

ინოვაციური ეკონომიკა და მართვა

INNOVATIVE ECONOMICS AND MANAGEMENT

ჟურნალი „ინოვაციური ეკონომიკა და მართვა“ ინდექსირდება
საერთაშორისო მონაცემთა ბაზაში და საძიებო სისტემაში

The journal „INNOVATIVE ECONOMICS AND MANAGEMENT“ is indexed
in the international scientometrics databases, repositories and search engines



3

ტომი - Volume III.

2016

სარედაქციო კოლეგია

მთავარი რედაქტორი

ზადრი გეგზაია, ეკონომიკის დოქტორი, ასოცირებული პროფესორი. საქართველოს ბიზნესის მეცნიერებათა აკადემიის ნამდვილი წევრი

მთავარი რედაქტორის მოადგილე

გელა მამულაძე, ეკონომიკის დოქტორი, პროფესორი. საქართველოს ბიზნესის მეცნიერებათა აკადემიის ნამდვილი წევრი

პასუხისმგებელი რედაქტორი

პაატა აროშიძე, ეკონომიკის დოქტორი, ასოცირებული პროფესორი

სარედაქციო კოლეგიის წევრები:

ე.მ.დ., პროფესორი. საქართველოს მეცნიერებათა ეროვნული აკადემიის აკადემიკოსი **ავთანდილ სილაგაძე**, ე.ა.დ., ასოცირებული პროფესორი **ნინო აბესაძე**; ე.მ.დ., პროფესორი **რამაზ აბესაძე**; ე.მ.დ., პროფესორი **ანზორ აბრალავა**; ე.ა.დ., ასოცირებული პროფესორი **გიორგი აბუსელიძე**; ე.ა.დ., პროფესორი **იოსებ არჩვაძე**; ტ.ა.დ., პროფესორი **თენგიზ აფხაზავა**; ე.მ.დ., პროფესორი **თეიმურაზ ბაბუნაშვილი**; ე.ა.დ., ასოცირებული პროფესორი **აკაკი ბაკურაძე**; ე.მ.დ., პროფესორი **ევგენი ბარათაშვილი**; ბ.ა.დ., ასოცირებული პროფესორი **ბესიკ ბაუჩაძე**; ბ.ა.დ., ასოცირებული პროფესორი **გივი ბაქრაძე**; ე.ა.დ., პროფესორი **როსტომ ბერიძე**; ე.მ.დ., პროფესორი **გივი ბედიანაშვილი**; ტ.ა.დ., პროფესორი **ქეთევან გოლეთიანი**; ე.ა.დ., პროფესორი **ვახტანგ დათაშვილი**; ე.ა.დ., პროფესორი **ანზორ დევაძე**; ე.ა.დ., პროფესორი **ციური დურული**; ე.ა.დ., პროფესორი **ლია ელიავა**; ე.ა.დ., ასოცირებული პროფესორი **გულნაზ ერქომაიშვილი**; ე.ა.დ., პროფესორი **მერაბ ვანიშვილი**; ე.ა.დ., პროფესორი **ლარისა თავალანძე**; ე.ა.დ., პროფესორი **გოჩა თუთბერიძე**; ე.ა.დ., პროფესორი **ნაზირა კაკულია**; ე.მ.დ., პროფესორი **პაატა კოლუაშვილი**; პ.ა.დ., პროფესორი **ნათია**

მიქელთაძე; ე.ა.დ. პროფესორი **ალექსანდრე სიჭინავა**; ე.ა.დ. ასოცირებული პროფესორი **ნინო ფარესაშვილი**; ე.ა.დ., პროფესორი **რომან მამულაძე**; ე.ა.დ., პროფესორი **ნინო ლიპარტელიანი**; ე.მ.დ., პროფესორი **რეზო მანველიძე**; ე.მ.დ., პროფესორი **იაკობ მესხია**; ე.მ.დ., პროფესორი **ლამარა ქოქიაური**; ე.ა.დ. პროფესორი **გიორგი ღავთაძე**; ე.მ.დ., პროფესორი **ვლადიმერ ღლონტი**; ე.მ.დ., პროფესორი **კარლო ღურწყაია**; ე.მ.დ., პროფესორი **ლარისა ყორღანაშვილი**; ბ.ა.დ., ასოცირებული პროფესორი **გოდერძი შანიძე**; ე.მ.დ., პროფესორი **თეიმურაზ შენგელია**; ე.ა.დ. პროფესორი **ნანა შონია**; ე.მ.დ., პროფესორი **ნიკოლოზ ჩიხლაძე**; ე.ა.დ. ასოცირებული პროფესორი **ირმა ჩხაიძე**; ე.ა.დ., პროფესორი **ასიე ცინცაძე**; ე.ა.დ., პროფესორი **ნათია წიკლაშვილი**; ე.მ.დ., პროფესორი **ეთერ ხარაიშვილი**; ტ.ა.დ., პროფესორი **პარმენ ხვედელიძე**; ე.ა.დ., პროფესორი **დავით ჯალაღონია**; ე.მ.დ., პროფესორი **მიხეილ ჯიბუტი**; ე.ა.დ., პროფესორი **გურამ ჯოღია**; ს.მ.მ.დ., პროფესორი **რეზო ჯაბინძე**. ბ. ა. დ. **ზურაბ მუშკუდიანი** (მთავარი რედაქტორის მოადგილე ჟურნალის ინგლისურენოვან ნაწილში)

სარედაქციო კოლეგიის უცხოელი

წევრები:

ჰესუს ფერეირო აპარაციო, ე.მ.დ. ბასკეთის უნივერსიტეტის ეკონომიკისა და ბიზნესის ფაკულტეტის პროფესორი (ესპანეთი); **შვარლეთი სერგეი**, ე.მ. დ. პროფესორი. ჩერნიგოვის ეროვნული ტექნოლოგიური უნივერსიტეტის რექტორი (ჩერნიგოვი, უკრაინა);

კიზიმ ნიკოლაი, ე.მ. დ. პროფესორი. უკრაინის მეცნიერებათა ეროვნული აკადემიის წევრ-კორესპონდენტი. (ხარკოვი, უკრაინა); **რუდენკო ოლგა**, სახელმწიფო მართვის დოქტორი, პროფესორი. ჩერნიგოვის ეროვნული ტექნოლოგიური უნივერსიტეტის სახელმწიფო მართვის და მენეჯმენტის სამეცნიერო-კვლევითი ინსტიტუტის დირექტორი (ჩერნიგოვი, უკრაინა);

ვდოვენკო ნატალია, ე.მ. დ. პროფესორი. უკრაინის ბიოლოგიისა და გარემოსდაცვის სახელმწიფო უნივერსიტეტის გლობალური ეკონომიკის კათედრის გამგე (კიევი, უკრაინა);
შიმანოვსკა-დიანიჩ ლუდმილა, ე.მ. დ. პროფესორი. პოლტავას ეკონომიკისა და ვაჭრობის უნივერსიტეტის მენეჯმენტის კათედრის გამგე (პოლტავა, უკრაინა);
ხაუსტოვა ვიქტორია, ეკონომიკის მეცნიერებათა კანდიდატი, ასოცირებული პროფესორი (ხარკოვი, უკრაინა);
ბადიდა მიროსლავ, მეცნიერებათა დოქტორი, პროფესორი. ქ. კოშიცეს ტექნოლოგიური უნივერსიტეტის პროცესებისა და ინჟინერიის კათედრის გამგე (კოშიცე, სლოვაკეთი);
კუჩაბსკი ალექსანდრე, სახელმწიფო მართვის მეცნიერებათა დოქტორი, პროფესორი (პოლონეთი);
ჩერნეცკი პაველ, დოქტორი, პროფესორი. ვარშავის უმაღლესი მენეჯმენტის სკოლის რექტორი (ვარშავა, პოლონეთი);
ტროჩიკოვსკი ტადეუშ, მენეჯმენტის დოქტორი, პროფესორი (ვლოცლავევი, პოლონეთი);
ლუკინი სერგეი, ე.მ.დ. ბელორუსიის სახელმწიფო უნივერსიტეტის პროფესორი (მინსკი, ბელორუსია);
ზლოტნიკოვა ლიდია, ე.მ.კ. პროფესორი. ბელორუსიის ვაჭრობისა და ეკონომიკის უნივერსიტეტი (გომელი, ბელორუსია);

ჩიხლაძე ლევან, იურიდიულ მეცნიერებათა დოქტორი, პროფესორი, ხალხთა მეგობრობის უნივერსიტეტი (რუსეთი, მოსკოვი);
ისაყვი ნამიგ, ბიზნესისა და მართვის დოქტორი, აზერბაიჯანის საერთაშორისო დიასპორის წარმომადგენელი საქართველოში (ბაქო, აზერბაიჯანი);
მიდელსკი სერგეი, პროფესორი. მენეჯმენტის რეგიონული აკადემიის პრეზიდენტი (ყაზახეთი, პავლოდარი);
ვარხოლა მიხაილ, დოქტორი, პროფესორი მიხაილ ბალუდიანსკის სამეცნიერო საზოგადოების პრეზიდენტი. (სლოვაკეთი, კოშიცე);
გაურანგ რამი, ეკონომიკის დოქტორი, ვიიჩნორმანდის გუჯარატის უნივერსიტეტის პროფესორი (გუჯარატი, ინდოეთი);
რომანენკო ევგენი, სახელმწიფო მართვის მეცნიერებათა დოქტორი. პერსონალის მართვის რეგიონული აკადემიის საჯარო მმართველობის კათედრის გამგე, დოცენტი (უკრაინა, კიევი);
გრიშნოვა ელენა, ე.მ.დ. ტარას შევჩენკოს სახელობის კიევის სახელმწიფო უნივერსიტეტის პროფესორი;
კუზმენკო გალინა, ე.მ.დ. კიროვოგრადადის ეროვნული ტექნოლოგიური უნივერსიტეტის პროფესორი, (უკრაინა, კიროვოგრადი);
ჩაპლაი ირინა, სახელმწიფო მართვის მეცნიერებათა კანდიდატი, (უკრაინა, კიევი).

ა(ა)იპ ეკონომიკური კვლევების ეროვნული ინსტიტუტის და ბათუმის ნავიგაციის სასწავლო უნივერსიტეტის საერთაშორისო რეფერირებადი და რეცენზირებადი სამეცნიერო-პრაქტიკული ჟურნალი „ინოვაციური ეკონომიკა და მართვა“
აკრძალულია გამოქვეყნებული მასალის გამრავლება ან გავრცელება კომერციული თვალსაზრისით

ISSN: 2449-2418

E-ISSN: 2449-2604

EDITORIAL BOARD**Editor in Chief**

Badri Gechbaia, Doctor of Economics, Associate Professor.

Deputy Editor

Gela Mamuladze, Doctor of Economics, Professor.

Responsible Editor

Paata Aroshidze, Doctor of Economics, Associate Professor.

Editorial Board:

Avtandil Silagadze, Doctor of Economic Sciences, Professor. Academician of the National Academy of Sciences of Georgia; **Nino Abesadze**, Doctor of Economics, Associated Professor; **Ramaz Abesadze**, Doctor of Economic Sciences, Professor; **Anzor Abralava**, Doctor of Economic Sciences, Professor; **Giorgi Abuselidze**, Doctor of Economics, Associated Professor; **Ioseb Archvadze**, Doctor of Economics, Professor; **Tengiz Apkhazava**, Doctor of Technical Sciences, Professor; **Teimuraz Babunashvili**, Doctor of Economic Sciences, Professor; **Evgeni Baratashvili**, Doctor of Economic Sciences, Professor; **Akaki Bakuradze**, Doctor of Economics, Professor; **Besik Bauchadze**, DBA, Associated Professor; **Givi Bakradze**, DBA, Associated Professor; **Rostom Beridze**, Doctor of Economics, Professor; **Givi Bedianashvili**, Doctor of Economic Sciences, Professor; **Ketevan Goletiani**, Doctor of Technical Sciences, Professor; **Vakhtang Datashvili**, Doctor of Economics, Professor; **Anzor Devadze**, Doctor of Economics, Professor; **Tsiuri Duruli**, Doctor of Economics, Professor; **Lia Eliava**, Doctor of Economics, Professor; **Gulnaz Erqomaishvili**, Doctor of Economics, Associated Professor; **Merab Vanishvili**, Doctor of Economics, Professor; **Larisa Takalandze**, Doctor of Economics, Professor; **Gocha Tutberidze**, Doctor of Economics, Professor; **Nazira Kakulia**, Doctor of Economics, Associated Professor; **Paata Koguashvili**, Doctor of Economic Sciences, Professor; **Iakob Meskhia**, Doctor of Economic

Sciences, Professor; **Natia Mikeltadze**, Doctor, Professor; **Aleksandre Sichinava**, Doctor of Economics, Professor; **Nino Paresashvili**, Doctor of Economics, Associated Professor; **Roman Mamuladze**, Doctor of Economics, Professor; **Nino Liparteliani**, Doctor of Economics, Professor; **Rezo Manvelidze**, Doctor of Economic Sciences, Professor; **Lamara Qoqiauri**, Doctor of Economic Sciences, Professor; **Giorgi Gvartadze**, Doctor of Economics, Professor; **Vladimer Glonti**, Doctor of Economic Sciences, Professor; **Karlo Gurtckaia**, Doctor of Economic Sciences, Professor; **Larisa Korganashvili**, Doctor of Economic Sciences, Professor; **Goderdzi Shanidze**, DBA, Associated Professor; **Teimuraz Shengelia**, Doctor of Economic Sciences, Professor; **Nana Shonia**, Doctor of Economics, Professor; **Nikoloz Chikhladze**, Doctor of Economic Sciences, Professor; **Irma Chkhaidze**, Doctor of Economics, Professor; **Asie Cincadze**, Doctor of Economics, Professor; **Natia Tsiklashvili**, Doctor of Economics, Professor; **Eter Kharashvili**, Doctor of Economic Sciences, Professor; **Parmen Khvedelidze**, Doctor of Technical Sciences, Professor; **Davit Jalagonia**, Doctor of Economics, Professor; **Mikheil Jibuti**, Doctor of Economic Sciences, Professor; **Guram Jolia**, Doctor of Economics, Professor; **Rezo Jabnidze**, Doctor of Agricultural Sciences, Professor; **Zurab Mushkudiani**, DBA (Deputy Chief Editor in English Section of Journal).

FOREIGN MEMBERS OF THE EDITORIAL BOARD

Aparacio Jesus Fereiro, professor of the faculty of Economics and Business on the university of Basque country (Spain);

Kyzym Mykola, Doctor of Economic Sciences, Professor. Corresponding Member of National Academy of Sciences of Ukraine. Honored Economist of Ukraine

Shkarlet Serhii, Doctor of Economic Sciences, Professor. Rector of Chernihiv National University of Technology (Ukraine);

Rudenko Olha, Doctor of Public Administration, Associate Professor, Director of SRI of Public Administration and Management, Professor of the Department of Management of Chernihiv National University of Technology (Ukraine);

Vdovenko Natalia, Doctor of Economic Sciences, Professor (Ukraine);
Shimanovska-Dianich Ludmila, Doctor of Economic Sciences, Professor (Ukraine);
Khaustova Victoria, Doctor of Sciences (Economics), Associate Professor, Senior Research Fellow, Department of innovation development and competitiveness, Research Centre of Industrial Problems of Development of NAS of Ukraine;
Badida Miroslav, Doctor of Sciences, Professor, Pro-Dean of Machine Building Faculty of Technical University of Kosice (Slovak Republic);
Kuchabskyi Oleksandr, Doctor of Public Administration, Associate Professor (Poland);
Chernetski Pawel, Doctor of Sciences, Professor, Rector of Warsaw Management University (Poland);
Trocikowski Tadeusz, Doctor of Business Administration, Full Professor of Management, Correspondent Member of RAM (Poland);
Lukin Sergei, Doctor of Economic Sciences. Belarusian State University, Professor (Belarus, Minsk);
Zlotnikova Lidia, PhD in Economics, Associate Professor. Belarusian Trade And Economics University Of Consumer Cooperatives (Belarus, Gomel);

Chihladze Levan, Doctor of Law, Full Professor. Head of the Department Municipal Law. RUDN University (Russia);
Isayev Namig, PhD in business administration. Representation of Azerbaijan International Diaspora Centre in Georgia, (Azerbaijan);
Midelski Sergey, Professor. President of Regional Academy of Management (Kazakhstan);
Varchola Michal, Doctor of Sciences, Professor, President of the Academic Society of Michal Baludansky (Slovak Republic);
Gaurang Rami, PH.D Professor, Department of Economics Veer Narmad South Gujarat University (India);
Romanenko Yevchen, Doctor of Science in Public Administration, Professor, Head of the Dept. of Public Administration of Interregional Academy of Personnel Management (Ukraine);
Olena Grishnova, Doctor of Economic Sciences, Professor, Taras Shevchenko National University of Kyiv (Ukraine);
Kuzmenko Halyna, Doctor of Economics, Associate Professor, Kyiv (Ukraine);
Chaplay Irina, PhD of Public Administration, Associate Professor, Kyiv (Ukraine).

A (N) and the National Institute of Economic Research of the Teaching University of Batumi Navigation and reviewing scientific journal „Innovative Economics and Management”.



ISSN: 2449-2418

E-ISSN: 2449-2604

სარჩევი – CONTENTS

მენეჯმენტი და მარკეტინგი—
MANAGEMENT AND MARKETING

გელა მამულაძე, ნინო მამულაძე.
ვასეულობების როლი მარკეტინგი 3.0-ში
Gela Mamuladze, Nino Mamuladze.
Role of Values in Marketing 3.09

მირზა ბახტაძე.
ინოვაციური მენეჯმენტი, როგორც
საქართველოს ტურისტული პოტენციალის
განვითარების მნიშვნელოვანი ფაქტორი
Mirza Bakhtadze.
Innovative Management as a Crucial Factor in
Development of Georgia’s Tourism Potential14

ანზორ დევაძე.
ლოგისტიკა და ტურისტული საწარმოების
მართვის საკითხები
Anzor Devadze
Logistics And Management Of Turist
Enterprises.....18

ირაკლი აბაშიძე.
ინტერნეტ რეკლამის შესაძლებლობების
მიმოხილვა ქართულ მარკეტინგულ სივრცეში
Irakli Abashidze.
Riview of Opportunities of Internet Adveritsing
in Georgian marketing Space.....23

ლამარა ქოქიაური.
ინოვაციური საქმიანობის თეორიული გენეზისი
Lamara Qoqiauri.
Theoretical Genesis of Innovative Activities.....29

სალომე ჯაფარიძე.
კომპანიაში ადამიანური რესურსების მართვის
სისტემის ზოგიერთი საკითხი
Salome Japaridze.
Some Issues of The Human Resources
Management System in Company53

დარგობრივი და რეგიონული ეკონომიკა —
SECTORAL AND REGIONAL ECONOMY

ნიკოლაი კიზიმ, ვიკტორია ხაუსტოვა,
ელენა კოზირევა.
რეგიონული პოლიტიკის თავისებურებების
ანალიზი ევროკავშირში
Mykola Kyzym, Victoriia Khaustova,
Olena Kozyreva.
Analysis of Features of Regional Policy in the
European Union.....58

გულიკო ქათამაძე.
საქართველოს საგარეო სავაჭრო პოლიტიკის
გავლენა შემოსავლების განაწილებაზე
Guliko Katamadze.
Georgian Foregin Trade Policy Impacton in
Comerce Distribution.....71

დავით ქათამაძე.
თანამედროვე სავაჭრო პოლიტიკის
განვითარების ტენდენციები საქართველოში
david Katamadze.
Modern Trade Policy Development
Trends in Georgia76

გულადი თხილაიშვილი.
აჭარის ფერმერულ მეურნეობათა საექსპორტო
განვითარების პერსპექტივები
Guladi Tkhilaishvili.
Exsport Development Prospects of the
Adjara Farming Industry83

თამთა ვარშანიძე.
სახელმწიფო ქონების პრივატიზაციის
ზოგიერთი პრობლემა აჭარის ავტონომიურ
რესპუბლიკაში
Tamta Varshanidze.
Some Problems of the State Property
Privatization in the Autonomus Republic of Adjara.....91

მსოფლიო ეკონომიკა

WORLD ECONOMY

გელა გვარიშვილი.

სნგ –ს სახელმწიფოების ინტეგრაციული თანამშრომლობის პერსპექტიული მიმართულებები
Gela Gvarishvili.
Prospective Areas Integration Cooperations of Cis Countries96

პაატა აროშიძე.

საქართველოს როლი კასპიის ზღვის ენერგორესურსების ტრანსპორტირებაში
Paata Aroshidze.
Georgia's Role in the Transportation of Energy Resources of the Caspian Sea.....104

ფინანსები და საბანკო პოლიტიკა

FINANCE AND BANKING POLICY

ირინე თავაძე.

ქართული ფულის ემისიისა და მიმოქცევის გენეზისი
Irine Tavadze.
The Emission and Circulation Genesis of Georgian Money.....108

სულხან დევაძე.

საინვესტიციო პოლიტიკა და პროექტებზე მოქმედი რისკ-ფაქტორები .
Sulkhan Devadze.
Investment Policy and Risk Factors Making Influence at Projects.....114

სოციალური ეკონომიკა

SOCIAL ECONOMY

ლიდია ზლოტნიკოვა, ოლგა რუდენკო.
ეკონომიკაში მამაკაცის დომინანტობის თეორია და პრაქტიკა
Lidia Zlotnikova, Olha Rudenko.
The Theory and Practice of Main's Domination in Economy.....119

ანნა მედინსკაია.

უკრაინის მოსახლეობის ცხოვრების ხარისხზე მოქმედი ფაქტორები .
Ganna Medynska.
The Factors Affecting to the Quality of Life the Ukrainian People.....116

იგორ ხოხიჩი

ახალგაზრდების სამოქალაქო ჩართულობის სახელმწიფო რეგულირების მექანიზმების ევოლუცია უკრაინაში
Ihor Khokhych.
Evolution of Government Regulation Mechanism For the Youth Civic Engagement in Ukraine.....133

ელენა გრიშნოვა, მარია ნაუმოვა

სოციალური მეწარმეობა როგორც ცხოვრების ხარისხის ფაქტორი: ემპირიული ანალიზი გლობალურ კონტექსტში
Olena Grishnova, Mariia Naumova
Social entrepreneurship as a factor of quality of life: AN empirical analysis in a global context.....141

რეცენზია

RIVIEW

ბადრი გეჩბაია, ვლადიმერ ღლონტი.

მონოგრაფია აქტუალურ თემაზე: ფინანსური კრიზისი და ქართული ლარის თავგადასავალი.
Badri Gechbaia, Vladimir Glonti.
Monograph Topical Subject: The Financial Crisis and the Georgian Lari Adventure151

მილოცვა

Congratulations

რეზო მანველიძე.

იუბილარი, უფროსი მეგობარი და კოლეგა - პროფესორი პარმენ ლემონჯავა - 80
Rezo Manvelidze.
On His Birthday, the Head of a Friend and Colleague - Professor Parmen Lemonjava -80....157

ფასეულობების როლი მარკეტინგში 3.0-ში

ROLE OF VALUES IN MARKETING 3.0

გელა მამულაძე

ეკონომიკის დოქტორი, ბათუმის შოთა
რუსთაველის სახელმწიფო უნივერსიტეტის
პროფესორი

GELA MAMULADZE,

Doctor of Economics, Professor,
Batumi Shota Rustaveli State
University

ნინო მამულაძე

ბათუმის შოთა რუსთაველის
სახელმწიფო უნივერსიტეტის
დოქტორანტი

NINO MAMULADZE

Batumi Shota Rustaveli State University,
PHD student of Business administration

ანოტაცია

წარმოდგენილ სტატიაში შესწავლილი და გაანალიზებულია მარკეტინგი 3.0-ის ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი ელემენტი ფასეულობა, რომელიც მჭიდრო კავშირშია მომხმარებელთან. ნაშრომში საუბარია ფირმის ჯგუფური ფასეულობების მნიშვნელობის შესახებ. აღნიშნულია, რომ აუცილებელია მოხდეს ფირმის ფასეულობების განსაზღვრა. ფირმამ უნდა შექმნას ფასეულობები მეპატრონეებისათვის, საწარმოსათვის, მისი პროდუქციის მომხმარებლებისათვის, მიმწოდებლებისათვის და საწარმოს პერსონალისათვის. ყველა ფირმა ვალდებულია პატივი სცეს თავის ფასეულობებს, წინააღმდეგ შემთხვევაში იგი გახდება კრიტიკის ობიექტი როგორც საზოგადოების მხრიდან, ასევე საკუთარი დასაქმებულების მხრიდანაც.

ნაშრომში ასევე წარმოდგენილი და გაანალიზებულია ავტორთა მიერ ჩატარებული კვლევის შედეგები ქართულ ტურისტულ ფირმებთან მიმართებაში, რომელიც ეხება ფასეულობებს. ნაშრომის ბოლოს დასკვის სახით აღნიშნულია, რომ მაშინ როცა ბაზარზე კონკურენცია დიდია და იგი ყოველდღიურად მძაფრდება, ბაზარზე პოზიციების შენარჩუნებისა და მისი შემდგომი განმტკიცებისათვის საჭიროა კომპანიებმა განსაკუთრებული ყურადღება დაუთმონ ჭეშმარიტი ფასეულობების შემუშავებას და მათ თავიანთ საქმიანობაში დანერგვას. თუ ფირმები არ დანერგავენ ჯგუფურ ფასეულობებს, იგი ვერ განვითარდება და არ იქნება წარმატებული და კონკურენტუნარიანი ბაზარზე.

საკვანძო სიტყვები: მარკეტინგი 3.0; ფასეულობები; ჯგუფური ფასეულობები; კულტურული ფასეულობები.

Abstract

In the given article it is discussed and analyzed the values of the companies as one of the most important element of marketing 3.0, which is closely related to consumer. The paper also discusses the importance of group values. It is necessary to determine the values of the firm. Companies must create values for the owners of the enterprise, for their products consumers, also for suppliers and staff. Companies must respect their values, otherwise it will become the object of criticism for the public and staff.

In the article it is also presented and analyzed the authors research about Georgian tourist agencies, concerning values. At the end of the article, in the form of conclusion it is submitted that, while the competition is strong and is growing rapidly, to maintain and strengthen companies position in the market it's necessary to pay special attention to their true values and to implement them in practice. If the companies do not implement the group values, it will not be developed and will not be successful and competitive in the market.

Keywords: Marketing 3.0; Values; Group values; Cultural values

შესავალი. განვითარების თანამედროვე ეტაპზე ბაზარზე ფირმის არსებობა წარმოუდგენელია მაღალი რეპუტაციის გარეშე, რაც მიიღწევა თანამშრომლებისა და მომხმარებლებისათვის რეალური და ღირებულ ფასეულობების შეთავაზებით. ყველა ფირმა ვალდებულია ჩამოაყალიბოს ფასეულობები და მოუწოდოს ტანამშრომლებს მოახდინონ მათი რეალიზაცია მომხმარებლებში.

ფასეულობები, რომელსაც ფირმა სთავაზობს მომხმარებელს აუცილებელია შეესაბამებოდეს რეალობას, რათა იგი არ გახდეს კრიტიკის ობიექტი არამარტო მომხმარებლების მხრიდან, არამედ დასაქმებულების მხრიდანაც. დღესდღეობით პრაქტიკაში საკმაოდ ხშირად გვხვდება მაგალითი თუ როგორ არღვევენ ფირმები იმ ფასეულობებს, რომელსაც ისინი სთავაზობენ მომხმარებლებს. შესაბამისად ეს გარემოება იწვევს მომხმარებლის ნდობის დაკარგვას და მათ გულგრილ დამოკიდებულებას ფირმის მიმართ.

უნდა აღინიშნოს, რომ ამ საკითხთან დაკავშირებით არც ისე ბევრი სამეცნიერო ნაშრომი მოიპოვება და სწორედ ეს განაპირობებს საკვლევი თემის აქტუალობას. კვლევის მიზანი მდგომარეობს იმაში, რომ ჩვენს მიერ შესწავლილი და გაანალიზებული ყოფილიყო ფასეულობების როლი როგორც უცხოური ფირმების საქმიანობაში, ასევე ქართული ტურისტული ფირმების საქმიანობაში. ასევე მიზანი იყო წარმოგვეჩინა მომხმარებლების დამოკიდებულება ფასეულობების მიმართ. სწორედ ამ საკითხთან დაკავშირებით ჩავატარეთ კვლევა, რომელიც წარმოადგენილი გვაქვს ნაშრომში.

ძირითადი შინაარსი. მარკეტინგმა განიცადა მნიშვნელოვანი ცვლილებები. თავდაპირველად იყო მარკეტინგი 1.0, საქონელზე ორიენტირებული მარკეტინგის ეპოქა, შემდეგ მარკეტინგი 2.0-მომხმარებელზე ორიენტირებული მარკეტინგის ეპოქა. ბოლო პერიოდში კი ჩვენ ვართ მარკეტინგი 3.0-ის, იგივე ადამიანზე ორიენტირებული მარკეტინგის განვითარების მომხმარებლები. მარკეტინგისა, რომელიც მომხმარებელს ექცევა ისე, როგორც ადამიანებს, რომელთაც გააჩნიათ აქტიური სასიცოცხლო პოზიცია, მისწრაფვიან სიახლისაკენ და სურთ შექმნან რაღაც განსხვავებული. ეს გარემოება მოითხოვს დიდი რაოდენობით მომხმარებლების მონაწილეობას ფასეულობების შექმნაში. მომხმარებლები მოითხოვენ არამარტო მათი ჩვეულებრივი მოთხოვნილებების და სურვილების დაკმაყოფილებას არამედ იმასაც, რომ მათი ყველაზე ღრმა შეგრძნებები და სურვილები იქნას შეცნობილი და დაკმაყოფილებული. მომხმარებლები

მოითხოვენ მათი კრეატიულობის დაფასებას [1. გვ. 20-50] .

მარკეტინგი 3.0-ში ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი საკითხია ფასეულობები, რომელიც მჭიდრო კავშირშია მომხმარებელთან. ფასეულობა, ეს არის მომხმარებლის მიერ იმ საქონლისა და მომსახურების შესაძლებლობების შეფასება, რომელიც აკმაყოფილებს მის საჭიროებებსა და მოთხოვნილებებს¹

თუ ფირმას სურს იყოს წარმატებული და კონკურენტუნარიანი, ამისათვის აუცილებელია ფირმამ ფასეულობები დაწეროს კორპორაციულ კულტურაში. ფირმის ხელმძღვანელები ამ ქმედებებს უნდა აღიქვამდნენ, როგორც ფირმის არსებობის ყველაზე განუყოფელ ნაწილს. მოვიყვანოთ Fetzer Vineyards-ის მაგალითი, რომელსაც ხელმძღვანელობდა პოლა დოლანა. ის აღწერს, რომ ფირმა მხოლოდ მაშინ განვითარდება წარმატებულად და გახდება საზოგადოების ამაყი წევრი, თუ ფასეულობები იქნება აღიარებული კორპორაციულ დონემდე. მხოლოდ ამის შემდეგ იქნება აღიარებული ეს ფასეულობები თანამშრომლების მიერ. თავდაპირველად აუცილებელია მოხდეს ფირმის კორპორაციული ფასეულობების შთანერგვა თანამშრომლებში.

2000-იანი წლების დასაწყისში სამყარო შეძრა მთელმა რიგმა კორპორაციულმა სკანდალებმა, რის შედეგადაც კორპორაციულმა ფასეულობებმა მომხმარებლის და დასაქმებულების თვალში დაკარგა ყოველგვარი აზრი. ყველაზე ხმაურიან სკანდალში აღმოჩნდნენ გარეულები WorldCom, Tyco და Enron. ბუღალტრულმა მაქინაციამ ფირმა მიიყვანა გაკოტრებამდე. Enron-ი არარეალიზებულ შემოსავალს ათვლიდა მოგებისა და ხარჯების ანგარიშში, რამაც გამოიწვია მოგების ციფრის გაბერვა. ერთ-ერთი გამოცემა საუბრობს ფირმის იმ ფასეულობებზე, რომელიც მას გააჩნდა გაკოტრებამდე. ფირმის ოთხი ძირითადი ფასეულობებიდან ორი იყო პატივისცემა და გულახდილობა. სამწუხაროდ, სწორედ ეს ორი ფასეულობა აღმოჩნდა უცხო ფირმის ხელმძღვანელობისათვის. ფაქტია, რომ ბუღალტრულ მაქინაციებს ფირმა იყენებდა საკმაოდ ხანგრძლივი პერიოდის განმავლობაში და ფირმის ხელმძღვანელობამ იცოდა ამ საქმიანობასთან დაკავშირებული რისკების შესახებ.²

ნებისმიერი ფირმა, რომელიც დაარღვევს კორპორაციულ ფასეულობებს, აუცილებლად გახდება კრიტიკის ობიექტი, როგორც საზოგადოების მხრიდან, ასევე საკუთარი დასაქმებულების მხრიდანაც. ზოგიერთმა თანამშრომელმა არც კი იცის საკუთარი ფირმის ფასეულობების შესახებ.

1 <https://www.hse.ru/data>

2 <http://www.addere.ru/finance/i3.htm>

სხვა დასაქმებულები, რომლებმაც სერიოზულად აღიქვეს ფირმის ფასეულობები და მუშაობენ მათზე დაყრდნობით აღიზიანებთ ის თანამშრომლები, რომლებიც პატივს არ სცემენ ფასეულობებს.

ამ შემთხვევაში ცხადია გარემოება, რომ ასეთი ტიპის ფირმები არ იყენებენ მარკეტინგ 3.0-ს, რადგანაც მარკეტინგი 3.0-ში აუცილებელია, რომ ფირმამ თავიანთი თანამშრომლები და მომხმარებლები დაარწმუნოს სერიოზულად აღიქვან მისი ფასეულობები. დასაქმებულებმა ყველაზე კარგად იციან ის, თუ როგორ არსებობს ფირმა და როგორ მუშაობს ის სინამდვილეში. მათ აუცილებლად უნდა შევთავაზოთ ნამდვილი, ჭეშმარიტი ფასეულობები³. ფირმამ თავიანთ თანამშრომლებთან მიმართებაში უნდა გამოიყენოს ისეთ ისტორიებზე დაფუძნებული მიდგომა, რომელიც გამოიყენება მომხმარებლებთან მიმართებაში. თუმცადა, თანამშრომლებზე ისტორიების მოყოლა გაცილებით რთულია, რადგან თავდაპირველად აუცილებელია ფირმამ მოახდინოს თავისი დანაპირებების შესრულება და რეალიზება დასაქმებულებისათვის. მხოლოდ ერთი შეცდომაა კი საკმარისია, რათა გაფუჭდეს მთელი ისტორია. მომხმარებელი თუ ყოველგვარი ძალისხმევის გარეშე აღმოაჩენს, რომ ბრენდი არაა გულახდილი, წარმოიდგინეთ რა კარგად იცის თანამშრომლებმა ფირმის შიგნით არსებული მდგომარეობა⁴.

აუცილებელია მოხდეს ფირმის ფასეულობების განსაზღვრა. ფირმამ უნდა შექმნას ფასეულობები მეპატრონეებისათვის, საწარმოსათვის, მისი პროდუქციის მომხმარებლებისათვის, მიმწოდებლებისათვის და საწარმოს პერსონალისათვის. საწარმოს მეპატრონეები დაინტერესებულნი არიან მუდმივი და მზარდი მოგების მიღებაში. პერსონალი და მიმწოდებლები კი- ფირმის სტაბილურობაში, მათთან გრძელვადიანი ურთიერთობების დამყარებასა და სასიამოვნო სამუშაო გარემოს შექმნაში. მომხმარებლებისათვის ყველაზე დიდ ფასეულობას წარმოადგენს საქონელი და მომსახურება, რომელიც მათ აკმაყოფილებთ რო-

გორც ხარისხით ასევე ფასით⁵.

ფასეულობების შექმნა ეს არის ფირმის ფუნქცია. ფასეულობების შექმნის პროცესი გულისხმობს ინდივიდუალური და ჯგუფური მოთხოვნილებების დაკმაყოფილებას, რის შედეგადაც ფირმა აღწევს საყოველთაო აღიარებას თავის საქმიანობაში. ასეთი აღიარება ფირმას საშუალებას აძლევს გააფართოვოს თავისი საქმიანობა, გაზარდოს გაყიდვების მოცულობა, მიიღოს მოგება და რაც მთავარია გაამყაროს საკუთარი პოზიციები ბაზარზე.

ამიტომაც, განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება ფირმის მიერ თავისი მომხმარებლებისათვის ფასეულობების შექმნას, რადგანაც იგი გადამწყვეტ გავლენას ახდენს ფირმის საქმიანობის შედეგებზე. ფასეულობები, რომელიც შექმნილია ფირმის მიერ თავისი მომხმარებლებისათვის, განისაზღვრება ფულადი ღირებულებით, რომლის გადასახდელადაც მზად არიან ეს უკანასკნელნი. ფირმა მოგებას ღებულობს მხოლოდ იმ შემთხვევაში, თუ ეს ფულადი ღირებულება აღემატება ყველა ხარჯს, რომელიც საჭიროა ფასეულობების შესაქმნელად.

ფირმის ძირითადი იარაღი ფასეულობების შექმნაში არის მისი გრძელვადიანი სტრატეგიები, რომელიც დაფუძნებულია საწარმოს მიერ კონკურენტული უპირატესობების გამოყენებაზე. კონკურენტული უპირატესობა ეს არის ის, რაც მას არსებითად გამოარჩევს თავისი კონკურენტებისაგან და უზრუნველყოფს მის უპირატესობას ბაზარზე. იგი დაფუძნებულია კონკურენტუნარიანობაზე და ჩვეულებრივ დაკავშირებულია ან შედარებით უფრო მაღალი ხარისხის საქონელზე კონკურენტებთან შედარებით, ან კიდევ წარმოების დაბალ დანახარჯებზე [3. გვ.60-70] .

ძირითადად განვიხილოთ ის ფასეულობები, რომელიც თანამშრომლებს ეხმარება მოახდინონ სამუშაოს შესრულება ბრენდის მისიის შესაბამისად. ასეთ ფასეულობებს შეიძლება ვუწოდოთ ჯგუფური⁶.



სქემა 1. ჯგუფური ფასეულობები და საერთო ქცევა მარკეტინგი 3.0-ის პირობებში

3 <http://marketing-now.ru/osnovyi-marketinga/potrebitelskaya-tsennost-produkta-eto/>

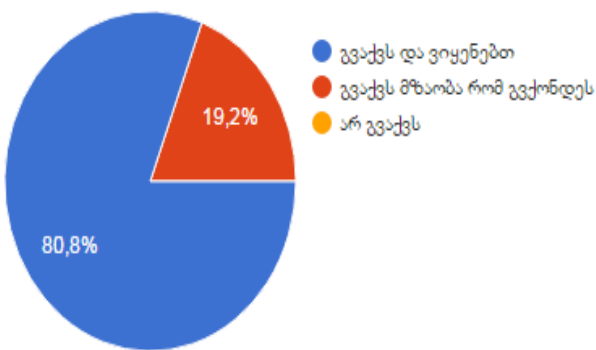
4 http://socialmarketing.blogs.com/r_craaig_lefebvres_social/2009/10/phillip-kotler-on-marketing-30.htm

5 [https://en.wikipedia.org/wiki/Value_\(marketing\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Value_(marketing))

6 <https://hbr.org/1998/11/business-marketing-understand-what-customers-value>

ფირმა, რომელიც ეზიარება თანამშრომლობის ფასეულობებს, უბიძგებს თანამშრომლებს მოახდინონ ერთმანეთთან და საზოგადოებასთან მუშაობა ფირმის სახელებს გარეთ უფრო მეტი ეფექტისათვის. Cisco ქმნის ტექნიკურ და საზოგადოებრივ ქსელებს, რომლის საშუალებითაც ადამიანები და თანამშრომლები ურთიერთობენ ერთმანეთთან. კლინიკა Mayo, ასევე აღიარებს თანამშრომლობის ფასეულობებს. რამდენიმე ექიმი და სხვა მედიკოსები ერთიანდებიან თითოეული პაციენტის განსაკურნავად. ისინი თანამშრომლობენ რათა გაცილებით უფრო სწრაფად და ეფექტურად მოახდინონ დიაგნოზის დასმა. კლინიკაში ერთობლივი მუშაობა ზრდის თანამშრომლობის კულტურას [2. გვ. 80-88].

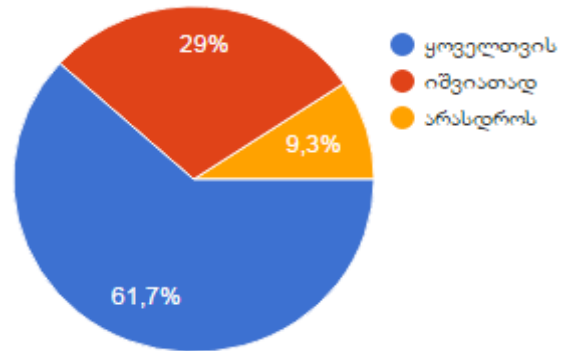
თუ გადავხედავთ ფასეულობების გამოყენების ტენდენციას სხვადასხვა ქვეყნებში, დავინახავთ, რომ განვითარებადი ქვეყნები მაქსიმალურად არიან ორიენტირებულნი ფასეულობების შემუშავებასა და მათი ზედმიწევნით შესრულებაზე. რაც შეეხება საქართველოს აქ ცოტათი განსხვავებული მდგომარეობაა. ჩვენს მიერ ჩატარებული იქნა კვლევა, რომლის ფარგლებშიც გამოვიკითხეთ საქართველოს ბაზარზე არსებული ტურისტული ფირმები. კვლევის მიზანი იყო დაგვედგინა, გააჩნიათ თუ არა ფირმებს ფასეულობები, რა ფასეულობები გააჩნიათ, იყენებენ თუ არა მათ თავიანთ საქმიანობაში და რამდენად ორიენტირებულნი არიან მათ შესრულებაზე. გამოკითხულთა 80,8%-მა აღნიშნა, რომ მათ გააჩნიათ ჯგუფური ფასეულობები და იყენებენ მათ თავიანთ ყოველდღიურ საქმიანობაში, ხოლო 19,2 % გამოთქვამს მზაობას რომ შექმნან ჯგუფური ფასეულობები და გამოიყენონ ისინი ყოველდღიურ საქმიანობაში. (დიაგრამა 1)



დიაგრამა 1. ქართული ტურისტული ფირმების მიერ ფასეულობების გამოყენების სიხშირე

ასევე, გამოკითხულ ფირმათა 60% აღნიშნავს, რომ ჯგუფური ფასეულობები მათ საქმიანობაში

ბაში გადამწვევტ როლს თამაშობს და ისინი მაქსიმალურად არიან ორიენტირებული ამ ფასეულობების შესრულებაზე. თუ შევხედავთ ფასეულობების მომხმარებლების მხრიდან, კითხვაზე რამდენად ხშირად ინტერესდებიან ისინი ტურისტული ფირმის მიერ შემოთავაზებული ფასეულობებით, ქართველ მომხმარებელთა 61,7% აღნიშნავს, რომ ისინი ყოველთვის ინტერესდებიან ფირმის ფასეულობებით, 29% იშვიათად ინტერესდება და 9,3% არასდროს არ ინტერესდება მათით (დიაგრამა 2).



დიაგრამა 2. მომხმარებლის დამოკიდებულება ფასეულობების მიმართ

ხოლო კითხვაზე, თუ რამდენად მნიშვნელოვანია მათთვის ტურისტული ფირმის მიერ შეთავაზებული ფასეულობები, რესპოდენტთა 29% აღნიშნავს, რომ გადამწვევტი მნიშვნელობისაა, 61,7% თვლის, რომ უბრალოდ მნიშვნელოვანია მაგრამ არა გადამწვევტი, ხოლო 8,4% თვლის, რომ ნაკლებად მნიშვნელოვანია.

კულტურული ფასეულობების ფლობა დასაქმებულებს უღვიძებს სურვილს მოახდინონ კულტურული ცვლილებები როგორც მათ საკუთარ ცხოვრებაში, ასევე სხვა ადამიანების ცხოვრებაში. ფირმა Wegmas თავიანთ თანამშრომლებს მოუწოდებს მეტი პატივისცემა გამოიჩინონ საკვების მიმართ. ფირმა ამასვე მოუწოდებს მომხმარებლებს. S.C. Johnson მოუწოდებს თანამშრომლებს მეტი დრო გაატარონ ოჯახის წევრებთან ერთად. ადამიანები იწყებენ თავიანთი ახლობლებისათვის მეტი დროის გამოყოფას. უფრო მეტად ზრუნავენ მათზე. ასევე ფირმა ქმნის საქონელს, რომელიც სასარგებლოა ოჯახისათვის.

დასკვნა. განვითარების თანამედროვე ეტაპზე, როდესაც მარკეტინგი იმყოფება ევოლუციის აქტიურ ფაზაში და კონკურენცია იზრდება დღითი დღე, კომპანიებმა განსაკუთრებული ყურადღება უნდა დაუთმონ ფასეულობებს, უნდა მოახდინონ ჯგუფური ფასეულობების შემუშავება და მათი ყოველდღიურ საქმიანობაში გამოყენება, რაც ფირმას მისცემს შესაძლებლობას იყოს

ერთ-ერთი ყველაზე კონკურენტუნარიანი. ფირმა რომელიც ორიენტაციას აკეთებს საკუთარ თანამშრომლებსა და მომხმარებელზე და ახდენს მათთვის რეალური ფასეულობების შეთავაზებას ყოველთვის იქნება წარმატებული. აქედან გამომდინარე ფირმებმა ყურადღება უნდა გაამახვილონ შემდეგი სახის საკითხებზე:

1. კვლევის შედეგების მიხედვით საკმაოდ დიდია იმ ფირმების რიცხვი, რომლებსაც არ აქვთ ჯგუფური ფასეულობები, შესაბამისად მათ აუცილებლად უნდა მოახდინონ ჯგუფური ფასეულობების ფორმირება და მომხმარებლისთვის შეთავაზება, რადგანაც ეს უკანასკნელი ძალზედ მნიშვნელოვანი ფაქტორია მომხმარებლისთვის,

როდესაც ის აპირებს ფირმასთან ურთიერთობას;

2. თუ ფირმები აქტიურად დანერგავენ ჯგუფურ ფასეულობებს თავიანთ ყოველდღიურ საქმიანობაში, იგი მას მისცემს შესაძლებლობას იყოს ერთ-ერთი ყველაზე წარმატებული და კონკურენტუნარიანი ფირმა ბაზარზე;

3. ფირმამ უნდა შეძლოს ინდივიდუალური და ჯგუფური მოთხოვნილებების დაკმაყოფილება, რის შედეგადაც ფირმა მიაღწევს საყოველთაო აღიარებას თავის საქმიანობაში და ხელს შეუწყობს გაყიდვების მოცულობის გაზრდას, მოგების მიღებას და საკუთარი პოზიციების გამყარებას ბაზარზე.

ლიტერატურა/REFERENCES

1. Ф. Котлер. Маркетинг 3.0. От продуктов к потребителям и далее – к человеческой душе“. Москва 2011, Стр. 240; [Kotler P., „Marketing 3.0. From Products to Customers to the Human Spirit“, Moscow 2011, P 240];
2. Ф. Котлер. Маркетинг от А до Я. Москва 2010, Стр. 211 [Kotler P., „Marketing Insights from A to Z“, Moscow 2010, P. 211];
3. Ф.Котлер. 300 ключевых вопросов маркетинга. Москва 2006, Стр 200 [Kotler P., „According to Kotler. The World’s Foremost Authority on Marketing Answers Your Questions“, Moscow 2006, P 200];
4. http://socialmarketing.blogs.com/r_craiiig_lefebvres_social/2009/10/phillip-kotler-on-marketing-30.html
5. [https://en.wikipedia.org/wiki/Value_\(marketing\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Value_(marketing))
6. <https://hbr.org/1998/11/business-marketing-understand-what-customers-value>
7. <http://www.addere.ru/finance/i3.htm>
8. <http://marketing-now.ru/osnovyi-marketinga/potrebitelskaya-tsennost-produkta-eto/>
9. <https://www.hse.ru/data>

ინოვაციური მენეჯმენტი, როგორც საქართველოს ტურისტული პოტენციალის განვითარების მნიშვნელოვანი ფაქტორი

INNOVATIVE MANAGEMENT AS A CRUCIAL FACTOR IN DEVELOPMENT OF GEORGIA'S TOURISM POTENTIAL

მირზა ბახტაძე

ბათუმის შოთა რუსთაველის
სახელმწიფო უნივერსიტეტი,
ბიზნესის ადმინისტრირების
დოქტორანტი

MIRZA BAKHTADZE

Batumi Shota Rustaveli State
University,
PHD student of Business
administration

ანოტაცია

თანამედროვე ტურიზმის განვითარება მნიშვნელოვნად არის დამოკიდებული ისეთი ინოვაციური ტექნოლოგიების შემუშავებასა და დანერგვაზე, რომლებიც მიმართულია კლიენტთა მომსახურების გაუმჯობესებისაკენ და ტურისტული სერვისის შესაძლებლობების გაფართოებისაკენ. ეს ყველაფერი აუცილებელია იმისათვის, რომ გაიზარდოს აღნიშნული სფეროს ეფექტიანობა და მომგებიანობა. სტატიაში განხილულია საქართველოს ტურისტული პოტენციალის პერსპექტივები და წარმოჩენილია ინოვაციური მენეჯმენტის მნიშვნელობა ქვეყნის ტურისტული პოტენციალის განვითარებაში.

საკვანძო სიტყვები: ინოვაციური მენეჯმენტი, ტურიზმი, სამედიცინო ტურიზმი, საკრუიზო ტურიზმი, ინოვაციური განვითარება.

Abstract

Development of modern tourism is mostly depend on inculcation, development and strategizing innovative technologies that are directed to improve client servicing and to expand tourism service opportunities. All these things are very important to increase and develop efficiency of this sphere. The article reviews perspectives of Georgia's tourism development, in particular medical and cruise tourism. The article also shows the value of innovative management in development of country's tourism potential.

Keywords: innovative management, tourism, medical tourism, cruise tourism, innovative development.

უდავოდ დიდია საქართველოს ტურისტული პოტენციალი. ქვეყნის თითოეული კუთხე მიზიდველია თავისი ბიომრავალფეროვნებით, ღირსშესანიშნაობებითა და ეთნოკულტურით. ტრადიციულ მიმართულებებთან ერთად, როგორცაა სამთო-სათხილამურო და საზღვაო ტურიზმი, საქართველოს აქვს დიდი პოტენციალი განავითაროს კულტურულ-შემეცნებითი, რეკრეაციული, საკრუიზო, სამკურნალო-გამაჯანსაღებელი, სათავგადასავლო, აგრარული, სამედიცინო, ე.წ. MICE-ტურიზმი და სხვა მიმართულებები. მოგზაურობისა და ტურიზმის მსოფლიო საბჭოს (WTTC) 2015 წლის ანგარიშის მიხედვით საქართველო მშპ-ში ტურიზმის პირდაპირი კონტრიბუციის მიხედვით მე-17 ადგილზეა. რაც შეეხება ტურიზმის წილს დასაქმებაში, 2015 წლის მონაცემებით, საქართველო მსოფლიოში 21-ე ადგილზეა. ზემოთ აღნიშნული მაჩვენებლებით საქართველო რეგიონში ლიდერია [1].

საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის 2016 წლის ათი თვის ჯამური მონაცემებით საქართველოში საერთაშორისო ვიზიტორების რაოდენობა გახლავთ 5 406 188, რაც წინა წლის ანალოგიურ პერიოდთან შედარებით 8.1%-ით მეტია. 2015 წელს საქართველოს შემოსავლებმა საერთაშორისო ტურიზმიდან შეადგინა 2 მილიარდამდე აშშ დოლარი, ხოლო მიმდინარე წლის პირველი 6 თვის მონაცემებით აღნიშნული შემოსავლები 867 მილიონ აშშ დოლარს აღემატება, ჩვენი პროგნოზით 2016 წლის წლიური შემოსავლები საერთაშორისო ტურიზმიდან წინა წელთან შედარებით 250 მილიონ აშშ დოლარზე მეტით გაიზარდება, რაც მეტწილად გამოიწვია სწორედ ინოვაციურმა პროექტებმა, მათ შორის აღსანიშნავია "Chek In Georgia". საბოლოო ჯამში ტურიზმის განვითარება ქვეყნის ეკონომიკური წინსვლის ერთერთი მნიშვნელოვანი წინაპირობაა. ხოლო საკუთრივ

ტურიზმის განვითარებისათვის აუცილებელი კომპონენტი ინოვაციური ტექნოლოგიების დანერგვა და გამოყენება გახლავთ [1]; [2]; [14]; [15].

საქართველო უნდა იქცეს 12 თვიან ტურისტულ ზონად. რა არის საჭირო ამისათვის? ამ ეტაპზე გამოვეყოფთ 7 უმნიშვნელოვანეს ფაქტორს:

1. ქვეყნის სუვერენიტეტი, მშვიდობა, სტაბილურობა და უსაფრთხოება.
2. ინფრასტრუქტურის გაუმჯობესება;
3. მოსახლეობის სოციალურ-ფსიქოლოგიური ფაქტორების ოპტიმიზაცია;
4. სახელმწიფო და კერძო დაწესებულებების მიერ ქვეყნის ტურისტული პოტენციალის მოქნილი მარკეტინგი და პიარი;
5. გამოცდილი და კვალიფიციური კადრების არსებობა ტურიზმის სფეროში;
6. საერთაშორისო ტურისტულ აგენტებთან და ავიაკომპანიებთან აქტიური თანამშრომლობა;
7. ტურიზმის დარგის ინოვაციური მენეჯმენტი;

ეს უკანასკნელი ბოლო პერიოდში აქტუალურია მსოფლიოს წამყვანი ქვეყნების ტურიზმის სტრატეგიებში. მოგეხსენებათ, „21-ე საუკუნის მომხმარებელი“ ძალიან განსხვავდება წინა საუკუნის მომხმარებლისაგან. იმის გათვალისწინებით, რომ თანამედროვე ადამიანებს აქვთ შეუზღუდავი წვდომა ინფორმაციასთან, მათ კარგად იციან თუ რა არის „ოქროს სტანდარტი“ და რა არის უპირველესად მნიშვნელოვანი. ყოველწლიურად იზრდება ტურისტების რაოდენობა 2015 წელს ოფიციალურად 1,2 მილიარდამდე საერთაშორისო მოგზაური დაფიქსირდა მსოფლიოს ქვეყნებში [13]. ტურიზმის სფეროში არის უამრავი ფაქტორი, რომელთა ხარისხის გაუმჯობესება ხელს შეუწყობს ტურისტთა კმაყოფილების ზრდას, რაც თავის მხრივ ზრდის ტურისტთა რაოდენობას კონკრეტულ ტერიტორიაზე.

მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაცია (UNWTO) - გაეროს სპეციალიზებული ორგანო, რომელიც არის წამყვანი საერთაშორისო ორგანიზაცია ტურიზმის სფეროში, უკანასკნელ წლებში სხვადასხვა პრემიებით აჯილდოვებს ინოვაციურ იდეებსა და პროექტებს ტურიზმში. მიმდინარე წელს აღნიშნულ კონკურსზე წარდგენილი იყო 30 ქვეყნის 100-ზე მეტი პროექტი, საიდანაც გამოვლინდა 15 გამარჯვებული. ფინალურ ეტაპზე გავიდა ის პროექტები, რომლებიც იცავენ გლობალური ტურიზმის ეთიკის პრინციპებს და ხელს უწყობენ ტურიზმის მდგრად განვითარებას. აქედან გამომდინარე, ინოვაციური იდეები, რომელთა მეშვეობითაც გვინდა გაგაუმჯობესოთ ტურისტული გარემო აუცილებლად უნდა აკმაყოფილებდეს ზემოთ აღნიშნულ 2 უმთავრეს მოთხოვნას [3].

ბორბლებიანი ჩემოდანი, ონლაინ რეგისტრაცია, ბიომეტრიული იდენტიფიკაცია, ჩქაროსნული მატარებელი, საკრედიტო ბარათი, ბანკომატი, ციფრული ფოტოაპარატი და სხვა ტექნოლოგიები ტურისტისათვის მნიშვნელოვან კომფორტს წარმოადგენს. ყველა ზემოთ ჩამოთვლილი პროდუქცია თუ მომსახურება ტურისტებისათვის ფსიქოლოგიური სტიმულია. აქედან გამომდინარე, აუცილებელია ინვესტიციების განხორციელება ტურიზმის სფეროში, რათა ის ინოვაციები, რაც ინერგება განვითარებულ ქვეყნებში ოპერატიულად შევთავაზოთ საქართველოს სტუმრებს თუ ადგილობრივ მოგზაურებს.

ტურიზმი ნამდვილად არის ის სფერო, რომელიც ითხოვს რაც შეიძლება მეტ ინოვაციას და კრეატივს. აღნიშნულ სფეროში უკანასკნელ წლებში მნიშვნელოვნად ვითარდება ინოვაციური მიდგომები სხვადასხვა მიმართულებით. მათ შორის მსოფლიოს ეკონომიკის ფორუმი ყარდლებას ამახვილებს რამდენიმე მათგანზე [11].

1. უძრავი ქონების ონლაინ პლატფორმა, რის მეშვეობითაც ტურისტს შეუძლია მისთვის სასურველ ნებისმიერ ადგილში წინასწარ დაჯავშნოს საცხოვრებელი ფართი. ამ სფეროში მსოფლიოში ლიდერობს კომპანია Airbnb, რომელიც შეფასებულია 25 მილიარდ დოლარად. ასევე სფეროს განვითარებაში დიდ როლს თამაშობენ კომპანიები: Couchsurfing, Feastly, Knok, Vayable და Wimdu.

2. ხშირად მოგზაურები კარგავენ საკუთარ ჩემოდანს ან ხელჩანთას, რაც სტატისტიკის თანახმად საკმაოდ ხშირ ფაქტს წარმოადგენს. აღნიშნული პრობლემის მოსაგვარებლად ლას ვეგასის აეროპორტის მესამე ტერმინალი სტუმრებს სთავაზობს რადიო სინშირის მქონე ე.წ. საიდენტიფიკაციო ჩიპებს, რომელიც წარმოადგენს ერთგვარ გარანტიას, რომ ჩემოდანი არ დაიკარგება. ასევე, ცნობილი კომპანია Bluesmart შექმნა ჩემოდანთა გადაზიდვის სისტემა, რომლის დროსაც მესაკუთრეს შეუძლია საკუთარი შემოდანი აკონტროლოს სმარტფონის მეშვეობით. აღნიშნულმა სიახლემ დიდი მოწონება დაიმსახურება ბიზნეს კლასის მოგზაურებში.

3. მოგეხსენებათ, ჩვენ ვცხოვრობთ ჰიპერკომუნიკაციების ეპოქაში, შესაბამისად თვითმფრინავით ფრენის დროს გარკვეულ დისკომფორტს წარმოადგენდა ინტერნეტის არარსებობა, რომელიც ცოტა ხნის წინ აღმოიფხვრა და დღეისათვის რიგი ავიაკომპანიები საკუთარ სტუმრებს სთავაზობენ ე.წ. Wi-Fi-ს. მართალია, ავიაკომპანიები ამას არ აკეთებენ უფასოდ, თუმცა ამ შემთხვევაში მთავარია ის, რომ მომხმარებელს მიეცა არჩევანის საშუალება. ასევე ავიაკომპანიები ამატებენ ტექნიკის დასატენ საშუალებებს, რამაც გამოიწვია მომხმარებელთა დიდი კმაყოფილება და დანიშნულების ადგილზე

ჩასვლა ადარ უწევთ „მკვდარი“ ტელეფონით.

4. დღეისათვის შესაძლებელია სმარტფონით ავიაბილეთის ონლაინ შეკვეთა და დეტალური ინფორმაციის მოძიება საკუთარი რეისის შესახებ. აღნიშნული სიახლის ფარგლებში შესაძლებელია უდიდეს აეროპორტთა ნავიგაცია.

5. თანამედროვე კომპანიების მიერ აქტიურად მიმდინარეობს ონლაინ გიდის ფუნქციის დამატება სმარტფონზე, რომელიც სხვადასხვა ღირსშესანიშნაობების შესახებ მოგაწვდით დეტალურ ინფორმაციას [4].

ყველა ზემოთ ჩამოთვლილი სიახლე ათი წლის წინ წარმოუდგენლად გვეჩვენებოდა, საინტერესოა რა სიახლეებს შემოგვთავაზებენ მსოფლიოს ინოვაციებზე ორიენტირებული კომპანიები და კიდევ რამდენად განვითარდება კონკრეტულად ტურიზმის დარგი. იმისათვის, რომ კიდევ უფრო არ გავოცდეთ კომპანიების მიღწევებით აუცილებელია დროულად მოვახდინოთ ადაპტირება ინოვაციებთან და ჩვენი შესაძლებლობის მაქსიმუმი გავაკეთოთ ამ მიმართულებით.

მაგრამ კონკრეტული ინოვაციური ტექნოლოგიების შემუშავებისა და დანერგვისათვის საჭიროა თანამედროვე ტურისტული მიმართულებების განვითარება ჩვენს ქვეყანაში, მათ შორის აღსანიშნავია, საკრუიზო და სამედიცინო ტურიზმი, რომლებიც დღეისათვის დიდი პოპულარობით სარგებლობს მაღალგადახდისუნარიან მომხმარებელში. რაც თავის მხრივ ტურიზმის, როგორც დარგის სიახლედ მიიჩნევა და ხელს შეუწყობს ინოვაციურ პროდუქციასა და მომსახურებაზე მოთხოვნის ზრდას.

სამედიცინო ტურიზმი ძალიან პოპულარულია მსოფლიოს სხვადასხვა კუთხეში. არსებობენ ქვეყნები, რომლებმაც ამ სფეროში დიდ წარმატებებს მიაღწიეს, მაგ: კანადა, დიდი ბრიტანეთი, ტაილანდი, ინდოეთი, ისრაელი, მალაიზია, სინგაპური, გერმანია და სხვა. სასიამოვნოა ის ფაქტი, რომ ჩვენს ქვეყანაში სამედიცინო ტურიზმის პოპულარიზაცია ბოლო ხანებში განსაკუთრებით გააქტიურდა. კავკასიის რეგიონი და მათ შორის, საქართველოც, მინერალური და თერმული წყლების დიდი რაოდენობით გამოირჩევა, რაც საშუალებას გვაძლევს სამკურნალო კურორტები ქვეყნის თითქმის ყველა რეგიონში განვაფართოოთ. (5)

(6) უნდა ითქვას, რომ სამედიცინო ტურიზმი გარდა კურორტებზე დასვენებისა და ბუნებრივი რესურსების სამკურნალოდ გამოყენებისამოიცავს სხვა ქვეყნებში ან რეგიონებში მოგზაურობას სამედიცინო, სტომატოლოგიური ან ქირურგიული მომსახურებისთვის. გამომდინარე აქედან, შეგვიძლია შევიშუშავოთ ტურისტული პროექტები (მარშრუტები), რომლებიც ითვალისწინებენ

მსურველი ტურისტისათვის მაღალკვალიფიციურ სამედიცინო მომსახურებას და შემდგომ სარეაბილიტაციო პერიოდით, კონკრეტული დაავადების შესაბამისი სამკურნალო თვისებების მქონე კურორტზე გადაყვანას [5].

სამედიცინო ტურიზმის განვითარებისათვის აუცილებელია საქართველოს ტურისტული პოტენციალის მქონე კურორტების ინფრასტრუქტურის მოწესრიგება, სამედიცინო დაწესებულებების ინოვაციური ტექნოლოგიებით აღჭურვა და შესაბამისი კადრებით უზრუნველყოფა, წინააღმდეგ შემთხვევაში შეუძლებელია რაიმე მნიშვნელოვანი წარმატების მიღწევა [7].

რაც შეეხება საკრუიზო ტურიზმს ეს არის მოგზაურობა საზღვაო ხომალდით (კრუიზით), რომლითაც ძირითადად სარგებლობენ ე.წ. „ხუთვარსკვლავიანი“ ტურისტები. ჩვენს ქვეყანაში, კერძოდ ქალაქ ბათუმში ამ მიმართულების განვითარებაზე ბოლო წლებში მიმდინარეობს მსჯელობა, თუმცა არსებობს ორი დამაბრკოლებელი ფაქტორი: ნავმისადგომის მასშტაბების სიმცირე და შესაბამისი ინფრასტრუქტურის არარსებობა, გასათვალისწინებელია ის ფაქტი, რომ ერთდროულად რამდენიმე კრუიზის მიღების დროს ქალაქში და სამკურნალო კურორტებზე უნდა არსებობდეს თანამედროვე ტიპის სასტუმროები, რომლებიც მიიღებს სტუმრებს. მოგვსენებათ ზაფხულში ბრენდ სასტუმროებს საკმაოდ მრავლად ჰყავს სტუმარი და არ არის მარტივი ათეულობით ნომრების, თუნდაც რამდენიმე კვირით ადრე დაჯავშნა.

საკრუიზო ტურიზმის განვითარებისათვის აუცილებელია რიგი ღონისძიებები, კერძოდ, უნდა შეიქმნას შესაბამისი ინფრასტრუქტურა საკრუიზო გემების მისადგებად; მოხდეს ბათუმის პორტის გაერთიანება საკრუიზო საერთაშორისო ორგანიზაციებში; გატარდეს მარკეტინგული ღონისძიებები ბათუმის პოპულარიზაციისათვის; მოხდეს შავი ზღვის ქვეყნების ერთიან პლატფორმაში ბათუმის პორტის პოზიციონირება. აჭარის ტურიზმისა და კურორტების დეპარტამენტის თავჯდომარე აცხადებს რომ „საკრუიზო ტურიზმის განვითარებისათვის რეგიონში აუცილებელია აჭარის მთავრობისა და ბათუმის პორტის ჩართულობა. ერთი მხრივ ბათუმის, პორტმა უნდა განახორციელოს ინფრასტრუქტურული პროექტები, ხოლო აჭარის მთავრობამ ტურიზმის დეპარტამენტის საშუალებით უნდა აიღოს თავის თავზე რეკლამა და მარკეტინგული ღონისძიებების განხორციელება“ [8].

საკრუიზო ტურიზმი მნიშვნელოვნად გაზრდის ჩვენი ქვეყნის მშპ-ში ტურიზმის წილს ვინაიდან, ოფიციალური სტატისტიკის თანახმად საკრუიზო

ინდუსტრიის წევრი კომპანიების შემოსავლებმა 2014 წელს 37 მილიარდ დოლარს გადააჭარბა, რაც იმაზე მეტყველებს, რომ ეს მიმართულება საკმაოდ მომგებიანია მათთვის ვინც ახორციელებს მომსახურების მიწოდებას ამ სფეროში [10].

ამრიგად, თუ ჩვენ გვსურს რომ საქართველო იყოს 12 თვიანი ტურისტული ზონა, აუცილებელია გამოვიყენოთ ის პოტენციალი, რაც საქართველოს გააჩნია და რაც შეიძლება მოკლე ვადებში დავიწყოთ სამედიცინო და საკრუიზო ტურიზმის დანერგვა ჩვენი ქვეყნის ტერიტორიაზე.

საინტერესოა ამ ორი ტურისტული მიმართულებისადმი კომპლექსური მიდგომა, ვინაიდან ორივე მათგანი ძირითადად, დაახლოებით ერთმანეთის მსგავსი ტიპის სოციალურ კატეგორიას ემსახურება, პორტალ CruiseCompare-მა ჩაატარა ბრიტანელი „კრუიზერების“ გამოკითხვა, საიდანაც გამოვლინდა, რომ საკრუიზო ტურიზმის მოსარგებლეთა აბსოლუტური უმრავლესობა 50 წელს გადაცილებულია და დიდია მათი ყურადღება საკუთარი ჯანმრთელობის მიმართ. შესაბამისად კრუიზის მგზავრებს, რომლებიც რამდენიმე დღით ჩერდებიან საქართველოში, ვთავაზობთ მაღალკვალიფიციურ სამედიცინო მომსახურებას, ამის შემდეგ ექიმის რეკომენდაციით რამდენიმე დღით იგზავნება საქართველოს შესაბამისი სამკურნალო თვისებების მქონე კურორტზე, სადაც იმყოფება სპეციალისტების მეთვალყურეობის ქვეშ თანამედროვე სტანდარტებით აღჭურვილ

სასტუმრო-სანატორიუმში. გამაჯანსაღებელი კურსის შემდეგ კრუიზერი უბრუნდება თავის საზღვაო ხომალდს და აგრძელებს მოგზაურობას [9].

აღნიშნული ინოვაციური პროექტის განხორციელება გამოიწვევს რიგ წარმატებებს ქვეყნის ეკონომიკაში. პირველ რიგში გაჩნდება მაღალგადახდისუნარიანი ტურისტი, რაც მნიშვნელოვან სტიმულს წარმოადგენს, როგორც სახელმწიფო დაწესებულებებისათვის ისე მოქალაქეებისათვის, გაიზრდება ინვესტორთა რაოდენობა, გაჩნდება მოთხოვნა ინოვაციურ პროდუქციასა და მომსახურებაზე, განვითარდება სამედიცინო სფერო, გაუმჯობესდება კურორტებზე მცხოვრები ადგილობრივი მოსახლეობის სოციალურ-ეკონომიკური მდგომარეობა, გაჩნდება ახალი სამუშაო ადგილები და სხვა. ეს ყველაფერი დადებითად აისახება ქვეყნის მშპ-ზე და საბოლოო ჯამში გაძლიერდება საქართველოს ეკონომიკა, რაც წარმოადგენს წარმატების ერთადერთ გარანტიას საერთაშორისო არენაზე.

დასკვნა: ამრიგად, აუცილებელია საქართველოს ტურიზმის დარგის ინოვაციური მენეჯმენტი, რომელიც მიზნად ისახავს ჩვენი ქვეყნის მიერ ახალი ტურისტული სერვისების შემუშავებას და შეთავაზებას საერთაშორისო მოგზაურთათვის, რაც ნამდვილად არ წარმოადგენს რთულ ამოცანას არსებული ტურისტული რესურსის უტილიზაციის შემთხვევაში.

ლიტერატურა/REFERENCES

- 1 <http://bizzone.info/tourism/2016/1462397081.php>
- 2 <http://www.economy.ge/ge/economic-data/tourism>
- 3 http://travel.vesti.ru/article_16375
- 4 <https://www.weforum.org/agenda/2015/09/5-innovations-transforming-the-travel-industry/>
- 5 <http://davaypoedem.com/review/item/193-top-5-stran-dlya-meditsinskogo-turizma>
- 6 <http://www.bpn.ge/biznesi/25607-ra-perspektiva-aqvs-saqarthveloshi-samedicino-turizms.html?lang=ka-GE>
- 7 https://ka.wikipedia.org/wiki/%E1%83%A1%E1%83%90%E1%83%9B%E1%83%94%E1%83%93%E1%83%98%E1%83%AA%E1%83%98%E1%83%9C%E1%83%9D_%E1%83%A2%E1%83%A3%E1%83%A0%E1%83%98%E1%83%96%E1%83%9B%E1%83%98
- 8 <http://gobatumi.com/ge/imex-2014/363>
- 9 <http://www.atorus.ru/news/press-centre/new/9907.html>
- 10 <http://www.statista.com/statistics/204572/revenue-of-the-cruise-line-industry-worldwide-since-2008/>
- 11 <http://buyingbusinesstravel.com.ru/articles/velikie-innovatsii-turizma/>
- 12 http://travel.vesti.ru/article_16375
- 13 <http://media.unwto.org/ru/press-release/2016-01-19/chislo-mezhdunarodnykh-turistskikh-pribytii-v-2015-godu-vozroslo-na-4-i-dos>
- 14 <http://gnta.ge/ge/%E1%83%A1%E1%83%A2%E1%83%90%E1%83%A2%E1%83%98%E1%83%A1%E1%83%A2%E1%83%98%E1%83%99%E1%83%90/>
- 15 <http://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2016/georgia2016.pdf>

ანზორ დევაძე

ANZOR DEVADZE

ეკონომიკის მეცნიერებათა კანდიდატი,
ბათუმის შოთა რუსთაველის სახელმწიფო
უნივერსიტეტის პროფესორი

Candidate of Economic Sciences,
Professor of Batumi Shota Rustaveli
State University

ანოტაცია

ტურისტული საწარმოების მართვა საკმაოდ რთული პროცესია, რომელიც ეკონომიკური ნაკადების ოპტიმიზაციის მიზნით მოითხოვს ლოგისტიკური სისტემების ამოქმედებას, რაც მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს კომპანიის ფინანსურ შედეგებზე.

ლოგისტიკას ტურიზმში განიხილავენ როგორც ტურიზმის მენეჯმენტის ერთ-ერთ ეფექტურ საშუალებას. ტურისტული ფირმის ლოგისტიკა წარმოადგენს ტურიზმში სპეციფიკურ ლოგისტიკურ საქმიანობას, რომლის არსიც მდგომარეობს იმ ოპერაციების დაგეგმარებაში, მართვასა და კონტროლში, რომლებიც ხორციელდება ტურის შემუშავების, მისი ფორმირებისა და მომხმარებლის ინტერესებისა და მოთხოვნების გათვალისწინებით მზა პროდუქციის მომხმარებელზე მიწოდების დროს. ტურისტული ფირმის ლოგისტიკა ასევე ითვალისწინებს შესაბამისი ინფორმაციის მიწოდების, შენახვისა და დამუშავების პროცესებს. ლოგისტიკას ასევე მიიჩნევენ კონკურენტულ იარაღად ბაზარზე და მართვის ფილოსოფიად ტურიზმში.

ლოგისტიკური სისტემა, ინტეგრირებული პარადიგმის თანახმად, განიხილება როგორც ერთიანი მთლიანი, როგორც ინტეგრირებული სისტემა, რომელიც მომხმარებელთა მოთხოვნილებების შესაბამისად აერთიანებს ტურისტული პროდუქტის ფორმირების, წარმოების და რეალიზაციის მთლიან სასიცოცხლო ციკლს.

გამომდინარე აქედან, მოცემული პარადიგმა წარმოადგენს ტურისტული ბიზნესის ორგანიზაციის სიტუაციურ და კომბინირებულ პერსპექტივას როგორც შიდა საფირმო, ასევე ფირმათაშორის დონეებზე.

ლოგისტიკის პრინციპებს წარმოადგენენ მოხმარების პრიორიტეტები. ამიტომ, სერვისის სახესა და დონეს, რომელსაც სთავაზობენ მომხმარებლებს, წამოწევენ წინა პლანზე, ხოლო დროის შემცირება და შეკვეთის შესრულების საიმედოობის ამაღლება განიხილება როგორც ლოგისტიკის უმთავრესი მიზანი.

ლოგისტიკური მიდგომის საფუძველზე მენეჯმენტის იდეალური სისტემა წარმოადგენს სისტემას, რომელიც ეფუძნება ინტეგრირებულ მიდგომას და საშუალებას იძლევა მიზანმიმართულად იმართოს ტურისტული საწარმოს ეფექტური საქმიანობის რეზერვები.

საკვანძო სიტყვები: ლოგისტიკა, ტურისტული საწარმო, ტურიზმის ლოგისტიკა, მატერიალური ნაკადი, ფინანსური ნაკადი, საინფორმაციო ნაკადი, ნაკადების მართვის სისტემა.

Abstract

Management of tourist enterprises is quite a complicated process, which requires activation of logistics systems in order to optimize economic flows that have a significant impact on the company's financial results.

Logistics is being discussed as one of the most effective methods of tourism management. Logistics of Tourist Company represent specific logistics activity, the essence of which lies in the planning of operations, in management and control, which is carried out during development of the tour and during the time of delivering the finished product to the consumer. Logistics of Tourist Company also provides processes of supplying relevant information, storing and processing. Also logistics is a competitive tool in the market and a management philosophy in the tourism.

According to the integrated paradigm, logistics system is viewed as a unified whole, as an integrated system that combines the tourism product formation, production and realization of the entire life cycle according to the Customers Demands.

Thus, the paradigm represents organization's situational and combined perspective of tourism business on the inside-company and outside-company levels.

Logistics principles represent consumer priorities. Therefore, the level and type of service, which are offered to customers, are being advanced to the foreground, while the reduction of the time and improvement of performance reliability are being considered as the ultimate goal of logistics.

Based on the logistics approach, the ideal system of management is system that is based on an integrated approach and allows purposefully manage effective activity reserves of the tourist enterprise.

Key words: Logistics, Tourist Enterprise, TourismLogistics, Material flow, Financial flow, Information flow, Flow management system.

შესავალი

თანამედროვე პირობებში სამამულო ტურისტულ კომპანიებში მენეჯმენტი მნიშვნელოვნად აფართოებს თავისი პასუხისმგებლობების საზღვრებს. ამასთან დაკავშირებით ფინანსური, საინფორმაციო და სხვა რესურსების რაციონალური მოხმარება შესაძლებელია ყველა იმ ბიზნეს – სუბიექტების კოორდინირებული და შეთანხმებული საქმიანობის საფუძველზე, რომელთა გავლითაც მიემართებიან არსებული ნაკადები. აღნიშნული განაპირობებს ფინანსებისა და ინფორმაციის სფეროებში, როგორც ერთიანი პროცესის ჩარჩოებში, ეფექტიანობის რეზერვების მართვის მეთოდური ასპექტების შემუშავების აუცილებლობას ისეთი კატეგორიების ურთიერთკავშირების გათვალისწინებით, როგორებიცაა „ნაკადი“, „ფინანსები“ და „ინფორმაცია“.

სტატისათვის შერჩეული თემის აქტუალობას, ჩვენი აზრით, განაპირობებს მეურნეობრიობის თანამედროვე პირობებში ტურისტული კომპანიების რესურსების გამოყენების გაუმჯობესების პრობლემის გადაწყვეტა ტურისტული და მისი უზრუნველყოფი ფინანსური და საინფორმაციო ნაკადების რაციონალური მართვის საფუძველზე.

მოცემულ თემის მიზანს წარმოადგენს ტურისტული კომპანიების ეფექტური მართვის ახალი მეთოდებისა და მოდელების შემუშავების ობიექტური აუცილებლობის დასაბუთება ნაკადური პროცესების ლოგისტიკის საფუძველზე.

ტურისტული საწარმოების მართვა საკმაოდ რთული პროცესია, რომელიც ეკონომიკური ნაკადების ოპტიმიზაციის მიზნით მოითხოვს ლოგისტიკური სისტემების ამოქმედებას, რაც მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს კომპანიის ფინანსურ შედეგებზე.

ლოგისტიკას ტურიზმში განიხილავენ როგორც ტურიზმის მენეჯმენტის ერთ ერთ ეფექტურ საშუალებას. ტურისტული ფირმის ლოგისტიკა წარმოადგენს ტურიზმში სპეციფიკურ ლოგისტიკურ საქმიანობას, რომლის არსიც მდგომარეობს იმ ოპერაციების დაგეგმარებაში, მართვასა და კონტროლში, რომლებიც ხორციელდება ტურის შემუშავების, მისი ფორმირებისა და მომხმარებლის ინტერესებისა და მოთხოვნების გათვალისწინებით მზა პროდუქციის მომხმარებელზე მიწოდების დროს. ტურისტული ფირმის ლოგისტიკა ასევე ითვალისწინებს შესაბამისი ინფორმაციის მიწოდების, შენახვისა და დამუშავების პროცესებს. ლოგისტიკას ასევე მიიჩნევენ კონკურენტულ იარაღად ბაზარზე და მართვის ფილოსოფიად ტურიზმში..

ტურიზმის ლოგისტიკის კომპონენტურ სტრუქტურას მიეკუთვნება:

ტურისტულ - რეკრეაციული რესურსების

(ტურიზმის რესურსული ბაზის) ლოგისტიკა;

– ტურიზმის მატერიალურ - ტექნიკური ბაზის ლოგისტიკა, მათ შორის ტურისტების განთავსებისა (სასტუმრო მეურნეობის) და კვების (სარესტორნო მეურნეობის) სფეროების ლოგისტიკა;

საინფორმაციო ინფრასტრუქტურის ლოგისტიკა;

– ტურიზმის სატრანსპორტო ინფრასტრუქტურის ლოგისტიკა (ტურისტული გადაზიდვების ლოგისტიკა);

– საექსკურსიო მომსახურების ლოგისტიკა;

– ტურიზმში თანამდები მომსახურების ლოგისტიკა;

– ტურისტული საქონლის წარმოებისა და გასაღების ლოგისტიკა.

ტურისტული კომპანიის ლოგისტიკური სისტემაში იგულისხმება:

– ინფორმაცია – ტურების დაგეგმვა, შეკვეთების დამუშავება, მოთხოვნების პროგნოზირება;

– ტურისტების გადაყვანა, ტრანსპორტის სახისა და გადაამზიდავი კომპანიის შერჩევა;

– კადრები, რომლებიც ემსახურებიან ტურისტებს;

– მომსახურე წარმოებები – ლოგისტიკის ქვეგანყოფილებები, რომლებიც ემსახურებიან ტურების ფორმირების პროცესებს და მომხმარებლებს უწევენ შესაბამის მომსახურებებს.

ლოგისტიკური სისტემის ელემენტებსა და ფაქტორებს, რომელთაც გათვალისწინება აუცილებელია მათი შემუშავების დროს, მიეკუთვნება:

– ტურისტული ფირმების ფილიალების რაოდენობა და მათი განლაგება;

– ინფორმაციული კავშირი, რომელიც ეფუძნება კომპიუტერული ტექნოლოგიების გამოყენებას (Internet, E-mail);

– სატრანსპორტო მოდელი.

ბოლო პერიოდში ლოგისტიკის პრეროგატივას მატერიალური ნაკადების მართვასთან ერთად წარმოადგენს მომსახურების ნაკადების მართვა. ტურიზმში მომსახურების ნაკადებად გაიგება მომსახურებების კომპლექსი ტურისტების გადაზიდვების, განთავსების, კვების კუთხით, საექსკურსიო მომსახურებები, ასევე გიდი – თარჯიმანების მომსახურება და სხვა მომსახურებები, რომლებიც ტურისტებს მიეწოდებათ მათი მოგზაურობის მიზნის შესაბამისად.

ნაკადების მართვა ინოვაციური ლოგისტიკის საფუძველზე რესურსების ტრადიციული მართვისაგან განსხვავდება ინტეგრირებულ ლოგისტიკურ მიდგომაში ბიზნეს – პროცესების მართვისადმი. ასეთი მიდგომის საშუალებით საწარმო აღწევს გარე ცვლილებებთან ადაპტა-

ციის შესაბამის დონეს, კონკრეტულ ბაზარზე თავაზობს ტურისტული პაკეტების აუცილებელ რაოდენობას, სადაც ისინი მოთხოვნადი იქნებიან საჭირო დროს, ცდილობს მიადწიოს შეკვეთების მიღების, დამუშავებისა და სატრანსპორტო მომსახურების სინქრონიზაციას, დანახარჯების შემცირებას.

ლოგისტიკური სისტემა, ინტეგრირებული პარადიგმის თანახმად, განიხილება როგორც ერთიანი მთლიანი, როგორც ინტეგრირებული სისტემა, რომელიც მომხმარებელთა მოთხოვნილებების შესაბამისად აერთიანებს ტურისტული პროდუქტის ფორმირების, წარმოების და რეალიზაციის მთლიან სასიცოცხლო ციკლს.

გამომდინარე აქედან, მოცემული პარადიგმა წარმოადგენს ტურისტული ბიზნესის ორგანიზაციის სიტუაციურ და კომბინირებულ პერსპექტივას როგორც შიდა საფირმო, ასევე ფირმათაშორის დონეებზე.

მეურნეობრიობის ყველა სფეროში კონკურენციის გამძაფრება მოითხოვს ლოგისტიკური სისტემების მუდმივ ტრანსფორმაციასა და ადაპტაციას განუწყვეტლივ ცვალებად შიგა და საგარეო პირობებთან, რომელიც გამოიხატება მატერიალური, ფინანსური და საინფორმაციო ნაკადების სისწრაფის ზრდაში, ლოგისტიკური ჯაჭვის რგოლებს შორის ფინანსურ ურთიერთობათა გართულებაში, ასევე ლოგისტიკურ სისტემებში ორგანიზაციულ – ეკონომიკური ურთიერთობების ჩარჩოებში ურთიერთკავშირების რაოდენობის შემცირებაში.

ტურისტულ ინდუსტრიაში ლოგისტიკური ტექნოლოგიების დანერგვა და გამოყენება საშუალებას იძლევა:

- შეიქმნას ტურისტული პროდუქტის ფორმირებისა და მისი მოძრაობის აღრიცხვისა და კონტროლის ერთიანი სისტემა;

- შემცირდეს ტურისტული პროდუქტის ფორმირების, „წინ წაწევის“ და რეალიზაციის დროითი ინტერვალი;

- განხორციელდეს ფინანსური და საინფორმაციო ნაკადების აღრიცხვისა და კონტროლის ავტომატიზაცია;

- შემცირდეს დრო და ამაღლდეს ტურისტული პროდუქტის მომხმარებლების მომსახურების ხარისხი;

- შემცირდეს სისტემაში ცირკულირებადი დოკუმენტაციის მოცულობა, ასევე მნიშვნელოვნად შემცირდეს შეცდომების რაოდენობა სააღრიცხვო - საანგარიშგებო დოკუმენტაციაში;

ტურიზმში ლოგისტიკური მართვის ობიექტებს წარმოადგენენ ტურისტული პროდუქტის ფორმირების, „წინ წაწევის“ და რეალიზაციის პროცესები, ასევე მათთან დაკავშირებული ფი-

ნანსური და საინფორმაციო ნაკადები. აღნიშნული რთული ფაქტორები მოითხოვენ კომპლექსურ ანალიზს და რიგი ფაქტორების შეფასებას:

- ტურისტული პროდუქტის მომხმარებლების მოსალოდნელი კონტიგენტი (საქმიანი, ტურისტულ - გამაჯანსაღებელი, შემეცნებითი და ა.შ.);

- ტურისტული პროდუქტის სახეები, რომლებიც განსაკუთრებით მოთხოვნადია ამჟამინდელ დროში ან იქნება უახლეს მომავალში;

- განთავსების ობიექტების პირობები (სასტუმროები, რესტორნები, სანატორიულ - საკურორტო ობიექტები, პანსიონატები, დასასვენებელი სახლები, კემპინგები და ა.შ.);

- რეალიზებული მომსახურებები და მათი მატერიალურ - ტექნიკური უზრუნველყოფა;

- მარკეტინგის ელემენტები (ტუროპერატორის კატალოგი, რევიონის აღწერა, საკურორტო ქალაქის საექსკურსიო და სავაჭრო შესაძლებლობები, ტურისტული პროდუქტის რეალიზაციის წესები და ა.შ.);

- ტურის პირობები;

- მომსახურებების მიწოდების საიმედოობა.

ტურისტული პროდუქტის ფორმირებისა და „წინ წაწევის“ ლოგისტიკური პროცესი მოიცავს შემდეგ ეტაპებს: გამოკვლევა, ექსპერიმენტი, შემუშავება, კადრების მომზადება ტურპროდუქტის ფორმირებისა და „წინ წაწევისთვის“, რეკლამის ორგანიზაცია და რეკლამის ჩატარება.

ლოგისტიკური კვლევების ობიექტებად შეიძლება წარმოვიდგინოთ:

- ახალი ტურები, მომსახურების სახეები, ტურების კონცეფციები და პროგრამები, პოტენციური მოთხოვნილება ტურისტულ პროდუქტზე და ა.შ. (ტარდება საკითხის ეკონომიკური და ფასობრივი შეფასება);

- ტურისტული პროდუქტის წარმოებისა და მოხმარების მოცულობა, სტრუქტურა და დინამიკა;

- რეზერვების არსებობა და მათი დონე (მომხმარებლების მოცვის ზრდის მიხედვით, მარშრუტების გეოგრაფიის გაფართოების მიხედვით, მომსახურების ნომენკლატურის მიხედვით, მომსახურების პროგრამების ვარიანტების მიხედვით და ა.შ.);

- ფასების მოძრაობა: როგორ ყალიბდება ფასები ანალოგიურ მომსახურებაზე კონკურენტ ფირმებში, როგორია ფასების საშუალო საბაზრო კურსი ამა თუ იმ მომსახურებაზე და ა.შ.;

- ბაზრის მონაწილეები (პარტნიორები, კონკურენტები, პროდუქტის მომწოდებლები, შუამავლები, მომსახურების მომხმარებლები

და ა.შ.);

– ტურიზმში ლოგისტიკის ძირითად ფუნქციებს მიეკუთვნება:

– ტურისტული პროდუქტის „წინ წაწევის“ და რეალიზაციის ოპერატიული ანალიზი, კონტროლი და ფორმირების პროცესების მართვა, ასევე ტურისტული ორგანიზაციების საქმიანობის სტრატეგიული დაგეგმარება და პროგნოზირება;

– აუცილებელი და შესაბამისი ხარისხის ინფორმაციის გადაცემა (მიღება) საჭირო დროს და საჭირო ადგილას;

ტურისტების და ტურისტული პროდუქტის გადაადგილების (მოძრაობის) ოპერატიული კონტროლი;

– ტურისტული სისტემის ინფრასტრუქტურის (ლოკალური, რეგიონული, ტრანსკონტინენტალური ქსელები და ა.შ.) განცალკევებულად ფუნქციონირებადი საინფორმაციო სისტემების ინტეგრაცია;

– ანალიზისა და ტურისტულ სფეროში ნეგატიური ტენდენციების განვითარების პროგნოზირებასთან ერთად ეკონომიკური ფორს - მაჟორის შემთხვევის დადგომის თავიდან ასაცილებლად ფინანსური ზღურბლის (ბუფერის) გათვლა და ორგანიზაცია;

– სელექტორული თათბირების, ვიდეოკონფერენციების, სიმპოზიუმების და ა.შ. ჩატარების უზრუნველყოფა ადგილობრივი, რეგიონული და გლობალური მასშტაბებით;

ტურისტული ოპერატორების წარმომადგენლობისთვის მიზანშეწონილად მიგვაჩნია გამოყოფილი იქნას ლოგისტიკის შემდეგი ფუნქციონალური ზონები:

– ლოგისტიკური სერვისული გარანტიების მიწოდების მონიტორინგი;

– ტურისტული მომსახურების მიწოდების ჯაჭვის მონაწილეების საქმიანობის ლოგისტიკური კოორდინაცია, რაც ითვალისწინებს ლოგისტიკური სერვისის დონისადმი მოთხოვნების ამადლებზე სწრაფ რეაგირებას;

– ტურისტული ნაკადების მომსახურების არხების ლოგისტიკური აუდიტი.

შესასრულებელი ფუნქციების შესაბამისად ტურიზმში ლოგისტიკის ძირითადი ამოცანებს შეიძლება მივაკუთვნოთ ტურისტული პროდუქტის ფორმირების, „წინ წაწევის“ და რეალიზაციის რაციონალიზაცია; ტურისტებისა და ექსპურსანტების გადაყვანის ორგანიზაციის გაუმჯობესება და მარშრუტების ოპტიმიზაცია; ტურისტული პროდუქტის მომწოდებლებსა და მომხმარებლებს შორის ოპერატიული ინფორმაციის გაცვლის ორგანიზაცია; ფინანსური ნაკადების დაგეგმვა, პროგნოზირება და კონტროლი.

ტურისტული კომპანიებისათვის გარკვეულწილად საინტერესო იქნება ნაშრომში [7] შემოთავაზებული ლოგისტიკური სისტემა, რომელიც თავის თავში მოიცავს რამდენიმე ქვესისტემას:

– ტურისტული პროდუქტის მართვის ქვესისტემას;

– სატრანსპორტო კომპანიებთან ურთიერთობების ქვესისტემას;

– სასტუმრო მომსახურების ორგანიზაციის ქვესისტემას;

– პერსონალის მართვის ქვესისტემას;

– საინფორმაციო ნაკადების მართვის ქვესისტემას;

– ფინანსების ქვესისტემას.

მოდელის ეფექტური ფუნქციონირების მიზნით ავტორის მიერ შემოთავაზებულია ინფორმაციული უზრუნველყოფის მექანიზმი, რომელიც ითვალისწინებს ნაკადების მართვის სისტემის დანახარჯების კლასიფიკაციას მმართველობითი აღრიცხვის ფარგლებში რესურსული და ფუნქციონალური ნიშნის მიხედვით, რომელიც აუცილებელია ნაკადების მართვის სისტემაში დანახარჯების წარმოქმნის საკვანძო ადგილებისათვის შესაბამისი ყურადღების მისაქცევად.

დანახარჯების ამგვარი წესით დაჯგუფება აუცილებელია ნაკადების მართვის სისტემის დანახარჯების მატრიცის შედგენისათვის, რომელიც საშუალებას მოგვცემს გამოვლენილი იქნას დანახარჯების ზრდის მიზეზები. მოცემული ლოგისტიკური სისტემის დანერგვა ტურისტულ საწარმოებში საშუალებას იძლევა შემცირებული იქნას დანახარჯები, გაიზარდოს საინფორმაციო ნაკადების ეფექტურობა და გაუმჯობესდეს საბოლოო მომხმარებლებისათვის გათვალისწინებული ტურების ხარისხი.

ლოგისტიკის დასანერგი მიმართულებების ეკონომიკური ანალიზის მოდელად მიზანშეწონილად მიგვაჩნია გამოყენებული იქნას ქსელური დაგეგმარების მეთოდი. ასევე ამ შემთხვევაში სასურველია გამოყენებული იქნას მიწოდებათა ჯაჭვის შეფასების მატრიცული სისტემა [2], რომელიც მოიცავს:

– ტურისტული მომსახურების მიწოდების შეკვეთების ნაწილს, რომლებიც შესრულებულია დათქმულ ვადებთან შესაბამისობაში;

– დამატებით ტურისტულ მომსახურებაზე გაწეულ ფაქტიურ საშუალო დანახარჯებს, გამოსახულს პროცენტებში ფაქტიურ შემოსავლებთან მიმართებაში;

– ტურისტების პრეტენზიებზე და მათ დაკმაყოფილებაზე რეაქციის დროს, ანუ საშუალო ვადა ტურისტების მხრიდან პრეტენზიის მიღებასა და მათ კონტაქტს ტუროპერატორის შესაბამის წარმომადგენელს შორის;

– ტურისტების პრეტენზიების დაკმაყოფილების დროს.

ლოგისტიკური მიდგომის საფუძველზე ტურისტული სააგენტოს მმართველობითი სტრუქტურის სტანდარტული მოდელის გაუმჯობესებისათვის მიზანშეწონილია გამოყენებული იქნას აგენტების განაწილება სპეციფიკურ სამომხმარებლო ბაზრებზე [6].

ზემოთ აღნიშნულიდან გამომდინარეობს, რომ ლოგისტიკის პრინციპებს წარმოადგენენ მოხმარების პრიორიტეტები. ამიტომ, სერვისის სახესა და ღონეს, რომელსაც სთავაზობენ მომხმარებლებს, წამოწევენ წინა პლანზე, ხოლო დროის შემცირება და შეკვეთის შესრულების საიმედოობის ამაღლება განიხილება როგორც ლოგისტიკის უმთავრესი მიზანი.

მოცემული პრინციპების რეალიზაცია ხელს უწყობს მისაღები გადაწყვეტილებების ოპტიმიზაციას, რაც ტურისტულ ფირმებს საშუალებას აძლევს განიმტკიცონ თავიანთი პოზიციები სამომხმარებლო ბაზარზე.

აღნიშნულიდან გამომდინარე, შეიძლება დავასკვნათ, რომ ლოგისტიკური მიდგომის საფუძველზე მენეჯმენტის იდეალური სისტემა წარმოადგენს სისტემას, რომელიც ეფუძნება ინ-

ტეგრირებულ მიდგომას და საშუალებას იძლევა მიზანმიმართულად იმართოს ტურისტული საწარმოს ეფექტური საქმიანობის რეზერვები.

ნაკადური პროცესების სრულყოფა ფინანსური და საინფორმაციო ნაკადების საშუალებით მოითხოვს მთელი ლოგისტიკური სისტემის ეფექტიანობის ამაღლებას მისი სტრუქტურის, ორგანიზაციულ – ეკონომიკური მექანიზმის გაუმჯობესებისა და იმ დანახარჯების მინიმიზაციის საფუძველზე, რომლებიც ორიენტირებული არიან საბაზრო მოთხოვნილებების მაქსიმალურ დაკმაყოფილებაზე. ამასთან ერთად, უნდა აღინიშნოს, რომ ტურისტული კომპანიების ნაკადური პროცესების თავისებურებებიდან გამომდინარე, ეფექტურობის ამაღლების რეზერვების გამოყენებაში საუკეთესო შედეგებს შეიძლება მიღწიონ მხოლოდ იმ კომპანიებმა, რომლებიც გამოიყენებენ ინტეგრირებული ლოგისტიკის კონცეფციას, რომელიც ითვალისწინებს ლოგისტიკური სისტემის იმ ნაკადების გამჭოლ მართვას, რომლებიც გაივლიან მთელი ლოგისტიკური ჯაჭვის ყველა რგოლს.

ლიტერატურა / REFERENCES

1. ა. დევაძე. ლოგისტიკური სისტემების თავისებურებები და ნაკადების ეფექტური მართვა ტურისტულ კომპანიებში. თბ., 2015.
2. ა. დევაძე. ტურისტული ორგანიზაციების კლიენტების სერვისული (საინფორმაციო) მომსახურების ლოგისტიკური პროცესები. ქუთაისი., 2016.
3. ლ. ბოცვაძე, კ. ერაძე, ვ. ბოცვაძე. ლოგისტიკური მენეჯმენტი და მოდელირება. თბ., 2010.
4. შ. ვეშაპიძე, ლ. ოსაძე, დ. სეხნიაშვილი. ლოჯისტიკა. თბ., 2012.
5. Гапонова Е.В. *Обоснование логистической стратегии конкурентоспособности туроператоров: Автореф. дис. канд. экон. наук: 08.00.05.* - СПб., 2006. - 16 с. .
6. Рожкова Н.В. *Логистическое управление в туристическом бизнесе // Российское предпринимательство.* - 2007. - № 3. - С. 130 - 133.
7. Соколов И.А. *Совершенствование управления туристскими предприятиями на основе логистизации потоковых процессов: Автореф. дис... канд. экон. наук: 08.00.05.* - М., 2007. - 28 с.

1. A. DEVADZE. Logistic systems and flow characteristics of effective management of the tour companies. Tb., 2015.
2. A. DEVADZE. Tourism organizations customer service (information) services Logistics. Kutaisi., 2016.
3. L. Botsvadze, j. Eradze, f. Botsvadze. Logistics management and modeling. Tb., 2010
4. Sh. Veshapidze, l. Osadze, d. Sekhniashvili. Logistics. Tb., 2012.
5. Gaponova EV Justification sourcing competitive tour operators: Author. Dis. cand. ehkon. Sciences: 08.00.05. - St. Petersburg, 2006. - 16, p.
6. Rozhkova NV Logistical management in the tourism business // Russian Entrepreneurship. - 2007. - № 3. - C. 130 - 133.
7. Sokolov IA Improving the management of tourist enterprises on the basis of flow processes logistizatsii: Author. dis ... cand. ehkon. Sciences: 08.00.05. - M., 2007. - 28

ინტერნეტ რეკლამის შესაძლებლობების მიმოხილვა

ქართულ მარკეტინგულ სივრცეში

RIVIEW OF OPPORTUNITIES OF INTERNET ADVERTISING IN GEORGIAN MARKETING SPACE

ირაკლი აბაშიძე

ბათუმის შოთა რუსთაველის სახელმწიფო
უნივერსიტეტის დოქტორანტი

IRAKLI ABASHIDZE

PHD student of Batumi Shota
Rustaveli State University

ანოტაცია

თანამედროვე ბაზრებზე მარკეტინგული მიზნების განხორციელების პროცესში ინტერნეტ რეკლამა არა უბრალოდ ეფექტური, არამედ ერთ-ერთი უმთავრესი კომპონენტია. მიუხედავად ამისა, ქართულ კომპანიებს, ობიექტური თუ სუბიექტური მიზეზების გამო, ჯერ კიდევ საკმაოდ მწირი დოზით აქვთ ათვისებული ინტერნეტ რეკლამის რესურსები და პოტენციალი, განსხვავებით ამერიკული და ევროპული კომპანიებისგან. ქართულ ბაზარზე ინტერნეტ რეკლამის სხვადასხვა ტიპების სხვადასხვა მასშტაბით პრაქტიკაში დანერგვის დინამიკა მზარდია, თუმცა ჯერ კიდევ დიდია ის თავისუფალი ნიშა, რისი შევსების შემთხვევაში, შესაძლოა, ქართულ ბაზარზე რადიკალურად შეიცვალოს მიდგომები პროდუქტისა თუ მომსახურების მხარდაჭერის საქმეში. განსაკუთრებით იმ რეალობის გათვალისწინებით, რომ მარკეტინგი არის სწრაფად ცვალებადი და მუდმივი სიახლეების მატარებელი საქმიანობის სფერო. ამიტომ, ის კომპანიები, რომლებიც მოახერხებენ მუდმივად ცვალებად გარემოსთან ადაპტაციას და არსებულ რეალობასთან თავიანთი საქმიანობის ეფექტურად მორგებას, მოიპოვებენ მნიშვნელოვან კონკურენტულ უპირატესობას. სტატიის ძირითად მიზანსაც ქართულ მარკეტინგულ სივრცეში ინტერნეტ რეკლამის შესაძლებლობების განხილვა და სამომავლო პერსპექტივაში მისი განვითარების ანალიზი წარმოადგენს.

საკვანძო სიტყვები: ინტერნეტ რეკლამა, ინტერნეტ მარკეტინგი, სოციალური მედია, საძიებო სისტემის ოპტიმიზაცია, ინტეგრირებული მარკეტინგული კომუნიკაციები, საზოგადოებასთან ურთიერთობა.

Abstract

Internet advertising is not merely an effective but also one of the major components for achieving marketing goals on modern markets. Nevertheless, due to various reasons, Georgian companies still do not fully utilize resources and potential of internet advertising, unlike European and American companies. The dynamics of implementation of internet advertising by Georgian companies is gradually rising. However, there is still a big gap to be filled that can greatly change approaches to promotion of products and services. Especially, taking into consideration the fact that marketing is ever changing realm with novelties emerging on a regular basis. Thus, companies that will manage to adapt their activities to new environment, will gain a significant competitive advantage. The paper aims to review opportunities of internet advertising in Georgian marketing space and analyze its future prospects.

Keywords: Internet advertising, internet marketing, social media, search engine optimization, SEO, integrated marketing communications, public relations, PR.

შესავალი. ჯერ კიდევ ახლო წარსულში ინტერნეტ რეკლამა ხშირად განიხილებოდა როგორც მარკეტინგის მომავალი პერსპექტივა და არა პრაქტიკაში მყარად დანერგილი ინსტრუმენტი. დღეისათვის ამის თქმა შეუძლებელია, რადგან ინტერნეტზე წვდომის გამარტივებამ და სოციალური მედიის სწრაფმა განვითარებამ გამოიწვია ინტერნეტ აუდიტორიის მკვეთრი გაფართოება. შესაბამისად, გაჩნდა არა მარტო შესაძლებლობა, არამედ აუცილებლობაც, რომ კომპანიებმა უფრო მეტი რესურსები მიმართონ ინტერნეტ სივრცეში პროდუქტისა და მომსახურების რეკლამირებისკენ. აუცილებლობა იმიტომ, რომ კომუნიკაციის ეს არხი გაცილებით უფრო მაღალი ინტერაქტიულობით ხასიათდება, ვიდრე სხვა არხები, რაც საშუალებას იძლევა მცირე დანახარჯებით მოხდეს არსებულ და პოტენციურ აუდიტორიაზე ეფექტური წვდომა. ასეთ ვითარებაში ის კომპანიები, რომლებიც უარს იტყვიან ინტერნეტ სივრცეში მარკეტინგული აქტივობებზე, თავისდაუნებურად სერიოზულ უპირატესობას დაუთმობენ იმ კონკურენტებს, რომლებიც აქტიურად ახორციელებენ სამიზნე აუდიტორიასთან კომუნიკაციას ინტერნეტ რეკლამის გამოყენებით. შეიძლება ითქვას, ინტერნეტ მარკეტინგი, სხვა მეთოდებთან ერთად, არის არა არჩევანი, არამედ უკვე გარდაუვალი აუცილებლობა ბაზარზე ადგილის შესანარჩუნებლად.

ინტერნეტ რეკლამის უპირატესობების განხილვისას შესაძლებელია მრავალი ასპექტის გამოყოფა. პირველ რიგში, ესაა ფასისა და შედეგიანობის თანაფარდობა. „ტრადიციულ“ მედიასთან შედარებით, ინტერნეტ რეკლამა ხასიათდება დანახარჯების სიმცირით და გაცილებით უფრო მაღალი უკუგებით. ასევე, პროდუქტის სპეციფიკიდან გამომდინარე მიზნობრივი სეგმენტის მიხედვით აუდიტორიის ფილტრაცია საშუალებას იძლევა კომპანიამ მოიცვას სწორედ ის აუდიტორია, რომელიც წარმოადგენს კიდევ პოტენციურ მომხმარებელს. სეგმენტაციის მაღალი ხარისხის გარდა, ინტერნეტ ტექნოლოგიები და სხვადასხვა სახის პროგრამული უზრუნველყოფა საშუალებას იძლევა გაკეთდეს განხორციელებული სარეკლამო კამპანიისა თუ ჩატარებული მარკეტინგული კვლევის ძალიან დეტალური ანალიტიკა. ამ შემთხვევაში მონაცემების ტიპი, რაოდენობა და ხარისხი ხშირად რადიკალურად განსხვავდება „ტრადიციული“ მარკეტინგისგან და იძლევა ისეთ მონაცემებს, რისი მოპოვებაც შეუძლებელია ინტერნეტ ტექნოლოგიების გარეშე. სარეკლამო კამპანიის საბოლოო მიზნის მრავალფეროვანი არჩევის შესაძლებლობაც შეიძლება ჩაითვალოს ინტერნეტ რეკლამის ერთ-ერთ უპირატესობად. ინტერნეტ რეკლამის სახეობების ან მათი კომბინაციით შესაძლებელია ისეთი მიზნების განხორციელება, როგორებიცაა ბრენდის ცნობადობისა

და ღირებულების ზრდა, გაყიდვების სტიმულირება, საზოგადოებასთან ურთიერთობის მართვა, მომხმარებელთა მხარდაჭერა, რებრენდინგის პროცესის მხარდაჭერა და ა.შ.

მართალია, ინტერნეტ რეკლამა ფართო შესაძლებლობებს იძლევა, მაგრამ შეუძლებელია მისი გამოყენება საბაზისო მარკეტინგულ უნარების ფლობის გარეშე. შეიძლება ითქვას, ინტერნეტ მარკეტინგში იგივე პრინციპები მოქმედებს, რაც „ტრადიციული“ მარკეტინგის შემთხვევაში, დამატებითი შესაძლებლობებითა და აუდიტორიასთან ინტერაქციის გაცილებით უფრო მაღალი ინტენსივობით. ბაზარზე მოქმედი გარემო ფაქტორები იგივე რჩება და ემატება ინტერნეტ აუდიტორიისთვის დამახასიათებელი თავისებურებები, რაშიც იგულისხმება ინტერნეტ საზოგადოების განწყობის განსაკუთრებული არაპროგნოზირებადობა. ასევე, ის ფსიქოლოგიური თუ სხვა მოტივები, რაც განაპირობებს აუდიტორიის ქცევის თავისებურებებს. სწორედ ასეთი გარემოებების გათვალისწინებით კიდევ უფრო იზრდება საჭიროება მოხდეს მარკეტინგული კომპლექსის – 4P-ს ახლებურად განხილვა და მისი 5P-დ მოხსენიება, სადაც ცალკე კომპონენტად (მეხუთე P) განიხილება „ხალხი“ (People) [1. გვ., 25]. „პროდუქტის“ (Product) (ან/და მომსახურების) შემთხვევაში თითოეულ კონკრეტულ მომხმარებელს ინტერნეტი საშუალებას აძლევს გავლენა მოახდინოს პროდუქტზე და მოდიფიცირებული სახით მიიღოს იგი. შესაბამისად, ინტერნეტ სივრცეში გამოტანილი პროდუქტი აღარ არის ერთიანი სტანდარტის. კომპანიებს საშუალება აქვთ მათ მიერ მომხმარებლისთვის შეთავაზებული პროდუქტი ან მომსახურება გახადონ მაქსიმალურად პერსონალიზებული, ხშირად თითოეული მომხმარებლის დონეზეც კი. „ფასი“ (Price) კონკურენტული ბრძოლის ერთ-ერთი ძირითად საშუალებად რჩება ელექტრონულ კომერციაშიც, ოღონდ იმ განსხვავებით, რომ კონკურენტის ინტენსივობა გაცილებით უფრო მაღალია. მომხმარებლებს საშუალება აქვთ სხვადასხვა კატალოგებისა თუ პროდუქტების განხილვების საშუალებით ძალიან მარტივად შეადარონ ერთმანეთს კონკურენტი კომპანიების შეთავაზებები და ამის შემდეგ მიიღონ გადაწყვეტილება შესყიდვის შესახებ. ფასწარმოქმნის სხვა ფაქტორებთან ერთად, მომხმარებლის მიერ შედარების ძალიან მარტივად გაკეთების შესაძლებლობა პროდუქტზე ფასის დადგენის ერთ-ერთი ძირითადი განმსაზღვრელი გარემოებაა. ამ შემთხვევაში პატარა კომპანიებს კიდევ უფრო მეტი შესაძლებლობები ეძლევათ კონკურენცია გაუწიონ დიდ ბრენდებს. ამასთანავე, კიდევ უფრო იზრდება პროდუქტის დამატებითი კომპონენტების და თვისებების აქტუალობაც. „ადგილი“ (Place) ინტერნეტ მარკეტინგში, შეიძლება ითქვას, პირობით ცნებად იქცა, რადგან პროდუქტის ფიზიკურ მდებარეობას

დიდი მნიშვნელობა არ აქვს. შემკვეთმა იცის, რომ განსახლებულ ვადაში მისი პროდუქტი მასთან იქნება. ეს პრინციპი ვრცელდება როგორც სამომხმარებლო ბაზრისთვის (B2C – business-to-consumer), ასევე მსხვილ ბიზნეს გარიგებებზე (B2B – business-to-business). „მხარდაჭერა“ (Promotion) ინტერნეტში გაცილებით უფრო ფართო შესაძლებლობებს იძლევა ტრადიციულ საკომუნიკაციო საშუალებებთან შედარებით. ინტერნეტ სივრცეში არსებობს რეკლამირების მეთოდების ფართო სპექტრი. გარდა ამისა, რაც ყველაზე თვალსაჩინო უპირატესობად შეიძლება ჩაითვალოს, არის მიზნობრივ აუდიტორიაზე მაღალი ეფექტურობით წვდომის, ზუსტი სეგმენტაციის, მომხმარებლის და მისი ქცევის თავისებურებების შესახებ მრავალფეროვანი ინფორმაციის მოპოვების და განხორციელებული სარეკლამო კამპანიების შედეგების ზუსტი ანალიზის შესაძლებლობები. შეიძლება ითქვას, მონაცემების რაოდენობა და ხარისხი უსაზღვროა, რაც მარკეტერებს საფუძვლიანი ანალიზისა და მომავალი სარეკლამო კამპანიების უკეთესად დაგეგმვის საშუალებას აძლევს. რაც შეეხება მარკეტინგული კომპლექსის მეხუთე P-ს – „ხალხს“ (People), ინტერნეტ მარკეტინგის პირობებში ერთ-ერთი ძირითადი კომპონენტია, რადგან სწორედ ამ კომპონენტზეა დამოკიდებული თუ რა ცვლილებებს განიცდის დანარჩენი ოთხი მათგანი. მარკეტერების საქმიანობა და ურთიერთობა მომხმარებელთან განხილული უნდა იქნას როგორც დიალოგი და არა მონოლოგი. ამიტომ, მარკეტინგული კომპლექსის მეხუთე ელემენტის მნიშვნელობა განუზომლად დიდია. იმ პირობებში, როცა თუნდაც ერთ ცალკეულ მომხმარებელს მოხსნილი აქვს ყოველგვარი დროითი და სივრცითი შეზღუდვა ფართო აუდიტორიის წინაშე საკუთარი დადებითი ან უარყოფითი აზრი გამოხატოს ბრენდზე და მის პროდუქტზე, ორმხრივ კომუნიკაციას და მომხმარებლის კმაყოფილებას სასიცოცხლო მნიშვნელობა ენიჭება კომპანიებისთვის. საზოგადოებრივი აზრის გაგრძელების სისწრაფემ ვირტუალურ სივრცეში შესაძლოა გეომეტრიული პროგრესიის ფორმა მიიღოს, რაც პირდაპირ გავლენას ახდენს ბრენდის რეპუტაციაზე. ამიტომ, უდიდესი მნიშვნელობა ენიჭება სარეკლამო მასალის და ინტერნეტ რეკლამის სახეობის სწორად შერჩევას დასახული მიზნების შესაბამისად.

ინტერნეტ რეკლამის ტიპები და ქართული კომპანიები. სხვადასხვა ხასიათის მარკეტინგული მიზნების განსახორციელებლად აუცილებელია შესაბამისი ტიპის ინტერნეტ რეკლამის შერჩევა. ამ პროცესში ქართულმა კომპანიებმა უნდა იხელმძღვანელონ საკვანძო პრინციპით, რაც ინტერნეტ რეკლამისა და „ტრადიციული“ მარკეტინგის სინთეზურად გამოყენებას გულისხმობს. მაგალითად, ბრენდინგის პროცესში დაუშვებელია მხოლოდ ინტერნეტ რეკლამაზე დაყრდნობა

და ისეთი კომპონენტების უგულვებელყოფა, როგორცაა მომხმარებელთან უშუალო კომუნიკაციის და რეალიზაციის პუნქტებში პერსონალის მიერ მომსახურების გაწევის სტანდარტები. ყველა წარმატებული დასავლური კომპანია, რომელსაც აქტიურად აქვს დანერგილი ინტერნეტ რეკლამა თავის მარკეტინგულ სტრატეგიაში, ამავე დროს მაღალ დონეზე უძღვება მომხმარებელთან კომუნიკაციის სხვა კომპონენტებსაც. ასეთი თანხედრა იმისთვის არის აუცილებელი, რომ არ მოხდეს მომხმარებელში მოლოდინისა და აღქმის აცდენა, რაც საბოლოო ჯამში ბრენდის რეპუტაციას აზარალებს. აწორედ აქ არის საჭირო ინტეგრირებული მარკეტინგული კომუნიკაციების პრინციპის გამოყენება, რაც ერთიანი სტანდარტებს და სხვადასხვა მარკეტინგული არხების ურთიერთშეთანხმებულ მუშაობას გულისხმობს.

ინტერნეტ მარკეტინგში წარმატების მისაღწევად წარმოდგენილია საძებო სისტემების ოპტიმიზაციის (SEO – search engine optimization) უგულვებელყოფა. ადამიანები საძებო სისტემებით ეძებენ ყველაფერს, რაც მათი ინტერესების სფეროს განეკუთვნება. მათ შორის, რა თქმა უნდა, სასურველ პროდუქტს ან მომსახურებას. ამ ბაზარზე „გუგლის“ დომინირება იმდენად დიდია, რომ ყოველდღიურ სასაუბრო ლექსიკაში მყარად დამკვიდრდა სიტყვა „დაგუგლვა“, რაშის ინტერნეტში ინფორმაციის მოძებნა იგულისხმება. თუ გავითვალისწინებთ ქართული ინტერნეტ აუდიტორიის მზარდ დინამიკას (არა მარტო სოციალური ქსელების), შესაძლებელია ვივარაუდოთ, რომ საძებო სისტემების ოპტიმიზაცია ერთ-ერთი ეფექტური ინსტრუმენტი გახდება ქართული კომპანიებისთვის თავიანთ ინტერნეტ მარკეტინგის სტრატეგიაში. ამ მეთოდის მთავარი ღირსება ის არის, რომ მარკეტინგული ბიუჯეტიდან, პრაქტიკულად, არანაირი ფინანსური რესურსი არ იხარჯება, მაშინ, როცა ძიების შედეგებში მაღალი პოზიციების დაკავების შემთხვევაში შესაძლებელია ფართო აუდიტორიის მოზიდვა ვებ გვერდზე. ამასთან, აუდიტორია შედგება მხოლოდ იმ კატეგორიის მომხმარებლებისგან, რომლებიც პოტენციურ კლიენტებს წარმოადგენენ და თავადვე ეძებენ ამა თუ იმ პროდუქტს ან მომსახურებას. შესაბამისად, სამომხმარებლო ძაბრიც „სტაბილური ფორმის“ იქნება. საძებო სისტემების ოპტიმიზაცია განსაკუთრებულად ხელსაყრელ საშუალებად შეიძლება იქცეს იმ პატარა ქართული კომპანიებისთვის, რომლებსაც სურთ ახალი კლიენტების მოზიდვა და ბაზარზე ადგილის დამკვიდრება. ამისათვის კი საჭიროა გამართული ვებ გვერდის და SEO ტექნოლოგიების ფლობა. რადგან პატარა ქომპანიებს არ აქვთ საშუალება იყოლიონ ამ სფეროში პროფესიონალი კადრები, მათ უნდა მიმართონ ქართულ ბაზარზე არსებული სპეციალიზებულ კომპანიებს, რომლებიც გაუწ-

ევენ კონსულტაციებს და მომსახურებას. გადახდილი საფასური კი მიღებულ კომერციულ სარგებელთან შედარებით შესაძლოა მიზერული თანხა აღმოჩნდეს.

საძიებო სისტემებში კომპანიის რეკლამირების კუთხით კიდევ ერთი ეფექტური საშუალებაა საძიებო სისტემების მარკეტინგი (SEM – search engine marketing). ამ შემთხვევაში ძიების შედეგების სათავეში ექცევა ფასიანი ბმულები, რომელიც, SEO-ს მსგავსად მომხმარებლის მიერ მოძიებული ინფორმაციის შესაბამისია. აუდიტორიის კატეგორიის და მასთან წვდომის კუთხით იგივე შედეგი აქვს იმ განსხვავებით, რომ ძიების რეიტინგში უფრო მაღალ ადგილს იკავებს ის კომპანია, რომელიც უფრო მეტს იხდის კონკრეტულ საკვანძო სიტყვაზე (keyword), ანუ საქმე გვაქვს ერთგვარ აუქციონთან. რაც შეეხება რენტაბელობას, საკმაოდ მაღალია, რადგან რეკლამის შემკვეთის მიერ თანხის გადახდა ხდება თითოეული დაწკაპუნების შემთხვევაში და გამორიცხავს ზედმეტ ხარჯს. თუმცა, ამ შემთხვევაშიც არსებობს გარკვეული პრობლემები, რაც დაკავშირებულია ყალბ დაწკაპუნებებთან. ინტერნეტ რეკლამის ამ სახეობის ეფექტურობაზე მეტყველებს თუნდაც ის ფაქტი, რომ ჯერ კიდევ 2009 წელს მსოფლიო მასშტაბით ინტერნეტ რეკლამაში მთლიანად გადახდილი თანხის 47%-ს ფასიანი ძიების შედეგები შეადგენდა [2. გვ., 141]. ქართული კომპანიების აქტიურობა ამ მიმართულებით ჯერ კიდევ დაბალია. ისინი ამჯობინებენ უფრო სოლიდური თანხები გადაიხადონ სატელევიზიო რეკლამაში, სადაც სეგმენტაციის ხარისხი ინტერნეტ აუდიტორიასთან შედარებით გაცილებით დაბალია. შესაბამისად, დაბალია ასევე ეფექტურობის კოეფიციენტი (conversion rate). საძიებო სისტემის მარკეტინგს მეტ-ნაკლებად აქტიურად იყენებენ ონლაინ სესხების კომპანიები. თავად მათი საქმიანობა გულისხმობს მომსახურების არაუშუალო, ინტერნეტით გაწევას. თუმცა, მეორეს მხრივ, მათი მოტივაცია არა მარტო საქმიანობის სპეციფიკა, არამედ ბაზარე არსებული მაღალი კონკურენციაა. საძიებო ფრაზა „ონლაინ სესხის“ „გუგლის“ საძიებო ველში ჩაწერის შემთხვევაში შედეგებში ჩნდება ერთბაშად რამდენიმე ონლაინ სესხების კომპანიის ფასიანი ბმული. იგივე შეგვიძლია ვთქვათ ისეთ საკვანძო სიტყვებზე, როგორებიცაა „დაზღვევა“, „სასტუმრო ბათუმში/თბილისში“, „პიცა ადგილზე მიტანით“ და ა.შ. მიუხედავად ამისა, ქართული კომპანიები ჯერ კიდევ არ განიხილავენ სერიოზულად საძიებო სისტემის მარკეტინგის შესაძლებლობებს და ფინანსურ რესურსებს „ტრადიციულ“ მარკეტინგულ არსებში მიმართავენ. საძიებო სისტემის მარკეტინგზე მოთხოვნა მსოფლიო ბაზარზე კი სულ უფრო მზარდია, რაზეც მეტყველებს გუგლის სტატისტიკა: 2015 წელს, გუგლის მთლიანი შემოსავალი იყო 74,54

მილიარდი აშშ დოლარი, საიდანაც სარეკლამო შემოსავლების წილმა 67,39 მილიარდი აშშ დოლარი შეადგინა [3].

საძიებო სისტემებისგან განსხვავებით, ქართული კომპანიები სულ უფრო დიდ ყურადღებას უთმობენ სოციალური მედიის მარკეტინგს. მას გააჩნია ფუნქციონალური მრავალფეროვანი სპექტრი და მოიცავს ისეთ შესაძლებლობებს, როგორებიცაა პროდუქტის საინფორმაციო, დამარწმუნებელი და შეხსენებითი რეკლამირება, კონტენტ მარკეტინგთან ინტეგრაცია, მომხმარებელთან მხარდაჭერა, საზოგადოებასთან ურთიერთობა, ბრენდინგის პროცესის მხარდაჭერა და ა.შ. სოციალური ქსელების აუდიტორიის სპეციფიკიდან გამომდინარე საჭიროა ძალიან ფრთხილი და პროფესიონალური მიდგომა. ერთ წინდაუხედავ ნაბიჯს სოციალური ქსელების გამოყენებისას შეუძლია სერიოზული კრიზისი შეუქმნას კომპანიას. ისევე როგორც, ერთ კარგად მოფიქრებულ მარკეტინგულ სვლას შეუძლია წარმატება მოუტანოს კომპანიას როგორც ფინანსური თვალსაზრისით, ასევე ბრენდის რეპუტაციის გაუმჯობესების კუთხით. ნაყინის მწარმოებელი კომპანია „თოლია“ ერთ-ერთია იმ ქართული კომპანიებიდან, რომლებსაც გააჩნიათ წარმატებული სოციალური მედია მარკეტინგის კამპანია. „ფეისბუქში“ სტაბილურად მზარდ აუდიტორიას და პუბლიკაციების პუპულარობას განაპირობებს სწორად არჩეული სტილისტური მიმართულება და გვერდის ადმინისტრატორის პროფესიონალიზმი. გარდა სარეკლამო და ბრენდის ცნობადობის ამაღლებისკენ მიმართული პუბლიკაციებისა, კომპანია ცდილობს გამოიყენოს კონტენტ მარკეტინგის ელემენტებიც (ნაყინის რეცეპტები, სახალისო პოსტერები „თოლიას“ ლოგოთი), რაც განაპირობებს გვერდის პუპულარობას [4]. ასევე, აღსანიშნავია ბილეთების რეალიზაციის ვებ გვერდი tkt.ge, რომლის „ფეისბუქ“ გვერდზეც, გარდა იმისა, რომ დროულად ქვეყნდება სხვადასხვა კულტურული თუ სპორტულ მოვლენების შესახებ ინფორმაცია, შესაძლებელია პირადი მიმოწერის საშუალებით ოპერატიული ტექნიკური დახმარების და კონსულტაციის მიღება [5]. დროთა განმავლობაში, სწორედ სოციალურ მედია სივრცეში მზარდი კონკურენცია აიძულებს ქართულ კომპანიებს უფრო მეტი ყურადღება დაუთმონ კომუნიკაციის ამ არხის სერიოზულ გამოყენებას და არა დიდი ტანტურ მიდგომებს, რაც ხშირად შეინიშნება ზოგიერთი ქართული კომპანიის შემთხვევაში.

ცალკე განსახილველი თემაა სოციალურ მედიაში ფასიანი რეკლამირება, რომლის უპირატესობა არა მარტო ფასისა და კომერციული შედეგის ოპტიმალური თანაფარდობა, არამედ ზუსტი სეგმენტაციის და გეოგრაფიული „დამიზნების“ შესაძლებლობაა. კომპანიის მარკეტინგულ სამსახურს რეკლამის პარამეტრების შერჩევ

ისას შესაძლებლობა აქვს განსაზღვროს სამიზნე აუდიტორიის ისეთი თავისებურებები, როგორცაა ასაკი, სქესი, ინტერესების სფერო, გეოგრაფიული ადგილმდებარეობა, სოციალური ქსელების მოხმარების კონკრეტული დროის მონაკვეთი და ა.შ. ქართულ სოციალურ მედია სივრცეში უკვე დაუკვირვებელი თვალისთვისაც ადვილად შესამჩნევია სარეკლამო პუბლიკაციების სიმრავლე. აუდიტორიასთან წვდომის მაღალი ეფექტურობის გათვალისწინებით „ფეისბუქში“ რეკლამას მიმართავენ უკვე არა მარტო კომერციული, არამედ საზოგადოებრივი და პოლიტიკური ორგანიზაციები, რომლებსაც თავიანთი გზავნილის მიწოდება სურთ აუდიტორიისთვის. „ფეისბუქის“ სტატისტიკის მიხედვით, ჯერ კიდევ 2012 წელს მისი მომხმარებლების რაოდენობამ მსოფლიოს მასშტაბით მილიარდს გადააჭარბა და 2016 წლისთვის შეადგინა 1.35 მილიარდი, ხოლო აქტიური მომხმარებლების რაოდენობა 864 მილიონი ყოველდღიურად [6. გვ., 15]. რაც შეეხება საქართველოს, ჯერ კიდევ 2013 წლისთვის „ფეისბუქის“ მომხმარებელთა რიცხვი (აქტიური და პასიური მომხმარებლები) მილიონს აჭარბებდა [7. გვ., 15]. აქედან გამომდინარე, შეიძლება ჩავთვალოთ, რომ ქართულ ბაზარზე სოციალური ქსელების მარკეტინგული მიზნებისთვის გამოყენებას ხელსაყრელი პერსპექტივა გააჩნია.

გარდა საძიებო სისტემებისა და სოციალური ქსელებისა, ქართული კომპანიები იყენებენ ინტერნეტ რეკლამის ისეთ სახეობებს, როგორცაა ბანერული რეკლამა, ვიდეო რეკლამა და ელ-ფოსტის მარკეტინგი. კომპანიის მარკეტინგული სამსახურის კომპეტენტურობისა და მარკეტინგული ბიუჯეტის სიდიდის მიხედვით განსხვავდება მათი გამოყენების მასშტაბები და სტილი. მათ შორის აღსანიშნავია მსხვილი ბანკები - „საქართველოს ბანკი“ და „თიბისი ბანკი“, რომლებიც მაღალი კომპეტენციით ეწევიან ინტერნეტში ბანარების განთავსებას, ვიდეო კამპანიებს და ელ-ფოსტით არსებულ კლიენტებთან კომუნიკაციას. თითოეული მათგანი თავის ძირითად მიზანს ემსახურება. ბანერის ძირითადი ფუნქცია არის ბრენდის ცნობადობის გაზრდა და კონკრეტული ქმედების გამოწვევა მომხმარებელში. (პროდუქტის შეკვეთა, შეძენა, სარეგისტრაციო მონაცემების შეყვანა და ა.შ.). ვებ ბანერის გამოყენება ეფექტურადაა შესაძლებელი პროდუქტის სასიცოცხლო ციკლის წარდგენის სტადიაზე, როცა ახალი პროდუქტის შესახებ ინფორმაცია უნდა მიეწოდოს პოტენციურ მომხმარებელს და საჭიროა ცნობადობის ამაღლება. ქართულ ინტერნეტ სივრცეში კი ხშირად გვხვდება „საქართველოს ბანკისა“ და „თიბისი ბანკის“ სარეკლამო ბანერები. თუმცა ბანერის მთავარი ნაკლად დაწკაპუნებათა სტატისტიკა შეიძლება ჩაითვალოს: 2015 წლის მონაცემების მიხედვით, ყველა სახის ვებ რეკლამის შემთხვევა-

ში ეს მაჩვენებელი შეადგენდა 0,6%-ს, ხოლო მხოლოდ მრავალფეროვანი ვიზუალურ მულტიმედიაური გაფორმების ბანერების შემთხვევაში 0,27%-ს [8]. რაც შეეხება, ვიდეო რეკლამას და ელ-ფოსტის მარკეტინგს, მათი ფუნქციები ერთმანეთისგან რადიკალურად განსხვავდება. ვიდეო რეკლამა ემსახურება ისეთ მიზნებს როგორცაა, პროდუქტის წარდგენა, დამარწმუნებელი და შესხენებითი რეკლამა, ბრენდინგი, საიმიჯო რეკლამა და ა.შ. იგი განსაკუთრებით ეფექტური შეიძლება იყოს ვირუსული მარკეტინგის მიზნით დაგეგმილი კამპანიის ფარგლებში, რაც არაერთხელ წარმატებით განუხორციელებია „საქართველოს ბანკი“. ელ-ფოსტა ძირითადად გამოიყენება არსებული კლიენტებისათვის ახალი პროდუქტების შესათავაზებლად. ამ შემთხვევაში, ბანკები ძალიან ხელსაყრელ მდგომარეობაში არიან, რადგან ისინი ფლობენ ელ-ფოსტის მარკეტინგისთვის აუცილებელი უმთავრეს რესურსს – მომხმარებლების ელექტრონული ფოსტის მისამართების ბაზას.

ინტერნეტ რეკლამა შესაძლებლობების პარალელურად მარკეტინგულ საფრთხეებსაც შეიცავს. ინტერნეტ სივრცის ინტერაქტიულობის მაღალი დონე განაპირობებს აუდიტორიის ძლიერ ზეგავლენას ბრენდის რეპუტაციაზე. ამიტომ, ქართულმა კომპანიებმა უნდა აითვისონ წარმატებული დასავლური კომპანიების პრაქტიკა ინტერნეტ სივრცეში საფრთხეების ანალიზისა და კრიზისების მართვის მიმართულებით. ამის საჭიროება განსაკუთრებით მაშინ წარმოიშვა, როცა 2000-იანი წლების დასაწყისში ინტერნეტის ტექნიკურმა პროგრესმა გააჩინა ახალი ცნება – web 2.0. ეს არის არა რაიმე ტექნიკური ტერმინი, არამედ უფრო არსობრივი ცვლილება, რის შედეგადაც ინტერნეტ მომხმარებლები ინფორმაციის პასიური მიმღებებიდან გადაიქცნენ აქტიურ ინდივიდებად. მათ შეუძლიათ დიდი გავლენა მოახდინონ ინტერნეტ სივრცეში განვითარებულ პროცესებზე, რაც, თავის მხრივ, დიდწილად ცვლის რეალობასაც. მისი აქტუალიზაცია მჭიდროდაა დაკავშირებული სოციალური ქსელების გამოჩენასთან და ხშირად აიგივებენ კიდევ მასთან, მაგრამ გაცილებით უფრო მრავლისმომცველი ცნებაა. იგი მოიცავს არა მარტო სოციალურ ქსელებს, არამედ ყველა იმ ტიპის ვებ გვერდს, სადაც მომხმარებელს საშუალება აქვს თვითონვე შექმნას და გაავრცელოს მასალა, რომელსაც ცალკე აუდიტორია ეყოლება. მარკეტინგულ პოლიტიკაზე და ბრენდის რეპუტაციაზე ზეგავლენის კუთხით Web 2.0 განვითარების ახალი საფეხურია, რადგან კომპანიებს კონკურენციის გაწევა უწევთ არა მხოლოდ თავიანთ უშუალო კონკურენტებთან, არამედ იმ მომხმარებლებთანაც, რომლებსაც ფართო ინტერნეტ აუდიტორია ჰყავთ. ამიტომ, საჭიროა Web 2.0-ის განხილვა ინტეგრირებული მარკეტინგული კომუნიკაციების კონტექსტშიც.

მაგალითად, თუ საკითხს განვიხილავთ საზოგადოებასთან ურთიერთობის წარმართვის კუთხით, ინტერნეტი ხშირად ხდება დისკუსიებისა და განხილვების სივრცე. კომპანიის თითოეული მოხსენიება ინტერნეტ სივრცეში დადებით ან უარყოფით კონტექსტში არ უნდა გამორჩეს კომპანიის მარკეტინგულ სამსახურს. ამისათვის აუცილებელია ონლაინ რეპუტაციის მართვის (ORM – online reputation management) სისტემის შექმნა. ქართულმა კომპანიებმა სწორად უნდა შეაფასონ Web 2.0-ის როგორც საფრთხეები და რისკები, ასევე შესაძლებლობები, რაც მათ საშუალებას მისცემს არა მარტო გაზარდონ თავიანთი კონკურენტუნარიანობა, არამედ დასახონ საერთაშორისო ბაზარზე გასვლის სტრატეგიაც. ინტერნეტ რეკლამის გარეშე საერთაშორისო სამომხმარებლო ბაზრების ათვისება განუხორციელებელი ამოცანაა.

დასკნა. დღეისათვის უკვე მოძველებულ მიდგომად შეიძლება ჩაითვალოს ინტერნეტ მარკეტინგისა და „ტრადიციული“ მარკეტინგის ერთმანეთისგან გამიჯვება. ინტეგრირებული მარკეტინგული კომინიკაციების უმნიშვნელოვანეს კომპონენტსაც ინტერნეტი წარმოადგენს. იმისათვის, რომ ქართულმა კომპანიებმა უფრო მეტი კომერციული სარგებელი ნახონ ინტერნეტ რეკლამისგან, პირველ რიგში საჭიროა თავად კომპანიებს

გააჩნდეთ სურვილი უფრო მეტი კომუნიკაცია იქონიონ აუდიტორიასთან ინტერნეტ არხების საშუალებით. დღეისათვის რეკლამის მომხმარებელი ტელეაუდიტორია გაცილებით უფრო მეტი დოზითაა, ვიდრე ინტერნეტ აუდიტორია. მიუხედავად იმისა, რომ ინტერნეტის მომხმარებელთა რიცხვიც დიდია. ამ შემთხვევაში, რეკლამის ახლებურად მიწოდებამ შესაძლოა გამოიწვიოს მოთხოვნის მოდიფიცირებაც და მომხმარებელშიც უფრო მეტი მზაობა გაჩნდეს ინტერნეტ რეკლამით განხორციელებულ კომუნიკაციაზე. საკითხის შესაჯამებლად საჭიროა რამდენიმე ასპექტის ხასგასმა: ქართულმა კომპანიებმა უფრო ნათლად უნდა დაინახონ პოტენციული ინტერნეტ რეკლამაში და უფრო მეტი რესურსები გამოყონ ამ მიმართულებით; კომპანიებმა ინტერნეტ რეკლამა უნდა განიხილონ კონკურენტული უპირატესობის მოპოვების საშუალებად, სანამ ინტერნეტ რეკლამა ჯერ კიდევ არ არის ქართულ მარკეტინგულ სივრცეში მასობრივად დამკვიდრებული ინსტრუმენტი; ინტერნეტ რეკლამის დანერგვის პროცესში გადაწყვეტილებები ინდა იყოს დაფუძნებული მაქსიმალურ კომპეტენციაზე; დაგეგმვა უნდა მოხდეს მიმდინარე მუდმივ ცვლილებებზე თვალ-ყურის დევნებით და მათი გათვალისწინებით.

ლიტერატურა/REFERENCES

1. **Stokes R.** *eMarketing: The essential guide to marketing in a digital world. Fifth Edition.* Quirk Education Pty (Ltd) (2013).
2. **Abou Nabou N. & Skiera B.** *Return on Quality Improvements in Search Engine Marketing.* Journal of Interactive Marketing, 26 (2012)
3. <http://www.statista.com/topics/1001/google/>
4. <https://www.facebook.com/toliaicecream/?fref=ts>
5. <https://www.facebook.com/TKT.GE/?fref=ts>
6. **Ballings M., Van den Poel D., Bogaert M.** *Social media optimization: Identifying an optimal strategy for increasing network size on Facebook.* Omega 59 (2016)
7. **ტურაშვილი თ.** *ელექტრონული კომუნიკაციის განვითარება საქართველოში – ინტერნეტის ხელმისაწვდომობა.* ინფორმაციის თავისუფლების განვითარების ინსტიტუტი (2013)
[**Turashvili T.** *Development of electronic communication in Georgia – internet accessibility.* Institute for development of freedom of information (2013)]
<https://idfi.ge/public/migrated/uploadedFiles/files/ინტერნეტ%20მომხმარებელთა%20კვლევა.pdf>
8. **Chaffey D.** *Display advertising clickthrough rates.* Smart Insights (2015)
<http://www.smartinsights.com/internet-advertising/internet-advertising-analytics/display-advertising-clickthrough-rates/>

ინოვაციური საქმიანობის თეორიული გენეზისი

THEORETICAL GENESIS OF INNOVATIVE ACTIVITIES

ლამარა ჟოქიაური

LAMARA QOQIAURI

ეკონომიკურ მეცნიერებათა დოქტორი, პროფესორი
საქართველოს ეკონომიკურ მეცნიერებათა აკადემიის
ნამდვილი წევრი

Doctor of Economic Sciences, Professor
Full member of Georgian Economics Academy

ანოტაცია

ინოვაციური საქმიანობის ეფექტიანი სისტემის შექმნა შესაბამის თეორიულ ბაზას, ეტიმოლოგიურ აპარატს, მართვის მეთოდოლოგიას, ადეკვატურ ინსტრუმენტარიუმს მოითხოვს. ინოვაციების ეფექტიანი მართვის ფორმებისა და ხერხების შემუშავება კი მათი მიზნების, საგნის, მენეჯმენტის ამოცანების მკაფიოფო რმულირებას განაპირობებს. ამდენად, სტატიაში საჭიროდ ჩაეთვალეთ ზემოთ აღნიშნული საკითხების ძირითადი კონცეპტუალური ცნებების და კატეგორიების განსაზღვრა. ეს ინოვაციური პროცესის შინაარსის, როგორც მართვის ობიექტის, სრული და ზუსტი ასახვის საშუალებას მოგვცემს.

ნებისმიერი სიახლე ინოვაციად შეიძლება გარდაიქმნას მხოლოდ იმ შემთხვევაში, თუკი საზოგადოება აღიარებს, შეაფასებს და დაადგენს მისი გამოყენების მიზანშეწონილობას. ნოვაცია ინოვაციად, ნებისმიერ ეკონომიკურ სიკეთედ, ინოვაციური პროცესის შედეგად გარდაიქმნება. სტატიაში დაყენებულია ინოვაციური პროცესის სქემის განმარტების ახლებური მცდელობა.

ინოვაციური პროცესი – ეს არის მეცნიერული ცოდნის ინოვაციებად გარდაქმნის პროცესი. იგი მოიცავს მოვლენათა თანმიმდევრულ ჯაჭვს: „მეცნიერება-ტექნიკა-წარმოება“. სხვა სიტყვებით, იგი გულისხმობს ქმედების და სიახლის შექმნის თანმიმდევრულ სქემას, რომელიც ასრულებს სხვადასხვა ფუნქციებს: პროცესუალურს, დამატებითს, საბაზისოს, პროდუქტიულს და ა.შ. ამრიგად, ინოვაციური პროცესი მდგომარეობს სიახლეთა მიღებასა და მის კომერციულ რეალიზაციაში. იგი მოიცავს არა მარტო მეცნიერულ-ტექნოლოგიურ დამუშავებებს, წარმოებას, არამედ გაცვლასა და მოხმარებასაც. სტატიაში დაყენებულია ინოვაციური პროცესის სქემის განმარტების ახლებური მცდელობა.

საკვანძო სიტყვები: ინოვაციური და ტექნოლოგიური რეკოლუცია, ინფორმაციული ტექნოლოგიები, ლორენცის მრუდი, ინოვაციური ეკონომიკა, ინოვაციური მენეჯმენტი, ინოვაციები, ინოვაციური განვითარება, ინტელექტუალური კაპიტალი, ინოვაციური წარმოება, ინოვაციური პროექტები;

Abstract

Creation of effective system of innovative business requires a Theoretical Basis, Etymological Unit, Adequate Instruments. Creating an affective forms and methods of Innovative Management determines their goals, subjects, management tasks. Thus, in the article we thought it is necessary to define the concept and conceptual issues of the above questions. This will allow us to reflect fully and accurately the content of the innovative process as the management unit.

Any news can be transferred into innovation only in case, society recognize, estimate and determine the appropriateness of its use. Innovation transformed into innovation after the Innovative Process. The article shows a new effort to define a scheme of innovative process.

Innovative Process- this is the process of transforming scientific knowledge as the innovation. It includes a sequential chain of events: “Science, Technology, Manufacture.” In other words, it implicates the creation of new coherent scheme, which performs a variety of functions: Procedural, Additional, Basic, Productive and so on. Thus, the innovative process is to receive news and to make its commercial realization. It includes not only scientific technological processing and manufacturing, but also its exchange and consumption. The article shows a new effort to define a scheme of innovative process.

keywords: Innovative and Technological revolution, Information Technology, Lorentz curve, Innovative Economy, Innovative management, Innovations, Innovative development, Intellectual Capital, innovative Manufacturing, Innovative Projects;

ინოვაციური საქმიანობის ეფექტიანი სისტემის შექმნა შესაბამის თეორიულ ბაზას, ეტიმოლოგიურ აპარატს, მართვის მეთოდოლოგიას, ადეკვატურ ინსტრუმენტარიუმს მოითხოვს. ინოვაციების ეფექტიანი მართვის ფორმებისა და ხერხების შემუშავება კი მათიმიზნების, საგნის, მენეჯმენტის ამოცანების მკაფიო ფორმულირებას განაპირობებს. ამდენად, თავდაპირველად საჭიროდ ჩავთვალეთ ზემოთ აღნიშნული საკითხების ძირითადი კონცეპტუალური ცნებების და კატეგორიების განსაზღვრა. ეს ინოვაციური პროცესის შინაარსის, როგორც მართვის ობიექტის, სრული და ზუსტი ასახვის საშუალებას მოგვცემს.

პირველად სიტყვა „ინოვაცია“ XVI საუკუნეში გამოჩნდა და სხვა კულტურაში ერთი კულტურის რამდენიმე ელემენტის შეტანას გულისხმობდა. ტერმინი „ინოვაცია“ ინგლისურიდან „სიახლეების“ მნიშვნელობით ითარგმნება, მაგრამ სხვადასხვა ავტორის მიერ მისი არსი განსხვავებულად აღიქმება. მსოფლიო პრაქტიკაში ინოვაციური თეორიის ძირითადი დებულებების შედარებით გავრცელებული შეხედულება ი. შუმპეტერის წარმოების ფაქტორების ახალი კომბინაციების კონცეფციას ეყრდნობა. მან თავის შრომაში „ეკონომიკური განვითარების თეორია“ აჩვენა, რომ სამეწარმეო საქმიანობის დიდი სტიმულია მოგება, ხოლო მისი მიღება ხორციელდება ბაზარზე უმცირესი დანახარჯებით წარმოებულ ახალ ნაკეთობათა წარდგენით. შუმპეტერის კლასიფიკაციით, ცნება „სიახლე“ განიხილება, როგორც:

- ახალი ნედლეულის გამოყენება;
- წარმოების და მისი მატერიალურ-ტექნიკური უზრუნველყოფის რეორგანიზაციის განხორციელება;
- მასალების ახალი ბაზრების ათვისება [1. გვ., 131].

მაინც რა არის ინოვაცია?

დღეისათვის ცნება ინოვაცია ერთობ მოდურია და ფართოდ გამოიყენება მმართველობით პრაქტიკაში. XX საუკუნის დასაწყისში იგი საკმაოდ ბუნდოვანი ცნება იყო და იშვიათად მოიხსენიებდნენ თვით თეორეტიკოსებიც კი. პირველი მეცნიერ-ეკონომისტი, რომელმაც პირველად მოიხსენია ეს ცნება ორგანიზაციასთან მიმართებაში, იყო ავსტრიელი მეცნიერი ი. შუმპეტერი. თავის წიგნში „საქმიანი ციკლები“, რომელიც 1939 წელს გამოვიდა, იგი პირველად განსაზღვრავდა ინოვაციას, როგორც წარმოების ფაქტორების ახალ კომბინაციას. ეს არის ის, რასაც მათ ურთიერთმიმართებაში შეაქვს ახალი, რაღაც ისეთი ელფერი, რომელიც ადრე არ არსებობდა. მართალია, აქ არ არის თვითონ ტერმინი „ინოვაციის“ ცხადი განმარტება, მაგრამ არაორაზროვნად ლაპარაკია იმაზე, რომ „ინოვაცია

ახდენს ფაქტორების ახლებურად კომბინაციას“ და ახალი კომბინაციების დანერგვით ხდება საქმის ადრეული მდგომარეობის გადალახვა“ [2. გვ., 95].

შუმპეტერმა ახალი მიმართულება შექმნა ეკონომიკური მეცნიერების განვითარებაში, მან საფუძველი ჩაუყარა ახალ მეცნიერებას – ინოვაციკას. ინოვაციკა – მეცნიერებაა, რომელიც სწავლობს მეცნიერულ სიახლეთა თეორიულ და პრაქტიკულ ასპექტებს, მ.შ. სიახლეთა ფორმირების პროცესებს და მათ გავრცობას.

1960-იან წლებში მნიშვნელოვანია ინოვაციების La Perre - ს შემდეგი განსაზღვრა სამეურნეო ორგანიზმის შიდა სტრუქტურაში ნებისმიერი ცვლილება პირველ საწყისიდან ახალ მდგომარეობაში გადასვლის გზით; პ. ვიტვილდის – შემოქმედებითი აზრის განვითარება და მზა პროდუქციაში, პროცესსა ან სისტემაში მისი გარდაქმნა; პ. დრუკერის ფორმულირება – განსაკუთრებული ინსტრუმენტი, საშუალება, რომელიც მეწარმეებს აძლევს შანსს, ცვლილებები გამოიყენონ ახალი სახის ბიზნესის ან მომსახურების განსახორციელებლად; კ. ნაიტის – რაიმე ახლის დანერგვა დარგის ან მის გარემოსთან მიმართებაში, საწარმოს ორგანიზაციის პროცესის განსაკუთრებული შემთხვევა და ა.შ.

ჩვენი მოსაზრებით, განხილული შეხედულებებიდან მნიშვნელოვანია პ. დრუკერის განსაზღვრა – შეიძლება იგი დროში შედარებით „დაგვიანებულია“, მაგრამ შუმპეტერის კლასიკური განსაზღვრის არსს საკმაოდ სრულად გამოხატავს. ამავე დროს, წარმოების განვითარების ეფექტიანობის ამადლებაში სამეწარმეო ფაქტორსაც უსვამს ხაზს.

ინოვაციური თეორიის ტერმინოლოგიური პრობლემატიკისადმი უცხოელი მეკვლევარების დიდი ყურადღების და მეცნიერული გამოკვლევების ოდენობის ზრდის მიუხედავად, ნაადრევია რომელიმე კონცეფციის აშკარა უპირატესობებზე ან პრიორიტეტებზე დასკვნების გამოტანა; აგრეთვე ინოვაციურ სფეროში კატეგორიული აპარატის ფორმირებასთან დაკავშირებულ საკითხებზე საბოლოო გადაწყვეტის იდეების მიღება და აი, რატომ: – სპეციალისტების შედარებით ვიწრო წრე ინოვაციის შეხედულების მეორე, საკმაოდ დამაჯერებელ ვერსიას ასაბუთებს. კერძოდ, ინოვაციური თეორიის ძირითადი კატეგორია განიხილება, უპირველეს ყოვლისა, ტექნიკის კონკრეტული სახეების, ტექნოლოგიების, სხვა ახალი პროდუქტების შექმნისა და დანერგვის პოზიციიდან. ამასთან, რიც შემთხვევებში ადგილი აქვს საწარმოო საქმიანობის მეცნიერულ-ტექნოლოგიური და ინოვაციური ასპექტების გაიგივებას, რაც ყოველთვის არაა სწორი.

მოცემული კუთხით ინოვაციის განსაზ-

ღვრა ძალზე გავრცელებულია, რამეთუ აქ ჩადებული საფუძველი – ინოვაციების მეცნიერულ-ტექნოლოგიური პოზიციებიდან გამოყოფის პრინციპი – მთლიანად საზოგადოებრივ განვითარებაში მათ მნიშვნელობას და მიზნებს ასახავს, აგრეთვე საწარმოო პროცესების მაკრო და მიკრო დონეზე წარმოებრივი პროცესების განხორციელებას უწყობს ხელს. ამ მიდგომის ჩარჩოებში შედარებით მარტივი დაგამჭვირვალეა ინოვაციების თვისებრივი და რაოდენობრივი პარამეტრების კვლევა, მათი პრაქტიკული გამოყენების ეკონომიკური და ეფექტიანობის სახეების განსაზღვრა.

ამ მიდგომის პრაქტიკული დანერგვის არეალის გაფართოების ძირითადი სირთულე მათი მომსახურების ერთიანი აზრის უქონლობაა „ინოვაციის“ და მისი, ასე ვთქვათ, „წარმოებულების“ შესახებ. დისკუსიის არსი შემდგენიარად შეიძლება ჩამოვყალიბოთ – ინოვაცია შედეგია თუ პროცესი?, არსებული სიძნელე მდგომარეობს შემდეგში: საქმიანობის სრულად განსხვავებულ სფეროებში ფართო პრაქტიკული გამოყენების მიუხედავად, „ინოვაცია“ საკმაოდ არაერთ მნიშვნელოვანი კატეგორიის როლს ასრულებს. ამიტომ, ჩვენი მოსაზრებით, შედარებით გავრცელებული შეხედულებების გაანალიზებამდე, საჭიროა დადგინდეს, ინოვაციების რა ნიშნები უდევს საფუძვლად „ინოვაციური პოლიტიკის“ და „ინოვაციური საქმიანობის“ ტერმინოლოგიურ სისტემას. აქ ინოვაციები ორი ასპექტით განვიხილოთ – ერთი მხრივ, როგორც მეცნიერების და ტექნოლოგიების შედეგების კომერციალიზაციის და „განივთების“ პროცესის შედეგად მიღებული საგანი (შედეგი, პროდუქტი, ობიექტი); მეორე მხრივ, როგორც შედეგების მიღების პროცესი, როგორც მოცემული პროცესის განხორციელებისათვის შექმნის საზოგა-

დობრივი (სუბიექტურ-ობიექტური) ურთიერთობა.

პირველი პოზიციის მიხედვით, ცნება „ინოვაცია“ ახალ პროდუქტზე და მომსახურებაზე, მათი წარმოების ხერხებზე, ორგანიზაციულ, ფინანსურ, სამეცნიერო-ტექნოლოგიურ და სხვა სფეროების სიახლეებზე ვრცელდება; მოიცავს აგრეთვე დანახარჯების ეკონომიისან ამგვარი ეკონომიისათვის პირობების შექმნის უზრუნველყოფ ახალ პროდუქტებს [3. გვ., 119].

„პროცესული“ შეხედულების მიმდევრები ინოვაციებს მნიშვნელოვნად მოდერნიზებულ წარმოების პროცესების ახალი დანერგვების სახით განიხილავენ [4. გვ., 95]. რ. ჯონსონი ინოვაციებს ცალკეულ ფირმების საქმიანობაში ახლის შექმნის ან ძველი პროცესების და პროდუქტების სრულყოფის კუთხით ხედავს [5. გვ., 14].

ჩვენი აზრით, მეცნიერების ამ ჯგუფის მიერ ინოვაციების არსის ახსნის განმაზოგადებელ შეხედულებას იძლევა უნგრელი ეკონომისტი – ბ. სანტო [6. გვ., 43-44]. იგი ინოვაციებს განიხილავს, როგორც საზოგადოებრივ-ტექნოლოგიურ-ეკონომიკურ პროცესს, რომელიც იდეებისა და გამოგონებების პრაქტიკული გამოყენებით ქმნის საუკეთესო თვისებების ნაკეთობებს, ტექნოლოგიებს; ეკონომიკური სარფის, მომგებიანობისკენ ორიენტირებული ინოვაციები ბაზარზე გასვლისას დამატებით შემოსავალსაც იძლევა. ამასთან, ყველა ზემოთ განხილულ შემთხვევაში, ინოვაციები ახალ ინიციატივას გამოხატავენ და განვითარების ადრინდელ მიმართულებებთან შედარებით ღრმა ცვლილებებს ითხოვს.

საზღვარგარეთის პრაქტიკაში ინოვაციების, როგორც ინოვაციური თეორიის ძირითადი კატეგორიის განსაზღვრის ძირითადი მიდგომები შემდგენიარად შეიძლება დავაჯგუფოთ (ცხრილი 1).

ცხრილი 1.

საზღვარგარეთულ კვლევებში „ინოვაციების“ ტერმინის განსაზღვრის ძირითადი მიდგომები

„ინოვაციების“ ტერმინის განსაზღვრა	ავტორი								
	შუმპეტერი	ლაპიერე	ვიტფილდი	დრუკერი	ნაიტა	დემერლი	ჯონსონი	ჰარმანი	სანტო
ნებისმიერი ცვლილება	+	+	+		+				
შედეგი						+			
პროცესი							+	+	+
საშუალება				+					

სწორედ ინოვაციების მართვის პრობლემების მეთოდოლოგიური კვლევა, ამ სფეროს კატეგორიულ აპარატში პრაქტიკული მოთხოვნების უზრუნველყოფის საკითხების დამუშავება განაპირობებს დღეისათვის მათდამი მეცნიერების დიდ ინტერესს და აქტუალობას.

ყოფილ პოსტკომუნისტურ ქვეყნებში აღნიშნული პრობლემებით დაინტერესებული მეცნიერების უმრავლესობა ზემოთ ჩამოთვლილი მიდგომებიდან რომელიმე ერთს იზიარებს. მოვიტანოთ ზოგიერთი მათგანის მოსაზრება. ინოვაციები როგორც, – კვლავწარმოების პროცესში შეგნებულად შეტანილი მიზანმიმართული ცვლილებები, ახალი საზოგადოების მოთხოვნების ფორმირების ან არსებულის უკეთ დაკმაყოფილების მიზნით“ (**ლ. ბლიახმანი**); „მოცემულ საწარმოს მოქმედ პრაქტიკაში შეტანილი განსხვავებული ნებისმიერი ტექნოლოგიური, ორგანიზაციული, ეკონომიკური და მმართველობითი ცვლილებები“ (**ა.პრიუტინი**); სიახლეების თავმოყრა ტექნოლოგიების, ტექნიკის, მათი წარმოქმნის ათვისების, დიფუზიის, მართვის სტადიებზე (**ა. პრიგოინი**).

როგორც პროცესი – ახალი პრაქტიკული საშუალებების შექმნის, გავრცელების და გამოყენების კომპლექსური პროცესი ხალხის მოთხოვნების უკეთ დაკმაყოფილების მიზნით (**ვ. ლაპინი**); ახალი ტექნოლოგიური პროდუქტის შექმნის პროცესი და მისი მთელს ეკონომიკაში გავრცელება, გრძელვადიან პერსპექტივაში კი – კეთილდღეობის პრინციპიალური წყაროა“ (**მ.კ. იპერმანი**).

როგორც შედეგი – „შემოქმედებითი საქმიანობის შედეგი, რომელიც მიმართულია პროდუქციის მსოფლიო ბაზარზე ახალი კონკურენტუნარიანი სახის პროდუქციის შემუშავებაზე, შექმნასა და გავრცელებაზე; აგრეთვე მეურნეობრიობის საბაზრო პირობების ადეკვატური, მართვის ახალი ორგანიზაციული ფორმებისა და მეთოდების, ახალი ეკონომიკური სტრუქტურების დანერგვა და ა. შ. (**ვ. კიპერმანი**); ინდივიდის მიერ იღვის, პრაქტიკის ან პროდუქტის – როგორც სიახლის მიღება“ (**ნ. მოსევა, ი. ანისკინი**).

ინოვაციების როლის და მნიშვნელობიდან გამომდინარე წარმოების ეფექტიანი განვითარების ფაქტორის როლში, ეკონომისტების აზრით, ინოვაციები რთული სისტემაა, რომლის დახმარებით იღები და გამოგონებები კომერციულ რეალობად (საქონლად) გადაიქცევა (**ა. მურავიოვი**). უკანასკნელი ახლოსაა პ. დრუკერის მოსაზრებასთან. კერძოდ, **ინოვაცია არის ბიზნესის განვითარების არამარტო მიზანი, არამედ საშუალებაც**.

„ინოვაციის“ ტერმინის განსაზღვრის სხვადასხვაობის, მათი ფორმების, შინაარსის

მკვეთრად განსხვავებულობის მიუხედავად, ჩვენი აზრით, მათი წარმოშობის (წარმოქმნის) ერთიანი, საერთო წინამძღვრები არსებობს.

საინტერესოდ მიგვაჩნია, ავხსნათ ერთი მომენტიც. ინოვაციების კატეგორიის ჩვენეული სპეციფიკური ინტერპრეტაცია განსაზღვრულ უპირატესობასა და დამატებით შესაძლებლობებს აძლევს მკვლევარებს. როგორც ცნობილია, ლათინური სიტყვა „innovate“ (ნიშნავს განახლებას, გაუმჯობესებას) ინგლისური სიტყვის – „innovation“ საფუძველია. ქართულ თარგმანში ამ უკანასკნელის მნიშვნელობაა „ინოვაცია“, „ახლის შექმნა“, „სიახლე“. ამრიგად, სამამულო ეკონომიკურ გამოკვლევებში ერთი ცნების ნაცვლად სამი განმარტება გამოიყენება, თანაც ორ მათგანს აზრობრივად განსხვავებული მნიშვნელობა აქვს. აღნიშნული გარემოება იწვევს ინოვაციური თეორიის რიგი ძირითადი კატეგორიების გარკვეულ გაორებასა და წინააღმდეგობრიობას. მეორე მხრივ, სწორედ ეს ტერმინოლოგიური სხვადასხვაობა არსებული შეხედულებების მოწესრიგების, „დალაგების“

საშუალებასაც იძლევა. სწორედ ამაშია ინოვაციების მართვის მეთოდოლოგიური პრობლემების მოგვარების, თუ შეიძლება ითქვას, დარეგულირების მექანიზმიც. სახელდობრ, **სიახლე ინოვაციური საქმიანობის შედეგია; „ახლის შექმნა“ არის სიახლის დანერგვის პროცესი სამეურნეო პრაქტიკაში**. პლუს ამას, უცხოეთის პრაქტიკაში, „ინოვაციონ“-ის სინონიმები თითქმის არ გამოიყენება, მაშინ, როცა ჩვენთან ინოვაციების ტერმინთან ერთად ასოცირდება სინონიმები „ტექნიკა“, „ახალი ტექნიკა“, „ახალი პროდუქცია“, „მეცნიერული პროდუქცია“ და ა. შ.

ამრიგად, პრაქტიკა გვიჩვენებს, რომ „ინოვაცია“ და „ახლის შექმნა“ სინონიმებია დასხვადასხვა სიტუაციებში გამოიყენება შესაბამისი პროცესებისა და მოვლენების აღსანიშნავად. ამასთან, განსხვავებული აზრია ჩადებული „სიახლის“ ცნებაში. ბევრი ავტორი, ინოვაციის, როგორც შემოქმედებითი პროცესის შედეგის განმარტებისას, ისევე იყენებს მოცემული ტერმინის სინონიმებს – „ახლის შექმნა“ და „სიახლე“. მეცნიერული აზრისპირველი მიმართულების წარმომადგენლები (ინოვაცია ესმით, როგორც ნებისმიერი ცვლილება) არ იზიარებენ ამგვარ შეხედულებას. პირიქით, სინონიმებად კი თვლიან „ინოვაციასა“ და „ახლის შექმნას“, მაგრამ **„სიახლე“** მიანიათ **პირველი ორის შედეგად დაწარმოადგენენ შემოქმედებითი საქმიანობის კონკრეტულ რეზულტატად**. ეს უკანასკნელი პოზიცია რაციონალურია, რამეთუ აკონკრეტებს ინოვაციური თეორიის ძირითადი კატეგორიებს.

ამრიგად, შევაჯამოთ ზემოთ აღნიშნული მსჯელობა. **სიახლე არის ახალი მეცნიერული იდეის შემუშავების კონკრეტული შედეგი**. მას

აქვს ახალი ტექნიკის ნიმუშის ფორმა, რაიმე პროდუქციის წარმოებისთვის კონსტრუქციული მასალის სახე და ა.შ. ე.ი. თავისი თვისობრივი მახასიათებლებით განსხვავდება ადრე არსებულიდან და წარმოების ეფექტიანობის ამაღლებას განაპირობებს. სიახლე მეცნიერული, ტექნიკური ან სხვა დოკუმენტაციის სახითაც შეიძლება წარმოვადგინოთ. უფრო ზუსტად, ეს ინფორმაციაა, რომელიც აღწერს არამატერიალური ხასიათის ტექნოლოგიურ, ორგანიზაციულ, მმართველობით დასხვა პროცესებს და მოვლენებს.

სიახლე და ახლის შექმნა ინოვაციური საქმიანობის შედეგია, რომელიც აუმაღლებს საწარმოო ბაზას, შესაბამისად, საზოგადოებრივი განვითარების დონის ამაღლებას უწყობს ხელს.

ამრიგად, საზღვარგარეთის და სამამულო ეკონომიკურ ლიტერატურაში გვხვდება ცნებების: „სიახლის“ „ახლის შექმნის“ და „ინოვაციის“ – სხვადასხვანაირი ახსნა. ერთ-ერთი სტატიის ავტორი თვლის, რომ **ინოვაციის**, ახლის შექმნის უმნიშვნელოვანეს ნიშნად უნდა მივიღოთ მისი სამომხმარებლო თვისებების სიახლე. ინოვაციები ყალიბდება სამეცნიერო-კვლევითი და საცდელ-საკონსტრუქტორო საშუალების შედეგების გამოყენებისას, რაც მიმართულია საწარმოო საქმიანობის პროცესის, ეკონომიკური, სამართლებრივი დასოციალური ურთიერთობების სრულყოფაზე მეცნიერების, კულტურის, განათლების დასაზოგადოებრივი საქმიანობის სხვა სფეროებში. „ახლის შექმნა“ საქონელია, რომლის სარგებლობა არ შეიძლება გარკვეული ცოდნის, პროფესიული მომზადების, სპეციალისტების ინფორმირებულობის გარეშე. ამ საქონლის სპეციფიკური ნიშანი, მისი უნარია შემოსავლების შეუზღუდავი გაფართოება (მულტიპლიკაცია). ამ შემთხვევაში ახლის შექმნა გამოდის, როგორც ინტელექტუალური საქონელი, გამოგონება, ინფორმაცია, ნოუჰაუ და ა.შ. რომელიც შეიძლება იურიდიულად იყოს დაცული და მისი მფლობელის მიერ გაყიდული იმდენჯერ, რამდენჯერაც მოიძებნება მყიდველი.

ვაანალიზებთ რა მეცნიერ-ეკონომისტთა განსხვავებულ მოსაზრებებს ცნებების, ინოვაციის ახლის შექმნის და სიახლის (ინოვაცია) განმარტებებთან დაკავშირებით, შეიძლება გაკეთდეს ასეთი დასკვნა:

- 1) ინოვაცია, ეს არის „მეცნიერება-ტექნიკა-წარმოება“, სტადიის საბოლოო შემოქმედებითი შედეგი, რომელიც განვითარებულია შექმნილ პროდუქტში და მას გააჩნია უმაღლესი სამომხმარებლო თვისებები დროის მოცემულ პერიოდში;
- ბ) სიახლე (ინოვაცია) – ეს ამოცანების შექმნილი ტექნოლოგიური და ორგანიზაციულ მმართველობითი გადაწყვეტილებაა დროის ლაგის გარეშე.

ასე, რომ ინოვაციას უნდა ჰქონდეს საზოგადოებრივი და პრაქტიკული აღიარება, ე.ი. გამოიყენებოდეს ადამიანის საქმიანობის ნებისმიერ სფეროში, კომერციული სარგებლის მიღების მიზნით. ინოვაციების განხორციელების ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი პირობა მოვლენათა ჯაჭვში „მეცნიერება-ტექნიკა-წარმოება“ არის მისი ყველა რგოლის ინვესტირება, ე.ი. ფულადი სახსრების დაბანდებებთან დაკავშირებული ოპერაციების შესრულება, საინოვაციო პროექტების განხორციელებისათვის, რომლებიც სამომავლოდ უზრუნველყოფს საწარმოს (ორგანიზაციის) მიერ მატერიალური სარგებლის მიღებას დროის განსაზღვრული პერიოდის განმავლობაში.

გარდაქმნები და ინოვაციები. მენეჯერი თავის სამუშაოს ასრულებს მუდმივად ცვალებად გარემოში, ხოლო არასტაბილურ და ცვალებად გარემოცვაში ძნელია ერთადერთი სწორი გზის პოვნა, არადა საჭიროა მოქნილი, დინამიკური ქმედება და ახალ გარემოებებთან სწრაფი შეგუება. კიდევ უფრო მნიშვნელოვანია ისწავლო ცვლილებების მართვა, გარდაქმნა ისინი საშიში სტიქიიდან სასურველი შედეგების მიღების მიღწევის საშუალებად.

როცა საუბარია ორგანიზაციაში რაიმე გარდაქმნებზე, მუშაკები ამისაგან კარგს არაფერს მოელიან. ემზადებიან ან უარესისათვის, ანდა, უკიდურეს შემთხვევაში, მოელიან ცხოვრების ზომიერი სვლის უაზრო დარღვევას. ადამიანები ამას აღიქვამენ, როგორც გარედან თავს მოხვეწულ რაღაც მტრულს და ბუნებრივია, ეწინააღმდეგებიან მას, ანდა, უკეთეს შემთხვევაში, წყნარად აპროტესტებენ. აი რატომ არის საჭირო, რომ დაიგეგმოს არა მარტო რეალური, მიღწევადი და გაზომვადი გარდაქმნები, არამედ ჩაერთოს მასში მთელი ეს პერსონალი და ყველა ის, ვისაც ის შეეხება.

ინოვაციები და განვითარება. განსაკუთრებულ ყურადღებას სხვადასხვა სახის გარდაქმნებში იმსახურებს ინოვაციები. მათ გადამწყვეტი მნიშვნელობა ენიჭება ორგანიზაციის ცხოვრებაში, რამდენადაც მათი მეშვეობით ხდება მისი განვითარება. ინოვაციები არის გრძელვადიანი კონკურენტუნარიანობის საფუძველი და ამით უზრუნველყოფს კიდევ ეკონომიკურ პროგრესს. როგორც ამას აღნიშნავენ **მ. პორტერ** და **ხ. სტერნი** – „არც ერთ განვითარებულ ეკონომიკას არ შეუძლია შეინარჩუნოს მაღალი ხელფასები, ცხოვრების მაღალი სტანდარტები და დამკვიდრდნენ მსოფლიო ბაზრებზე სტანდარტული პროდუქციით და სტანდარტულივე მეთოდებით“ [8. გვ., 3]. მართალია, ყველა ვერ ეგუება ინოვაციურ რიტმს და ბევრი კომპანია თმობს თავის პოზიციებს, მაგრამ საბაზიეროდ ისინი, ვინც შეძლო შეენარჩუნებინა

ორიენტაცია მუდმივ განახლებაზე, მოწინავე პოზიციებზე გადიან და მნიშვნელოვანწილად წინ უსწრებენ თავიანთ კონკურენტებს.

გასული საუკუნის ბოლოს ავსტრალიის სტატისტიკის ბიურომ ჩაატარა გამოკითხვა 55 ათას ადგილობრივ საწარმოო კომპანიას შორის 9 სხვადასხვა სექტორში, რათა განესაზღვრათ ინოვაციურობის დონე 2004-2007 წლებში. დადგინდა, რომ ამ ფირმების მხოლოდ 26% ახდენდა ინოვაციურ წარმოებას, განახლებდნენ რა თავიანთ პროდუქციას და ტექნოლოგიურ პროცესებს. ამასთან, მცირე საწარმოებში (პერსონალის რიცხოვნობა 10 კაცი) იგი 27%-დან 19%-მდე დაეცა, ხოლო უფრო მსხვილ საწარმოებში (10 მუშაკზე მეტი) 50-დან 47%-მდე. თუმცა ინოვაციური ორგანიზაციები (საწარმოო კომპანიების მეოთხედზე მეტი) 10 კაცზე მეტი მუშაკით აწარმოებდნენ მთელი საწარმოო ბრუნვის 3/4-ს და სამუშაოს აძლევდნენ მთელი დასაქმებულების ორ მესამედს. უფრო მეტიც, საშუალოდ იმათი ბრუნვა, ვინც ინოვაციებით იყო დაკავებული, 10-ჯერ აჭარბებდა დანარჩენი ორგანიზაციების იგივე მაჩვენებელს [9. გვ., 140]. აი რატომ არის, რომ ინოვაციების გარეშე ძნელი წარმოსადგენია წარმატებული ორგანიზაცია, რომელიც გამუდმებით აუმჯობესებს თავის მდგომარეობას ბაზარზე.

შემკვთერის შეხედულებები ინოვაციების შესახებ მჭიდროდაა დაკავშირებული მის მიერ შემოტანილ ახალ ცნებასთან „შემოქმედებითი რღვევა“. მისი აზრით, სიახლე, უპირისპირდება რა პრაქტიკას, არღვევს დამკვიდრებულ მეურნეობრიობის განვითარების წესებს და ქმნის დროებით დისბალანსს, რომელიც ხელს უწყობს დინამიკურ, ნახტომისებურ განვითარებას. სწორედ ეს არის ეკონომიკის ერთადერთი ამძრავი ძალა, რომელსაც იგი ფუნქციონირების უფრო მაღალ დონეზე აყვავს.

შემკვთერის აზრით, წარმოების ფაქტორების ახალი კომბინაცია, რომელიც ინოვაციების საფუძველია, უშუალოდ ეხება:

- ორგანიზაციის პროდუქციას;
- წარმოების მეთოდებს;
- გასაღების ბაზარს;
- ნედლეულის წყაროებს;
- ბაზარზე დაკავებულ პოზიციებს.

თუმცა ცხადია, რომ ეს კლასიფიკაცია რამდენადმე ბუნდოვანია და ერთიმეორეში ურთავს იმ სფეროების გამიჯვნის კრიტერიუმებს, რომელთაც დაკავშირებულია ინოვაციები.

ასე მაგალითად, თუკი პროდუქცია და წარმოების მეთოდები წარმოადგენენ ორგანიზაციის საქმიანობის კომპონენტებს, გასაღების ბაზრები და ნედლეულის წყაროები მიეკუთვნება იმ სივრცეს, რომელშიც ორგანიზაციას უხდება ფუნქციონირება. რაც შეეხება ბაზარზე

მდგომარეობას, იგი საწარმოს კონკურენტუნარიანობას ახასიათებს და არა მის ინოვაციურობას. ცხადია, თვით კონკურენტუნარიანობა ბევრად და მოკიდებული ინოვაციებზე, მაგრამ ჯერ ერთი, ინოვაციები არ არის ერთადერთი პირობა კონკურენტუნარიანობის ამაღლებაში, და მეორეც, საბაზრო პოზიციები გამოდიან არა როგორც ინოვაციების საგანი, ის, რაზეც ისინი არიან მიმართულნი, არამედ მათი შედეგი. მაშინაც კი, თუ საწარმო მიზნად დაისახავს მოცემულ ბაზარზე გაზარდოს გაყიდვების წილი, იგი თავის ყურადღების კონცენტრაციას ახდენს პროდუქტის მოდიფიკაციაზე, მოწყობილობის მოდერნიზაციაზე, ტექნოლოგიების სრულყოფაზე და ა.შ. ე.ი. მისი პირდაპირი ხელმისაწვდომობის ზონაში დარჩენილი ფაქტორების განახლებაზე. ასე, რომ, ინოვაციები ორგანიზაციებში სინამდვილეში იყოფიან სამ სახეობად:

1. რესურსული ინოვაციები, რომლებიც მოიცავენ ნედლეულს, მასალებს, მაკომპლექტებულ ნაწილებს და ა.შ;

2. ორგანიზაციულ-ტექნოლოგიური ინოვაციები, რომელიც ეხება წარმოებისა და მართვის მეთოდებს;

3. პროდუქტიული (პროდუქციული) ინოვაციები, რომლებიც დაკავშირებულია შემოთავაზებულ საქონელთან და მის თანმსლებ საქმიანობასთან (შეფუთვა, მიწოდება, გაყიდვების შემდგომი მომსახურება და ა.შ.).

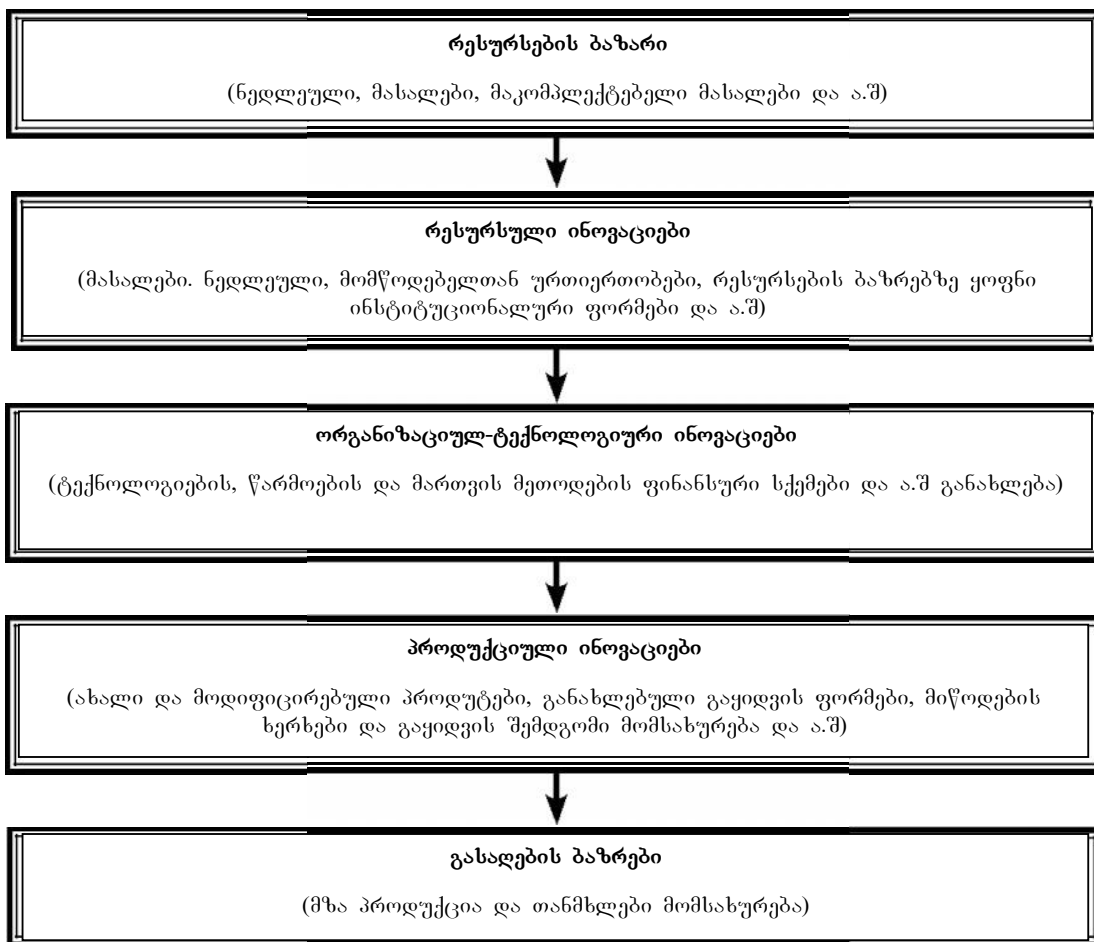
რაც შეეხება ნედლეულისა და მასალების ბაზრებს, ისინი განხილული უნდა იქნას, როგორც ინოვაციების განთავსების სფერო, ის, რისთვისაც ხდება მათი განხორციელება. ძნელია არ დაეთანხმო იმას, რომ **ინოვაცია, ეს არის ცოდნის ტრანსფორმაცია პროცესებში, პროდუქტებში, მომსახურებაში და თავის თავში მოიცავს გაცილებით მეტს, ვიდრე მხოლოდ მეცნიერება და ტექნოლოგიები.** იგი, ამავე დროს, გულისხმობს „**კლიენტების მოთხოვნილებების გამოცნობას და დაკმაყოფილებას**“ [10. გვ., 12]. ასე მაგალითად, მომწოდებლებთან უფრო მჭიდრო ინტეგრაცია შესაძლებელს ხდის უზრუნველყოფილი იქნას მაღალხარისხიან და შედარებით იაფ ნედლეულზე ხელმისაწვდომობა, რაც განაპირობებს ნედლეულის ბაზარზე პოზიციების განმტკიცებას და საბოლოოდ, კლიენტების მოზიდვის შესაძლებლობათა გადიდებას. მომსახურების ცალკეული ელემენტების ორგანიზაციულმა გარდაქმნამაც კი შეიძლება მოიტანოს ორგანიზაციის მასშტაბით სახსრების მნიშვნელოვანი ეკონომია.

ასე მაგალითად, „მლუმბერგერმა“, ნავთობის ბიზნესის მომსახურე ერთ-ერთმა უმსხვილესმა კომპანიამ, რომლის წლიური ბრუნვა 9 მილიარდ დოლარს შეადგენს, გასულისაუკუნის მიწურულს გადაწყვიტა მოეხდინა კაღმების,

ფანქრების და სხვა საკანცელარიო საქონლის შესყიდვების დეცენტრალიზაცია. იმის გათვალისწინებით, რომ მისი შტატი 60 ათას მუშაკს ითვლის და მიმოფანტულია მთელს მსოფლიოში, ადვილი წარმოსადგენია, რა დიდ ხარჯებთან იქნებოდა დაკავშირებული შეკვეთების განთავსება, მომსახურება და შექმნილი ნაკეთობების თანმიმდევრული განაწილება. ოღონდ მას შემდეგ, რაც ქვედანაყოფებს უფლება მიეცათ დამოუკიდებლად მოეხდინათ საკანცელარიო საქონლის შესყიდვანტიერენტის მეშვეობით, მკვეთრად შემცირდა როგორც მიწოდების ვადები, ასევე დანახარჯები გარიგებების მომსახურებაზე, რომ არაფერი ვთქვათ იმაზე, რომ მუშაკები ღებულობდნენ სწორედ იმ საგნებს, რაც მათ მოცემულ მომენტში სჭირდებოდათ.

ახალი ანდა სრულყოფილი პროდუქტის ბა-

ზარზე წინ წაწევა მყიდველთათვის სახსრების სწრაფი და იაფი მიწოდების ტოლფასია, ეს კი მკვეთრად ზრდის გასაღების ბაზრების შენარჩუნებისა და გაფართოების შესაძლებლობებს. შიდა გარემოს ცვლილებაზე ძირითადად ორიენტირებული ორგანიზაციულ-ტექნოლოგიური სიახლეები, ასევე, საბოლოოჯამში, მიწოდებულნი არიან განამტკიცონ ფირმის მდგომარეობა გარე გარემოში. ვთქვათ, საწარმოო პროცესში დანერგილი ტექნოლოგიები ამაღლებენ გამოშვებული პროდუქციის ხარისხს, ანდა შრომის მწარმოებლურობას, ამცირებენ ხარჯებს ანდა განაპირობებენ ისეთი სხვა შედეგების მიღებას, რაც ასე თუ ისე განამტკიცებენ ფირმის კონკურენტუნარიანობას. ამიტომ სქემატურად ორგანიზაციული ინოვაცია შეიძლება წარმოვადგინოთ, როგორც საბაზრო გარემოში მიმდინარე გარდაქმნათა



ნახ. 1. ინოვაციური გარდაქმნების ვერტიკალური ჯაჭვი.

თანმიმდევრული ჯაჭვი (ნახ., 1).

ინოვაციებზე საუბრისას ხშირად მათ ყოფენ შემდეგ სახეებად: 1. თანდათანობითი; 2. წვრილი და რადიკალური; 3. მნიშვნელოვანი. ჩვენი მოსაზრებით, უმნიშვნელო ცვლილებაარ შეიძლება ინოვაციად ჩაითვალოს. ისინი ძლიერ

შესამჩნევებია და არა თუ არსებითი წვლილი არ შეაქვთ ორგანიზაციის ბაზარზე მდგომარეობის განმტკიცებაში, ხელსაც არუწყობენ მკვეთრად განსხვავებულდეს ახალი ძველისაგან. სიახლეების წარმოქმნა ნიშნავს, თანდათანობითობის წყვეტას“. ხარისხობრივი ზღვრის გავლენას იმ

მდგომარეობასა, რაც საწარმოს ადრე ეჭირა და იმ მდგომარეობას შორის, რაც ახლა უკავია მას. ამიტომ ინოვაციას უნდა მივაკუთვნოთ მხოლოდ რადიკალური ცვლილებები საქმიანობის კომპონენტებში, რაც თვალში საცემია და არსებითად მოქმედებს მის შედეგიანობაზე.

ასევე არ შეიძლება ჩაითვალოს ინოვაციად გარდაქმნა, რომელიც ამა თუ იმ ფორმით იმეორებს ფაქტორების პირვანდელ კონფიგურაციებს ანდა კოპირებას უკეთებენ იმას, რაც უკვე არსებობდა სხვის პრაქტიკაში. ეს სახეებით არ ნიშნავს იმას, რომ იგი ნორმალურად მომუშავე ორგანიზაციებს ეწინააღმდეგება. ნებისმიერი მათგანის საქმიანობის კომპონენტების უმეტესობა იძულებულია გაიმეოროს (კვლავ აწარმოოს) სხვის მიერ დაგროვილი გამოცდილება და სტანდარტული იდეები. ძველი, შემოწმებული მეტოდების დახმარებით შეიძლება საქმიანობაში ე.წ. „ვიწრო ადგილებისა და გადახრების თავიდან აცილება“. წინააღმდეგ შემთხვევაში გაძნელებოდა გარე გარემოსთან შეგუება. ინოვაციები წარმატებული საწარმოებისათვისაც კი ერთობ რადიკალური მოვლენაა. ამიტომ სიახლეების გონივრული „კოპირება“ შეიძლება მნიშვნელოვანი ეფექტის მომტანი აღმოჩნდეს მათთვის.

უფრო მეტიც, სიახლეების გადმოღება პარტნიორებისგან და კონკურენტებისგან ზოგჯერ იძულებითი ღონისძიება კი არა, სტრატეგიული პრიორიტეტი შეიძლება აღმოჩნდეს. საწარმოები, რომლებიც ამ ხერხს მიმართავენ, თავიანთი დაბალი ინოვაციური სტატუსით კი არ ზარალდებიან, არამედ პირიქით, შეგნებულად ამბობენ უარს ინოვაციურ პრიორიტეტებზე, რათა გარანტირებულად იმუშაონ.

ასე მაგალითად, ამერიკული კომპანია „ჰიულეტ პაკერდი“ იშვიათად სთავაზობს კლიენტებს სრულიად ახალ საქონელს. პირიქით, იგი ხშირად მიმართავს ე.წ. „საპასუხო დარტემის“ ტაქტიკას: როცა ბაზარზე გადის კონკურენტის სიახლე, მისი მყიდველების მომსახურე პერსონალი აგროვებს ინფორმაციას სიახლეების ღირსებებისა და ნაკლოვანებების შესახებ. შემდგომში განაზოგადობენ რა კლიენტების სურვილებს, აღნიშნულ ფორმას ბაზარზე გააქვს სიახლის მისეული ვერსია, რომელიც ყველაზე მკაცრ მოთხოვნებს აკმაყოფილებს. შედეგად, ფირმა გამოდევნებული არ არის ინოვაციურ პრიორიტეტებს დაამავდროულად ინარჩუნებს კმაყოფილ და ერთგულ კლიენტურას.

თუმცა ასეთი მიდგომა სულ უფრო ხშირად თმობს პოზიციებს. ეპოქაში, როცა ორგანიზაციის გარე გარემო დაწყებული ეკონომიკური ნაწილით და გათავებული ტექნოლოგიურით, სწრაფად იცვლება და სულ უფრო რთულ მოთხოვნებს უყენებს მას, მხოლოდ ერთგულებს თუ შეუძლიათ ინოვაციური ლიდერობის გარეშე

შეინარჩუნოს ადგილი ბაზარზე. „ჯანსაღ კონსერვატიზმს“ მოკლევადიანი ორიენტაცია აქვს. გრძელვადიან პერიოდში მას არ შეუძლია ორგანიზაციის ინტერესების რეალიზაცია. მისი გამოყენებით შეიძლება ძლიერ არ ჩამოვრჩეთ სხვებს, მაგრამ არც მათზე გასწრებაა შესაძლებელი დამოწინავეთა ჩრდილქვეშ სვლას განაპირობებს.

და ბოლოს, ინოვაციები არ არის სტიქიური და სპონტანური ცვლილებები, რამდენადაც ინოვაციები ერთიანი ხასიათის მატარებლებია და ყოველთვის გულისხმობენ განსაზღვრული შედეგის მიღებას, ისინი ორიენტირებული უნდა იყვნენ განსაზღვრულ, ნათლად წარმოდგენილ და ზუსტად დასმულ მიზანზე და უნდა ხორციელდებოდნენ თანმიმდევრულად და სისტემატურად.

სხვა სიტყვებით, **ინოვაციები ეს არის მიზანმიმართული და გეგმაზომიერი გარდაქმნები**. ისინი ყოველთვის წარმოდგენილი არიან გარკვეული ჩანაფიქრის განხორციელების სახით და ვრცელი გაშლილი ფორმით გამოდიან.

თუკი განვაზოგადებთ ინოვაციების ამ მახასიათებლებს, მივიღებთ მის ნათელ განმარტებას. ინოვაციები ეს არის მიზანმიმართული და გეგმაზომიერი გარდაქმნები, საკმაოდ სწრაფად და არსებითად განაპირობებენ ორგანიზაციაში ისეთი კონფიგურაციების (შემადგენელი ელემენტების) წარმოქმნას, რაც მის საქმიანობაში ადრე არ არსებობდა. აქვე შედის ინოვაციის სამი ძირითადი მახასიათებელი:

1. მიმართულება (მიზანსწრაფულობა თანმიმდევრულობა და სისტემატურობა);
2. სიახლე (ადრე არსებულისაგან განსხვავება);
3. „რადიკალიზმი“ (დიდი მნიშვნელობა და სისწრაფე).

დღეს ბევრი ეთანხმება იმ მოსაზრებას, რომლის თანახმადაც ორგანიზაციები, რომლებიც თავიანთ საქმიანობას წარმატებაზე ორიენტაციას უქვემდებარებენ, უბრალოდ, იძულებულნი არიან მუდმივად განახორციელონ ინოვაციები. ამასთან, დრუკერის აზრით, „მიზანმიმართული, სისტემატური ინოვაცია“ უნდა დაიწყოს ახალი შესაძლებლობების წყაროების ანალიზით“ [11. გვ., 156]. ისინი შეიძლება აღმოჩნდნენ როგორც შიდა, ასევე გარე გარემოში. თუკი შიდა შესაძლებლობები გულისხმობენ მოულოდნელ მოვლენებს, შეუსაბამობებს, ტექნოლოგიურ მოთხოვნებს, ტექნიკურ ანდა საბაზრო ცვლილებებს, გარე შესაძლებლობები იქმნება სოციალური და ინტელექტუალური გარემოცვით, ცვლილებებით აზროვნებაში და ახალი ცოდნით. მაგრამ ასეთი თითქოს და ერთი შეხედვით ჩამოყალიბებული შეზღუდულობით, ინოვაციების წყაროები მეტად განვითარებული არიან, ასევე ბუნდოვანია საკითხი იმის შესახებ, როგორია მათი ბუნება და როგორ აყალიბებენ ისინი ორგანიზაციათა ახალ შესაძლებლობებს.

მკვლევართა წინაშე ერთიმეორეს ენაცვლებიან კითხვები: საიდან იღებენ სათავეს ინოვაციები? როგორია მათი წარმომავლობა? როგორ იბადება სიახლის იდეა, რომელიც საწარმოში უნდა დანერგოს?

ინოვაციების წარმომავლობა. შეიძლება გამოვეყნოთ ინოვაციების წარმოშობის სამი ძირითადი ფორმა:

1. ტექნოლოგიური, როცა სიახლე არის საცდელ-საკონსტრუქტორო, საინჟინრო, სოციალურ-ორგანიზაციული და სხვა სახის დამუშავებების უშუალო შედეგი;

2. ფუნქციონალური, პირდაპირ ორიენტირებული იმათ სურვილზე, ვინც უნდა გახდეს სიახლეების მომხმარებელი (კლიენტები, პარტნიორები, ფირმის მუშაკები და ა.შ.);

3. კომბინირებული, რომელიც გულისხმობს სიახლეების შექმნას მის პოტენციურ მომხმარებლებთან მჭიდრო თანამშრომლობით და ეს უკანასკნელი მარტო კი არ აფასებენ სიახლეს, არამედ ფაქტობრივად მონაწილეობენ ახალი იდეების შექმნაში.

სიახლეთა ტექნოლოგიური წარმომავლობა იმას ნიშნავს, რომ იგი ყალიბდება ცოდნისა და ოპერაციების ბაზაზე, რომელთაც უნარი შესწევთ გადაჭრან რომელიმე საწარმოო, ორგანიზაციული ანდა ტექნიკური პრობლემა. სხვა სიტყვებით, სახეზეა, რაიმე ტექნოლოგიური შესაძლებლობა და შემდგომში დგინდება, რა მიმართულებით შეიძლება მისი გამოყენება. ამასთან, ბუნებრივია, პრაქტიკულად, მხედველობაში არ მიიღება პოტენციური მომხმარებლის აზრი, შეხედულებები და უპირატესობის მინიჭება. ამიტომ იგი ყოველთვის ვერ იქნება ორგანიზაციისათვის წარმატების მომტანი. სამაგიეროდ, როცა ასეთი სიახლე „მოიპოვებს“ რეალურ მომხმარებელს, ორგანიზაციას მოპოვებული აქვს ფართო ბაზარი, რაც მას კონკურენტებისათვის მყარი წინსწრების შესაძლებლობას ანიჭებს.

ნათელი მაგალითი – ინტეგრალური სქემების შექმნა. ისინი ბაზრის მოთხოვნის საფუძველზე არ შექმნილა. რთული ელექტრონული სისტემების შემქმნელთა წინაშე იდგამოცანა – ტრანზისტორებისათვის შეერთებინათ ეფექტიანად მომუშავე მოწყობილობა, მაგრამ ეს ნიშნავდა სისტემის მუშაობის ხარისხისა და საიმედოობის შემცირებას გაყვანილობათა სიმრავლის გამო. როდესაც შემოთავაზებული იყო კაუბადის (კრემნიუმის) გამოყენება არა მარტო ტრანზისტორებისათვის, არამედ ელექტრონული სისტემის სხვა დანარჩენი კომპონენტებისათვისაც. ამან დღის წესრიგიდან მოხსნა საკითხი ტრანზისტორების შეერთების შესახებ და ელექტრონული სქემები იმთავითვე აღმოჩნდნენ ერთიანი (ინტეგრალური), მაგრამ, საბაზრო რეაქციებისაგან მოწყვეტის მიუხედავად, ეს სქემები ძა-

ლზე სწრაფად იქნენ გამოყენებული სფეროებში, რომლებიც ძალზე შორს იყვნენ პირველსაწყისი გამოყენების სფეროებისაგან და განაპირობეს მრეწველობის მთელი ახალი დარგის შექმნა.

და მაინც, სიახლე, რომელსაც წმინდა ტექნოლოგიური წარმომავლობა აქვს. შეიძლება საერთოდ არ აღიქვას მომხმარებელმა ანდა საერთოდ გულგრილად შეხედეს მას. წინასწარ ხომ არ იყო ცნობილი, რამდენად შეესაბამებოდა იგი მომხმარებლის მოთხოვნას.

ტექნოლოგიურისაგან განსხვავებით, ფუნქციონალური სიახლე ყალიბდება იმათთან მჭიდრო ურთიერთხემოქმედებაში, ვინც დაინტერესებულია მისი გამოყენებით. იგი კონკრეტული მოთხოვნებიდან მომდინარეობს და ამ მოთხოვნების დაკმაყოფილების შესაძლებლობას წარმოადგენს. ხშირად ასეთი სიახლის შექმნის ბიძგის მიმცემია კერძო პრობლემის გადაჭრა, რომელიც შემდგომში განზოგადოებულ და სტანდარტიზირებული სახით ვრცელდება საქმიანობის ახალ სფეროებზე.

ფუნქციონალური მიდგომა დამახასიათებელია წარმატებული ფირმების უმეტესობისათვის, ხოლო ზოგიერთი მათგანი, ტექნიკურად რთული ნაკეთობების მწარმოებლების ჩათვლით, საერთოდ არაფერს არ აკეთებენ მანამ, სანამ არ იპოვიან კლიენტს, რომელიც მზად იქნება ითანამშრომლოს ამ უკანასკნელთან ექსპერიმენტალური სამუშაოების ჩატარების სფეროში. ასე მაგალითად, ამერიკული ხელსაწყოთმშენებელი კორპორაცია „ალენბრედლი“ თავის წარმოებულ რობოტტექნიკას ცდის არა თავისთან, არამედ იმ კომპანიის საწარმოებში, რომლებიც აპირებენ მის გამოყენებას. ამასთან ერთად მიიღწევა უკუკავშირის უზრუნველყოფა ახალი პროდუქციის სერიულ წარმოებაში. ზოგჯერ ხდება ისეც, რომ სიახლე საერთოდ მუშავდება ერთ-ერთი წამყვანი კლიენტის უშუალო ზეწოლით. და მაინც, მიუხედავად თვალსაჩინო პრაქტიკული ბუნებისა და შედარებით ნაკლები დანახარჯებისა, ფუნქციონალური სიახლეები არ არის უნივერსალური ხასიათის. ინოვაციებისადმი წმინდა ფუნქციონალური დამოკიდებულება ორგანიზაციას წყვეტს ტექნოლოგიური პროგრესის მოწინავე მიჯნებისაგან და აღწევს რა მოკლევადიან ეფექტიანობას თავის საქმიანობაში, გრძელვადიან პერსპექტივაში იგი კარგავს კონკურენტუნარიანობას და ზღუდავს წარმოქმნილი პრობლემების გადაჭრის შესაძლებლობებს (ტექნიკურ არსენალს).

გასული საუკუნის ბოლო ათწლეულში ჟურნალ „ფორჩენის“ 500 საუკეთესო ფირმის სიიდან ამოვარდა 60%. ეს გარკვეულწილად წააგავს დინოზავრების გაქრობის პროცესს. ყველაზე მძლავრმა და ძლიერმა, კონკურენტულ ბრძოლაში მოწინავე კომპანიებმა არაბუნებრივად სწრაფად დათმეს პოზიციები და ეს პოზიციები

ძალზე სწრაფად დაიკავეს ე.წ. ახალმა „მტაცებლებმა“, რომლებიც თითქმის „არსაიდან“ მოველინენ სამყაროს. მაინც რა მოხდა? ისეთი არაფერი. ძველი ლიდერები ძირითადად ორიენტირებულები იყვნენ კონკურენციაზე. მათ დიდი ძალა და გავლენა ჰქონდათ, მაგრამ უფრო მეტად რეაგირებდნენ სხვაგამყიდველების ქმედებებზე, ვიდრე თამაშობდნენ საკუთარ პარტიას. მათი მხერა წყდებოდა პორიზონტთან, იმის იქით ისინი ვერაფერს ხედავდნენ. მაგრამ არსებული ბაზრებისკარგი ცოდნა კომპენსირებას ვერ უკეთებს სიახლეების წარმოქმნის შესახებ ბუნდოვანწარმოდგენას, ხოლო დინამიკურ, ტურბულენტურ სამყაროში ახალი შესაძლებლობის წინასწარმეტყველება გაცილებით მნიშვნელოვანია, ვიდრე არსებულის გამოყენება. ასე რომ, ყოფილმა ლიდერებმა ვერ გაუძლეს მომავლის გამოცდას. კონკურენტებთან ბრძოლაში მათდაავიწყდათ ის კლიენტები, რომლებსაც უკვე აღარ სურდათ ძველი პროდუქციის ხარისხიანი მომსახურებით სიამოვნების მიღება და ექებდნენ ახლებს. „წრფივმა“ კონკურენციამ(უცვლელი მიწოდების პირობებში) ისინი „იმიტაციურ“ ბაზარს მიაჯაჭვა, სადაც გამყიდველები იმეორებენ ერთმანეთს, ხდება საქონლის „კოპირება“ და წინ შეიძლება გაიჭრას მხოლოდ ის, ვისაც უნარი შესწევს უარი თქვას „წრფივ“ კონკურენციაზე. „შექმნას“ ახალი ბაზარი, რითაც კონკურენტებს ჩამოაშორებს საქმეს.

როგორც ამას სამართლიანად აღნიშნავენ **ჟ. კიმი და რ. მობორნი** – „სამყაროში, სადაც საწარმოო პირობები უკვე აღარ განსაზღვრავენ კორპორატიულ კეთილდღეობას, რამდენადაც კომპანიებს შეუძლიათ დაძლიონ ეს პირობები ინოვაციების სისტემატური გამოყენებით, ფირმას აღარ სჭირდება მოცემულ მოთხოვნაზე საკუთარი წილისთვის ბრძოლა – მას უნარი შესწევს შექმნას ახალი მოთხოვნა“ [12.გვ.46]. ასეთი ინოვაციური საწარმოსთვის უკვე ადვილად შესაძლებელია ნებისმიერი რეიტინგის სათავეში მოქცევა. ესეხება იმ ფირმებსაც კი, რომლებიც აღრე იბრძოდნენ გადარჩენისთვის და თითქმის დიდიწარმატების არანაირი შანსი არ გააჩნდათ. ამიტომაც წმინდა ფუნქციონალური სიახლეები შეიძლება უფრო სიცოცხლისუნარიანები იყვნენ ტექნოლოგიურებთან შედარებით, ისინიასევე არ გამოირჩევიან დიდი ეფექტიანობით. მით უმეტეს ისეთ ეპოქაში, როცა სამეურნეოსუბიექტის ცხოვრებაში ცვლილებები კალეიდიკოპური სიჩქარით მიმდინარეობს და მათხერეაქცია შეუძლებელია ცოდნაზე და ინჟინრულ დამუშავებებზე ორიენტაციის გარეშე.

გასაკვირი არ არის, რომ სულ უფრო ფართო გავრცელებას პოულობს ინოვაციებისადმი კომბინირებული მიდგომა. იგი გულისხმობს, რომ სიახლის ტექნოლოგიური იდეა, რომელიც

პერსპექტიულად გვეჩვენება, მაშინვე არ ექვემდებარება დამუშავებებს, არამედ ჯერ უპირისპირდება პოტენციური მოსარგებლების მოთხოვნებს. სხვა სიტყვებით, მანამ, სანამ იგი სიახლის კონკრეტულ მოდელად გარდაიქმნება, აუცილებლად გაცნობილიუნდა იქნას (გააცნონ) მიზნობრივ აუდიტორიას ანდა მის რაღაც ნაწილს და ჩაერთოსმოდელის ძირითადი პარამეტრების დადგენაში.

არანაირ პრობლემას არ ექნება ადგილი, თუკი სიახლე შეიქმნება წამყვან მომხმარებლებთან ერთად დამუშავებების პროცესში. ამ შემთხვევაში მუშა გარემოში ჩამოყალიბდებიან მჩვენებლები, რომელთაც სიახლე უნდა პასუხობდეს.

თუმცა აქვე იკვეთება გარკვეული სირთულე. აღნიშნულ მომხმარებელთა უპირატესობები შეიძლება მთლიანად არ დაემთხვეს მიზნობრივი „აუდიტორიის“ დარჩენილი ნაწილის მოთხოვნებს, თუმცა, თუკი მათთან ურთერთხემოქმედების პირობები უნიკალურიარ არის, მჩვენებელთა გარკვეული მოდიფიკაციის გზით სიახლე მაინც შეიძლება გავრცელდეს მთელს მიზნობრივ აუდიტორიაზე, მომხმარებელთა მთლიან სეგმენტზე.

მაგრამ რა ვქნათ მაშინ, როცა არ არიან ისეთი პარტნიორები, რომელთან თანამშრომლობითაც იქმნება სიახლე? როგორ ავაგოთ პერსპექტიულ ტექნოლოგიურ იდეაზე დამყარებული მისი მოდელი? მით უმეტეს, რომ შესაძლო მომხმარებლებს ყოველთვის არ შესწევთ უნარი წინასწარ გაიაზრონ, რისი მოტანა შეუძლიათ მათთვის სიახლეებს. სიახლეების წარმოქმნელი იდეა ყოველთვის არ არის პირდაპირი პასუხი მომხმარებლის მოთხოვნაზე.

იმისთვის, რომ მოხდეს ამ სიახლის მოდელირება, უნდა აიგოს ის ხაზი (ჯაჭვი, ზოგჯერ საკმაოდ გრძელიც), რომელიც მას აკავშირებს მომხმარებლის მოთხოვნასთან. ამასთან, ხშირად მომხმარებელს არ გააჩნია ის პირველსაწყისი მოთხოვნილება, რომელიც უშუალო კავშირშია სიახლის წარმოქმნელ პირველსაწყის იდეასთან. საჭირო ხდება გამოვლინდეს დაფარული მოთხოვნები ანდა, თუ საჭირო გახდა, ხელოვნურად მოხდეს მათიინიცირება (გამოწვევა), ე.ი. ხელოვნურად აღუძრათ პოტენციურ მომხმარებელს მოთხოვნა ახალ პროდუქტზე და ვაიძულოთ იგი, ჩვენთან ერთად იმუშაოს ახალი პროდუქტისშექმნაზე. ტექნოლოგიურად ანდა მატერიალურად, ვამყარებთ რა მათთან უკუკავშირს, შეიძლება სიახლის მოდელის ძირითადი პარამეტრების მნიშვნელობების განსაზღვრა დაშემდეგ ტექნოლოგიური იდეის შემუშავება ისე, რომ მიღებული შედეგი მთავსდეს ამ მნიშვნელობების ჩარჩოებში.

სიახლეების წყაროები. როგორიც არ

უნდა იყოს სიახლეების წარმომავლობა-ტექნოლოგიური, ფუნდამენტური თუ კომბინირებული – ისინი საიდანღაც უნდა ავიდეთ; ცხადია, ახალი იდეების ძირითადი მომწოდებლები არიან საწარმოში არსებული საკუთარი სამეცნიერო-კვლევითი და საცდელ-საკონსტრუქტორო სამუშაოების ქვედანაყოფები. თუმცა, ჯერ ერთი, ეს ქვედანაყოფები აქვთ მხოლოდ მსხვილ საწარმოებს, მცირე ზომის საწარმოებს არ შეუძლიათ მნიშვნელოვანი სახსრები დახარჯონ დამოუკიდებელ კვლევებზე და დამუშავებებზე და მეორეც, ძლიერი და მდიდარი ფირმებიც კი იძულებულნი არიან შეზღუდონ თავიანთი მეცნიერული კვლევები თემატიკით, შემოქმედებით მუშაკებით და შრომითი რესურსებით, მაგრამ მათი ინოვაციებით დაინტერესება სცილდება მოცემული თემატიკის ფარგლებს. ამიტომ, ბუნებრივია, საჭირო ხდება სიახლეთა დამატებითი წყაროების მოძიება, რომელთაც შეეძლება, კომპენსირება გაუკეთონ შიდა კვლევითი პროგრამების შეზღუდულობასა და ნაკლს.

თუმცა თანამედროვე მსოფლიოში ახალი და პერსპექტიული ინფორმაცია ყველასათვის ხელმისაწვდომი არ არის. ხშირ შემთხვევაში იგი გამიზნულია არა თავისუფალი ცირკულაციისთვის, არამედ განიხილება, როგორც კონკურენტებთან ბრძოლაში წარმატების ე.წ. „კოზირი“ და იმისათვის, რომ შეგვეძლოს მისით სარგებლობა, საჭიროა საკუთარი უფლებების განმტკიცება ორგანიზაციული და ფინანსური ღონისძიებების მეშვეობით.

შედარებით მარტივი და იაფი ხერხი სიახლეების ხელმისაწვდომობასთან მიმართებაში არის მათზე შეკვეთების განთავსება სამეცნიერო დაწესებულებებში ანდა უმაღლეს სასწავლებლებში. ასე მაგალითად, ჯერ კიდევ გასული საუკუნის 70-80-იან წლებში კვლევებისა და დამუშავებების დაფინანსების მსხვილმასშტაბიანი და გრძელვადიანი ხელშეკრულებები იდებოდა სპონსორებთან პრაქტიკულად ორიენტირებული თეორიული შედეგების გადაცემის სანაცვლოდ. მაგალითად, 10-წლიანი ხელშეკრულება ქიმიურ ფირმა „მონხატო“-სა და ჰარვარდის სამედიცინო სკოლას შორის ითვალისწინებდა სუბსიდიას 23 მლნ დოლარის ოდენობით. ხოლო ცოტა მოგვიანებით დადებული კონტრაქტი მასაჩუსეტის ტექნოლოგიურ ინსტიტუტსა და კორპორაცია „ეკსონს“ შორის იგივე ვადით 8 მლნ. დოლარის დაფინანსებას. ამის გარდა, გასული საუკუნის 80-იანი წლებიდან ყალიბდება სპეციალური ორგანიზაციები, რომლებიც მოწოდებულნი არიან გააერთიანონ სხვადასხვა საქმიანი ორგანიზაციების ძალისხმევა მოქმედი კვლევითი პროგრამების ხელშესაწყობად. მაგალითად, ამერიკის ნახევარგამტარების მრეწველობის ასოციაციის ეგიდით დაარსდა კოოპერატივი,

რომელმაც თავისი საქმიანობის ასპარეზად აირჩია ისეთი კომპანიები, როგორცაა „სიგნეტიქსი“, „ფეირჩაილდი“, „მოტოროლა“ და ა.შ. და მხარს უჭერდა ინტეგრალურ სქემებთან დაკავშირებულ სამუშაოებს.

აღნიშნული ორგანიზაცია ახორციელებდა არა მარტო პერსპექტიული კვლევითი პროექტების შერჩევას და დაფინანსებას, არამედ ახდენდა „მოპოვებულ“ სამეცნიერო-ტექნიკური ინფორმაციის გავრცელებას სპონსორ კორპორაციებს შორის.

ინოვაციური ორგანიზაციების სამეცნიერო ორგანიზაციებთან ინტეგრაციის უფრო მაღალი საფეხურია ერთობლივი ცენტრების შექმნა, რომლებიც მოწოდებულნი არიან გადაჭრან ინდუსტრიულად ორიენტირებული ფუნდამენტური კვლევები (ამოცანები).

ასეთი ცენტრები სახელმწიფოსგან მნიშვნელოვან მხარდაჭერას ღებულობენ. ამასთან, მათ მუშაობაში ინოვაციების ძიებასთან მიმართებაში ერთგებიან არა მარტო მსხვილი, არამედ საშუალო და მცირე ბიზნესიც კი, რომელიც სწორედ ამის მეშვეობით ფებს უწყობს სამეცნიერო-ტექნიკურ პროგრესს. ეს, თავის მხრივ, ფინანსურ მდგრადობას ანიჭებს ერთობლივ ცენტრებს და საშუალებას აძლევს, გააფართოვონ თავიანთი მასშტაბები.

მასაჩუსეტის ტექნოლოგიურმა ინსტიტუტმა აშშ-ს ეროვნული სამეცნიერო ფონდის მონაწილეობით დააარსა პოლიმერული კვლევების ცენტრი, რომელიც ახორციელებდა პოლიესტერის დარტყმის საწინააღმდეგო თვისებების შესწავლას. ხუთი წლის შემდეგ საქმიანი ორგანიზაციებიდან სუბსიდიებმა 500 ათას დოლარს მიაღწიეს წელიწადში. ამის შედეგად შესაძლებელი გახდა სამეცნიერო ეროვნული ფონდისაგან მიღებულ ფინანსურ დახმარებაზე უარის თქმა. დაინტერესებული კორპორაციებიდან მიღებული სახსრებისავესებით საკმარისი იყო დაგეგმილი სამუშაოების განსახორციელებლად.

ხშირად ინიციატივა თვით სამეცნიერო დაწესებულებებიდან მოდის. სტენფორდის უნივერსიტეტმა დამოუკიდებლად დააარსა ინტეგრალური სისტემების ცენტრი, რომლის ფუნქციასაც „ვერტიკალური სტრუქტურების“ შექმნა შეადგენდა – კომპონენტების მასალებით დაწყებული და დასრულებული მოწყობილობით გათავებული. მაშინვე მის დაფინანსებაზე მზადყოფნა გამოთქვა 17-მა კორპორაციამ, რომელთაც პირველი სამი წლის განმავლობაში ცენტრის ფონდში 250 ათასი დოლარი შეჰქონდათ და პარალელურად, აფინანსებდნენ პენტაგონის გამოყენებითი ხასიათის კვლევით პროექტებს 8 მლნ დოლარის ოდენობით.

მაგრამ ყველაზე საინტერესოა ის, რომ

საქმიანი ორგანიზაციები დაინტერესებულნი არიან არა მარტო გამოყენებით ხასიათის კვლევებით და საცდელ-საკონსტრუქტორო სამუშაოებით (დამუშავებებით), არამედ ფუნდამენტური ცოდნით და აქტიურად მონაწილეობენმათი კომერციალიზაციის ხერხებისა და საშუალებების მოძიებაში. ჩვეულებრივ, სამეცნიერო დაწესებულებები სხვადასხვა სამეცნიერო-კვლევითი ფონდების მხარდაჭერით ქმნიან სპეციალურ კორპორაციებს, რომლებიც მოწოდებულნი არიან, თავიანთი აღმოჩენების კომერციული პოტენციალი განათავსონ მოწინავე სფეროებში (ვთქვათ, ბიოტექნოლოგიებში, მიკროეკონომიკაში ანდა რობოტიკაში). ხოლო შემდეგ კი ამ კორპორაციების კაპიტალსუერთდებიან მსხვილიკომპანიები, რომლებიც დაინტერესებულნი არიან სამომავლო შედეგებით (კერძოდ, აქციების შექმნის გზით). ამით ისინი ხელს უწყობენ თეორიული კვლევების განვითარებას და თავიანთი წვლილი შეაქვთ ფუნდამენტური კვლევების პრაქტიკული გამოყენების საქმეში.

ინოვაცია, როგორც პროცესი. მაშინაც კი, როცა ორგანიზაციებს შეუზღუდავად მიუწვდებათ ხელი სიახლეებზე, ისინი მაინც ვერ ასცდებიან იმ მთელ რიგ სირთულეებს, რასაც განვითარების გზაზე აწყდებიან ინოვაციები. რჩება სულ მცირე ორი პრობლემა, რომელთა გადაჭრის გარეშე შეუძლებელია მოძველებული პროდუქტების, რესურსების ანდა ტექნოლოგიების ეფექტიანი განახლება. ერთის მხრივ, მანამ, სანამ დაიწყება ინოვაციური პროცესი, უნდა განისაზღვროს, მაინც რომელი სიახლეა საჭირო იმისათვის, რომ გადაიჭრას ორგანიზაციის წინაშე მდგარი ამოცანა. მეორეს მხრივ, ეს სიახლე ათვისებული უნდა იქნას, ანუ იგი უნდა გახდეს ორგანიზაციის საქმიანობის განუყოფელი ელემენტი.

აქედან ცხადია, რომ ინოვაცია არის არა ერთჯერადი აქტი, რომელიც მყისიერი სიახლის სახით ერთგვარად ორგანიზაციის საქმიანობაში. ეს არის რთული და ხანგრძლივი პროცესი, რომელიც ზოგჯერ წლობით გრძელდება და ბუნებრივია, მოიცავს მთელ რიგ ურთიერთდაკავშირებულ ეტაპებს (სტადიებს), რომლებიც თანმიმდევრულად განაპირობებენ საბოლოო შედეგის მიღწევას. მათ მიეკუთვნება:

- ინიცირება;
- პროექტირება;
- ათვისება.

მაგრამ ინოვაციურ პროცესს აქვს თავისი წინა ისტორია. ყველაფერი იწყება პრობლემის ფორმულირებით, რომელიც გულისხმობს დასახული მიზნებიდან და ორიენტირებიდან გადახრების გამოვლენას და კონკრეტიზაციას. საქმის სასურველ (მოსალოდნელ) და ფაქტობრივ მდგომარეობას შორის არსებული განსხვავების

გააზრების შემდეგ ორგანიზაცია აფიქსირებს ამ გარღვევას და მისი გადალახვის გზებისა და საშუალებების ძიების საკითხი ყალიბდება როგორც პრობლემა, რომელიც უნდა გადაიჭრას. დაეუშვათ, რომ ფეხსაცმლის მწარმოებელმა ფირმამ გადაწყვიტა გაადიდოს თავისი წილი ბაზრის საბაზემო სეგმენტზე 18-დან 25%-მდე, მაგრამ სინამდვილეში საანგარიშო პერიოდში ეს მაჩვენებელი 15%-მდე დაეცა. ეს 10% (25-15)% არის ის გარღვევა, რაცაწუხებს ფეხსაცმლის მწარმოებელს. ცხადია, მან უნდა გაარკვიოს, რა უნდა გააკეთოს იმისთვის, რომ არა მარტო დაიბრუნოს დაკარგული პოზიციები, არამედ მიაღწიოს დასახულ მიზანს. ფაქტობრივად, ეს არის პრობლემის ფორმულირება, რომლის გადაჭრაც შეეძლება ინოვაციის გზით.

ეს, ცხადია, არის საკმაოდ მარტივი შემთხვევა, როცა გადახრა თავდაპირველად ფასდება რაოდენობრივი ფორმით, ხოლო მთავარი არის მათი გაზომვის ქმედითი ხერხებისა და საშუალებების პოვნა, თუმცა, ყოველთვის ასე არ ხდება. ხშირად როგორც თვით გადახრა, ისე მისგან წამოსული პრობლემა ყალიბდება ხარისხობრივი ფორმით და საჭირო ხდება მნიშვნელოვანი ძალისხმევის ხარჯვა იმაზე, რომ მას რაოდენობრივი ფორმა მიეცეთ და გაზომვადი გახდეს.

დაეუშვათ, ცხადი გახდა, რომ მომხმარებელს სრულად არ აკმაყოფილებს პროდუქციის ხარისხი ანდა ფირმის მუშაკები კმაყოფილები არ არიან მართვის ორგანიზაციის სტილით. როგორ მოვიქცეთ? შეიძლება თუ არა ასეთი შეფასების საფუძველზე ზუსტად ჩამოყალიბდეს და განისაზღვროს პრობლემა? ცხადია, არა. უნდა აიგოს სპეციალურისკალა პროდუქციის ხარისხის ან მართვის სტილის აღსაქმელად, ანდა რესპონდენტებს მივაწოდოთ შეკითხვები იმის შესახებ, თუ რას მოელიან ისინი ორგანიზაციისგან და რამდენად ქმედუნარიანია ორგანიზაცია იმისთვის, რომ გაამართლოს პერსონალის იმედები.

ხშირად ორივე ეს მიდგომა კომბინირდება, შედეგად პასუხები „სკალისებურ“ რაოდენობრივად განსაზღვრულ ხასიათს იძენენ.

თუმცა, თავისთავად, პრობლემის დასმა ჯერ კიდევ არ არის ინოვაციური პროცესის დასაწყისი. მისი ფორმულირებით ორგანიზაცია მხოლოდ გადაწყვეტილების ძიებას იწყებს. იგი შეიძლება იყოს სტანდარტული, ანუ ფართოდ გავრცელებული და საერთოდ აღიარებული ანდა ნაკლებად ცნობილი, მაინც აპრობირებული და ქმედუნარიანი. მაშინ ამოცანა შეიძლება გადაიჭრას სხვისი გამოცდილების გაზიარებით და მისი საკუთარ პირობებზე მისადაგებით. ხშირ შემთხვევაში ასეც ხდება, მაგრამ არც თუ ისე იშვიათად საჭიროა ახალი გადაწყვეტილებების ძიება, რომელთაც ანალოგები არა აქვს. ეს ნიშნავს იმის შემუშავებას, რომელიც მზა

სახით, უბრალოდ, არ არსებობს. შესაბამისად, თუკი ორგანიზაცია მიზნადდაისახავს ასეთი გადაწყვეტილების მიღებას, მაშინ იგი ერთგვარ ინოვაციურ პროცესში. ინიცირების სტადიაზე ორგანიზაციამ უნდა გაარკვიოს:

- როგორია პრობლემის გადასაჭრელად საჭირო ინოვაცია, როგორია მისი ძირითადი პარამეტრები და მათი მისაღები მნიშვნელობები; სად და როგორ შეიძლება სიახლის მოძიება (შემუშავდეს იგი საკუთარი ძალებით ანდა ამ საქმეში ჩაერთოთ სხვა ორგანიზაციები, და როგორ პირობებში შეიძლება მათზე ურთიერთქმედება). მართალია, ზოგჯერ ხდება ისე, რომ პრობლემა გადაიჭრება უკვე არსებული, მაგრამ ამ მიზნით ჯერ გამოუყენებელი სიახლეების საფუძველზე შეიძლება მოგვეყენოს, რომ აქ არანაირი ინოვაცია არ არის და ორგანიზაცია უპრობლემოდ ათვისებს მას. ასეთი შეხედულება ილუზიის დონეს ვერ გასცდება. ჯერ ერთი, უნდა შეგვეძლოს იმის განსაზღვრა, სად და რა კრიტერიუმებით უნდა გავაგრძელოთ ძიება და მეორეც, შეირჩეს ის სიახლე, რომელიც სხვებზე უფრო მეტად მიესადაგება პრობლემას.

როგორც არ უნდა იყოს, ინიცირება სრულდება სიახლის შეძენით (სასაქონლო იდეა, ტექნოლოგიური სქემები და ა.შ.), რომელსაც შეეძლება გადაჭრას ორგანიზაციის წინაშე მდგარი პრობლემა იმისაგან დამოუკიდებლად, თუ საიდან იქნა აღებული ინოვაცია, მზადამუშავებების არსენალიდან, შეუკვეთეს სხვა ორგანიზაციას თუ შეიქმნა საკუთარი ძალებით. მხოლოდ ამის შემდეგ ორგანიზაცია იწყებს ინოვაციის დაპროექტებას. იგი გულისხმობს იმის განსაზღვრას, თუ როგორ, რა ვადებში და სახსრებით ჩაერთოს აქტიურად სიახლე ორგანიზაციის საქმიანობაში. მანამ, სანამ შევუდგებოდეთ ორგანიზაციულ გარდაქმნებს, საჭიროა:

- ნათლად ჩამოყალიბდეს, რას შეიძლება მიადწიოს ფირმამ ინოვაციების დანერგვით და რისი მეშვეობით;
- განისაზღვროს გარდაქმნის განხორციელების კრიტერიუმები, რის საფუძველზე დაროგორ განხორციელდება იგი, გატარდება თუ არა ცვლილებები და რამდენად წარმატებულად;
- შეთანხმება იმაზე, თუ როგორი რეაგირება მოჰყვება ამა თუ იმ შუალედურ შედეგებს;
- უნდა დადგინდეს, სამუშაოთა რა ნაწილი შესრულდება საკუთარი ძალებით და რომლის შესრულებას დასჭირდება გარეშე ძალები.

აღნიშნულის საფუძველზე დგება გეგმა, რომელიც ფირმის ადმინისტრაციის მოწონების შემდეგ ხდება სიახლეების ათვისებასთან დაკავშირებული სამუშაოების საფუძველი.

სამწუხაროდ, პრაქტიკაში ინოვაციური პროცესის პირველი (საინიციატივო) და განსაკუთრებით მეორე (პროექტული) სტადიები ხშირ-

ად იჩქმალება, ხდება ისეც, რომ ორგანიზაციები არ შეიმუშავებენ სიახლის ზუსტ სპეციფიკაციას. ამასთან, დასაწერად შემოთავაზებულია ისეთი სიახლეები, რომლებიც არა თუ არ უზრუნველყოფენ სიმნელების გადალახვას, არამედ ხანდახან მათ პირდაპირი კავშირი არა აქვთ პრობლემასთან. უფროსშირად გეხვდება ინოვაციების დანერგვის უგულისყუროდ და ზოგადად შედეგინილი გეგმები, რაც ინოვაციაზე ერთობ ბუნდოვან წარმოდგენას ქმნის. მხოლოდ საქმის მსვლელობისას ზუსტდება, სახელდობრ რა ინერგება და რა შედეგებს უნდა მოველოდეთ მათგან.

ცხადია, რომ ის ორგანიზაციები, როლებიც ინოვაციებისადმი ასეთ მიდგომას ავლენენ, როგორც წესი, სრულად ვერ აღწევენ სასურველ ეფექტს. სიახლეების ათვისება უნდა იყოს მიზანსწრაფული და გეგმაზომიერი, მაგრამ ხშირად (განსაკუთრებით რთული და მასშტაბური სიახლეებისა და მსხვილი ორგანიზაციების შემთხვევაში) ხორციელდება მისი შემოწმება, „გამოცდა“, ეს ნიშნავს სიახლეების ექსპერიმენტურ დანერგვას კომპანიის რომელიმე ნაწილში ანდა მისი საქმიანობის რომელიმე ერთ კომპონენტში. ასეთი ექსპერიმენტის მიზანია ინოვაციების გავლენის შეფასება მიღწეულ შედეგებზე, ასევე შესაძლო, მათ შორის არასასურველი, შედეგების შეფასება. მისი მსვლელობის დროს გამოსწორდება ნაკლოვანებები, შედის კორექტივები პირველ ნაწიის გეგმაში, ხოლო საჭიროების შემთხვევაში ხდება სამუშაოების მსვლელობაში სტრატეგიისა და ტაქტიკის გადახედვა.

თუკი ექსპერიმენტები მთლიანად განაპირობებენ სასურველ ეფექტს, იწყება სიახლის სრულმასშტაბიანი დანერგვა. იგი მთლიანად, ყოვლისმომცველად და საბოლოოდ რეალიზდება ორგანიზაციაში. ამასთან პრაქტიკულად გადაიჭრება ის პრობლემა, რამაც ინოვაციების დანერგვა განაპირობა. ამავდროულად, სიახლის სრულმასშტაბიანი დანერგვაც კი არ არის მისი ათვისების პროცესის დასასრული. იმისთვის, რომ იგი მთლიანად გახდეს ორგანიზაციული სისტემის განუყოფელი ნაწილი, საჭიროა მისი ინსტიტუციონალიზირება. ეს იმას ნიშნავს, რომ სიახლე ორგანიზაციული სისტემის არა მარტო განუყოფელი ნაწილი ხდება, არამედ იგი უკვე აღარ აღიქმება, როგორც რაღაც განსაკუთრებული და არაჩვეულებრივი. ხდება მისი „რუტინიზება“, გარდაიქმნება რაღაც შეზღუდულ, მისთვის ბუნებრივ, წარმოებისათვის ჩვეულ და შემოწმებულ ელემენტად. შემდგომში იგი უკვე აღარ ამოვარდება საერთო ფონიდან და უკვე აღარ არის შესამჩნევი და თვალში საცემი. როცა ახალი კარგავს თავის სტატუსს და ხდება ძველის განუყოფელი ნაწილი, ეს ნიშნავს ინოვაციური პროცესის სრულად დასრულებას.

ურთიერთდამოკიდებულება ამ პროცესში ჩართულ პირებს შორის. წარმოების პერსონალი ახალ გარდაქმნებს არ აღიქვამს, როგორც რაღაც საჩუქარს. შეიძლება მათი დამოკიდებულება გარეგნულად კეთილგანწყობილი იყოს, მაგრამ შინაგანად პერსონალის უმეტესობა ალმაცერად უყურებს ინოვაციებთან დაუკავშირებულ გეგმებს, ზოგიერთი კისპორტული აზარტით ეწინააღმდეგება მას. იმისთვის, რომ გარდაქმნები აღმოჩნდნენ ნამდვილები და ქმედითები, საჭიროა მათი აზრის დაყვანა მათზე, ვისაც ისინი ასე თუ ისე ეხება, მათი დარწმუნება ცვლილებების აუცილებლობაში, იმაში, რომ განახლებული სიტუაციები შეესაბამება მათ ჭეშმარიტ ინტერესებს. საჭიროა გეგმების ღია და გულახდილი განხილვა, ოღონდ ეს უნდა გაკეთდეს ფრთხილად და ცვლილებათა შედარებით ფაქიზი და მგრძობიარე ასპექტების ბოლომდე გამჟღავნება სავალდებულო არ არის.

თუკი ცვლილება სწრაფად და მტკიცედ უნდა განხორციელდეს, მაშინ კიდევ ერთხელ დაფიქრება საჭირო იმის თაობაზე, თუ რამდენად გადაუდებელია იგი, რამდენადაც მოქმედებათა დაჩქარება გულისხმობს პერსონალთან მათ განხილვაზე, მათთან მიზნებისა და ამოცანების შეთანხმებაზე უარის თქმას. ასევე ვერ მოხერხდება მათი უშუალო ჩართვა გარდაქმნების პროცესში. ამან შეიძლება საქმეთა დამუხრუჭება გამოიწვიოს გეგმების რეალიზაციის სტადიაზე. სხვა სიტყვებით, ძალზე სწრაფმა ცვლილებებმა შეიძლება შექმნას სიძნელებები, რომელთა დაძლევის შედეგად დიდი დრო დასჭირდეს ცვლილებათა გულდასმით მომზადებისათვის საჭირო დროსთან შედარებით. ის, რაც დაიზოგება გეგმების შედგენის სტადიაზე, უკან დაუბრუნებლად დაიხარჯება დანერგვის პროცესში.

განსაკუთრებული მნიშვნელობა აქვს იმასაც, რომ ინოვაციების მართვისას საჭიროა მეტი პასუხისმგებლობა და გულმოდგინება და არა რუტინული ცვლილებები. ეს განსაკუთრებით ეხება მართვის ზედა ეშელონებს. თუკი ხელმძღვანელობა ეცდება მომსახურე პერსონალისა და საშუალო დონის მენეჯერთა ზურგს უკან იმოქმედოს, საქმე შეიძლება, სულაც, კრახით დამთავრდეს. ხელქვეითებთან შეთანხმებული მოქმედებით და მათი ჩართვით გარდაქმნების პროცესში ლიდერი არა მარტო გაათვითცნობიერებს და რთავს მათ ამპროცესში, არამედ აძლიერებს თავის პოზიციებს ორგანიზაციაში. შეუძლებელია თანამშრომელთა სრული ჩამოცილება ორგანიზაციაში მიმდინარე ცვლილებებთან. ეს ხომ მათი გარემოა. ხელმძღვანელი, რომელიც ცდილობს ხელქვეითები გათვითცნობიერებულად არ იყვნენ საწარმოში მიმდინარე გარდაქმნებში, ხშირად საკუთარი გეგმების განხორციელების ძირითადი მუხრუჭი ხდება.

მუშაკი ვერ შეძლებს ცვლილებების მართვის პროცესზე პასუხისმგებლობის თავის თავზე აღებას. მისი ფუნქციაა მთელი თავისი ძალისხმევის კონცენტრაცია მოახდინოს მის წინაშე დასმული ამოცანის შესრულებაზე. ეს კი, თავის მხრივ, დამოკიდებულია ისეთ ფაქტორებზე, როგორცაა ჯანმრთელობის მდგომარეობა, კვალიფიკაციის დონე, პროფესიული გამოცდილება, ფსიქოლოგიური მდგომარეობა, პიროვნული თვისებები, მოტივაციის ხარისხი და ა.შ. ამიტომ, თუკი ხელმძღვანელი მიისწრაფვის გარდაქმნების ეფექტიანობისკენ, მან მთლიანად თავის თავზე უნდა აიღოს პასუხისმგებლობა მიღწეულ შედეგებზე. მან ისე უნდა მოახდინოს საქმის ორგანიზება და წარმართვა, რომ ხელქვეითებმა შეძლონ მთელი თავიანთი შესაძლებლობების სრული გამოვლენა. ხელმძღვანელი მოწოდებულია, ხელი შეუწყოს ცვლილებებს, უბიძგოს აქეთკენ ორგანიზაციას, დაეხმაროს მუშაკებს, გაიგონ და ობიექტურად შეაფასონ სიტუაცია და მაქსიმალურად გამოავლინონ საკუთარი შესაძლებლობები. დიდი სიფრთხილე სჭირდება ხელმძღვანელს შემდეგი ფრაზების გამოყენებისას: „შევცვლით აზროვნების სტილს“, ანდა „შევცვლით მითითებებს“, ეს თავისთავად არის „ძალისმიერი მიდგომის“ დემონსტრირება, ცვლილებებისადმი მათი იძულება. საჭიროა ხელმძღვანელობის მხრიდან ისეთი ქმედებები, რომ პერსონალი კეთილად განაწყოს ორგანიზაციაში მიმდინარე ინოვაციური ცვლილებების მიმართ.

ამასთან, თუკი ორგანიზაციის მუშაკები გულგრილად ეკიდებიან მათ მიერ შესასრულებელ ფუნქციებს და აქედან გამომდინარე, არაეფექტიანად ასრულებენ მათ, ეს მათიბრაღი არ არის, არამედ უბედურება თვით ორგანიზაციაში აზროვნების არასწორი წყობის პირდაპირი შედეგია. ორგანიზაციული სტრუქტურის, განვითარების ორიენტირების საქმიანი პოლიტიკის განახლებამ შეიძლება გამოიწვიოს ისეთი გარემოს შექმნა, რომელშიც მუშაკები უფრო ადეკვატურად აღიქვამენ თავიანთ ამოცანებს და შეექმნებათ საჭიროცოდნის მარაგი აღნიშნულ მოვლენებთან მიმართებაში. მართვაში ცვლილებების სწორ აღქმაში ხელმძღვანელობას კარგ სამსახურს გაუწევს და დაეხმარება ჯ. კოტერის მიერ შედგენილი 8-საფეხურიანი მოდელი (ცხრილი 2), [13. გვ., 4].

ინოვაციების ათვისებლობა (ათვისების უნარი). ინოვაციური პროცესის წარმატება დამოკიდებულია არა მარტო სწორად შერჩეულ სტრატეგიაზე, პარტნიორებთან და თანამშრომლებთან სწორ თანამშრომლობაზე, არამედ თვითონ ორგანიზაციის მიერ სიახლეების ათვისების და აღქმის უნარზე. ეს სხვა არაფერია, თუ არა ორგანიზაციის მზადყოფნა ათვისების ინოვაციები, შეძლოს მისი მოძიება და დანერგვა.

ორგანიზაციის მიერ ინოვაციების ამო-
ვისებლობა განისაზღვრება ფაქტორების ორი
ჯგუფით:

ინოვაციური პოტენციალით; კომუნიკა-
ციური სტრუქტურით.

პირველ ჯგუფს მიეკუთვნება: სიახლეების
შესახებ ინფორმაციის ფლობა, მათი გამოყენე-
ბის გზებისა და ხერხების ცოდნა; საჭირო

სიახლეებისადმი რეალური ხელმისაწვდომობა,
ანუ მზა დამუშავებების თავისდროულად მიღე-
ბის შესაძლებლობა, მათზე შეკვეთების მიცემა
ანდა შექმნა საკუთარი ძალებით; რეზერვების
არსებობა (მატერიალური, ფინანსური, კადრობ-
რივი და ა.შ.), რომლებიც შეიძლება წარიმართოს
ინოვაციების განხორციელებაზე მიმდინარე სა-
ქმიანი ოპერაციებისათვის ზარალის მიყენების

ცხრილი 2

ჯ. კოტერის გარდაქმნის (განახლების) მოდელი

	საფუძვური	დახასიათება
1	მიზნის დასახვა	წააქეზეთ მუშაკები კარგად გაერკვნენ შექმნილ სიტუაციაში და ჩამოაყალიბონ გარდაქმნის გონივრული, რეალისტური და პერსპექტიული მიზნები.
2	ხელმძღვანელი ბირთვის შექმნა	მოიძიეთ და შეარჩიეთ შესაფერისი მაღალი პასუხისმგებლობის, შინაგანად წარმატებული და შემოქმედებითი პოტენციალის მქონე მუშაკები, რომელთაც საჭირო პროპორციით ექნებათ უნარი და ჩვევები შეხამებული; გააერთიანეთ ისინი გუნდში, რომელიც მოწოდებული იქნება, უხელმძღვანელოს გარდაქმნების პროცესს.
3	სიტუაციაზე ადექვატური შეხედულების ჩამოყალიბება	ახსენით, განვითარების რომელ ფაზაშია ორგანიზაცია და თქვენი აზრით, რომელ ფაზაში უნდა იყოს იგი და რა უნდა გააკეთოთ იმისთვის, რომ ორგანიზაცია აღმოჩნდეს იქ, სადაც უნდა იყოს სინამდვილეში.
4	ურთიერთობა პერსონალთან	გკონტაქტდეთ ფართო დიალოგი თქვენს მუშაკებთან. მოახდინეთ გარდაქმნების იდეის პროპაგანდირება. გადმოიბირეთ მუშაკები თქვენს მხარეს და ჩართეთ კონკრეტული ქმედებების დაგეგმვაში. დაარწმუნეთ მუშაკები, რომ ცვლილებები, რომლებიც უნდა გაგრძელდეს ორგანიზაციაში, საჭიროა თვითონ ორგანიზაციისთვის და საბოლოო ჯამში, სახარებლო იქნება თვით პერსონალისათვისაც.
5	გარდაქმნათა საერთო საერთო ხელმძღვანელობა	აღკვეთეთ ყველა ის წინააღმდეგობა და ბარიერი, რაც ცვლილებებს შეაფერხებს. შეეცადეთ შექმნათ კონსტრუქციული უკუკავშირები. არ ჩაახშოთ განსხვავებული აზრი და წაახალისეთ ასეთი აზრის მქონე პირები შესაძენი მიღწევებისა და გეგმების შესრულების პროგრესისთვის.
6	შექმენით „გამარჯვებულის ატმოსფერო“.	ყოველი დიდი მიზანი უნდა დაიყოს მთელ რიგ შემადგენელ შუალედურ ქვემიზნებად, მოკლევადიან და ადვილად მისაღწევ ქმედებებად. შედეგების ხშირი შეჯამებისას, ყოველთვის უნდა დაფიქსირდეს მიღწევები და წაახალისდეს ისინი, მაგრამ ამასთან, ყველაზე დიდი მიზნების (ინიციატივების) რიცხვი დიდი არ უნდა იყოს? რათა თავიდან იქნეს აცილებული ქმედებათა ქაოტურობა, ქმედებათა მოზღვაუება. აუცილებლად უნდა დაფიქსირდეს მოცემულ ეტაპზე მიღებული შედეგები. გავხადოთ ისინი შეუქცევადი მანამ, სანამ გადავიდოდეთ მომდევნო ეტაპზე.
7	თანმიმდევრობა და უწყვეტობა	მხარი დაუჭირეთ და წაახალისეთ თქვენი მუშაკების მიზანსწრაფულობა და შეუპოვრობა, განსაკუთრებით მაშინ? გასატარებელი ცვლილებები გაწვდილია დროში. წაახალისეთ ზუსტი და სრული ანგარიშების წარმოდგენა საქმის მდგომარეობისა და მიღწეული პროგრესის შესახებ. გააშუქეთ როგორც მიღწეული შედეგები, ასევე განსახორციელებელი ქმედებების ორიენტირები.
8	ცვლილებების ორგანიზაციული განმტკიცება	დააფიქსირეთ წარმატებული გარდაქმნების შედეგების შესაბამის სტრუქტურებში და ფორმებში-დაწინაურეთ მათი მომხრეები, დაიქირავეთ ახალი მუშაკები, დააფიქსირეთ ორგანიზაციული გარდაქმნები და ა.შ ჩართეთ ეს გარდაქმნები თქვენს ორგანიზაციულ კულტურაში.

გარეშე.

მეორე ჯგუფს ქმნიან: ორგანიზაციის სიდიდე ანუ მისი მასშტაბები (მუშაკთა რიცხვი, კაპიტალი და ა.შ.) და მისი კუთვნილი რესურსები (ბრუნვა, მოგება და ა.შ.); სირთულე (კომპლექტურობა) - სხვადასხვა სახის სპეციალისტების რიცხვი და მათი პროფესიული მომზადების შინაარსი და მიმართულებები; საქმიანობის ფორმალიზაცია - მკაცრი განაწესების, წესებისა და პროცედურების დაცვა; ხელისუფლების ცენტრალიზაცია - უფლებამოსილებათა კონცენტრაცია ხელმძღვანელთა მცირე რიცხვის ხელში და ინფორმაციული ნაკადების „ვერტიკალიზაცია“.

პირველი ჯგუფის ფაქტორები ინოვაციების ამთვისებლობის (ათვისების უნარის) საერთო ფონს შეადგენენ. უფრო ზუსტად, ისინი მისი წინაპირობებია (ეს ფაქტორების ინოვაციების წინაპირობებს წარმოადგენს). სინამდვილეში, თუკი ორგანიზაციამ არ იცის, საიდან მიიღოს ინოვაცია, მას არც მისი გააზრების საფუძველი აქვს. თუკი მან იცის, რასიახლე სჭირდება და სად შეიძლება მისი მოპოვება, მართალია, რეალურად იგი ხელმისაწვდომი არ არის, მაგრამ ინოვაცი-აზე არის პრაქტიკული შანსები, თუმცა ძალზე მცირე.

და ბოლოს, თუ ორგანიზაცია კარგად ერკვევა სიახლეებში, მაგრამ მის სარეალიზაციოდ არ გააჩნია საჭირო რესურსები, მაშინ საწარმოს ეფექტიან განახლებაზე დაიმედება არ შეიძლება. ყველა ეს ფაქტორი მოქმედებს ერთი და იმავე მიმართულებით. რაც უფრო მეტია მათი მნიშვნელობა, მით უფრო მეტია ორგანიზაციის სიახლეებისადმი ამთვისებლობა (ათვისების უნარი) და პირიქით, რაც უფრო დაბალია იგი, მით

უფრო ძნელია ინოვაციური მიზნების მიღწევა.

სულ სხვა საქმეა მეორე ჯგუფის ფაქტორები. ისინი მოქმედებენ სხვადასხვა მიმართულებით და ორგანიზაციის მიერ სიახლეების ამთვისებაში თავიანთი საპირისპირო წვლილი შეაქვთ. ასე მაგალითად, მსხვილი ორგანიზაციებისთვის ადვილია ინოვაციის ინიცირება და მათი განხორციელების გეგმის შედგენა, მაგრამ გაცილებით ძნელია სიახლის ამთვისება მათი სტრუქტურის სიდიდის და ხშირად წარმოქმნილი კომუნიკაციური პრობლემების გამო. რთული სტრუქტურის მქონე ორგანიზაციებს (განსხვავებული კომპენტენტებით) ხელეწიფებათ პრობლემის დასმა და ასევე, მათვის ადვილია შესაფერისი სიახლის პოვნა მის გადასაჭრელად. სამაგიეროდ, აქ ყალიბდება ბარიერები სპეციალისტების შეხედულებების საპირისპირო ანდა განსხვავებული ორიენტირების გამო, როცა ისინი იწყებენ ინოვაციების პროექტირებას და მათი რეალიზაციის განხორციელებას. ცენტრალიზაცია, რომელიც უზრუნველყოფს მკაცრ კონტროლს შესრულებაზე, ძალზე ეფექტურია სიახლეების ამთვისებისას, მაგრამ აშკარად არაეფექტურია ინოვაციების პროექტირებისას და განსაკუთრებით მისი ინიცირებისას. ხოლო იმ ორგანიზაციებში, რომელთა საქმიანობა ფორმალისტული ხასიათისაა და ასე თუ ისე დაცულია დისციპლინა, კარგად ართმევენ თავს არა მარტო ინოვაციების ამთვისების სტადიას, არამედ ასევე წარმატებით ახორციელებენ ინოვაციების დაპროექტებას, ოღონდ, ცენტრალიზებული ორგანიზაციის შემთხვევების მსგავსად, ისიც პასიური ხდება, როგორც კი საჭირო ხდება პრობლემაზე ზუსტი პასუხის გაცემა და მისი გადაჭრისათვის აუცილებელი სიახლის პარამეტრების განსაზღ-

ცხრილი 3

დამოკიდებულება ინოვაციების ამთვისებლობასა და ორგანიზაციის სტრუქტურულ მახასიათებლებს შორის ინოვაციური პროცესის სტადიების მიხედვით

		ინოვაციური პროცესების სტადიები		
		ინიცირება	პროექტირება	ათვისება
ფაქტორები	სიდიდე	ხელს უწყობს	ხელს უწყობს	აფერხებს
	სირთულე	ხელს უწყობს	აფერხებს	აფერხებს
	ცენტრალიზაცია	აფერხებს	აფერხებს	ხელს უწყობს
	ფორმალიზაცია	აფერხებს	ხელს უწყობს	ხელს უწყობს

ვრა (ცხრილი 3).

თუ გავითვალისწინებთ ამ გარემოებას, რომ ეს ფაქტორები იზოლირებულად კი არარსებობენ, არამედ ურთიერთგადახლართულები არიან, მაშინ დავრწმუნდებით რომ სიახლეების ათვისების სურათი ერთობ წინააღმდეგობრივი და ბუნდოვანი პროცესია.

ძნელია, ორგანიზაციის სტრუქტურული მახასიათებლების გათვალისწინებით, ერთმნიშვნელოვნად იმის წინასწარ განსაზღვრა, თუ რამდენად გაართმევს თავს ორგანიზაციის ინოვაციურ ამოცანებს, რამდენადაც ზემოთ ჩამოთვლილი არც ერთი ფაქტორი არ არის უპირობო სტიმული (რომელიც გამორიცხავს „მუხრუჭს“ ინოვაციური პროცესის ყველა სტადიაზე) და არ შეიძლება იყოს ინოვაციების უპრობლემოდ განხორციელების იდეალური მოდელი.

მაგალითად, განვიხილოთ შემთხვევა, როცა ორგანიზაცია არის მსხვილი, რთული, ცენტრალიზებული და ფორმალიზებული. აქ ორი ფაქტორი განაპირობებს ინოვაციური პროცესის ყოველი სტადიის წარმატებით განხორციელებას. ერთი შეხედვით, არის საფუძველი იმისა, რომ ვიმედოვნებდეთ ეფექტიანობაზე, თუმცა ორი დანარჩენი ფაქტორიც გამოდის დაბრკოლების სახით, რის გამოც ჯამური ეფექტი არც თუ ისე თვალში საცემია. ამიტომაც გასაკვირი არ არის, რომ ბევრი ორგანიზაცია ისწრაფვის იპოვოს სხვა სტრუქტურული გადაწყვეტილებები, რაც შესაძლებელს გახდის დაძლეული იქნას ეს სირთულე.

ერთ-ერთი ასეთი ღონისძიება შეიძლება იყოს ორგანიზაციაში ცალკე ქვედანაყოფის (ვთქვათ სამეცნიერო-კვლევითი და საცდელ-საკონსტრუქტორო სამუშაოების განყოფილება) შექმნა, რომელიც თავის საკმაოდ მსხვილი და რთული შემადგენლობის მიუხედავად, ამავდროულად, დეცენტრალიზებული და ფორმალური ხასიათის მატარებელია. მას შეიძლება დაეკისროს სიახლეების ინიცირების ვალდებულება. ინოვაციების პროექტირებაში მონაწილეობა უნდა მიიღოს დაგეგმვის ორგანომ, რომელიც შეიძლება ფართოდ იყოს წარმოდგენილი, თუმცა შემადგენლობის მიხედვით – ერთგვაროვანი. მისი მუშაობა, რჩება რამკაცრად ფორმალიზებული, აიგება უფრო თავისუფალ საწყისებზე, რომელიც დაუშვებს შეხედულებათა და აზრთა გაცვლას, დისკუსიებს და ალტერნატიული იდეების წამოყენებას. რაც შეეხება ორგანიზაციის დარჩენილ ნაწილებს, ისინი ინარჩუნებენ თავიანთ ჩვეულებრივ სტრუქტურულ მახასიათებლებს. ეს მიდგომა, მიუხედავად ორგანიზაციის მიერ სიახლეების ამთვისებლობის ამაღლებისკენ მიმართული ქმედებების მთელი თავისი მიმზიდველობისა, აწყდება მთელ რიგ ძნელად მოსაგვარებელ პრობლემებს. მათგან მთავარია ინოვაციებით დაკავებული

ქვედანაყოფების გამიჯვნა სხვა სტრუქტურული ელემენტებისგან და საქმე მარტო იმაში როლია, რომ ისინი ადგენენ ე.წ. „სქემებს“, რომლის მიხედვით უნდა იმოქმედოს მთელმა ორგანიზაციამ, ე.ი. შეიძლება არც თუ ისე დიდი პასუხისმგებლობით მოეკიდონ თავიანთ საქმიანობას. გაცილებით მნიშვნელოვანია, რომ ინოვაციური საქმიანობის ხანგრძლივი პერიოდის განმავლობაში ინოვაციური საქმიანობის ორგანიზატორები დროდადრო სცილდებიან დანარჩენი ორგანიზაციის საქმიანობას დამათ შორის არ არის აზრთა სრული თანხვედრა.

აზრთა და მიზანთა თანხვედრა. მეორე შესაძლო გადაწყვეტილება შეიძლება იყოს სპეციალური ჯგუფების შექმნა, რომლებიც პასუხს აგებენ ინოვაციური პროცესის რომელიმე კონკრეტულ სტადიაზე. დაასრულებს რა თავის საქმიანობას, ჯგუფი ესტაფეტას გადასცემს სხვა ჯგუფს და მისი მისია შესრულებულად ითვლება. ჯგუფი იშლება, ხოლომისი წევრები ისევ ერწყმებიან თავიანთ პირველსაწყის ქვედანაყოფებს. ამასთან, შეიძლება თავიდან იქნას აცილებული „ნოვატორების“ ჩამოშორება „რივითებისგან“. მაგრამ აქვეყალიბდება მათ შორის უთანხმოება, თუმცა ცოტა უფრო განსხვავებული ხასიათის.

თავისი საქმიანობის დასრულების შემდეგ ყველა ჯგუფი თითქოსდა „ხელს იბანს“ და სრულიად იგნორირებას უკეთებს შემდგომ მოვლენებს. ამასთან, მათი ძალისხმევის ხარისხზე ბევრად დაბოკიდებული, რითი დაიწყებს საქმიანობის შემდგომში შექმნილი სხვა ჯგუფი. ამავე დროს, იმის გათვალისწინებით, რომ წინა ჯგუფში შეიძლება მოხვდა „არაკონდიციონებული“ საწყისი მასალა, მომდევნო ეტაპის მომსახურებისთვის შექმნილი ჯგუფი, საქმეს სანამ შეუდგებოდეს, მანამ შეიძლება მორალური პასუხისმგებლობა მოიხსნას მომავალ შედეგზე. ბოლოს და ბოლოს, ვლებულობთ ისეთ გარემოებას, რომ არავინარაფერზე პასუხისმგებელი არ არის და საბოლოოდ, როგორც ეს ბუნებრივად ხდება, „ექვსი ძიძის პატრონი ბავშვი თვალის გარეშე დარჩა“.

ასე რომ, არც პირველი და არც მეორე ვარიანტი პრობლემის გადაჭრის დროს არ ჩაითვლება პანაცეად. შეიქმნას თუ არა სპეციალური ქვედანაყოფი ინოვაციებთან მიმართებაში, ანდა შეიქმნას დროებითი ჯგუფები ინოვაციური პროცესის ცალკეული ეტაპების განსახორციელებლად თუ დარჩეს ორგანიზაციის ჩვეულებრივი სტრუქტურა – ეს დამოკიდებულია ორგანიზაციის მართვის სტილზე, საქმიანობის ტრადიციებზე და იმ სიტუაციებზე, რომელშიც მას უხდება ფუნქციონირება. სხვა საქმეა, როცა ეს გადაწყვეტილება ეხება ინოვაციურ პოტენციალს და ორგანიზაციის კომუნიკაციურ სტრუქტურას. სწორედ ისინი განაპირობებენ ძირითადად ინოვაციების ათვისებას და ინოვაციების შესაძლო ეფექტიანობასაც.

ინოვაციური პროცესი ნებისმიერი სიახლე ინოვაციად შეიძლება გარდაიქმნას მხოლოდ იმ შემთხვევაში, თუკი საზოგადოება აღიარებს, შეაფასებს და დაადგენს მისი გამოყენების მიზანშეწონილობას. ნოვაცია ინოვაციად, ნებისმიერ ეკონომიკურ სიკეთედ, ინოვაციური პროცესის შედეგად გარდაიქმნება. ი. შუმპეტერის მსჯელობის თანახმად, ინოვაცია არის მოგების გენერატორი.

ინოვაციური პროცესი – ეს არის მეცნიერული ცოდნის ინოვაციებად გარდაქმნის პროცესი. იგი მოიცავს მოვლენათა თანმიმდევრულ ჯაჭვს: „მეცნიერება-ტექნიკა-წარმოება“.

სხვა სიტყვებით, იგი გულისხმობს ქმედების და სიახლის შექმნის თანმიმდევრულ სქემას, რომელიც ასრულებს სხვადასხვა ფუნქციებს: პროცესუალურს, დამატებითს, საბაზისოს, პროდუქტიულს და ა.შ. ამრიგად, ინოვაციური პროცესი მდგომარეობს სიახლეთა მიღებასა და მის კომერციულ რეალიზაციაში. იგი მოიცავს არა მარტო მეცნიერულ-ტექნოლოგიურ დამუშავებებს, წარმოებას, არამედ გაცვლასა და მოხმარებასაც.

სამეცნიერო ლიტერატურის ანალიზი გვიჩვენებს, რომ ავტორთა უმეტესობა ერთიან თვალსაზრისს აფიქსირებს „ინოვაციური პროცესის“ ცნების მიმართ. რამდენადაც ინოვაცია ბაზარზე ახალი პროდუქტის, მომსახურების, ტექნოლოგიის (პროცესის) დანერგვით მთავრდება. მაგრამ ნებისმიერ შემთხვევაში შრომის საგნები და შრომის საშუალებები, განსაკუთრებით ახალი მოხმარების საგნები, უნდა ფლობდეს სამომხმარებლო ღირებულებას. ამიტომ, ინოვაციური პროცესი მიზანშეწონილია განხილული იქნას ორი თვალსაზრისით:

– ჯერ ერთი, ინოვაციური პროცესი – ეს სიახლეების ახალ ტექნოლოგიებად გარდაქმნის პროცესია;

მეორეც – ინოვაციური პროცესი, ეს არის საქმიანობის ნებისმიერ სფეროში ახალი ტექნოლოგიების დანერგვის ან არსებული ტექნოლოგიების არსებითად გაუმჯობესების დასრულყოფის პროცესი, ეკონომიკური დოვლათის წარმოების ორგანიზაციის პროგრესული ცვლილებები განხორციელების მიზნით.

ინოვაციური პროცესი რთული და არაერთგვაროვანი პროცესებისა და მოვლენების ერთობლიობის მომცველი ძალიან ფართო სფეროა. ინოვაციური საქმიანობა უფრო საერთო ცნებაა და სამეურნეო სუბიექტების მიზნებისა და შესაძლებლობისდა მიხედვით თავისთავში ინოვაციურ პროცესებსაც მოიცავს.

ინოვაციური პროცესის საფუძველია ახალი პროდუქტის სასიცოცხლო ციკლი: ახალი იდეის წარმოშობის მომენტიდან მომხმარებლების მიერ მის პრაქტიკულ ექსპლუატაციამდე, რიგი სპეციალისტების აზრით, ინოვაციური პროცესი,

როგორც რთული მრავალასპექტიანი კატეგორია, შეიძლება განხილული იქნეს სულ მცირე სამ ასპექტში:

- სამეცნიერო-კვლევითი, სამეცნიერო-ტექნოლოგიური, ინოვაციური, წარმოებრივი საქმიანობის და მარკეტინგის პარალელურ-თანმიმდევრული განხორციელება;

- ინოვაციების სასიცოცხლო ციკლის დროითი ეტაპები იდეის წარმოშობიდან მის დამუშავებასა და გავრცელებამდე;

- პროდუქციისა და მომსახურების ახალი სახეების დამუშავებისა და გავრცელების ნვესტირებისა და დაფინანსების პროცესი.

საერთოდ, ინოვაციური პროცესი მოიცავს: გამოგონებების, ახალი ტექნოლოგიების, ახალი სახის პროდუქციისა და მომსახურების მიღებასა და კომერციალიზაციას; წარმოებრივი, ფინანსური, ადმინისტრაციული ან სხვა ხასიათის გადაწყვეტილებებს; ინტელექტუალური საქმიანობის სხვა შედეგებს.

კონკრეტული ინოვაციური პროცესის შინაარსი განისაზღვრება დანერგვის ობიექტით ახალი პროდუქტით ან პროცესით. ამ უკანასკნელის საფუძველზე შესაბამისად ყალიბდება ინოვაციური პროცესის ორი ტიპი. ინოვაციური პროცესის ძირითადი თავისებურებაა ციკლურობა და ეტაპობრიობა; მათი არსი შეიძლება ამგვარად ჩამოყალიბდეს: ნებისმიერი ახალი ცოდნა გაივლის სრულციკლს მასში განივთებული პროდუქტებისა და პროცესების მორალურ მოძველებამდე, ცალკეული სტადიებისა და ეტაპების ჭრილში. ინოვაციური ციკლის ზოგიერთ განსაზღვრებაში განიხილება „გადაკვეთილი“ (შერეული) სტრუქტურა, რომელიც ყოველ შემთხვევაში ითვალისწინებს წარმოებაში ახალი პროდუქტების საცდელი ნიმუშების დანერგვას. ამგვარი ტენდენცია გასულ წლებში იყო დამახასიათებელი, ინოვაციური სფეროსათვის დაახლოებით მაშინ ქვეყანაში მეცნიერულ-ტექნოლოგიური სამუშაოების 85% ინერგებოდა ერთ-ორ საწარმოში, ხუთ და მეტ საწარმოში კვლევების მხოლოდ 1-2%-ის ათვისება ხდებოდა. აღსანიშნავია, რომ ინოვაციური ციკლის სტრუქტურაში ზოგიერთი ავტორი „მეცნიერებისა“ და „ტექნიკის“ სტადიებს გამოყოფს, მათ გამოიყენებს სტადიების „გამოკვლევისა“ და „დამუშავების“ ნაცვლად. თუმცა ამგვარი აზრთა სხვაობა არაპრინციპულია, რაზეც მიუთითებს ციკლის მითითებული ელემენტების არსი, აგრეთვე ამ სტადიების შესაბამისი ეტაპების შემადგენლობა. ნებისმიერი სტადია ცალკეული ეტაპისგან შედგება, რომლებიც მას ორ ასპექტში ახასიათებს: ერთი მხრივ, ერთი მთლიანის ე.ი. ინოვაციური ციკლის ნაწილი; მეორე მხრივ, როგორც ციკლის განკერძოებული, შედარებით დამოუკიდებელი ელემენტი, მისთვის დამახასიათებელი ღონისძიებების დასრულებული კომპლექსით.

ინოვაციური საქმიანობის მასშტაბებზე დამოკიდებულებით სხვადასხვა დონის ციკლები განიხილება. აქედან გამომდინარე, თვით ინოვაციური პროცესის ორნაირი ტრაქტოვკა განიხილება; **ინოვაციური რყევების (ცვლილებების) ციკლურობის კანონზომიერების პოზიციიდან** იგი პროდუქტში, ტექნიკაში, ტექნოლოგიებში განხორციელებული ცვლილებების ერთობლიობაა. ცვლილებები გამოწვეულია ე.წ. რადიკალური სიახლეებით, კერძოდ ხარისხობრივად ახალი პროდუქციის გამოშვება, დანახარჯების სტრუქტურის, წარმოების და მოხმარების პირობების ცვლილება. **კონკრეტული სიახლეების სასიცოცხლო ციკლთან მიმართებაში – ინოვაციური პროცესი საზოგადოებრივი მოთხოვნების უკვე ჩამოყალიბებული ან ახალი საზოგადოებრივი მოთხოვნების დაკმაყოფილების სიახლეების მთელი ჯაჭვია.** როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, სხვადასხვა საზოგადოებრივი პროცესების ციკლურობის თეორიის შემუშავების უცხოელი და სამამულო ეკონომისტების ბევრი შრომაა ცნობილი.

საყოველთაოდ აღიარებულია ნ. კონდრატიევის უდიდესი ღვაწლი ამ სფეროში. 1920-იან წლებში მან აღმოაჩინა ე.წ. **დიდი ციკლების არსებობა** და შესაბამისად შეიმუშავა იმავე დასახელების თეორია. ამ უკანასკნელის არსი შემდეგში მდგომარეობს: ყოველი საბაზრო ინოვაცია ცხოვრებაში იწვევს „ახალ ციკლს“, შემდგომი მეორადი სიახლეების ერთობლიობის წარმოქმნის ფორმით; იგი ერთგვარად ავსებს ციკლის საფუძველს – მოდერნიზებულ ახალ პროდუქტს. მაგალითად, ტექნიკის თაობების თანმიმდევრული ცვლა.

ინოვაციური პროცესი მოიცავს მთელი რიგი სხვადასხვა დონის ძიებების შესრულებას, რომელიც შეიძლება დაიყოს ცალკეულ ეტაპებად. ამასთან თითოეულ ეტაპს აქვს თავისი განვითარების ლოგიკა, დამახასიათებელი კანონზომიერებები და შინაარსი. ინოვაციური პროცესი ხასიათდება განუსაზღვრელობისა და რისკის მაღალი დონით, საბოლოო შედეგების პროგნოზირების სირთულით და ა.შ. ინოვაციური პროცესის მიმართულება, ტემპები და მიზნები დამოკიდებულია იმ სოციალურ-ეკონომიკურ გარემოზე, რომელშიც იგი ფუნქციონირებს და ვითარდება. სხვა სიტყვებით, **ინოვაციური პროცესი მიმართულია ბაზრის მიერ მოთხოვნილი ახალი პროდუქტების ტექნოლოგიებისა და მომსახურების შესაქმნელად.**

ინოვაციური პროცესის საფუძველია სტადია „მეცნიერება“. იგი მოიცავს ფუნდამენტურ კვლევებს, გამოყენებითი ხასიათის კვლევებს და სამეცნიერო-ტექნიკურ დამუშავებებს.

ფუნდამენტური კვლევები იყოფიან თეორიულ და საძიებო ფუნდამენტურ კვლევებად, რომლებიც ინოვაციური პროცესის პირველ

ეტაპს წარმოადგენენ. პირველ ეტაპზე ახალი იდეების წარმოშობა აღმოჩენების ფორმასთან იდენტიფიცირდება. მეცნიერებაში აღმოჩენაეს საზოგადოებრივი განვითარების გზაზე მნიშვნელოვანი ნაბიჯია. თეორიული ფუნდამენტური კვლევების შედეგები მთლიანად აკუმულირდებიან სამეცნიერო აღმოჩენებში, ახალი აღმოჩენებისა და წარმოდგენების დასაბუთებაში, ახალი თეორიების დებულებებში. როგორც წესი, ფუნდამენტური თეორიული კვლევები მთავრდება სიახლის შექმნით.

საძიებო ფუნდამენტური კვლევების ამოცანას წარმოადგენს ახალი პრინციპების აღმოჩენა, როგორცაა ნაკეთობისა თუ ტექნოლოგიების შექმნა, ახალი მასალების აღმოჩენა და მათი მიერთება ადრე უცნობ თვისებებთან, ანალიზისა და სინთეზის ახალი მეთოდების შემუშავება. საძიებო სამუშაოებში, ჩვეულებრივ, ცნობილია დამუშავების მიზანი, ასე თუ ისე, ნათელია საკვლევი მოვლენის თეორიული საფუძვლები, მაგრამ არა კონკრეტული მიმართულებები: ახალი თეორიული მოსაზრებები და იდეები თავის დასაბუთებას გამოყენებითი კვლევების მსვლელობაში პოულობენ.

ფუნდამენტური მეცნიერების პრიორიტეტული მნიშვნელობა ცოდნის ახალი სფეროების აღმოჩენით განისაზღვრება. ფუნდამენტურ გამოკვლევებს სამრეწველო განვითარებულ ქვეყნებში განსაკუთრებული ყურადღება ექცევა. სწორედ ისინი ქმნიან ინტელექტუალური საქმიანობის პროდუქტს, ცოდნის პოტენციალს, რომელთა საბაზრო ღირებულების შეფასება საკმაოდ რთულია. მსოფლიო პრაქტიკაში უშუალოდ წარმოების პროცესში გამოსაყენებლად მისაღები ნოვაციების მიღების ალბათობა ფუნდამენტური კვლევების სტადიაზე არც თუ ისე მაღალია, – ამ მიზნით დახარჯული ინვესტიციების 5-10%-ს შეადგენს. როგორც ფ. ენგელსი აღნიშნავდა, ჯეიმს უატის ორთქლის მანქანამ თავისი არსებობის პირველი 50 წლის მანძილზე კაცობრიობას მოუტანა იმაზე მეტი შემოსავალი, ვიდრე მსოფლიომ დახარჯა მეცნიერების განვითარებაზე მთლიანად, დასაბამიდან თავისი არსებობისა. საბაზრო ეკონომიკის პირობებში ფუნდამენტური კვლევები უნდა დაფინანსდეს სახელმწიფო ბიუჯეტის ხარჯზე, საკონკურსო საფუძველზე ანდა ნაწილობრივ არასაბიუჯეტო წყაროების ხარჯზე.

გამოყენებითი ხასიათის კვლევების განვითარების ბაზაა ფუნდამენტური კვლევები, თუმცა შეიძლება დამოუკიდებელი მეცნიერული კვლევების სახეც მიიღონ. გამოყენებითი ხასიათის კვლევების პროცესში ახალი ცოდნა, იდეები აისახება ორიგინალურ ნიმუშებში, ტექნოლოგიურ სქემებში, ე.ი. ადგილი აქვს მეცნიერული იდეების მატერიალურ სუბსტანციებად და ფორმებად გარდაქმნის პროცესს. გამოყ

ენებით ხასიათის კვლევები ადრეაღმოჩენილი პროცესების და მოვლენების პრაქტიკული გამოყენების გზების ძიებაზეა მიმართული. ამ ეტაპზე სიახლე იწყებს ახალ აღმოჩენად, ინოვაციებად გარდაქმნას.

გამოყენებითი ხასიათის კვლევები მოიცავს სამეცნიერო-კვლევით სამუშაოებს, ინფორმაციულ სამუშაოებს, ორგანიზაციული ეკონომიკურ სამუშაოებს და სამეცნიერო-სასწავლო სამუშაოებს. გამოყენებითი ხასიათის **სამეცნიერო-კვლევითი სამუშაოები** მიზნად ისახავს ტექნიკური პრობლემების გადაწყვეტას, ბუნდოვანი თეორიული შედეგების დაზუსტებას, რომლებიც შემდგომში შეიძლება გამოყენებული იქნას სამეცნიერო-ტექნიკური მარაგნამეტის სახით სამეცნიერო-ტექნიკური დამუშავებების დროს.

საინფორმაციო სამუშაოები სრულყოფისკენ მიმართული სამეცნიერო სამუშაოებია. სამეცნიერო ტექნიკური ინფორმაციის მოძიების გაუმჯობესებისა და ანალიზის, ინფორაციული სამუშაოების მნიშვნელოვანი მდგენელია საპატენტო კვლევები.

ორგანიზაციულ-ეკონომიკური სამუშაოების მთავარი ამოცანებია: წარმოების ორგანიზაციის, მართვისა და დაგეგმვის სრულყოფა, შრომის ორგანიზაციის მეთოდების, სამეცნიერო სამუშაოების კლასიფიკაციისა და ეფექტიანობის შეფასების სრულყოფა და ა.შ.

სამეცნიერო-სასწავლო სამუშაოები მოიცავს სადოქტორო დისერტაციების მომზადებასა და დაცვას, მონოგრაფიების, სამეცნიერო სტატიების, სახელმძღვანელოებისა და სხვა სამეცნიერო პუბლიკაციების შექმნას, ასევე, ასპირანტების, დოქტორანტების, მაძიებლებისა და სტუდენტების სასწავლო და სამეცნიერო კვლევების ჩატარებას და ა.შ.

გამოყენებითი ხასიათის სამეცნიერო კვლევების სტადიაზე იზრდება უშუალოდ პრაქტიკაზე მიმართული და გამოსაყენებელი დადებითი შედეგების, ანუ ინოვაციების მიღებისაღბათობა. ეს შედეგები შეიძლება წარმოდგენილი იქნას სამეცნიერო ანგარიშების, რეკომენდაციების, გამოგონებების, ლაბორატორიული დანადგარების, მაკეტებისა და ა.შ.სახით. ჩატარებული გამოყენებითი ხასიათის სამეცნიერო კვლევების 80-90%-ის შედეგები პრაქტიკაში უშუალოდ გამოსაყენებლად პოტენციურად ვარგისია.

სამეცნიერო-ტექნიკური დამუშავებები მოიცავს საცდელ-საკონსტრუქტორულ და საცდელ-ტექნოლოგიურ სამუშაოებს. **საცდელ-საკონსტრუქტორულ სამუშაოების** განხორციელების მთავარი მიზანია სამეცნიერო-კვლევების პრაქტიკული გამოყენება ახალი ტექნიკის მოდერნიზაციის, ახალი ტექნიკის და მასალების სრულყოფისთვის. საცდელ საკონსტრუქტორულ სამუშაოების ნივთობრივი შედეგი წარმოებაში გამოსაყენებელი დოკუმენტაციაა. დოკუმენტაცი-

ის საფუძველზე ხდება ახალი ტექნიკის ნიმუშის დამზადება, გამოცდა და წარმოების პროცესამდე დაყვანა, რაც ნაკეთობის ტირაჟობის ეტალონადითვისება და აუცილებელია საზოგადოებრივ მოთხოვნებთან დასაკმაყოფილებლად.

საცდელ-ტექნოლოგიური სამუშაოები მიმართულია წარმოების ახალი ტექნოლოგიის შექმნაზე, არსებულის მოდერნიზაციისა და სრულყოფაზე, მათ ბაზაზე ხორციელდება მომხმარებლისთვის ესოდენ საჭირო ეკონომიკური დოვლათის სერიული წარმოება.

სამეცნიერო-ტექნიკურ დამუშავებებში განუსაზღვრელობა მცირეა გამოყენებითი ხასიათის სამეცნიერო კვლევებთან შედარებით. სამეცნიერო-კვლევითი დამუშავებების მთლიანი მოცულობის დაახლოებით 95-97% პოტენციურად ვარგისია წარმოებაში გამოყენებისთვის.

სტადია „ტექნიკა“ არის მეცნიერებიდან წარმოებაში გარდამავალი ეტაპი. ინოვაციური პროცესის ამ ეტაპზე ხორციელდება ახალი ნიმუშის წარმოებაში პირველადი დანერგვა. სხვა სიტყვებით, ადგილი აქვს სამრეწველო წარმოების მიერ ახალი ტექნოლოგიის ახალი პროდუქციის ათვისებას, რომელიც მოიცავს:

- სამეცნიერო და საწარმოო ათვისებას;
- ახალი პროდუქციის გამოცდის ჩატარებას მეცნიერების საცდელ ბაზაზე წარმოების ტექნიკურ და ტექნოლოგიურ მომზადებას.

მეცნიერების საცდელი ბაზა სხვადასხვა ორგანიზაციული ფორმებით განიხილება სხვადასხვა ადგილმდებარეობა, სამეურნეო დამოუკიდებლობის სხვადასხვა დონე, ქარხანა, საამქრო, სახელოსნო, საცდელ-ექსპერიმენტალური წარმოება, საცდელი სადგური და სხვა. ისინი სამეცნიერო დაწესებულების ბალანსზე ან დამოუკიდებელი იურიდიული პირს წარმოადგენს. დანიშნულების მიხედვით აღნიშნულ სტადიას შეიძლება ჰქონდეს ორმაგი შინაარსი: სტადია „მეცნიერება“ – თუ აუცილებელია სიახლეებისა და მათი წარმოების ტექნოლოგიის კონსტრუქციის გაუმჯობესება დამატებითი სამეცნიერო კვლევების ბაზაზე.

სტადია „წარმოება“ – ითვალისწინებს – საწარმოო ათვისების ჩარჩოებში წყდება წმინდა საწარმოო ხასიათის ამოცანებით გადაწყვეტას: დაგეგმვა, წარმოების ორგანიზაციისა და მართვის გაუმჯობესება, ახალი სახის პროდუქციის გამოშვების განსაზღვრული დონის მიღწევა მატერიალურ-ტექნიკური უზრუნველყოფის დონეზე. წარმოებაში ინოვაციების ათვისების შემაფერხებელ ფაქტორებად შეიძლება ჩაითვალოს საკუთარი ფინანსური რესურსების არასაკმარისი ოდენობა, კომერციული ბანკების კრედიტზე მაღალი საპროცენტო განაკვეთები, ახალი პროდუქციის ათვისების ეკონომიკური რისკი, მოთხოვნისა და მიწოდების დეტერმინან-

ტები და სხვა.

სტადია „ტექნიკის“ ანუ სამრეწველო წარმოების ათვისების სტადიის გაგრძელებაა **სამრეწველო წარმოების სტადია**. წარმოების პროცესში ცოდნა მატერიალიზდება, ხოლო მეცნიერული კვლევები თავიანთ ლოგიკურ დასასრულს ჰპოვებენ. სამრეწველო წარმოების პროცესიც ორ ეტაპად ხორციელდება:

1. ახალი ტექნიკის საკუთარი წარმოება მომხმარებლის განსაზღვრული მოთხოვნის ფარგლებში;

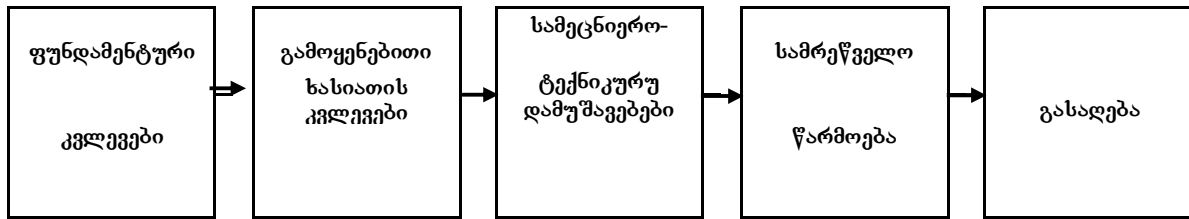
2. ახალი პროდუქციის მომხმარებელამდე დაყვანა და რეალიზაცია. საბაზრო ეკონომიკის პირობებში ახალი პროდუქცია რეალიზდება მომხმარებელთა მოთხოვნისა და საბაზრო ფასების გათვალისწინებით. სამრეწველო წარმოების პროცესების შემდეგ ინოვაციების გასაღება და ექსპლუატაცია ხორციელდება. ექსპლუატაციის სტადია სამ ურთიერთგამომდინარე პროცესს მოიცავს:

– მომხმარებლის მიერ სამეცნიერო-ტექნიკური მიღწევების საფუძველზე წარმოებული ინოვა-

ციის უშუალო გამოყენება;

– ნაკეთობის სერვისული მომსახურება, რომელიც ნაკეთობის სამსახურის ნორმატიული ვადის განმავლობაში მის უსაფრთხო ეკონომიკურ მუშაობას უზრუნველყოფას გულისხმობს;

– მოძველებული წარმოების ლიკვიდაცია და მის ნაცვლად ახლის შექმნა. აღსანიშნავია, რომ მხოლოდ ექსპლუატაციის სტადიაზე იქმნება სიახლეების ფაქტობრივი ეკონომიკური ეფექტი. ამდენად, „მეცნიერება-ტექნიკა-წარმოების“ სტადია თავისთავში მოიცავს მხოლოდ პოტენციურ ეკონომიკურ ეფექტიანობას. დროის სხვადასხვა პერიოდებში მეცნიერ-ეკონომისტები სხვადასხვანაირ ინტერპრეტაციას უკეთებდნენ ინოვაციურ პროცესს. მაგ.: XX ს. 50-იან წლებში ინოვაციური პროცესი განიხილებოდა წრფივი მოდელის ჩარჩოებში. ე.წ. ინოვაციური ჯაჭვის კონცეფციის სახით. ამ კონცეფციის თანახმად, ინოვაციები იწყება ფუნდამენტური გამოკვლევებით დასრულებული მისი წარმოების პროცესში დანერგვით. ეს სქემატურად ასე შეიძლება წარმოვიდგინოთ (ნახ. 2).



ნახ. 2. ინოვაციური პროცესის წრფივი მოდელის სქემა

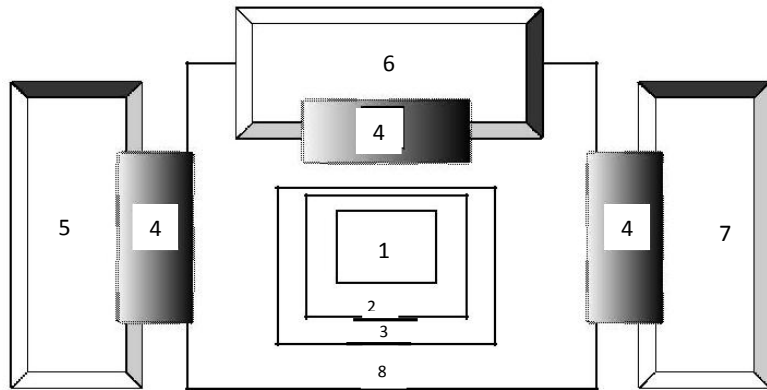
ფრანგი ანდრე პიატე ამტკიცებს, რომ ინოვაციური პროცესი იღვის გარდაქმნა რაიმეგასაყიდ ან გამოსაყენებელ ობიექტად.

საინფორმაციო პროცესის წრფივი მოდელი შემდეგი პოზიციებიდან განიხილება:

- სამეცნიერო ანდა ტექნიკური ცოდნის გადაცემა მომხმარებელთა მოთხოვნილებები დაკმაყოფილების სფეროში;
- პროდუქტის გარდაქმნა ტექნოლოგიის

მატარებლად. ამასთან, პროდუქტის ტექნოლოგიის ფორმა მისი დამამზადებლის მოთხოვნების დაკმაყოფილების შემდეგ განისაზღვრება.

ამ წიგნის ავტორების აზრით, სიახლეების შექმნის ინოვაციური პროცესი პირობითად შეიძლება წარმოდგენილი იქნას ჯაჭვის – მეცნიერება (სამეცნიერო-კვლევითი და საცდელ-საკონსტრუქტორო სამუშაოები) – ტექნიკა (საწარმოო ათვისება) – წარმოება (სამრეწველო წარმოება) – წრფივი და პარალელური სტა-



ნახ. 3. ინოვაციური პროცესის წრფივი-პარალელური მოდელის სქემა

დიების სახით (ნახ. 3).

1,2,3, სტადია „მეცნიერება“; 2 – გამოყენებითი ხასიათის კვლევები; 3. საცდელ-საკონსტრუქტორო სამუშაოები, საცდელ-ტექნოლოგიური სამუშაოები; 4. სტადია – „ტექნიკა“; 6,7,8 – სტადია „წარმოება“, რომელსაც მოსდევს გასაღება და სიახლეების ექსპლუატაცია.

ამ მოდელის არსი იმაში მდგომარეობს, რომ პირველ წინასწარმო სტადიაზე – „მეცნიერება“ (ფუნდამენტური კვლევები, გამოყენებითი ხასიათის კვლევები, საცდელ-საკონსტრუქტორო სამუშაოები, საცდელ-ტექნოლოგიური სამუშაოები) ადგილი აქვს პერსპექტიული ახალი იდეის გენერაციას. იგი ასახვას პოულობს სამეცნიერო-კვლევით დასაცდელ-საკონსტრუქტორო სამუშაოების შედეგებში, იწყება იდეის პრაქტიკად გარდაქმნის პროცესი, იქმნება საცდელი ნიმუში და ხორციელდება ბაზრის სამომხმარებლო შესაძლებლობების ანალიზი.

მეორე სტადია „ტექნიკა“ (საწარმოო ათვისება) დაკავშირებულია წარმოების ტექნოლოგიურ მომზადებასთან და ბაზრის ზონდირებასთან. მისი ძირითადი ამოცანაა ერთეულ პროდუქტიაზე მატერიალური რესურსების დანაკარგების მინიმიზაცია. სამრეწველო წარმოების სტადია იწყება ბაზარზე საქონლის ფართომასშტაბიანი გასვლისათვის მომზადებით. მუშაობა ორი მიმართულებით მიმდინარეობს: ჯერ-ერთი, წარმოებისა და მომსახურების მოცულობის მკვეთრი გადიდებისთვის შესაბამი-

სი სიმძლავრეების გადიდების გზით. მეორეც – მარკეტინგული ქვედანაყოფების მეშვეობით ხორციელდება სიახლეების ძლიერი სარეკლამო კომპანია და გამსაღებელი ქსელის ორგანიზება, მათ შორის სხვა კომერციული სტრუქტურებისა და დილერების მოზიდვით. წარმოების სტადიის დამამთავრებელ ეტაპზე მიმდინარეობს წარმოებისა და რეალიზაციის სიდიდის შემცირება. სიახლეების ექსპლუატაციის პროცესი დამოკიდებულია ნაკეთობის სამსახურის ნორმატიულ ვადაზე და სრულდება მისი უტილიზაციით.

უნდა აღინიშნოს, რომ ზემოთ აღწერილი სქემა მეტად გამარტივებული და შესაბამისად, საკმარისად პირობითია. იგი თითქმის არ ითვალისწინებს ინოვაციური პროცესის განხორციელების უკუკავშირებს. ხშირად სტადიის: „მეცნიერება-ტექნიკა-წარმოება“ ზოგიერთი ეტაპი მიმდინარეობს პარალელურად, სხვა დროს მარკეტინგული ქვედანაყოფები წინ უსწრებენ საწარმოო ქვედანაყოფებს და ამით გზას უხსნიან ახალ ტექნოლოგიებს, საქონელსა და მომსახურებას. ინოვაციური პროცესი წარმატებულია არა მარტო საკმარისი ოდენობის ფინანსური რესურსების არსებობის შემთხვევაში, არამედ დაფინანსების რაციონალური, ეტაპობრივი გამოყენების შემთხვევაშიც. ინოვაციური დანახარჯების განაწილება პირველად დაამუშავა აშშ-ში 1976 კომიტეტმა „პერპი პენალმა“, რომლის შემადგენლობაში შედიოდა ოციმრევული

ცხრილი 4

ინოვაციების სტადიების ხანგრძლივობა და დანახარჯების სტრუქტურა (გაზომილი ჩერპის მეთოდით)

ინოვაციის სტადიები	დანახარჯები, %	დრო წელი
მიზნის ძიება	1	მინ
კვლევა(საბაზისო გამოგონების დამუშავება)	5-10	2-3
დამუშავებები	10-20	2-3
წარმოებისთვის მომზადება(კაპიტალდაბანდებები)	40-60	1
წარმოების ორგანიზაცია	5-15	1
გასაღების ორგანიზაცია	10-25	1

სპეციალისტი (იხ., ცხრილი 4).

ცხრილის მონაცემები თვალნათლივ ილუსტრაციას უკეთებს დანახარჯების სტრუქტურას ინოვაციური პროცესის სხვადასხვა სტადიების განხორციელებაზე. დანახარჯების ყველაზე მცირე ნაწილი მოდის სიახლეების შექმნის მიზნის ძიების სტადიაზე, ხოლო დანახარ-

ჯების ყველაზე მეტი ხვედრითი წილი მოდის მათი წარმოების მომზადებაზე.

მსოფლიო პრაქტიკაში სხვა მიდგომებიც განიხილება. ასე მაგალითად, დანახარჯების სიდიდის რაციონალური თანაფარდობის დადგენა ინოვაციური პროცესის ეტაპებს შორის მათ ურთიერთმიმართ კვადრატული დამოკიდებულე-

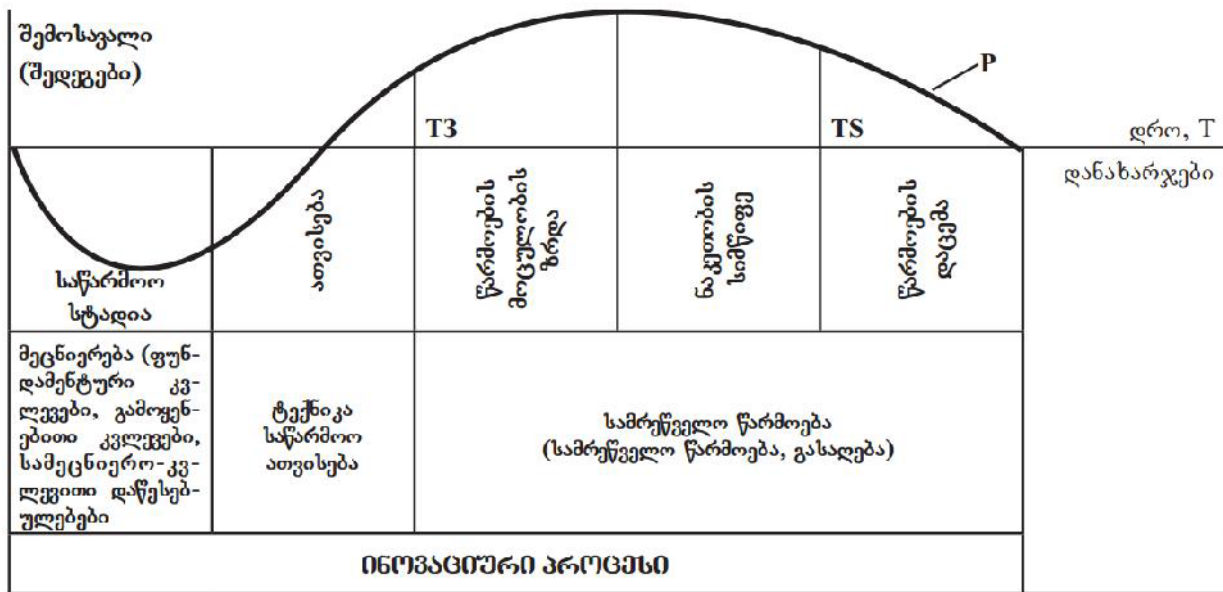
დანახარჯების ეტაპობრივი განაწილება ინოვაციურ პროცესზე კვლევების მიმართულებების მიხედვით პროცენტულად დანახარჯების საერთო სიდიდის მიმართ

ფუნდამენტური კვლევები	სამეცნიერო-კვლევითი სამუშაოები	საცდელ-საკონსტრუქტორო სამუშაოები	სამრეწველო წარმოების ათვისება
2	2 ²	2 ⁴	2 ⁸

ბა აქვთ (ცხრ. 5).

ახლა განვიხილოთ, თუ როგორ ზემოქმედებენ ინოვაციური პროცესების შედეგები

დანახარჯების დინამიკაზე და საწარმოს შემოსავლებზე. მოცემული დამოკიდებულების ილუსტრირება შესაძლებელია გრაფიკულად (ნახ., 4).



ნახ. 4. დანახარჯებისა და შემოსავლების დინამიკა ინოვაციური პროცესის განხორციელების პროცესში

მრუდი T დროის მომენტში ახასიათებს ხარჯებისა და შემოსავლების ცვლილებას. ცხადია, სტადია „მეცნიერება“ აშკარად წამყვანია, ხარაღიანია. ამ მომენტში ხორციელდება სამეცნიერო-კვლევითი და საცდელ-საკონსტრუქტორო სამუშაოები ახალი, კონკურენტუნარიანი ინოვაციის შექმნისთვის, რომელიც ცვლის მოძველებული და დაკარგული საქონლის მოთხოვნას. ამავდროულად, განისაზღვრება სამეცნიერო-კვლევითი და საცდელ-საკონსტრუქტორო სამუშაოების მატერიალიზაციის წარმატებები, ახალი პროდუქციის განაწილების მასშტაბები (ბაზრები და მათი ტევადობა), მუშაობის მიმართულებები ინოვაციური პროცესის შემდგომ სტადიებზე. სტადია „ტექნიკა“ დაკავშირებულია დასაპროექტებელი პროდუქციის და მისი ათვისების დამზადების მეთოდების დამუშავებთან. დროის მოცემულ პერიოდში საქონელი წარმოება მცირე მასშტაბებით, ხოლო დანახარჯები რეკლამაზე და სერვისზე არსებითია.

ამ სტადიაზე საწარმო იწყებს შემოსავლების მიღებას ახალი ნაკეთობის რეალიზაციიდან, ოღონდ ეს საკმარისი არ არის წარმოების ხარჯების დასაფარავად. ზოგიერთი მომენტიდან თუ (სამრეწველო წარმოების სტადია) წმინდა შემოსავალი კომპენსირებას უკეთებს დანახარჯებს საინოვაციო პროცესის ადრეულ სტადიაზე და საწარმო დებულობს მოგებას. „წარმოებას“ სტადიაზე მიმდინარე ხარჯების შემცირება ხელს უწყობს საქონელზე ხარჯების შემცირებას. თუკი ახალი პროდუქტები, პროცესები ანდა მომსახურება არ იქნება მიღებული ბაზრის მიერ, მაშინ ინოვაცია არც არსებობს.

ერთი მეორისაგან უნდა განვასხვავოთ „ინოვაციის სასიცოცხლო ციკლი“ და „ნაკეთობის (საქონლის) სასიცოცხლო ციკლი“. თუკი ინოვაციის სასიცოცხლო ციკლი ჯაჭვში „მეცნიერება-ტექნიკა-წარმოება“ ასახავს მიმდინარე მოვლენებს, მაშინ ნაკეთობის (საქონლის) სასიცოცხლო ციკლი მოიცავს შემდეგ სტადიებს: „მეცნიერება-ტექნიკა-წარმოება-გასაღება“

ექსპლუატაცია და პროდუქციის უტილიზაცია“.
დასკვნა. ამრიგად, ნაკეთობის (საქონლის) სასიცოცხლო ციკლის ანალიზის შედეგები შესაძლებელს ხდის დადგინდეს პროგრესული ტექნოლოგიების და მათი დანერგვის მეცნიერული დამუშავების განხორციელების დრო, შეფასდეს

ანალოგიური საქონლის ბაზარზე გასვლის ალბათობა, გადაეწეოს წარმოება დანაკარგების თავიდან ასაცილებლად და ასევე განისაზღვროს დანახარჯები ფიზიკურ და მორალურ ცვეთაზე დაქვემდებარებული პროდუქტის უტილიზაციაზე.

ლიტერატურა/REFERENCES

1. Шумпетер И., Теория экономического развития. М.: Экономика. 1982. გვ. 131. (**Shumpeter I.**, Theory of Economical development. M.: Economics. 1982. p.131.)
2. **Schumpeter J. A.**, Konjunkturzyklen. BD, 1.Guttingen. 1961. გვ. 95.
3. Лемерль П. Инновационная теория: истоки и перспективы развития. Пер. с Франц. Киев: Арена – Пресс. 1994. გვ. 119. (**Lemerl P.** Innovative Theory: Sources and Perspectives of development. Trans. from French. Kiev: Arena - Press. 1994. p. 119.)
4. Харман А. Инновации: закономерности, перспективы. Пер. с англ. М.: Арена – Пресс. 2000. გვ. 95. (**Harman A.** Innovations of Economics, Perspectives. Trans. from English. M.: Arena – Press. 2000. p. 95.)
5. Джонсон Д. Инновации. Пер. с англ. М.: Мир. 1998. გვ. 14. (**Jonson D.** Innovations. Trans. from English. M.: Mir. 1998. p. 14.)
6. Сахто Б. Инновация, как средство экономического развития. М., Прогресс, 1990. გვ. 43 – 44. (**Sakhto B.** Innovations, source of Economical development. M., Progress, 1990. p. 43 – 44.)
7. **Orter M. E., Stern S.** The New Challenge to America ‘s Prosperity: Findings from the innovation index. Washington, 1999. გვ. 3.
8. Innovation in Manufacturing (A ‘ustralian Bureau of Statistics). Canberra. 2008. Porter M. E., Stern 10.**Porter M. E. Stern S.** The New Challenge to America ‘s Prosperity. 2002, გვ.12.
9. **Rucker P. F.** The Discipline of Innovation //Harvard business review. 1998. Vol. 76. N6. gv. 156.
10. **Kim W. C., Mauborgne R.** Straregy, Value Innovation and the Knowledge Economy // Sloan management review. 1999. Spring. გვ. 46.
11. **Kotter P. J.** Leading Change. Boston. 1996.
12. **Маркс К., Энгельс Ф.** Соч. Изд. 2 – е,м.1. გვ. 555. (**Marx K., Engels F.** Comp. publ. 2 – e, M. 1.p. 555.)

კომპანიაში ადამიანური რესურსების მართვის სისტემის ზოგიერთი საკითხი

SOME ISSUES OF THE HUMAN RESOURCES MANAGEMENT SYSTEM IN COMPANY

სალომე ჯაფარიძე

საერთაშორისო მენეჯმენტის მაგისტრი,
ბათუმის შოთა რუსთაველის
სახელმწიფო უნივერსიტეტის
მოწვეული სპეციალისტი

SALOME JAPARIDZE

Master of International Management
Inviting Specialist at Batumi Shota
Rustaveli State University

ანოტაცია

სტატიაში განხილულია ადამიანური რესურსების მართვის სისტემის სტრუქტურა. კადრების შერჩევის, მიღების, შეფასების, სწავლებისა და მოტივაციის კომპეტენტური გეგმის შემუშავების ძირითადი პრინციპები. კადრების შერჩევის პროცესში ინტერვიუ/გასაუბრების ჩატარების მეთოდები. ყურადღება გამახვილებულია კომპანიაში შეფასების სისტემის არსებობის აუცილებლობაზე და მის დადებით ასპექტებზე. მაგალითის სახით წარმოდგენილია ფრანგული კომპანია “აფარგე”-ის მიერ შემუშავებული შეფასების სისტემის მეთოდოლოგია და კომპეტენციები.

საკვანძო სიტყვები: კადრები, ინტერვიუ/გასაუბრება, შერჩევა, შეფასება, მეთოდოლოგია

Abstract

In this article describes structure of the Human Resource Management system. The basic principles are recruitment, assessment, training/education and motivation action plan. This method examines in detail and focusing the selection process of personnel. It gives a detailed analysis of methods of conducting interviews during the selection. Interviews and focus groups are the most common methods of data collection. Focusing on the existence of valuation system in the company and its positive aspects. Following the example of the French company “Lafarge”, it is developed methodology systems for assessing and the competence.

Keywords: Recruitment, training, motivation, assessment, action, competence.

შესავალი. თანამედროვე მსოფლიოში მიმდინარე გლობალიზაციის პროცესების ერთობლიობა, რომელიც პოლიტიკური და ეკონომიკური ფორმირების მუდმივი და სწრაფი ცვლადობით, ტექნოლოგიური და სოციალური ინოვაციების დაჩქარებით გამოირჩევა, მნიშვნელოვნად ცვლის სოციალური სფეროს მართვის მექანიზმებს.

გლობალიზაციის თანამედროვე ეტაპზე ისტორიკოსები, რომლებიც შეისწავლიდნენ მე-20 საუკუნის 90-ანი წლების სოციალურ-ეკონომიკურ საკითხებს, აღნიშნულ პერიოდს უწოდებენ ინდუსტრიული საუკუნის დასასრულს და ახალი საინფორმაციო საუკუნის დასაწყისს [2., გვ. 45].

კვლევის მიზანი. ნაშრომის კვლევის მიზანია, დადგინდეს, რომ თანამედროვე ტექნოლოგიების გამოყენების პირობებში, ადამიანური ფაქტორი, ანუ მაღალკვალიფიციური, მოტივირებული, სიახლეებისადმი ორიენტირებული შრომი-

თი ბაზრის არსებობა, რომელიც მნიშვნელოვნად განსხვავდება ბიზნესში გამოყენებული სხვა სახის რესურსისაგან, წარმოადგენს ბიზნეს სუბიექტებს შორის მთავარ კონკურენტულ უპირატესობას.

კვლევის მეთოდები. აღნიშნული მიზნის მისაღწევად, მსოფლიოს განვითარების თანამედროვე ეტაპზე, ყურადღება გამახვილებულია, ადამიანური რესურსების მართვის სისტემის იმ უმნიშვნელოვანეს და სპეციალურ მეთოდებზე, რომელიც დამკვიდრებულია საერთაშორისო კომპანიაში და წარმოადგენს მათი მენეჯმენტის უმნიშვნელოვანეს ფაქტორს. [8., გვ. 90].

კვლევის ამოცანა. კვლევის ამოცანაა, ვაჩვენოთ, რომ ორგანიზაციებში, ადამიანური რესურსების მართვა, ეს არის ბიზნესის მართვის ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი ელემენტი და მისი მართებულად, პრიორიტეტების გათვალ-

ისწინებით შედგენილი სტრატეგია, წარმოადგენს კომპანიის წარმატების განმსაზღვრელ ფაქტორს, რომელიც გულისხმობს კადრების შერჩევას, მიღების, ადაპტაციის, შეფასების, სწავლებისა და მოტივაციის უზრუნველყოფილი გეგმის შემუშავებას [11].

კვლევის ორიგინალობა. ნაშრომის კვლევის ორიგინალურობა განისაზღვრება იმ თვალსაზრისით, რომ მასში ნაჩვენებია, გლობალიზაციის თანამედროვე ეტაპზე შრომითი ბაზრის არსებობის ეფექტურობა და ადამიანური რესურსების მათვის სისტემის ძირითადი და განმსაზღვრელი ფაქტორების პაქტიკული მნიშვნელობა და შედეგები.

ავტორის წვლილი ამ სფეროში გამოიხატება იმ ძირითად ელემენტებზე ყურადღების გამახვილებით, რომელიც ხელს უწყობს კომპანიებში, ადამიანური რესურსების მართვის თანამედროვე სისტემის ჩამოყალიბებას და მისი პრაქტიკული მნიშვნელობის გაზრდას.

კადრების შერჩევა ეს არის პროცესი, რომელიც მოითხოვს კანონით დაშვებული ყველა ქმედების განსაზღვრას მაქსიმალური ეფექტურობის მისაღებად. აღნიშნული გამოირჩევა თავისი მახასიათებლებით და ის სხვადასხვა კომპანიაში განსხვავებულად არის წარმოდგენილი. ამ პროცესის სწორად წარმართვისათვის, პირველ რიგში, აუცილებელია გათვალისწინებულ იქნეს კომპანიის გეოგრაფიული და კულტურული მახასიათებლები, ადგილობრივი შრომის ბაზრის მდგომარეობა, ცხოვრების დონის მაჩვენებელი, მოსახლეობის ძირითადი მოთხოვნილობები და

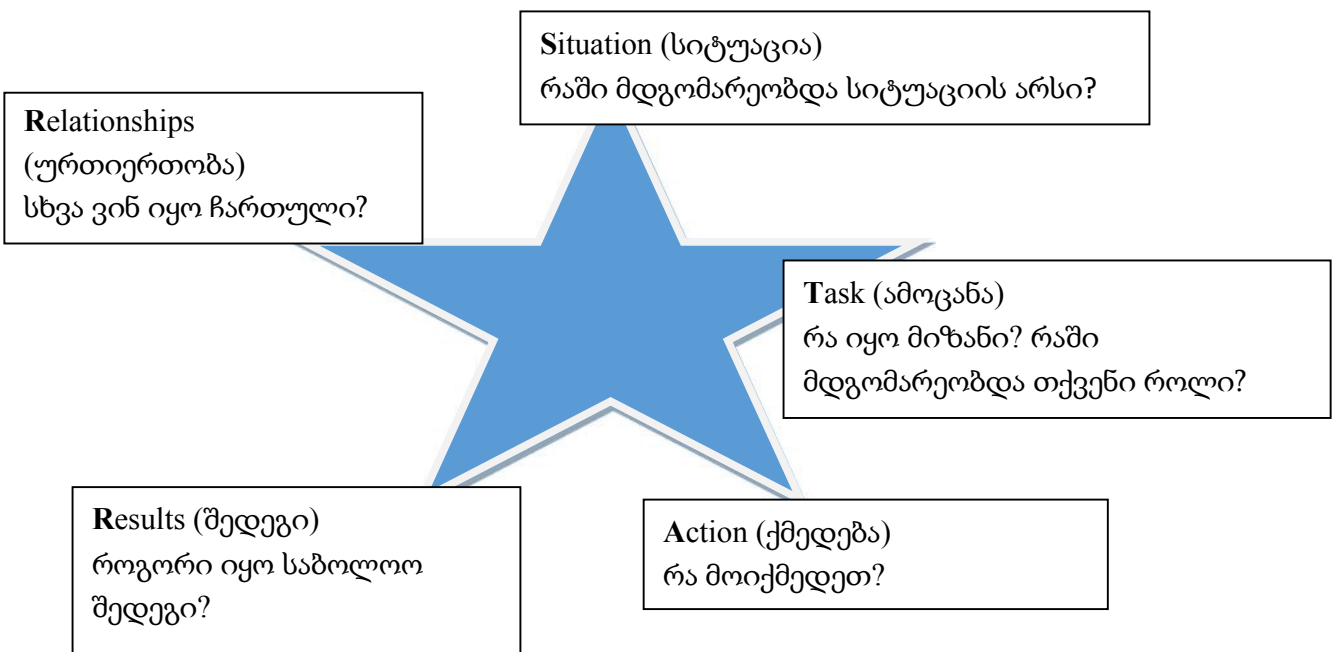
ა.შ.

ადამიანური რესურსების მართვის სისტემაში შეგვიძლია გამოვყოთ, კადრების შერჩევის პროცესის ეფექტურობის განმსაზღვრელი 5 ძირითადი მაჩვენებელი:

- დროულობა;
- შედეგობრიობა;
- გამოყენებადი მეთოდების სიმარტივე;
- ეკონომიურობა;
- შედეგების საიმედოობა [12].

აღნიშნული პროცესის მთავარ პრინციპს წარმოადგენს, ორგანიზაციებში ახალ პერსონალზე მოთხოვნის ხარისხობრივი და რაოდენობრივი მაჩვენებლის პროგნოზირება, რომელიც ხორციელდება კომპანიის სტრატეგიული და ტაქტიკური მიზნებისა და ამოცანების კონკრეტიზირებით და ვაკანტურ თანამდებობებზე ვაკანსიის გამოცხადების ზუსტი თარიღის განსაზღვრით, რომელიც აუცილებელია დასახული ამოცანის გადაჭრისათვის.

კადრების შერჩევის ერთ-ერთ საინტერესო და მნიშვნელოვან ელემენტს წარმოადგენს გასაუბრება/ინტერვიუ, რომელიც შესაძლებელს ხდის კანდიდატის შესახებ მაქსიმალურად მეტი ინფორმაციის მიღების. პრაქტიკული თვალსაზრისით შეიძლება გამოვიყენოთ, ფსიქოლოგიური კვლევის შედეგებზე დაფუძნებული STAR(R)-ის მეთოდი, რომლის არსიც მდგომარეობს, კითხვარის შემუშავებაში, რომელიც მაქსიმალურ ინფორმაციის მოგვაწოდის კონკრეტული კანდიდატის სამუშაო გამოცდილების შესახებ [10].



ნახ.1. გასაუბრება/ინტერვიუს ჩატარების მეთოდი STAR(R)-ი

ინფორმაციის წყარო: საინფორმაციო პორტალი
<http://www.iamexpat.nl/read-and-discuss/career/articles/job-interview-expats-netherlands>

S(ituation)- სიტუაცია, წარსული გამოცდილებიდან კონკრეტული სიტუაციის მოყვანა, რომელიც კარგად ასახავს მის სამუშაო გამოცდილებას კონკრეტულად ჩვენთვის საინტერესო კომპეტენციაში;

T(ask) - ამოცანა, მის მიერ აღწერილ სიტუაციაში, კონკრეტული ამოცანის გამიჯვნა, განმარტება;

A(ction) - ქმედება, მის მიერ, ან მისი გუნდის მიერ განხორციელებული ქმედება დასმული საკითხის გადასაჭრელად;

R(esults) - შედეგი, ყურადღების გამახვილება, თუ როგორ ანალიზებს თავის ქმედებებს კანდიდატი;

R(elationships) - ურთიერთობა, აღწერს იმ ურთიერთობებს, თანამშრომლურ დამოკიდებულებას რომელიც იყო წარმოდგენილი მის მიერ აღწერილ სიტუაციაში [10].

კომპანიის მენეჯმენტში, დღეისათვის ადამიანური რესურსების მართვის სისტემის, ასევე ერთ-ერთ მნიშვნელოვან ელემენტს წარმოადგენს შეფასების სისტემის არსებობა, რომლის მთავარ მიზანს წარმოადგენს კომპანიის საერთო მდგომარეობის გაუმჯობესება, თანამშრომლების მიერ ორგანიზაციის მიზნების უზრუნველყოფა და მათ მიერ სტანდარტების, მოთხოვნების სწორი აღქმა და შესრულება.

როდესაც ხდება შესრულებული სამუშაოს შეფასება, თანაბრად უდა იქნას განხილული, როგორც პიროვნული წვლილი, ასევე შედეგი. შეფასების სისტემის არსებობა წარმოადგენს ქმედებების კომპლექს, რომელიც ხელს უწყობს პერსონალის მართვის ეფექტური სისტემის დანერგვას და ამავე დროს, დადებითი და მიმზიდველი იმიჯის შექმნას, საწარმოს პოზიციონირებას ბაზარზე არამარტო როგორც საიმედო მწარმოებელი, არამედ როგორც საიმედო დამსაქმებელი.

ყურადსაღებია, დასავლური კომპანიების

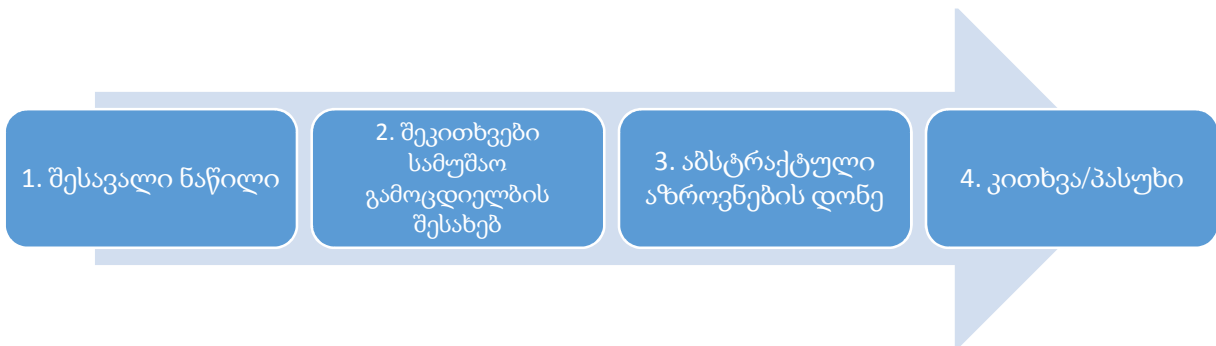
გამოცდილება აღნიშნულ საკითხთან დაკავშირებით, რადგან მათი საქმიანობის შესწავლით და ანალიზით, ვხედავთ იმ დადებით შედეგებს, რომელიც კომპანიებმა მიაღწია ადამიანური რესურსების მართვის ეფექტური სისტემის დანერგვით.

საინტერესოა ფრანგული კომპანია “LaFarge”-ის გამოცდილება აღნიშნულ საკითხთან დაკავშირებით, რომელმაც შეიმუშავა მისთვის საინტერესო და მნიშვნელოვანი კომპეტენციების მოდელი, რომელიც დაედო საფუძვლად თანამშრომელთა შეფასების მოდელის შექმნას.

კომპეტენციების მოდელს აღნიშნულ კომპანიაში ეწოდება „ლიდერობის პროფილი“. ეს დოკუმენტი გულისხმობს, ინსტრუმენტების ნაკრებს, რომლის ბაზაზეც იქმნება განვითარების ინდივიდუალური გეგმა. ასევე, ის ეხმარება კომპანიის მენეჯრებს და თანამშრომლებს, შეფასების პროცესში განსაზღვრონ მიზნები და ახალი მიმართულებები მომავალი განვითარებისათვის [19].

კომპანია “LaFarge”-ი ეყრდნობა აზრს, რომ მსოფლიო ბაზარზე თავისი წარმატებული მდგომარეობის განმსაზღვრელ მთვარ ფაქტორს წარმოადგენს თანამშრომლები, რადგან სწორედ ისინი წარმოადგენენ კომპანიის ყველაზე ღირებულ ელემენტს. კომპანიის მენეჯმენტი ორიენტირებულია მაქსიმალურად გამოვლინდეს თანამშრომელთა პოტენციალი. აქედან გამომდინარე, აღნიშნული ამოცანის გადაჭრის ყველაზე შედეგიან ქმედებას წარმოადგენს პერსონალის შეფასება. გამოიყენებენ შეფასების სხვადასხვა მეთოდებს, როგორცაა, შეფასების ცენტრები, 360° მეთოდი და გასაუბრება კომპეტენციების მიხედვით. ასევე, ტარდება მენეჯერებისა და თანამშრომლების ყოველწლიური შეფასება და ხდება გადაწყვეტილების მიღება დამატებითი წამახალისებელი ბონუსების დარიცხვის შესახებ. ესეთი გზით, კომპანია “LaFarge”-ის თანამშრომლები იღებენ ბონუსებს თავისი მუშაობის ეფექტურობის შესაბამისად, ან და მასში რომელიმე კომპეტენციის განვითარებით [18].

შეფასების პროცესი შედგება რამოდენიმე ეტაპისაგან:



ნახ.2. შეფასების პროცესის ეტაპები

ინფორმაციის წყარო: კომპანია „Lafarge“-ის თანამშრომელთა შეფასების სისტემის მოდულები კომპეტენციების შესაბამისად

აღნიშნული პროცესის ერთ-ერთ მნიშვნელოვანს წარმოადგენს მეორე ეტაპი, რომელიც გულისხმობს ადრეული სამუშაო გამოცდილების შესახებ ინფორმაციის მიღებას. აღნიშნულ ეტაპზე ისმება შეკითხვები, რომლის მიხედვითაც ხდება თანამშრომლის შეფასება კონკრეტული კომპეტენციის მიხედვით. რატომ უნდა, ერთი ინტერვიუს დროს შეუძლებელია კომპანია „LaFarge“-ის „ლიდერობის პროფილ“-ში არსებული ყველა კომპეტენციის შეფასება, ამიტომ, სპეციალისტი ირჩევს ორ ძირითად კომპონენტს, რომელიც იქნება განმსაზღვრელი აღნიშნული პოზიციისათვის. მაგალითად, კლიენტებთან მომსახურების მენეჯერისათვის განმსაზღვრელს წარმოადგენს: კლიენტებზე ორიენტირებულობა და შედეგზე ორიენტაცია, ხოლო, HR განყოფილების ხელმძღვანელისათვის, კი სტრატეგიული ხედვა და პერსონალის მართვა.

სხვადასხვა კომპეტენციის შეფასებისას, შესაბამისად უნდა დაისვას სხვადასხვა შეკითხვები, რომელიც საშუალებას მოგვცემს ეფექტურად შევაფასოთ სხვადასხვა კომპეტენციის განვითარების დონე თანამშრომელში. მაგალითისათვის მოვიყვანოთ რამოდენიმე შეკითხვა, რომელსაც იყენებს კომპანია „LaFarge“-ი, „ლიდერობის პროფილის“ კომპეტენციების შეფასებისას.

კითხვების მაგალითები „სტრატეგიული ხედვის“ კომპეტენციის შეფასებისათვის HR განყოფილების ხელმძღვანელისათვის:

1. იცით თუ არა კომპანია „LaFarge“-ის ხედვა?
 - იზიარებთ თუ არა მას?
2. მოიყვანეთ მაგალითი, როდესაც თქვენ უნდა დაგეგმოთ და ორგანიზება გაუწიოთ თქვენი თანამშრომლების საქმიანობას, რომელიც ემსახურება

კომპანიის მიზნების მიღწევას?

- რა მიზანი იყო?
 - რა რესურსები გამოიყენეთ?
3. მოიყვანეთ მაგალითი, როდესაც თქვენი წარმატებით დაგეგმეთ თქვენი განყოფილებისათვის განკუთვნილი დავალების შესრულება?
 - რამდენი ადამიანი ასრულებდა დავალებას და რა ევალებოდათ მათ?
 - როგორ გადაანაწილეთ დავალებები?
 - სხვა დროს როგორ მოიქცეოდით? [19].

ეს არის არასრული ჩამონათვალი იმ შეკითხვებისა, რომელსაც იყენებს კომპანია კონკრეტული კომპეტენციის შეფასებისას, რაც ხელს უწყობს თანამშრომლებში შრომის უნარიანობის ეფექტურობის ამაღლებას და პროფესიული ზრდის მოთხოვნილების გაჩენას. აღნიშნული დონიშობების სისტემატურად ჩატარება დადებითად მოქმედებს თანამშრომელთა მოტივაციაზე და მათი პროფესიული დონის ამაღლებაზე. ამის გარდა, შეფასების შედეგები, მენეჯერს საშუალებას აძლევს მიიღოს გადაწყვეტილება თანამშრომლის გადაყვანის, დაწინაურების, ან სამსახურიდან გაშვების შესახებ.

დასკვნა. მსოფლიო გამოცდილება გვიჩვენებს, რომ სწორად შემუშავებული კადრების შერჩევის, მიღების, ადაპტაციის, მოტივაციის პროგრამა და ზოგადად გამართული ადამიანური რესურსების მართვის სისტემა კომპანიებში, ხელს უწყობს მათი საქმიანობის მაჩვენებლის ეფექტურობის ამაღლებას. ასევე, მნიშვნელოვანია გავითვალისწინოთ, რომ კომპანიის მენეჯმენტისა და თანამშრომელთა მიზნების თანხვედრა, ეს არის ის ნათელი მომავალი, რომლისკენაც მიისწრაფვის თანამედროვე ბიზნესის ხელმძღვანელები, თუმცა პრაქტიკაში, სამწუხაროდ, ესეთი შემთხვევების ნაკლებობაა - დასახული მიზნები ემთხვევა მხოლოდ ნაწილობრივ.

ლიტერატურა

წიგნები:

1. ა.ანტუპოვი, ვ.კოვალოვი, „პერსონალის სოციალურ-ფსიქოლოგიური შეფასება“ სახელმძღვანელო, ЮНИТИ, 2009, გვ. 351
2. ბ. გეჩბაია, ა. დევაძე. ადამიანური რესურსების მენეჯმენტი. სახელმძღვანელო. თბ., 2015.
3. ტ. ბაზაროვი, ბ. ერომინა, „პერსონალის მართვა“, ЮНИТИ, 2010, გვ. 560
4. ნ. ბელიაძე „ადამიანური რესურსების მართვა“, ЮНИТИ, 2009, გვ. 352
5. ხ. გრეკუმი, რ. ბენეტი, „ადამიანური რესურსების მართვა“/სახელმძღვანელო, ЮНИТИ-ДАНА, 2003, გვ. 598
6. ბ. ტრეისი, „სრული ჩართულობა“, Миф, 2016, გვ. 272
7. ნ. პაიჭაძე, ე. ჩოხელი, ნ. ფარესაშვილი, „ადამიანური რესურსების მენეჯმენტი“ სახელმძღვანელო, თბილისი. სიტყვა, 2011, გვ. 280
8. ბ. მილნერი „ორგანიზაციის თეორია“, МОСКВА, 2009, გვ. 480

REFERENCES

1. A.Antsupov, V.Kovalev, “Socio-psychological assessment of personnel”/Manual, UNITY, 2009, pg. 351
2. B.Gechbaia, A. Devadze. “Human Resource Management” / Manual. Tbilisi, 2015
3. T.Bazarov, B. Eromina, “Personnel Management”, UNITY, 2010, pg. 560
4. N. Beletski “Human Resource Management”, UNITY, 2009, pg. 352
5. H.T. Graham, R. Bennett, “Human Resource Management”/Manual, UNITY-DANA, 2003, pg. 598
6. B. Tracy, “Full Engagement. Inspire, Motivate, and bring out the best in your people”, MIF, 2016, pg. 272
7. N. Paichadze, E. Chokheli, N. paresashvili “Human Resource Management”/Manual, Tbilisi, 2011, pg. 280
8. B. Milner “Organizational Theory”, MOSCOW, 2009, pg. 480

ელექტრონული გამოცემები/Electronic publications

9. <http://psychologiya.com.ua/kompetenczii-personala.html> - კადრების შერჩევის ფსიქოლოგიური პორტალი
10. <http://www.iamexpat.nl/read-and-discuss/career/articles/job-interview-expats-netherlands> - საინფორმაციო პორტალი
11. <http://www.hr100.ru/wmc/function/recruitment-HR> 100 % - ადამიანური რესურსების მართვა – კადრების შერჩევა
12. <http://www.hrm.ru/otbor-personala-i-upravlenie-chelovecheskimi-resursami-organizacii> – პორტალი საკადრო მენეჯმენტის შესახებ
13. <http://www.nestle.ru/jobs/teachnew/poleznye%20soveti/interwiu> – კომპანია ნესტლეს ვებ-გვერდი, გასაუბრების ჩატარების მოდელი
14. <https://job.upper.ru/article/577> საინფორმაციო პორტალი
15. <http://hr-portal.ru/article/ocenka-i-razvitie-personala-na-osnove-modeli-kompetenci> – ადამიანური რესურსების მართვის პორტალი
16. <http://www.lafarge.com/en> - კომპანია „Lafarge“-ის ვებ-გვერდი

დამხმარე მასალა:

- 17.
18. კომპანია „Lafarge“-ის შიდა განაწესი
19. კომპანია „Lafarge“-ის კადრების შერჩევის, მიღებისა და ადაპტაციის პროექტი
20. კომპანია „Lafarge“-ის თანამშრომელთა შეფასების სისტემის მოდულები კომპეტენციების შესაბამისად

Supporting material:

17. Internal Regulations of “Lafarge”
18. Project of Recruitment and adaptation of the personnel of “Lafarge”
19. Methodology systems for assessing and the competence for the personnel of “Lafarge”

**რეგიონული პოლიტიკის თავისებურებების
ანალიზი ევროკავშირში**

**АНАЛИЗ ОСОБЕННОСТЕЙ РЕГИОНАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ В
ЕВРОПЕЙСКОМ СОЮЗЕ**

ANALYSIS OF FEATURES OF REGIONAL POLICY IN THE EUROPEAN

ნიკოლაი კიზიმი

*ეკონ. მეცნ. დოქტორი, პროფესორი,
უკრაინის ეროვნულ მეცნიერებათა
აკადემიის წევრ-კორესპონდენტი*

КИЗИМ НИКОЛАЙ,
докт. экон. наук, профессор,
член-корр. НАН Украины,
Директор Научно-
исследовательского центра
индустриальных проблем
развития НАН Украины

Kyzym Mykola

D. Sc. (Economics), Professor,
Corresponding Member of NAS
of Ukraine, Director of
Research Centre for Industrial
Problems of Development of
NAS of Ukraine

ანოტაცია

სტატიის მიზანია ევროსაბჭოში რეგიონული პოლიტიკის ევოლუციის ანალიზი, რომელიც ხორციელდება ზენაციონალურ დონეზე და უკრაინაში ევროპული გამოცდილების იმპლემენტაციის შესაძლებლობებისა და მიმართულებების გამოვლენა. დასახული მიზნების შესაბამისად სტატიაში ჩამოყალიბებულია ევროსაბჭოში რეგიონული პოლიტიკის ტიპების კლასიფიკაცია, გაანალიზებულია მისი რეალიზაციის ინსტრუმენტები და თავისებურებები, წარმოდგენილია ევროსაბჭოში შემავალი ქვეყნების რეგიონული პოლიტიკის შედარებითი დახასიათებები 1951 წლიდან დღემდე, განხილულია რეგიონული ძირითადი პრინციპები, თავისებურებები, პრიორიტეტები, ინსტრუმენტები, მექანიზმები. ჩატარებული ანალიზის საფუძველზე დასაბუთებულია, რომ ევროსაბჭოს არსებობის მთელი პერიოდის განმავლობაში რეგიონული პოლიტიკა განიცდიდა მნიშვნელოვან ევოლუციას, და აქ შესაძლებელია მისი განვითარების ორი ეტაპის გამოყოფა: 1951 – 1988 წწ. და 1988 - დღევანდელ დღემდე, რომლებიც ხასიათდებიან განსხვავებული მიზნებით, პრიორიტეტებით რეგიონული პოლიტიკის რეალიზაციის განსხვავებული ინსტრუმენტებით. ნაჩვენებია, რომ ევროსაბჭოში რეგიონული პოლიტიკის ფორმირებისა და რეალიზაციის გამოცდილება სასარგებლო იქნება უკრაინისა და სხვა ქვეყნებისათვის.

საკვანძო სიტყვები: რეგიონული პოლიტიკა, ევროპული საბჭო, ევოლუცია, პრობლემური რეგიონები, ინსტრუმენტები, პრიორიტეტები, მიზნები.

ვიქტორია ხასუტოვა

*ეკონ. მეცნ. დოქტორი, დოცენტი,
უკრაინის სამეცნიერო-
კვლევითი ცენტრის სამრეწველო
პოლიტიკის და ინოვაციური
განვითარების სექტორის გამგე*

ХАУСТОВА ВИКТОРИЯ,
докт. экон. наук, доцент, зав.
сектором промышленной
политики и
инновационного развития
Научно-исследовательского
центра индустриальных проблем
развития НАН Украины

Khaustova Victoriia

D. Sc. (Economics), Associate
Professor, Head of Section for
Industrial Policy and Innovative
Development of Research
Centre for Industrial Problems of
Development of NAS of Ukraine

ელენა კოზირევა

*ეკ. მეცნ. კანდ.,
დოცენტი, უკრაინის
სამეცნიერო-კვლევითი
ცენტრის მაძიებელი*

КОЗЫРЕВА ЕЛЕНА,
канд. экон. наук, доцент,
соискатель Научно-
исследовательского центра
индустриальных
проблем развития НАН
Украины

Kozyreva Olena

Ph.D., Associate Professor,
External Doctoral Candidate
at Research Centre for
Industrial Problems of
Development of NAS of
Ukraine

Abstract

The aim of the article is to analyze the evolution of regional policy in the EU carried out at the supranational level and to identify opportunities and directions for the implementation of the European experience in Ukraine. As part of the set goal a classification of types of regional policy in the EU is formed; features and instruments for its implementation in accordance with the defined types of regional policy are analyzed; a comparative characteristic of types of the selective regional policy of EU member countries is presented; the classification of types of problem regions in the EU is considered; the practice of implementing the regional development policy in the EU at the supranational level in the period from 1951 to the present time is analyzed and a periodization of the pursued regional policy is proposed; the key principles of the regional policy, priorities, instruments, mechanisms, features of its implementation and funding within the defined stages and substages are studied. On the basis of the conducted analysis it is proved that regional policy has evolved significantly during the entire period of the EU existence. In this respect there can be distinguished two main stages of its development: from 1951 to 1988 and from 1988 to the present time, which are characterized by different goals, priorities and instruments of implementation of the regional policy. It is shown that the experience of formation and realization of regional policy in the EU can be useful for its implementation in Ukraine and other countries.

Keywords: regional policy, European Union, evolution, problem regions, instruments, priorities, goals.

Постановка проблемы. Региональной политикой в Европейском Союзе (ЕС) начали заниматься еще в 50-х годах XX-го века. Необходимо отметить, что с течением времени региональная политика в ЕС эволюционировала, при этом менялись ее цели, приоритеты и инструменты реализации. В течение длительного промежутка времени региональная политика ЕС носила фрагментарный характер и не ориентировалась на конечные цели, отсутствовал инструментарий их достижения. Однако с середины 70-х годов все больше внимания стало уделяться выравниванию социально-экономического уровня развития регионов. Но практика показала, что такая политика тоже является не совсем эффективной. Большинство регионов стран-членов ЕС продолжали оставаться отстающими. Поэтому с 2000-х гг. ориентиры региональной политики ЕС все больше стали смещаться в сторону эффективной поддержки регионов - точек экономического роста при подтягивании отстающих регионов до определенного социально-экономического уровня.

Среди работ, посвященных исследованию отдельных аспектов проблемы региональной политики ЕС необходимо выделить работы Ф. Айдало, В. Адамика, П. Бакланова, Р. Буайе, А. Браманти, О. Геймана, А. Гранберга, М. Гроссетти, А. Гусейнова, А. Мельника, О. Сторонянской, М. Фуджиты и др. В то же время, несмотря на достаточно обширный перечень научных работ, направленных на анализ путей решения реги-

ональных проблем в странах-членах ЕС, некоторые из них требуют дальнейшего осмысления. Среди них: анализ эволюции региональной политики, используемые инструменты и механизмы регионального развития на отдельных этапах ее осуществления, выбор приоритетов региональной политики и пр.

В ЕС региональная политика осуществляется на четырех уровнях: наднациональном, национальном, региональном и местном. Наибольший интерес вызывает анализ особенностей проведения региональной политики в ЕС на наднациональном уровне. Это обусловлено тем, что, во-первых, чаще всего региональная политика в ЕС реализуется непосредственно с наднационального на региональном уровне, минуя национальный. Во-вторых, это смещение особенно наблюдается в новых странах - членах ЕС. В-третьих, Украина подписала Соглашение об ассоциации с ЕС, поэтому практика наднационального формирования и внедрения региональной политики являются особенно актуальной для нашей страны.

В связи с вышесказанным, **целью данной статьи** является анализ эволюции региональной политики в ЕС, осуществляемой на наднациональном уровне и выявление возможностей и направлений имплементации европейского опыта в Украине.

Изложение основных результатов исследования. Рассматривая эволюцию региональной политики в ЕС, необходимо проанализировать ее основные типы (рис. 1).



Рис. 1. Классификация типов региональной политики в ЕС (Составлено по [1-11])

с. 1, региональная политика в ЕС на наднациональном уровне в первую очередь классифицируется в зависимости от модели отношений с регионами. В начале функционирования ЕС региональная политика осуществлялась согласно концепции «Европа-государство», а со второй половины 80-х гг. XX в. - «Европа регионов» [12-15]. Согласно первой концепции влияние наднациональных органов ЕС на развитие регионов стран-членов осуществляется через национальные органы управления. В концепции же «Европа регионов» предусматривается постепенное отмирание роли и значения национального уровня в проведении региональной политики в странах - членах ЕС, но в то же время растет активное участие регионов в управленческих функциях наднационального уровня ЕС. С переходом ЕС на модель региональной политики «Европа регионов» усиливается также горизонтальная интеграция на базе интенсификации межрегионального сотрудничества. С переходом на эту региональную модель в Европейском Союзе была введена система многолетних финансовых планов [12-14].

По направленности наднациональная региональная политика ЕС делится на структурную, политику сплоченности и смешанную [1; 4; 5; 8; 11]. Структурная политика предусматривает реструктуризацию экономики регионов, с уходом от старопромышленного или сельскохозяйственного ее характера к постиндустриальной экономике услуг и экономики, основанной на знаниях. Политика сплоченности предусматривает более широкую цель - содействие гармоничному развитию ЕС посредством создания условий для экономического и социального сплочения регионов и государств-членов. Эта политика, прежде всего, направлена на сплоченность новых членов ЕС, так как они, как правило, имеют значительно более низкий уровень социально-экономического развития.

Для достижения поставленных целей в ЕС предусматриваются основные типы инструментов, принадлежащих, соответственно, общенациональной и селективной политике (рис. 1) [2; 5; 11]. Общенациональная региональная политика направлена на создание общих предпосылок, способствующих развитию регионов, на преодоление правовых, административных и организационных «барьеров», препятствующих привлечению инвестиций в регионы стран - членов ЕС. Селективная региональная политика ЕС предполагает целенаправленное воздействие на определенные регионы стран-членов, в зависимости от их социально-экономического и экологического состояния. Она, в свою очередь, делится на выравнивающую, и поляризованную. Выравнивающая селективная региональная политика направлена на выравнивание уровней экономического развития регионов стран - членов ЕС. Поляризованная селективная региональная политика предусматривает приоритетную поддержку одного или нескольких регионов, которые имеют высокий экономический потенциал и инвестиционную привлекательность.

Выравнивающая селективная региональная политика делится на стимулирующую, сдерживающую и смешанную. Стимулирующая региональная политика используется при осуществлении как выравнивающей, так и поляризованной региональной политики. В первом случае объектом выборочного воздействия государства являются проблемные регионы, а во втором - регионы-«локомотивы роста». Сдерживающая региональная политика в ЕС используется только в том случае, если объектами воздействия являются перенаселенные городские агломерации.

В табл. 1 приведена сравнительная характеристика видов селективной региональной политики, используемой в ЕС.

Таблица 1

Сравнительная характеристика видов селективной региональной политики стран - членов ЕС [4]

Признаки	Поларизованная селективная региональная политика		
	Выравнивающая селективная региональная политика	Сдерживающая селективная региональная политика	
Общие принципы	Базируется на принципах nodальной системы и на предпосылке наличия в регионах «плюсов», генерирующих их поступательное развитие с целью максимизации национального дохода	Базируется на принципе социальной справедливости, то есть таком пространственном распределении экономической деятельности, при котором жители всех регионов имеют примерно одинаковые возможности для достижения желаемого благосостояния	
Объекты селективной политики	Регионы, имеющие наибольший потенциал экономического роста	Слаборазвитые (отстающие) регионы; депрессивные регионы, районы нового освоения; северные территории, периферийные районы (пограничные, горные, островные)	Перегруженные городские агломерации; наиболее благополучные регионы с высокой плотностью населения и производства
Декларируемые цели и задачи	Рациональное распределение производства в пространстве и использование производственного потенциала каждого региона с целью роста общенационального благосостояния - стимулирование эффективной пространственной организации	Выравнивание уровня экономического и социального развития частей страны; сокращение числа проблемных регионов; решение проблем развития проблемных регионов	Сдерживание (ограничение) роста экономического потенциала городских агломераций с целью нивелирования межрегиональных различий
Основные методы и механизмы селективной политики	Разработка крупномасштабных программ организации территории на базе полюсов роста, центров и осей развития; стимулирование развития внутренних ареалов крупнейших агломераций	Разработка крупных региональных программ отсталых регионов; экономические рычаги регулирования проблемных территорий; стимулирование максимального использования внутреннего потенциала проблемных регионов (создание предпринимательских зон, промышленных и научных парков)	Контроль над размещением производственных мощностей в крупных городах («сертификация» и использование других административных методов региональной политики; запрет на строительство новых промышленных предприятий)
Страны, применяющие конкретный вид селективной политики	Греция (1960–1980 гг.)	ЕС, Нидерланды (2-я половина 1960-х гг.)	Нидерланды (1990-е гг.) Франция (1950–1970 гг.) Великобритания (1950–1970 гг.)

Необходимо отметить, что в ЕС выделяются следующие типы проблемных регионов: периферийные, сельскохозяйственные, государственные, осо-

бого типа, пограничные, с очень низкой плотностью населения, «регионы большого города». Их характеристика приведена в табл. 2.

Таблица 2

Типы проблемных регионов в ЕС [14]

Тип проблемного региона	Критерии оценки (отбора)	Общая черта регионов	Типичные примеры регионов
Периферийные регионы	Характеризуются в основном сельскохозяйственной направленностью	Слаборазвитые в широком смысле	Южная Италия, Ирландия, большинство регионов Испании, Португалия и Греция. Burgenland (Австрия) и Северная часть Финляндии также могут быть отнесены к этой группе
Сельскохозяйственные регионы	Отличаются от регионов первой группы тем, что они не являются периферийными	Регионы данного типа не так удалены от больших городских центров, как регионы первой группы	Schleswig-Holstein в Германии и Север Нидерландов
Депрессивные регионы	Характеризуются, в основном, угольной и текстильной направленностью	Глубокий спад экономической активности	Юг Уэльса, Север Англии и Wallonia в Бельгии
Особый тип региона	Характеризуются нетипичными усложненными условиями	Эти регионы отличаются абсолютно другой экономической системой	Новые земли Германии (бывшая Восточная Германия)
Приграничные регионы	Характеризуются недостаточной координацией инфраструктуры (автомобильная и железная дороги, каналы и т. д.)	Не достигается координация инфраструктуры с обеих сторон границы	Таких регионов огромное количество в ЕС
Регионы с очень низкой плотностью населения	Характеризуются плотностью населения менее 8 чел. на 1 кв. км	Чрезвычайно низкая плотность населения	Северные регионы Швеции и Финляндии
«Регионы большого города»	Характеризуются свехурбанизацией мегаполисов	Резкое обострение социальных, экономических и экологических проблем	Мегаполисы Великобритании, Германии, Франции и других стран мира

Анализ практики внедрения политики регионального развития в ЕС на наднациональном уровне за период с 1951 г. по настоящее время свидетельствует о том, что ее условно можно разделить на два этапа.

На первом этапе (1951-1987 гг.), как уже говорилось ранее, в ЕС внедрялась модель «Европа-государство», которая предусматривала концентрацию региональной политики на уровне государств-членов. Общие средства из бюджета ЕС выделялись непосредственно государствам-членам ЕС, а те уже распределяли их непосредственно среди своих регионов. Но к концу 80-х гг. постепенно увеличивалось влияние наднациональных органов ЕС на регионы стран-членов. Для этого создавались соответствующие финансовые инструменты и институциональные органы.

В зависимости от роста роли наднациональной политики ЕС в решении проблем развития регионов стран-членов первый этап можно условно разделить на два подэтапа. Первый из них (1951-1956 гг.) характеризовался незначительной ролью надна-

циональных органов ЕС в формировании и внедрении региональной политики в странах-членах. В этот период в 1951 г. был подписан Парижский договор сроком на 50 лет о создании Европейского объединения угля и стали (ЕССС) в составе 6 стран: Бельгии, Голландии, Италии, Люксембурга, Франции и ФРГ [16]. Целью договора было содействие экономическому развитию стран-членов путем образования общего рынка для продукции угольной и металлургической промышленности. Договор базировался на отмене таких запретов на общем рынке угля и стали:

- на установление экспортной и импортной пошлины на уголь и сталь, а также их количественное ограничение в пределах созданного объединения;
- на применение политики протекционизма, ограничивающего конкуренцию на рынках;
- на налоговые льготы или любую другую помощь со стороны государств подписантов договора отечественным производителям угля и стали;
- на применение ограничений по разделу национальных рынков угля и стали.

ECSC завершило свое существование в 2002 г., когда соответствующий договор потерял силу.

Второй подэтап (1957-1987 гг.) характеризовался созданием Европейского экономического сообщества (ЕЭС), а также началом процессов региональной экономической интеграции. Были сформированы первые три фонда финансирования развития регионов стран-членов на надрегиональном уровне, введены соответствующие структуры или их представительства, которые непосредственно занимались наднациональным региональным развитием в ЕС. На этом же подэтапе начали действовать рамочные программы (РП), которые стали началом интеграции стран - членов ЕЭС в сфере научных исследований и разработок. В этот период произошли следующие основные события:

- в 1957 г. шесть стран - участников ECSC подписали в Брюсселе договор о создании ЕЭС, который был направлен на устойчивое экономическое развитие и создание условий для дальнейшего тесного сотрудничества между странами - членами сообщества [17];

- в 1964 г. в рамках ЕЭС был основан общий рынок сельскохозяйственной продукции, а в 1968-1986 гг. - Таможенный союз;

- с 1984 г. начался процесс европейской интеграции в сфере исследований и разработок путем утверждения первой РП сроком на 4 года и объемом финансирования 3,750 млрд евро.

Второй этап эволюции наднациональной региональной политики (1988 г. - по настоящее время) характеризуется формированием всех финансовых инструментов, необходимых для проведения эффективной региональной политики. На этом этапе страны - участницы ЕЭС начали внедрять высокие формы экономической интеграции, был разработан ряд стратегических документов, внедрено долгосрочное бюджетное финансирование [18].

Этот этап условно можно разделить на два подэтапа. Первый (1988-1992 гг.) характеризовался внедрением в ЕС общего рынка, утверждением первого долгосрочного бюджета финансирования регионального развития. Дальнейшее финансирование исследований и разработок происходило через РП. В рамках этого подэтапа произошли такие основные события:

- в 1987 г. на период до 1991 была утверждена

2-я РП с бюджетом финансирования на исследования и разработки в объеме 5,396 млрд евро, а с 1990 до 1994 гг. - третья РП с объемом финансирования - 6,6 млрд евро.

- в 1988-1992 гг. в ЕЭС была внедрена такая форма экономической интеграции, как общий рынок.

- в 1992 г. в ЕЭС был создан фонд сплочения (CF) для софинансирования и реализации конкретных проектов по развитию транспортной инфраструктуры (трансъевропейских сетей) и окружающей среды (включая развитие альтернативной энергетики) в странах с уровнем ВВП на душу населения ниже 90% от среднего по ЕЭС. К расширению ЕС в 2004 г. этому критерию соответствовало четыре страны (Греция, Испания, Ирландия и Португалия) [19].

Начиная с 1988 г., региональная политика ЕЭС стала основываться на следующих принципах [76]: партнерства - как в планировании, так и в реализации региональной политики должны принимать участие все заинтересованные социальные партнеры; дополнительности - фонды ЕЭС должны дополнять финансовые средства стран-членов, а не заменять их; субсидиарности - все действия должны предприниматься на как можно низшем уровне, который в состоянии их защитить в пределах региона или страны - члена ЕЭС; концентрации - предполагается ограниченность помощи из фондов ЕЭС только для небольшого количества точно определенных целей и проектов, которые имеют большое значение для ЕЭС; программирования - органы ЕС контролируют и осуществляют мониторинг использования средств, а также обеспечивают соответствие процесса общей политике и конкретным директивам ЕЭС (цель же региональной политики заключается в решении глобальных проблем данного региона, а не реализации отдельных краткосрочных программ); координации - регулирование деятельности структурных фондов производится с целью сосредоточения средств на приоритетных направлениях развития ЕЭС и ограниченного количества регионов с наиболее серьезными проблемами, которые выбраны на основе соответствующих критериев.

- с 1988 г. в ЕЭС была основана система долгосрочного бюджетного финансирования. Первым бюджетом предусматривалось финансирование региональной политики ЕЭС в размере 62,970 млрд евро, в том числе по таким странам-членам (рис. 2).

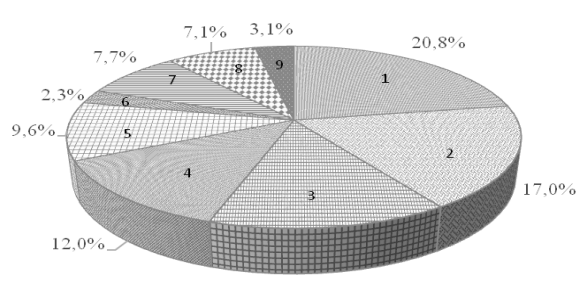


Рис. 2. Структура распределения средств фондов ЕЭС по странам-бенефициарам согласно бюджету на 1988-1993 гг. [20]: 1 - Испания; 2 - Италия; 3 - Португалия; 4 - Греция; 5 - Германия; 6 - Франция; 7 - Великобритания; 8 - Ирландия; 9 - другие страны - члены ЕЭС.

Как видно из рис. 2, наибольшая сумма средств из фондов ЕЭС поступила в Испанию - 20,8%, Италию - 17%, Португалию - 13,4% и Грецию - 12,0%.

Распределение средств структурных фондов ЕЭС в 1988-1993 гг. осуществлялось в разрезе следующих целей (рис. 3).



Рис. 3. Цели распределения средств фондов ЕС в 1988-1993 гг. [14]

Второй этап (1993 г. - по настоящее время) характеризуется тем, что в ЕЭС создана равнодействующая система управления региональным развитием стран-членов. Для этого подэтапа характерны следующие основные события.

- в 1992 г. 12 стран - членов ЕЭС в Маастрихте (Нидерланды) подписали Соглашение о создании ЕС [21], которое вступило в силу 1 января 1993 г. и с этого момента ЕС функционирует на основе двух договоров. Начиная с этого этапа, региональное развитие стран-членов осуществляется в соответствии с утвержденными стратегическими планами.

- Европейским Советом в марте 2000 г. была принята на десятилетний период Лиссабонская стратегия создания динамичной и конкурентоспособной экономики, основанной на знаниях [22]. Ее стратегическая цель - создание наиболее конкурентоспособной и динамичной в мире экономики, базирующейся на знаниях, способной к устойчивому экономическому росту при наращивании количества и улучшении качества рабочих мест и сохранении большей социальной сплоченности. В 2005 г. Лиссабонская стратегия была обновлена путем принятия партнерства ради роста и занятости и дополнения его Программой действий Союза и соответствующими национальными программами в этой сфере [23].

Основные направления обновленного варианта Лиссабонской стратегии предусматривали превращение ЕС в пространство, благоприятное для инвес-

тиций и занятости. Это должно было осуществляться, в частности, путем обеспечения открытых и конкурентных рынков внутри союза и за его пределами, расширения и улучшения европейской инфраструктуры, дополнения единого рынка компонентами, охватывающих рынки финансовых услуг и сектор услуг в целом, энергетику, транспорт, государственные закупки и пр. Обновленная версия стратегии предполагала увеличение как государственных, так и частных инвестиций в НИОКР, обеспечение инноваций, внедрение нововведений, ИКТ, что должно было способствовать устойчивому развитию и созданию мощной европейской промышленной базы.

В рамках обновленной Лиссабонской стратегии не предусматривалась большая реформа политики государственной поддержки, которая должна была открыть простор для поддержки инноваций, исследований и разработок, рискованного капитала, особенно в отношении малых и средних предприятий (МСП).

- в 2010 г. была принята Новая европейская стратегия экономического развития на ближайшие 10 лет «Европа - 2020». Стратегия «Европа - 2020» устанавливает три основных фактора укрепления экономики [24]:

1. Разумный рост экономики, основанный на знаниях и инновациях.

2. Стабильный рост и создание экономики, основанной на целесообразном использовании ресурсов и конкуренции.

3. Всеобъемлющий рост с целью содействия повышению уровню занятости населения и достижения социальной и территориальной стабильности.

В стратегии сформированы следующие основные цели, которых ЕС планирует достичь к 2020 г. [24]:

1. 75% населения в возрасте от 20 до 64 лет должны быть трудоустроены.

2. 3% ВВП ЕС должно быть инвестировано в исследования и разработки.

3. Должны быть достигнуты цели энергетической политики и политики регулирования климата (в т.ч. на 3% должна быть снижена загрязненность окружающей среды).

4. Доля учащихся, прервавших образование, не должна превышать 10% и не менее 40% молодежи должно иметь высшее образование.

5. На 20 млн должно быть сокращено количество людей, находящихся в опасности оказаться за чертой бедности.

Для достижения поставленных целей в качестве приоритетных в стратегии «Европа -2020» выделены следующие направления деятельности [24]:

1. «Инновационный Союз» - объединение усилий для создания и внедрения инноваций, что позволит использовать инновационные идеи в производстве товаров и услуг и будет способствовать созданию новых рабочих мест и росту экономики.

2. «Движение молодежи» - повышение качества образования и привлечение молодых людей на рынок труда.

3. «Развитие цифровых технологий в Европе» - расширение использования высокоскоростного интернета и предоставление возможностей участия физических и юридических лиц в общем цифровом коммерческом пространстве.

4. «Целесообразное использование ресурсов в Европе» - разумное использование источников энергии, переход на экономику с низким потреблением

углеводородного сырья, увеличение использования источников возобновляемой энергии, модернизация транспортного сектора, снижение зависимости роста экономики от качества потребляемых ресурсов.

5. «Индустриальная политика, направленная на глобализацию» - улучшение условий для предпринимательства, в первую очередь, для малого и среднего бизнеса, развитие мощной и устойчивой промышленной базы для повсеместной глобализации.

6. «План по развитию новых способностей и увеличению количества рабочих мест» - модернизация рынков труда, повышение мобильности трудовых ресурсов, предоставление возможностей для получения новых знаний и навыков, с целью увеличения возможностей для трудоустройства.

7. «Европейская политика против бедности» - снижение уровня бедности в ЕС за счет экономического роста и повышения занятости по всей территории.

При формировании программ поддержки структурные фонды ЕС столкнулись с проблемой диспропорций площадей и заселенности регионов стран-членов. Для проведения отбора регионов и эффективного проведения в них региональной политики, начиная с 70-х гг. XX в. Евростатом разрабатывалась многоуровневая система классификации европейских регионов (NUTS), которая фактически была окончательно принята в 2003 г. Согласно этой системе предполагается три уровня административно-территориального деления стран - членов ЕС. Критерием отнесения регионов к разного уровня NUTS является численность населения: регионы NUTS 1-го уровня - 3-7 млн чел.; 2-го уровня - 0,8-3 млн чел.; 3-го уровня - 0,15-0,8 млн чел. [25].

В настоящее время ЕС включает в себя 27 (28) стран, административно разделенных системой NUTS на 96 регионов 1-го уровня, 271 - 2-го уровня и 1303 - 3-го уровня (табл. 4).

Таблица 4

Таблица административно-территориального деления стран-членов ЕС [25]

Страна	NUTS-1	NUTS-2	NUTS-3	Страна	NUTS-1	NUTS-2	NUTS-3
Австрия	3	9	35	Люксембург	1	1	1
Бельгия	3	11	44	Мальта	1	1	2
Болгария	2	6	28	Нидерланды	4	12	40
Великобритания	12	37	133	Польша	6	16	66
Венгрия	3	7	20	Португалия	3	7	30
Германия	16	39	429	Румыния	4	8	42
Греция	4	13	51	Словакия	1	4	8
Дания	1	5	11	Словения	1	2	12
Ирландия	1	2	8	Финляндия	2	5	20
Испания	7	19	59	Франция	9	26	100
Италия	5	21	107	Чехия	1	8	14
Кипр	1	1	1	Швеция	3	8	21
Латвия	1	1	6	Эстония	1	1	5
Литва	1	1	10	Всего 27 стран ЕС	97	271	1303

В этот период продолжается реализация РП в сфере исследований и разработок. В настоящее время реализовано 7-м РП, и постепенно реализуется 8-я РП «Горизонт 2020». Каждая из РП состоит из под-

программ и тематических программ. Например, РП-5 состоит из 7 подпрограмм: 4 тематических и 3 горизонтальных (табл. 5).

Таблица 5

Распределение общего бюджета ЕС по тематическим планам и горизонтальным программам в 1998–2002 гг.

Тематические программы	% от общего бюджета
Уровень жизни и менеджмент ресурсов живой природы	16
Создание удобного для пользователей информационного общества	24
Содействие стабильному экономическому росту и повышению конкурентоспособности европейской экономики	18
Энергетика, окружающая среда и устойчивое развитие по программам Евроатома	7
Горизонтальные программы	
Подтверждение интернационального значения европейских исследований	3
Содействие инновациям и стимулирование участия малых и средних предприятий	2
Усовершенствование кадрового потенциала и развитие социоэкономических знаний	9

Наибольшая сумма бюджетных средств ЕС была направлена на такие тематические программы: создание удобного для пользователей информационного общества - 24% от общего бюджета; содействие стабильному экономическому росту и повышению конкурентоспособности европейской экономики - 18%.

РП-7 (2007-2013 гг.) была направлена на [26]: укрепление научной и технологической базы промышленности ЕС и обеспечение высокого уровня ее конкурентоспособности; поддержание и совершенствование исследовательской и инновационной деятельности научных центров, университетов, организаций реального сектора экономики, малых и средних предприятий; расширение межнационального и международного научного сотрудничества в Европе; повышение исследовательского и инновационного потенциала всех государств ЕС.

Цель РП-7 - ускорение экономического роста, повышение конкурентоспособности экономики Европы путем инвестирования в знания, инновации и человеческий капитал.

От предыдущих программ ее отличало ряд новых элементов [26]: большой акцент на приоритетные тематические направления научных исследований, а не на «инструменты»; существенное упрощение процедур реализации; более полный учет требований промышленности при проведении исследований благодаря специально разработанной схеме «технологические платформы и общие технологические инициативы»; создание Европейского исследовательского совета, которая осуществляет финансирование ведущих фундаментальных исследований; международное сотрудничество по всем направлениям программы; развитие «регионов знаний» - комплексов региональных научных центров, потенциал которых

не ограничивается национальными рамками; стимулирование частных инвестиций в перспективные научно-исследовательские направления; возможность распределения финансовых рисков.

С 1 января 2014 в ЕС реализуется РП-8 - «Горизонт 2020» [27]. Приоритет в этой программе отдано высокоэффективным технологиям - эко, нано-, био- и информационным технологиям, которые ориентируются на решение ключевых социально-экономических проблем (развитие «зеленой энергетики», транспорта, старения населения). Ядро программы «Горизонт 2020» составляют три основных приоритетных направления [27]: генерирование ведущих знаний для укрепления позиций ЕС среди ведущих научных держав мира (ES); достижение индустриального лидерства, поддержка инноваций и бизнеса, включая малые и средние предприятия (П); решение социальных проблем (SC) в ответ на вызовы современности, которые определены в стратегии «Европа 2020». Еще одним, четвертым компонентом, является программа неядерных исследований Объединенного научно-исследовательского центра.

Бюджет программы «Горизонт 2020» на период 2014-2020 гг. предполагается в объеме 80 млрд евро

За период с 1993 г. по настоящее время в ЕС были утверждены четыре бюджета финансирования регионального развития стран-членов. Бюджет 1994-1999 гг. в размере 138,19 млрд экю был направлен на реализацию целей, которые были предусмотрены в 1988-1993 гг. (рис. 3) с дополнением цели 6: Развитие и перестройка структуры регионов с исключительно низкой плотностью населения. Распределение средств структурных фондов ЕЭС по целям и странам осуществлялось следующим образом (табл. 6).

Распределение ресурсов структурных фондов ЕС по целям и странам
в 1994–1999 гг., млн экю [28]

Страна	Цель 1	Цель 2	Цели 3 и 4	Цель 5а	Цель 5б	Цель 6	Инициативы содружества	Всего
Бельгия	730	342	465	195	77	–	287	2 096
Дания	–	119	301	267	54	–	1032	843
Германия	13 640	1 566	1 942	1 143	1 227	–	2 206	21 724
Греция	13 980	–	–	–	–	–	1 151	15 131
Испания	26 300	2 416	1 843	446	664	–	2 774	34 443
Франция	2 190	3 774	3 203	1 933	2 238	–	1 601	14 938
Ирландия	5 620	–	–	–	–	–	483	6 103
Италия	14 360	1 963	1 715	814	901	–	1 893	21 646
Люксембург	–	15	23	40	6	–	20	104
Нидерланды	150	650	1 079	165	150	–	421	2 615
Португалия	13 980	–	–	–	–	–	1 058	15 038
Великобритания	2 360	4 581	3 377	450	817	–	1 570	13 155
Австрия	162	99	387	380	403	–	143	1 574
Финляндия	–	179	336	347	190	450	150	1 652
Швеция	–	157	509	204	135	247	125	1 377
Всего	93 972	15 360	15 180	6 916	6 862	697	14 051	153 038

Как видно из табл. 6, больше всего средств из фондов ЕС было направлено на Ц1 - Содействие развитию и корректировки структуры отстающих регионов - 61,4%, а среди стран: Испании - 22,5%, Германии - 14,2% и Италии - 14,1%.

Бюджет ЕС 2000-2006 гг. в размере 211,960 млрд евро предусматривал следующие цели финансирования: Ц1 - содействие развитию и корректиров-

ки структуры отстающих регионов; Ц2 - поддержка экономических и социальных преобразований (конверсии) регионов, которые столкнулись с проблемами структурного характера; Ц3 - содействие адаптации и модернизации политики и систем образования, профессиональной подготовке занятости. Между приведенными выше целями средства распределились следующим образом (рис. 4).

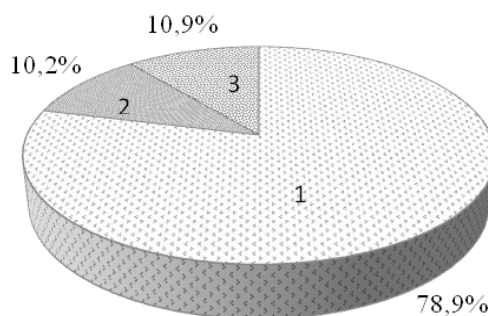


Рис. 4. Распределение средств фондов ЕС по целям в 2000-2006 гг. :

1 - Цель 1; 2 - Цель 2; 3 - Цель 3

Как видно из рис. 4, наибольшая сумма средств фондов ЕС была направлена на Цель 1 - содействие развитию и коррекции развития структуры отстающих регионов - 78,9%.

Между странами - членами ЕС средства структурных фондов в 2000-2006 гг. распределились следующим образом (рис. 5).

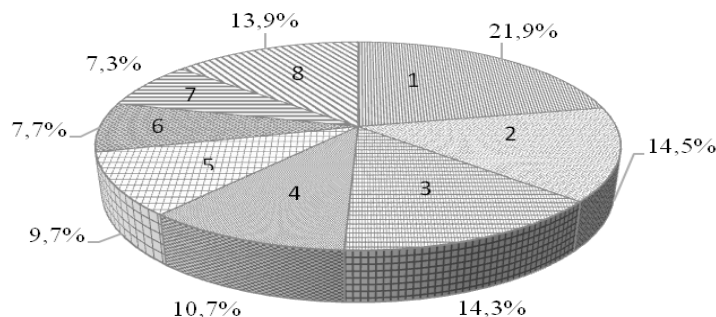


Рис. 5. Распределение средств фондов ЕС между странами-членами в 2000-2006 гг. :

1 - Испания; 2 - Италия; 3 - Германия; 4 - Греция; 5 - Португалия; 6 - Великобритания; 7 - Франция; 8 - другие

Как видно из рис. 5, больше всего средств из фондов ЕС получили такие страны-члены: Испания - 21,9%, Италия - 14,5%, Германия - 14,3% и Греция - 10,7%.

Бюджет ЕС 2007-2013 гг. в размере 338,780 млрд евро был направлен на реализацию следующих

целей: Ц1 - конвергенция и конкурентоспособность; Ц2 - региональная конкурентоспособность и занятость; Ц3 - европейская территориальная сотрудничество.

Между странами-членами средства распределялись следующим образом (табл. 7, рис. 6).

Таблица 7

Распределение средств региональной политики ЕС по странам-членам в 2007–2013 гг.

Страна	«Конвергенция»			Региональная конкурентоспособность и занятость (включая регионы, оставившие ареал «цель 1), млн евро	Европейское территориальное	Всего	
	конвергенция по ВВП, млн евро	переходный режим, млн евро	фонд сплочения, млн евро			млн евро	%
1	2	3	4	5	6	7	8
Польша	44377	—	22176	—	731	67284	19,4
Испания	21054	1583	3543	8477	559	35217	10,1
Италия	21211	430	—	6325	846	28812	8,3
Чехия	17064	—	8819	419	389	26692	7,7
Германия	11864	4215	—	9409	851	26340	7,6
Венгрия	14248	—	8642	2031	386	25307	7,3
Португалия	17133	280	3060	938	99	21511	6,2
Греция	9420	6458	36976	635	210	20420	5,9
Румыния	12661	—	6552	—	455	19668	5,7
Франция	3191	—	—	10257	872	14319	4,1
Словакия	7013	—	3 899	449	227	11588	3,3
Великобритания	2738	174	—	6979	722	10613	3,1
Литва	4470	—	2305	—	109	6885	2,0
Болгария	4391	—	2283	—	179	6853	2,0
Латвия	2991	—	1540	—	90	4620	1,3
Словения	2689	—	1412	—	104	4205	1,2
Эстония	2252	—	1152	—	52	3456	1,0
Бельгия	—	638	—	1425	194	2258	0,6
Нидерланды	—	—	—	1660	247	1907	0,5
Швеция	—	—	—	1626	265	1891	0,5
Финляндия	—	—	—	1596	120	1716	0,5
Австрия	—	177	—	1027	257	1461	0,4
Ирландия	—	—	—	750	151	901	0,3
Мальта	556	—	284	—	15	855	0,2
Кипр	—	—	213	399	28	640	0,2
Дания	—	—	—	510	103	613	0,2
Люксембург	—	—	—	50	15	65	0,0
Межрегиональная кооперация	—	—	—	—	445	445	0,1
Техпомощь	—	—	—	—	—	868	0,2
Всего	199322	13955	69578	54965	8723	347410	100,0

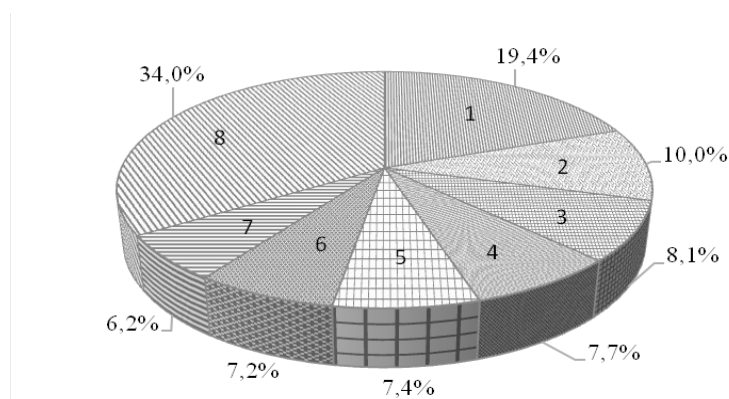


Рис. 6. Распределение средств фондов ЕС между странами-членами в 2007-2013 гг. : 1 - Польша; 2 - Испания; 3 - Италия; 4 - Чехия; 5 - Германия; 6 - Венгрия; 7 - Португалия; 8 - другие.

Как видно из представленных данных, наибольшую сумму средств из фондов ЕС получили такие страны-члены: Польша - 19,4; Испания - 10,0% и Италия - 8,1%.

Бюджет 2014-2020 гг. в размере 338,780 млрд евро предусмотрел реализацию следующих целей: Ц1 - инвестирование в экономический рост и занятость; Ц2 - европейская территориальная сотрудничество.

Между странами - членами ЕС средства фондов в 2014-2020 гг. распределились следующим образом (рис. 7).

Как видно из рис. 7, больше всего средств из фондов ЕС получили страны-члены: Польша - 22,6%, Италия - 9,1%, Испания - 7,8% и Румыния - 6,8%.

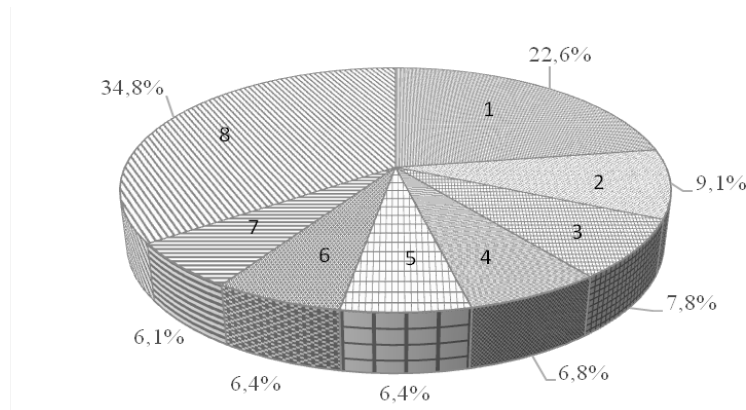


Рис. 7. Распределение средств фондов ЕС между странами-членами в 2014-2020 гг. :
1 - Польша; 2 - Италия; 3 - Испания; 4 - Румыния; 5 - Чехия; 6 - Венгрия; 7 - Португалия;
8 – другие

Выводы. Проведенный анализ свидетельствует о том, что региональная политика в течение всего периода существования ЕС существенно эволюционировала. При этом можно выделить два основных этапа ее развития: 1951-1988 гг. и 1988 – по настоящее время. В свою очередь, каждый из этапов можно условно подразделить на два поэтапа. Выделенные

этапы и подэтапы характеризуются различными целями, приоритетами и инструментами реализации региональной политики. Опыт формирования и реализации региональной политики в ЕС может быть полезен при ее осуществлении в Украине и других странах.

Литература/REFERENCES

1. Березинская О. Б. Принципы формирования и проведения структурной политики: мировой опыт и его применение в России. Москва: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2014. 52 с.
2. Сидоренко О.В. Классификация инструментов селективной региональной политики государства // *Известия Иркутской государственной академии*. 2011. №5. URL: <http://brj-bguer.ru/reader/article.aspx?id=9691>
3. Лавровский Б. Л., Мурзов И. А., Тягнибеда А. В., Уварова Е. В. Региональная политика выравнивания в ЕС: новейшие тенденции // *Пространственная экономика*. 2011. №1. С. 30–48.
4. Леонов С. Н., Сидоренко О. В. Закономерности и особенности реализации селективной региональной политики зарубежных стран // *Пространственная экономика*. 2011. №1. С. 67–80.
5. Сидоренко О. В. Методы реализации селективной региональной политики // *Вестник БИСТ*. 2010. №4 (8). С.96–106.
6. Швецов А. Н. Общесистемная и селективная государственная региональная политика // *Проблемный анализ и государственно-управленческое проектирование*. 2009. Вып. 2. С. 38–50.
7. Сидоренко О. В. Методический подход к оценке результативности селективной региональной политики // *Известия ИГЭА*. 2011. №5 (79). С. 40–43.
8. Сидоренко О. В., Буланова М. А. Селективная региональная политика государства: понятия, виды и инструменты реализации // *Власть и управление на Востоке России*. 2014. № 2 (67).
9. Сидоренко О. В., Бондаренко Т. Н. Селективная региональная политика государства // *Вестник Томского государственного университета*. Экономика. 2014. №3 (27). С. 110–117.
10. Леонов С. Н., Сидоренко О.В. Селективная региональная политика как самостоятельный тип региональной политики государства // *Государственное управление. Электронный вестник*. 2011. Вып. 28. URL: http://e-journal.spa.msu.ru/vestnik/item/28_2011leonov_sidorenko.htm
11. Леонов С. Н., Сидоренко О. В. Селективная и региональная политика: российский и зарубежный опыт. Владивосток: Изд-во Дальневост. Фирм. ун-та, 2012. 168 с.
12. Региональная политика стран ЕС / Центр европейских исследований ИМЭМО РАН; отв. ред. А. В. Кузнецов. Москва: ИМЭМО РАН, 2009. 230 с.
13. Региональная политика: зарубежный опыт и российские реалии / под ред. А. В. Кузнецова, О. В. Кузнецовой. Москва: ИМЭМО РАН, 2015. 137 с.
14. Гусейнов А. Г. Формирование региональной политика на уровне ЕС // *Экономические науки*. 2014. №8. С.133–140.
15. Федорюк С. В., Галяс В. І. Європейська інтеграція: регіональна політика Європейського Союзу. Короткий лексикон. Луцьк : РВВ «Вежа», 2006. 101 с.
16. Договор об учреждении Европейского объединения угля и стали (Париж, 18 апреля 1951 года). URL: <http://ppt.ru/newstext.phtml?id=26875>
17. Договор об учреждении Европейского экономического сообщества (Брюссель, 17 апреля 1957 г.). URL: <http://docs.pravo.ru/document/view/20897669/28480100/>
18. Сидорова Е. А. особенности бюджетной политики в Европейском Союзе. Москва: ИМЭМО РАН, 2012. 129 с.
19. Державне управління регіональним розвитком України: монографія / за заг. ред. В. Є. Ворогіна, Жаліла Я. А. Київ: НІСД, 2010. 288 с.
20. Бедерак Д. А. Эволюция региональной политики выравнивания уровней экономического развития в Европейском Союзе // *Управленец*. 2014. №2 (48). С. 33–38.
21. Договор о Европейском Союзе (Маастрихт, 7 февраля 1992 г.).
22. Lisbon European Council 23 and 24 march 2000. Presidency Conclusions. URL: http://www.consilium.europa.eu/en/nedocs/cms_data/docs/pressdata/en/ec/00100-vl.en0.htm
23. Commission of the European Communities, COM (2005) 24. Working together for growth and jobs. A new start for the Lisbon Strategy. Brussels, 02.02.2005.
24. European Commission. Communication from the commission: Europe 2020: A strategy for smart, sustainable and inclusive growth. Brussels, 3.3.2010. COM (2010) 2020.
25. Беликов В. Н., Бубнова Е. А., Глушко А. В. 7 рамочная программа Европейского Союза: возможности и правила участия. Днепропетровск: Приднепровский научный центр НАН Украины и МОН Украины, 2010. 73 с.
26. Фатеев В.С. Региональная политика: теория и практика. Минск: БГУ, 2004. 480 с.

საქართველოს საგარეო სავაჭრო პოლიტიკის გავლენა შემოსავლების განაწილებაზე

GEORGIAN FOREIGN TRADE POLICY IMPACT ON INCOME DISTRIBUTION

გულიკო ქათამაძე

GULIKO KATAMADZE

ეკონომიკის დოქტორი, ბათუმის
შოთა რუსთაველის სახელმწიფო უნივერსიტეტის
ასოცირებული პროფესორი

Doctor of Economics, Associated Professor
Batumi Shota Rustaveli State University

ანოტაცია

საქართველოში შემოსავლების განაწილების საგარეო ეფექტი განსხვავებულია საზოგადოების სხვადასხვა ჯგუფისათვის. საგარეო ვაჭრობის ლიბერალიზაცია კიდევ უფრო ამდიდრებს საზოგადოების ისედაც მდიდარ ნაწილს: ბითუმად მოვაჭრეებს, ბიზნესმენებს, მსხვილ მეწარმეებს, ინვესტორებს, ბანკებს, სადაზღვევო კომპანიებს და ეკონომიკურად აქტიურ სხვა სუბიექტებს ეს მაშინ როცა საგარეო ვაჭრობა კიდევ უფრო აღარბებს საზოგადოების ისედაც ღარიბ ფენებს, რომელთაც არა აქვთ ფინანსური, ფიზიკური ან გონებრივი შესაძლებლობა აქტიურად ჩაერთოს სავაჭრო პროცესებში. შესაბამისად, ისინი უმუშევარნი ან სხვა ფორმებში დაქირავებულნი არიან.

საგარეო ვაჭრობის ლიბერალიზაცია მომგებიანია საქართველოსთვის, მაგრამ მას მაინც ბევრი მოწინააღმდეგე ჰყავს. ამის გასარკვევად საკმარისი არაა საგარეო ვაჭრობის შედეგების განხილვა მხოლოდ მთლიანი ერისათვის. ჩვენს ქვეყანაში საგარეო ვაჭრობა უშუალოდ ეხება მოსახლეობის სხვადასხვა ჯგუფთა ინტერესებს.

სავაჭრო ურთიერთობათა ლიბერალიზაციის ბევრ მოწინააღმდეგეს კარგად აქვს წარმოდგენილი მისი შედეგები. იმისათვის რომ, საგარეო ვაჭრობის თეორია გადაიქცეს გადაწყვეტილებათა მიღების ქმედით ინსტრუმენტად, საჭიროა გაირკვეს, ვისი ინტერესები ილახება თავისუფალი საგარეო სავაჭრო პოლიტიკის გატარების შედეგად.

საგარეო ვაჭრობა ზეგავლენას ახდენს ჩვენი ქვეყნის შემოსავლების განაწილებაზე მოსახლეობის იმ ჯგუფებს შორის, რომლებიც ცალკეულ საწარმოო ფაქტორთა მესაკუთრეები არიან. მაგალითად, მიწათმფლობელები, კაპიტალისტები, მენეჯერები, ფერმერები, კვალიფიცირებული მუშეები და ა. შ. საერთაშორისო ვაჭრობა, როგორც წესი, საზოგადოებას ყოფს ორ ნაწილად: ვინც იღებს და ვინც ზარალობს საგარეო ვაჭრობის ზეგავლენის შედეგად. საქონელზე შეფარდებით ფასთა ცვლილება იწვევს ერთი რომელიმე საწარმოო ფაქტორის გაძვირებას, სხვების გაიაფების ხარჯზე.

საკვანძო სიტყვები: შემოსავლების განაწილების საგარეო ეფექტი, მზარდი სექტორი, საწარმო ფაქტორთა მფლობელი, ვაჭრობის ლიბერალიზაცია, შეფარდებით ფასთა ცვლილება

Abstract

Introduction. Foreign income distribution effect in Georgia is different for different social groups. Liberalization of foreign trade will further grow rich already rich part of the society: wholesalers, businessmen, large entrepreneurs, investors, banks, insurance companies and economically active subjects that while the foreign trade further impoverishes the already poor layer of the society, who do not have the financial, physical or mental ability to be actively involved in the trading process, and they are unemployed or employed in other firms.

The purpose of statistic study is to determine the effect of our country's foreign trade policy pursued by the government of Georgia income distribution between certain groups of population.

Research methods. To achieve this goal have been used in research work possessing process has been used methods of dialectical materialism, historical, logical analysis and synthesis.

Georgia's liberal foreign trade policy will result in an even more vulnerable layers of society gets more pure. For example, if there is high tariff on shoe and clothing import, but nevertheless, the producers still have low incomes, while their customers – are rich, then, a liberal foreign trade towards the fashionable pursuit of these trade barriers are even more serious financial problems for shoes and clothes local entrepreneurs and will bring slight economy to already wealthy customers of these commodities. This will further increase unequal distribution of revenue. Therefore, foreign trade excessive liberalization is unprofitable for local entrepreneurs.

Keywords: Foreign income distribution effects, a growing sector, enterprise factors owner, trade liberalization, the relative price changes.

შესავალი

საქართველოში შემოსავლების განაწილების საგარეო ეფექტი განსხვავებულია საზოგადოების სხვადასხვა ჯგუფისათვის. საგარეო ვაჭრობის ლიბერალიზაცია კიდევ უფრო ამძღვრებს საზოგადოების ისედაც მდიდარ ნაწილს: ბითუმად მოვაჭრეებს, ბიზნესმენებს, მსხვილ მეწარმეებს, ინვესტორებს, ბანკებს, სადაზღვევო კომპანიებს და ეკონომიკურად აქტიურ სხვა სუბიექტებს ეს მაშინ როცა საგარეო ვაჭრობა კიდევ უფრო აღარბებს საზოგადოების ისედაც ღარიბ ფენებს, რომელთაც არა აქვთ ფინანსური, ფიზიკური ან გონებრივი შესაძლებლობა აქტიურად ჩაერთოს სავაჭრო პროცესებში და ისინი უმუშევარი არიან.

სტატიის კვლევის მიზანია ის, რომ დადგინდეს თუ რა გავლენას ახდენს ჩვენი ქვეყნის ხელისუფლების მიერ გატარებული საგარეო სავაჭრო პოლიტიკა საქართველოს მოსახლეობის ცალკეულ ჯგუფებს შორის შემოსავლების განაწილებაზე

კვლევის მეთოდები. ნაშრომის დამუშავების პროცესში გამოყენებულია კვლევის დიალექტიკური მატერიალიზმის, ისტორიული, ლოგიკური, ანალიზისა და სინთეზის მეთოდი.

საგარეო ვაჭრობის ლიბერალიზაცია მომგებიანია საქართველოსთვის, მაგრამ მას მაინც ბევრი მოწინააღმდეგე ჰყავს. ამის გასარკვევად საკმარისი არაა საგარეო ვაჭრობის შედეგების განხილვა მხოლოდ მთლიანი ერისათვის. ჩვენს ქვეყანაში საგარეო ვაჭრობა უშუალოდ ეხება მოსახლეობის სხვადასხვა ჯგუფთა ინტერესებს. სავაჭრო ურთიერთობათა ლიბერალიზაციის ბევრ მოწინააღმდეგეს კარგად აქვს წარმოდგენილი მისი შედეგები. იმისათვის რომ, საგარეო ვაჭრობის თეორია გადაიქცეს გადაწყვეტილებათა მიღების ქმედით ინსტრუმენტად, საჭიროა გაირკვეს, ვისი ინტერესები ილახება თავისუფალი საგარეო სავაჭრო პოლიტიკის გატარების შედეგად. საგარეო ვაჭრობა ზეგავლენას ახდენს ჩვენი ქვეყნის შემოსავლების განაწილებაზე მოსახლეობის იმ ჯგუფებს შორის, რომლებიც ცალკეულ საწარმოო ფაქტორთა მესაკუთრეები არიან. მაგ, მიწათმფლობელები, კაპიტალისტები, მენეჯერები, ფერმერები და ა.შ. საერთაშორისო ვაჭრობა საზოგადოებას ყოფს ორ ნაწილად: 1. ვინც იკებს და 2. ვინც ზარალობს საგარეო ვაჭრობის გავლენის შედეგად. საქონელზე შეფარდებით ფასთა ცვლილება იწვევს ერთი რომელიმე საწარმოო ფაქტორის გაძვირებას, სხვა ფაქტორების გაიაფების ხარჯზე.

საქართველოში საგარეო ვაჭრობის გავლენა პროდუქციის წარმოების მოცულობასა და საწარმოო ფაქტორთა ფასებზე დროის ხანმოკლე ასპექტში სრულიად განსხვავებულია დროის ხანგრძლივ პერიოდში მის მიერ პროდუქციის წარმოების მოცულობასა და საწარმოო

ფაქტორთა ფასებზე მოხდენილ ზეგავლენასთან შედარებით. საგარეო ვაჭრობის ლიბერალიზაცია ჩვენს პარტნიორ ქვეყნებში იწვევს ფასთა დონეების სულ უფრო დაახლოებას. სწორედ ფასთა შორის სხვაობის შენარჩუნება ასტიმულირებს ვაჭრებს, იმოქმედონ ისე რომ, ეს სხვაობა გაქრეს. საგარეო ვაჭრობის დამყარებამდე ჩვენს ქვეყანაში იაფი იყო ის პროდუქცია, რომელიც მზადდებოდა ჭარბი საწარმოო ფაქტორებით და პირიქით. საგარეო ვაჭრობის გახსნის შემდეგ მოთხოვნა გაიზარდა იაფ პროდუქციაზე და იგი შემცირდა ძვირ პროდუქციაზე.

ცალკეულ საქონელზე დაწესებულ ახალ ფასებზე რეაგირებენ მწარმოებლებიც. ისინი რესურსების გარკვეულ რაოდენობას გადაისვრიან გაიაფებული პროდუქციის წარმოებიდან გაძვირებული პროდუქციის წარმოებაში. წარმოების სტრუქტურულმა ცვლილებამ გამოიწვია წარმოების ფაქტორებზე მოთხოვნის სტრუქტურული ცვლილებაც. მზარდ სექტორში საჭირო გახდა დამატებითი საწარმოო ფაქტორების მოზიდვა, რომლებიც, თავის მხრივ, გამოთავისუფლდნენ კლებადი სექტორებიდან. წარმოების ფაქტორებზე მოთხოვნის ცვლილების შედეგი დროის ხანმოკლე და ხანგრძლივ პერიოდში განსხვავებულია ერთმანეთისაგან.

დროის ხანმოკლე პერიოდში, როდესაც წარმოების ფაქტორები ჯერ კიდევ დაკავებული იყო ძველ საწარმოო პროცესებში, წარმოების ფაქტორთა ბაზრები გამოსული იყო წონასწორობიდან. მათ, ვინც ფლობდნენ მზარდი მოთხოვნის მქონე საწარმოო ფაქტორებს, ბუნებრივია, მოიგეს, ხოლო კლებადი მოთხოვნის მქონე საწარმოო ფაქტორთა მფლობელები კი – დაზარალებულნი. დროის ხანმოკლე პერიოდში მზარდ სექტორში გამოყენებულ საწარმოო ფაქტორებზე მოთხოვნა, და შესაბამისად ფასები მკვეთრად გაიზარდა, ხოლო კლებად სექტორში კი – პირიქით, დაეცა. ამრიგად, დროის ხანმოკლე ინტერვალში საქართველოში საგარეო ვაჭრობიდან მოგების ან ზარალის მიღება განისაზღვრა ამა თუ იმ სექტორზე მათი მიკუთვნებადობის მიხედვით. მოიგო მზარდ სექტორში მოქმედ ფაქტორთა მფლობელებმა, ხოლო დაზარალებულნი კლებადი საწარმოო სექტორში გამოყენებულ ფაქტორთა მფლობელები.

წარმოების ფაქტორებზე დაწესებულ ფასთა რეაქცია გრძელვადიან ასპექტში სრულიად განსხვავებულია დროის ხანმოკლე ასპექტთან შედარებით. მხოლოდ მოგვიანებით შეეჩვევიან წარმოების ერთი და იგივე ფაქტორთა მფლობელები ვითარების შეცვლას. საქართველოში დაბალანაზღაურებადი კლებადი სექტორებიდან საწარმოო ფაქტორებმა გადაინაცვლეს მაღალანაზღაურებად მზარდ სექტორებში. ასე, რომ ხანგრძლივ პერიოდში ყველა (როგორც მზარდ, ისე კლებად) სექტორში ერთიდაიგივე საწარმოო ფაქტორის ანაზღაურება საბოლოოდ

გათანბრდა. ბუნებრივია ისმის ასეთი კითხვა: თუ საწარმოო ფაქტორები პასუხობენ იმ სექტორებში გადანაწილებას, სადაც ანაზღაურება მათზე მაღალია, მაშინ ხომ არ დაუბრუნდება მათი ფასები საგარეო ვაჭრობის დამყარებამდე არსებულ დონეს? უნდა ითქვას, რომ „არ დაუბრუნდება“. მზარდ სექტორში გამოყენებულ საწარმოო ფაქტორთა კომბინაცია არაფრით არ შეესაბამება კლებად სექტორში გამოყენებულ საწარმოო ფაქტორთა კომბინაციას.

მიღებული დასკვნები გამომდინარეობს წარმოების ფაქტორებზე მოთხოვნის უთანასწორო ცვლილებით. თუ მზარდი სექტორი ზოგიერთ ფაქტორს საჭიროებს ჭარბი რაოდენობით, სხვებს კი - ნაკლებად, კლებად სექტორში ამ საწარმოო ფაქტორთა გამოყენების ინტენსიურობა სრულიად სხვაგვარია, ან უფრო მეტიც, შეიძლება - საპირისპიროც. შესაბამისად წარმოების იმ ფაქტორთა მოცულობა, რომელიც საჭიროა მზარდ სექტორში წარმოების გასაფართოებლად, ვერაფრით ვერ შეესაბამება იმ საწარმოო ფაქტორთა მოცულობას, რაც გამოთავისუფლდა კლებად სექტორში, ვიდრე არ მოხდება ფასთა კორექტირება; ჩვენს ქვეყანაში წარმოების ფაქტორებზე ახალ ფასთა ცვლილება ხორციელდება ეროვნულ ბაზარზე, საგარეო ვაჭრობის ზეგავლენის წყალობით, არსებულ საწარმოო ფაქტორებზე ახლად შექმნილი (განახლებული) მოთხოვნისა და მიწოდების შესაბამისად. ყველა სექტორში ადრინდელთან შედარებით მაღალი ანაზღაურება დაწესდა იმ ფაქტორებზე, რომლებზედაც განახლებული მოთხოვნა მკვეთრად აჭარბებს ვაჭრობამდე არსებულ მოთხოვნის ძველ დონეს, ხოლო განახლებული მიწოდება კი ჩამორჩება ძველს, და პირიქით. საშუალოდ ყველა სექტორში დაწესდა ძველთან შედარებით დაბალი ფასები იმ ფაქტორებზე, რომლებზეც განახლებული მოთხოვნა ჩამორჩება ვაჭრობამდე არსებულს, ხოლო მათი მიწოდება კი მეტია მათ საჭიროებაზე.

თუმცა ყველა სექტორში ერთი და იგივე საწარმოო ფაქტორთა ფასები გათანაბრდა, მაგრამ ისინი არ დაუბრუნდა ფასთა ძველ დონეს, არამედ შედარებით უფრო მაღალი დონის წონასწორული ფასები დაწესდა იმ ფაქტორებზე, რომლებზეც განახლებული მოთხოვნა ბევრად აჭარბებდა განახლებულ ერთობლივ მიწოდებას ყველა სექტორში, ვიდრე იყო ძველი ერთობლივი მოთხოვნა-მიწოდების თანაფარდობა. ხოლო ფასთა შედარებით უფრო დაბალი წონასწორული დონე დაწესდა იმ ფაქტორებზე, რომლებზეც განახლებული ერთობლივი მოთხოვნა ბევრად უფრო მეტად ჩამორჩა განახლებულ ერთობლივ მიწოდებას ყველა სექტორში, ვიდრე ძველი მოთხოვნა - ძველ ერთობლივ მიწოდებას, რომელიც იყო საგარეო ვაჭრობის დამყარებამდე. ამდენად, დროის ხანგრძლივ პერიოდში საწარმოო ფაქტორებზე ფასთა ცვლილების ტენ-

დენციამ საპირისპირო სახე მიიღო ხანმოკლე პერიოდთან შედარებით.

ამრიგად, საგარეო ვაჭრობამ საქართველოში გამოიწვია მოსახლეობის ერთი ნაწილის გამდიდრება და მეორის დაღარიბება. სტატისტიკა მოწმობს, რომ განვითარებული სამრეწველო ქვეყნების საწარმოო რესურსებით უზრუნველყოფის სტრუქტურა თანდათანობით თანაბრდება. ეს იმას ნიშნავს რომ, ჰექშერ-ოლინის თეორია, რომელიც წარმოების ფაქტორების შეფარდებით უზრუნველყოფაში ქვეყნებს შორის არსებული განსხვავების გათვალისწინებაზეა აგებული, თანდათან დაძველდა. გარდა ამისა, საერთაშორისო ვაჭრობის სიმძიმის ცენტრმა ნელ-ნელა გადაინაცვლა ერთნაირად მაღალი შემოსავლების მქონე ქვეყნებს შორის „მსგავსი“ საქონლით ვაჭრობაზე და არა ერთმანეთისაგან სრულიად განსხვავებული საქონლით ვაჭრობისაკენ, როგორც ამას ჰექშერ-ოლინის თეორია მიიჩნევდა საჭიროდ [1. გვ.75].

ჰექშერ-ოლინის თეორიის პრაქტიკასთან შედარებისა და მისი ამხსნელუნარიანობის ანალიზი იძლევა შემდეგი სამი დასკვნის გაკეთების საშუალებას: 1. სხვადასხვა სახის საქონლის წარმოებაში ფაქტორები სხვადასხვაგვარი კომბინაციით გამოიყენება; 2. წარმოების ფაქტორებით ქვეყნების შეფარდებითი უზრუნველყოფა ერთნაირი არ არის; 3. ქვეყნები ცდილობენ იმ საქონლისა და მომსახურების გატანას, რომლის წარმოებაშიც ინტენსიურად გამოიყენება ჭარბი ფაქტორები და პირიქით, შემოაქვთ ის საქონელი და მომსახურება, რომლის წარმოებაშიც ინტენსიურად გამოიყენება დეფიციტური ფაქტორები [2. გვ. - 45].

სტოლპერმა და სამუელსონმა დაამტკიცეს, რომ მიღებული შედეგები არაა დამოკიდებული იმაზე, თუ რა სახის საქონელი მოიხმარება საზოგადოების მიერ მათი პირადი მოთხოვნის დაკმაყოფილების მიზნით. ეს დასკვნა ეწინააღმდეგება მანამდე მოღვაწე ეკონომისტთა შეხედულებებს, იმის შესახებ, რომ თუ შემცირებული ხელფასის მქონე მომხმარებლები თავიანთ შემოსავლებს დახარჯავენ მხოლოდ გაიაფებული საწარმოო ფაქტორებით დამზადებულ საქონელთა შექენაზე, მაშინ ამით თითქოს მათი ეკონომიკური მდგომარეობა არათუ გაუარესდებოდა, არამედ შეიძლება გაუმჯობესდებოდა კიდევ. სტოლპერმა და სამუელსონმა აჩვენეს, რომ ეს ასე არ არის. ამას ადასტურებს როლანდ ჯონსონის თეორია, რომელიც ცნობილია „გაძლიერების ეფექტის“ სახელწოდებით. მისი არსი მდგომარეობს შემდეგში: „საქონელზე ფასთა 10 %-იანი ზრდა იწვევს მის წარმოებაში ინტენსიურად გამოყენებულ საწარმოო ფაქტორთა ღირებულების კიდევ უფრო (10 %-ზე მეტად) ზრდას და პირიქით.“

ამრიგად, წარმოების ფაქტორთა ღირებულებებს შორის არსებულ თანაფარდობათა ცვლი-

ლება გაცილებით უფრო სწრაფად იზრდება, ვიდრე მათგან წარმოებულ საქონელზე დაწესებულ ფასთან თანაფარდობაში მომხდარი ცვლილება. აქედან გამომდინარე შეიძლება გავაკეთოთ ასეთი დასკვნა: რაც უფრო მეტი ფაქტორი დასპეციალიზდება ექსპორტის წარმოებაში, მით უფრო მოიგებს ჩვენი ქვეყანა საგარეო ვაჭრობიდან და პირიქით, რაც უფრო მეტი ფაქტორი კონცენტრირდება იმპორტთან კონკურენციაში მყოფ დარგებში, მით უფრო დაზარალებული იქნება ვარაუდით საკმაოდ საფუძვლიანია. რაც უფრო დიდხანს დარჩება საწარმოო ფაქტორი საქონელზე, მით უფრო დაზარალებული იქნება საგარეო ვაჭრობის ლიბერალიზაციის შედეგად, ხოლო რაც უფრო დიდხანს დარჩება ფაქტორი იმპორტზე, მით უფრო დაზარალებული იქნება საგარეო ვაჭრობის ლიბერალიზაციის შედეგად.

ფაქტორს, რომელიც მხოლოდ ერთ წარმოებაში გამოიყენება, მუდმივ ხვედრით წილს დაიჭერს ამ საქონლის სარეალიზაციო ფასში. ჩვენი ქვეყნისთვის ამის კარგი მაგალითია ფერმერის მიწა, რომელიც სხვა პროდუქციის წარმოებაზე ვერ გამოიყენება. მაგრამ აქ შედეგი განსხვავებულია დროის ხანმოკლე და ხანგრძლივ პერიოდში. დროის გრძელვადიან ასპექტში მიწა შეიძლება ერთი პროდუქციის წარმოებიდან გადაინაცვლოს მეორის წარმოებაში. საერთაშორისო გაცვლის წყალობით, „ჭარბი საწარმოო ფაქტორებით გაჯერებული“ საქონელი ექსპორტირდება უცხოეთში „დეფიციტური ფაქტორებით გაჯერებული“ საქონელზე გაცვლის მიზნით. წარმოების ყოველი ფაქტორი (საქონელში განთავსებული) თავად გადაადგილება იმ ქვეყანაში, რომელიც საგარეო ვაჭრობის დამყარებამდე განიცდიდა მის დეფიციტს.

ერთიდაიგივე კვალიფიკაციის მუშახელი სხვადასხვა ქვეყანაში ერთსადაიმთავრე სამუშაოს შესრულებაზე იღებს შრომის სრულიად განსხვავებულ ანაზღაურებას და მათ ხელფასებს შორის არსებული სხვაობა დროთა განმავლობაში კიდევ უფრო იზრდება. სწორედ ამან განაპირობა ჩვენი ქვეყნიდან უცხოეთში სამუშაო ძალის მასობრივი ემიგრაცია. საგარეო ვაჭრობის ლიბერალიზაციის შედეგად, წარმოების მზარდი სექტორები საქართველოს მოეწოდებინა საქონელი დარგებზე, ხოლო კლებადი სექტორები კი იმპორტზე გადასული პროდუქციის მწარმოებელ დარგებზე. შესაბამისად მზარდ (საექსპორტო) სექტორში გამოყენებულ ექსპორტზე ორიენტირებულ საწარმოო ფაქტორთა შემოსავლები გაიზარდა, ხოლო კლებად (იმპორტთან კონკურენციაში მყოფ) სექტორში გამოყენებულ იმპორტზე გადასული საწარმოო ფაქტორთა შემოსავლები კი შემცირდა. ამიტომ, საგარეო ვაჭრობის ლიბერალიზაციით დაინტე-

რესებულნი არიან ჩვენი ქვეყნის ექსპორტზე ორიენტირებული საწარმოო ფაქტორები, ხოლო საგარეო ვაჭრობის შეზღუდვისათვის კი იბრძვიან იმპორტზე გადასული საწარმოო ფაქტორთა მფლობელები, რადგანაც საგარეო ვაჭრობის ლიბერალიზაციით ისინი ზარალდებიან.

საგარეო ვაჭრობის გავლენა მოსახლეობის ცალკეულ ჯგუფთა ეკონომიკურ მდგომარეობაზე მარტო წარმოების ფაქტორთა სპეციალიზაციის დონესა და მიმართულებაზე არ არის დამოკიდებული, არამედ იგი დაკავშირებულია ასევე ამ ფაქტორების მფლობელთა მიერ შესყიდული საქონლისა და მომსახურების მოხმარების სტრუქტურასთანაც. ეს იმით არის გამოწვეული, რომ გარდა საქსპორტო და იმპორტზე გადასული დარგებში გამოყენებული საწარმო ფაქტორებისა, ეკონომიკაში არსებობს ე. წ. „შუალედურ“ ფაქტორთა მთელი მასა, რომლებიც არ არიან სპეციალიზირებული, არც საქსპორტო და არც იმპორტზე გადასული დარგებში. წარმოების ასეთ „შუალედურ“ ფაქტორებზე საგარეო ვაჭრობის მიერ მოხდენილი ზეგავლენა დამოკიდებულია, არა მიწოდების პირობებზე, არამედ ამ ე. წ. „შუალედურ“ ფაქტორთა მფლობელების მიერ საქონლისა და მომსახურების მოხმარების სტრუქტურაზე, კერძოდ იმაზე, თავიანთი მოხმარების სტრუქტურაში რომელი პროდუქციის – საქსპორტო, თუ საიმპორტო საქონლის შექმნაზე ხარჯავენ ისინი თავიანთი შემოსავლების უდიდეს ნაწილს.

თუ წარმოების ფაქტორთა მფლობელები თავიანთ შემოსავლებს ძირითადად ხარჯავენ იმპორტული პროდუქციის შექმნაზე, მაშინ ჩვენს ქვეყანაში ვაჭრობის ლიბერალიზაცია მათთვის მომგებიანია და პირიქით, თუ მათი შემოსავლების დიდი ნაწილი იხარჯება საქსპორტო საქონლის შექმნაზე, მაშინ მათთვის საგარეო ვაჭრობის ლიბერალიზაცია წამგებიანია.

ამდენად, წარმოების „შუალედურ“ ფაქტორთა მფლობელების პოზიცია მიწოდების მხრიდან გაურკვეველია და დამოკიდებულია მათ მიერ საქონლისა და მომსახურების მოხმარების სტრუქტურაზე. რამდენადაც, ადგილობრივი პროდუქციის უცხოეთში ექსპორტი იმდენად ვერ ზრდის მის ეროვნულ ფასს (ჩაკეტილ ეკონომიკაში მასზე არსებულ ფასებთან შედარებით), ვიდრე იმპორტული პროდუქცია უფრო მეტად ამცირებს იმპორტზე გადასული პროდუქციის ფასს (ჩაკეტილ ეკონომიკაში მასზე არსებულ ფასებთან შედარებით). ამიტომ მიგვაჩნია რომ, საქართველოში „შუალედურ“ საწარმოო ფაქტორთა მფლობელები, საგარეო ვაჭრობის ლიბერალიზაციით უნდა იყვნენ დაინტერესებული [4. გვ. – 43].

ამრიგად, საქართველოს მიერ განხორციელებული ლიბერალური საგარეო სავაჭრო პოლიტიკის შედეგად კიდევ უფრო ლატაკდება საზოგადოების სოციალურად დაუცველი ფენა.

მაგ., თუ ფეხსაცმლის და ტანსაცმლის იმპორტზე მაღალი ტარიფია დაწესებული, მაგრამ მიუხედავად ამისა, მათ მწარმოებლებს მაინც დაბალი შემოსავლები აქვთ, ხოლო მათი მომხმარებელი კი – მდიდარია, მაშინ, ლიბერალური საგარეო ვაჭრობისაკენ მოდური სწრაფვის მიზნით, ამ სავაჭრო შეზღუდვების მოხსნა კიდევ უფრო გააღატაკებს ფეხსაცმლისა და ტანსაცმლის ადგილობრივ მწარმოებლებს და უმნიშვნელო ეკონომიას გაუკეთებს ამ საქონელთა ისედაც მდიდარ მომხმარებელს. ეს კი შემოსავლების უთანასწოროდ გადანაწილებას კიდევ უფრო გააღატაკებს. ამიტომ, საგარეო ვაჭრობის ზედმეტი ლიბერალიზაცია საქართველოს ადგილობრივი მწარმოებლებისათვის წამგებიანია.

დასკვნა

ამრიგად, სავაჭრო პოლიტიკის შესახებ ჩვენს მიერ ჩატარებული კვლევა ამტკიცებს იმას, რომ სახელმწიფოთა ეკონომიკური ზრდის ტემპების დაჩქარებას მნიშვნელოვნად უწყობს ხელს საგარეო ვაჭრობის არა ჩაკეტვა, არამედ მისი მიზნობრივი, სახელმწიფო ინტერესების მიხედვით რეგულირება, მაგრამ თუ გადავხედავთ საქართველოს მიერ პრაქტიკაში გატარებულ სავაჭრო პოლიტიკას დავინახავთ, რომ იგი ზედმეტად არის ლიბერალიზებული. საქართველოს სავაჭრო პოლიტიკა საგრძნობლად იხრება „ფულის ტოლფასოვნების“ კრიტერიუმიდან სხვა ნორმატივებზე. საგარეო სავაჭრო პოლიტიკის პრაქტიკაში რეალიზაციისას ჩვენი ქვეყნის სამთავრობო გადაწყვეტილებები მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს თეორიული სავაჭრო პოლიტიკის ცვლილებაზე, მისი ზედმეტად ლიბერალიზაციის კუთხით.

კვლევის ძირითადი თეორიული და პრაქტიკული შედეგები გამოიხატება საქართველოს შე-

მოსავლების გადანაწილებაში საგარეო სავაჭრო პოლიტიკის ინსტრუმენტების არაეფექტურად გამოყენების დასაბუთებაში. ნაშრომის კვლევის შედეგად მიღებული თეორიული და მეთოდოლოგიური შედეგები გამოადგებათ შემოსავლების გადანაწილებით დაინტერესებულ მეცნიერ-მუშაკებს, ხოლო კვლევის პრაქტიკული შედეგები კი შეიძლება გამოყენებულ იქნეს საქართველოს საგადასახადო ორგანოების, ფინანსთა სამინისტროს შემოსავლების სამსახურის მუშაკებისა და ჩვენი ქვეყნის საზოგადოების სხვადასხვა ფენის მიერ.

რეკომენდაციები. ამრიგად, საქართველოს ეკონომიკაში შემოსავლების გადანაწილებაზე უდიდეს გავლენას ახდენს შესაბამის სახელმწიფო უწყებათა მიერ სავაჭრო პოლიტიკის ბერკეტების სწორად წარმართვა, რაც მოითხოვს შემდეგ ღონისძიებათა გატარებას:

1. ჩვენ ქვეყნის სავაჭრო პოლიტიკის გადაწყვეტილების მიღებისქმედით ინსტრუმენტად გადაქცევისათვის, საჭიროა გაირკვეს ვისი ინტერესი ილახება ვაჭრობის ლიბერალიზაციით;

2. საჭიროა დადგინდეს თუ რა გავლენას ახდენს ჩვენი ქვეყნის ხელისუფლების მიერ გატარებული სავაჭრო პოლიტიკა ცალკეულ ჯგუფებს შორის შემოსავლების განაწილებაზე;

3. რაც უფრო მეტი ფაქტორი დასაძვინჯებელია ექსპორტის წარმოებაში, მით უფრო მოიგებს ჩვენი ქვეყანა საგარეო ვაჭრობიდან და პირიქით;

4. რაც უფრო დიდხანს დარჩება საწარმოო ფაქტორი საექსპორტო დარგში მით უფრო მოიგებს ამ ფაქტორის მფლობელები ჩვენი ქვეყნის ვაჭრობის ლიბერალიზაციის შედეგად;

5. საქართველოში „შუალედურ“ საწარმოო

ლიტერატურა

1. ლინდერტი პ. ჰ. საერთაშორისო ეკონომიკა. გამომცემლობა „სიახლე“ თბილისი 2009 წ. გვ. 365;
2. ქათამაძე დ. საერთაშორისო ეკონომიკური ურთიერთობები. გამომცემლობა „ბათუმის უნივერსიტეტი“, ბათუმი, 2008 წ. გვ-400
3. Международные экономические отношения. Учебник. \Под ред. Б. М. Смитиенко. Москва. Изд. «ИНФРА—М». 2005 г. 514—с.
4. www.GeoStat.Ge. სტატისტიკის ეროვნული სამსახური-საგარეო ეკონომიკური ურთიერთობები.

REFERENCES

1. P. H. Lindert International Economics. publishing house “News” Tbilisi, 2009. pg.. 365;
2. D. Katamadze. International economic relations. the publishing house “Batumi University”, Batumi, 2008 წ. pg-400;
3. International economic relations. Textbook. \ Edited by B. M. Smitienko. Moscow. publishing house “INFRA-M”, 2005, pg.-514.
4. National Statistics Office Supplies of Georgia -The Ministry of Foreign Economic Relations

თანამედროვე სავაჭრო პოლიტიკის განვითარების ტენდენციები საქართველოში

MODERN TRADE POLICY DEVELOPMENT TRENDS IN GEORGIA

დავით ქათამაძე

ეკონომიკის დოქტორი, ბათუმის შოთა
რუსთაველის სახელმწიფო უნივერსიტეტის
ასოცირებული პროფესორი

DAVID KATAMADZE

Doctor of Economics, Associate Professor
Batumi Shota Rustaveli State University

ანოტაცია

სავაჭრო პოლიტიკის შესახებ ჩატარებული ნებისმიერი თეორიული გამოკვლევა ამტკიცებს იმას, რომ სახელმწიფოთა ეკონომიკური ზრდის ტემპების დაჩქარებას მნიშვნელოვნად უწყობს ხელს ადგილობრივ საწარმოთა არასატარიფო ბარიერებით დაცვა, მაგრამ თუ გადავხედავთ თანამედროვე ქვეყნების მთავრობის მიერ პრაქტიკაში გატარებულ სავაჭრო პოლიტიკას დავინახავთ, რომ იგი საკმაოდ „გადახრილია“ ობიექტური საბაზრო პროცესებისაგან. სხვადასხვა სახის სავაჭრო შეზღუდვებით – საიმპორტო ბაჟებით, კვოტებით, ლიცენზიებითა და სხვა არასატარიფო ბარიერებით. საქართველოს მიერ პრაქტიკაში გატარებული სავაჭრო პოლიტიკა იხრება თეორიულად დასაბუთებული ლიბერალური სავაჭრო პოლიტიკისაკენ. ეს იმით არის განპირობებული, რომ ჩვენი ქვეყნის სახელმწიფო მოხელეებს არც კი აქვთ გააზრებული, თუ რა შედეგი მოაქვს სავაჭრო ბარიერთა დემონტაჟს.

სავაჭრო პოლიტიკის შესახებ გადაწყვეტილებათა მიღების დროს საქართველოს მთავრობა ეყრდნობა არა თეორიულად დაშვებულ „ფულის ტოლფასოვნების კრიტერიუმს“, არამედ „მომავალ არჩევნებში გამარჯვების შანსის მაქსიმიზაციის კრიტერიუმს“. საქართველოს სავაჭრო პოლიტიკის ანალიზის დროს აქცენტი უნდა გაკეთდეს სახელმწიფო მოღვაწეებზე და არა საზოგადოებრივ აზრზე, რადგანაც საარჩევნო უბნებზე მისული ამომრჩეველები ირჩევენ სახელმწიფო მოხელეებს, და არა სავაჭრო პოლიტიკის ვარიანტებს. თუ სავაჭრო პოლიტიკის რომელიმე სხვა მიმართულების მიმდევრები უარყოფენ თეორიულ ანალიზში გამოყენებულ წინაპირობებს, მაშინ მათ უნდა წამოაყენონ უპირატესობის მინიჭების საკუთარი სისტემა, ახსნან, თუ პოლიტიკურ გადაწყვეტილებათა მიღებისას, რატომ უნდა ასრულებდეს ერთი ჯგუფის ინტერესები უფრო დიდ როლს, ვიდრე სხვა ჯგუფთა ინტერესები.

საკვანძო სიტყვები: ლობიზმი, სახელმწიფო მოხელე, სავაჭრო პოლიტიკის შესახებ გადაწყვეტილებების მიღება, „ფულის ტოლფასოვნების“ კრიტერიუმი, „მომავალ არჩევნებში გამარჯვების შანსის მაქსიმიზაციის“ კრიტერიუმი.

Abstract

Introduction. The trade policy of any theoretical study shows that the economic growth pace accelerates not locking of foreign trade, but its full liberalization. But if you look at the country's foreign trade policy implemented by the government in practice we see that it is quite "laden" a different kind of trade restrictions - import taxes, quotas, licenses and other forms of non-tariff barriers. The foregoing thesis main research aims is to determine why the theory goes beyond scientific research to practical reality? Did outdated trade policies on modern scientific theoretical analysis carried out by the economists?

Research methods: In order to achieve the work in process of development has been used to study dialectical materialism, historical, logical, analysis and synthesis methods. Practiced trade policy often tends to be theoretically grounded liberal trade policy in the direction of tightening trade restrictions in Georgia. when developing Georgian foreign trade policies, the government is not based on a reasonable theory "money equivalentive criteria" maximizing the chance of winning the next election criterion". If any of the trade policies of other followers reject this approach, then they need to lay their own preference system, explain the political decision-making, Why should one group's interests have more significant role than the others.

Keywords: Lobbyism, state employees, decisions about trade politics, "money equivalentive criteria", "maximizing the chance of winning the next election" criterion.

შესავალი. სავაჭრო პოლიტიკის შესახებ ჩატარებული ნებისმიერი თეორიული კვლევა ამტკიცებს იმას, რომ სახელმწიფოთა ეკონომიკური ზრდის ტემპების დაჩქარებას მნიშვნელოვნად უწყობს ხელს საგარეო ვაჭრობის სახელმწიფო-ებრივი ინტერესებიდან გამომდინარე, რეგულირება, მაგრამ თუ გადავხედავთ თანამედროვე ქვეყნების მთავრობის მიერ პრაქტიკაში გატარებულ სავაჭრო პოლიტიკას დავინახავთ, რომ იგი საკმაოდ „გადახრილია“ ობიექტური საბაზრო პროცესებისაგან სხვადასხვა სახის სავაჭრო შეზღუდვებით: საიმპორტო ბაჟებით, კოტებით, ლიცენზიებითა და სხვა არასატარიფო ბარიერებით [1. გვ.,165].

კვლევის მიზანი. ნაშრომის კვლევის მიზანია დადგინდეს თუ რატომ სცილდება თეორიულად ჩატარებული კვლევები პრაქტიკულ რეალობას? ხომ არ მოძველდა სავაჭრო პოლიტიკის შესახებ თანამედროვე ეკონომისტთა მიერ ჩატარებული თეორიული ანალიზი?

კვლევის მეთოდები. ამ მიზნის მისაღწევად გამოყენებული იქნა სავაჭრო პოლიტიკის შესახებ თეორიული ანალიზის საქართველოს პოლიტიკურ რეალობასთან სინთეზის, ჩვენი ქვეყნის სავაჭრო პოლიტიკაზე დაკვირვების, შედარების, ანალოგიის გატარების მეთოდები.

კვლევის ამოცანა. სტატიის კვლევის ამოცანაა ვაჩვენოთ, რომ თანამედროვე ეტაპზე საქართველოს ეკონომიკის სწრაფი განვითარების ერთადერთი გზაა არა ლიბერალური საგარეო სავაჭრო პოლიტიკის (რაც ადვილად გასატარებელია იმპორტიორი კომპანიების ლობირების ზეგავლენის შედეგად), არამედ ეროვნული სახელმწიფოებრივი ინტერესებიდან გამომდინარე მარეგულირებელი საგარეო სავაჭრო პოლიტიკის პრაქტიკაში გატარება (რაც საკმაოდ რთულად გასატარებელი დონისძიებაა უცხოური, იმპორტიორი კომპანიების ლობიზმის პირობებში, მაგრამ ადგილობრივ ფირმებს ჩააყენებს ჯანსაღი კონკურენციის რეჟიმში).

კვლევის ორიგინალობა. ნაშრომის კვლევა ორიგინალურია იმ თვალსაზრისით, რომ მასში გამოვლენილია სავაჭრო პოლიტიკის შესახებ თეორიული კვლევის შედეგების პრაქტიკისაგან გადახრის მიზეზები, რომლებიც ხელს უშლიან ჩვენი ქვეყნის სახელმწიფო მოხელეთა მიერ თეორიულად დასაბუთებული მიდგომების, რჩევების პრაქტიკაში რეალიზაციას.

ავტორის წვლილი ამ სფეროში გამოიხატება იმ პრობლემების დანახვაში, რაც ხელს უშლის საქართველოში სავაჭრო პოლიტიკის წარმართვის ბერკეტების დროულ გამოყენებას.

საქართველოს მიერ პრაქტიკაში გატარებული სავაჭრო პოლიტიკა ხშირად იხრება თეორიულად დასაბუთებული ლიბერალური სავაჭრო პოლიტიკისაგან მისი გაუაზრებელი, ქაოსური, იმპორტიორ კომპანიებზე მორგებული

სავაჭრო პოლიტიკისაკენ. ეს იმით არის განპირობებული, რომ ჩვენი ქვეყნის სახელმწიფო მოხელეებს არც კი აქვთ გააზრებული, თუ რა შედეგი მოაქვს საქართველოსათვის სავაჭრო ბარიერთა დემონტაჟს. შესაძლოა ჩვენი ქვეყნის ექსპორტიორებმა არც კი იცოდნენ, რომ საიმპორტო ბარიერთა ზედმეტად დაქვეითება სავალუტო კურსებში მომხდარ ცვლილებათა გამო. ზოგჯერ მომხმარებელსაც, და თვით იმპორტ შემცველ დარგებსაც არ შეუძლიათ იმის გაცნობიერება, რომ მათი დანაკარგების მიზეზი არის სავაჭრო ბარიერების დემონტაჟი. საქართველოს მოსახლეობის ყოველი ჯგუფი „საქმეში ჩახედული“ და კარგად ორგანიზებული რომ იყოს, საგარეო ვაჭრობის სფეროში ამაყად მოქმედი ბევრი საბაჟო ტარიფი არასატარიფო ბარიერით შეიცვლებოდა.

მეცნიერ-ეკონომისტებმა დიდი ძალისხმევა შეაღიეს საჯარო მოხელეთა ქცევის მოდელირებას. საქართველოს სავაჭრო პოლიტიკის ანალიზის დროს აქცენტი უნდა გააკეთდეს სახელმწიფო მოღვაწეებზე და არა საზოგადოებრივ აზრზე, რადგანაც საარჩევნო უბნებზე მისული ამომრჩევლები ირჩევენ სახელმწიფო მოხელეებს, და არა სავაჭრო პოლიტიკის ვარიანტებს. ჩვენი ქვეყნის სახელმწიფო მოხელეები კი შემდგომში ამაყდებიან სავაჭრო პოლიტიკის ამა თუ იმ ვარიანტს. საქართველოს სავაჭრო პოლიტიკას ქმნიან და წარმართავენ არჩეული კანონმდებლები, პრემიერ-მინისტრი ან მის მიერ დანიშნული მინისტრთა საბჭოს წევრები. ამდენად, საგარეო სავაჭრო პოლიტიკის პრაქტიკაში რეალიზაციისას ჩვენი ქვეყნის სათავრობო გადაწყვეტილებები მნიშვნელოვან გავლენას ახდენენ თეორიულად გამართლებული სავაჭრო პოლიტიკის ცვლილებაზე, მისი რეგულაციის დონის ამაღლების კუთხით.

სავაჭრო პოლიტიკის შესახებ გადაწყვეტილებათა მიღების დროს საქართველოს მთავრობა ეყრდნობა არა თეორიულად დაშვებულ „ფულის ტოლფასოვნების კრიტერიუმს“, არამედ „მომავალ არჩევნებში გამარჯვების შანსის მაქსიმიზაციის კრიტერიუმს“. პირდაპირი გაგებით ეს ქმნის ბიუროკრატიულ მთავრობას, რომლის წევრებიც მხოლოდ თავიანთ განდიდებაზე, ძალაუფლების, შემოსავლების მოპოვებაზე უნდა ზრუნავდნენ და თანამდებობის შესანარჩუნებლად არაფრის წინაშე უკან არ უნდა იხევდნენ, მაგრამ ხელახალ არჩევნებში გამარჯვების შანსის მაქსიმიზაცია ამას არ გულისხმობს. სინამდვილეში საქართველოს მთავრობის თანამდებობის პირები ეროვნულ ინტერესთა საკუთარი ხედვით განხორციელებისათვის იბრძვიან, მაგრამ ამ თანამდებობაზე ხანგრძლივი მუშაობის პროცესში ისინი გაცილებით უფრო მეტ პრობლემას აწყდებიან, ვიდრე წარმოუდგენიათ პოლიტიკური სარბიელის დასაწყისში. ისინი ცდილობენ დაიკავონ ისეთი პოზიცია, რომელიც

უზრუნველყოფს ამომრჩეველთა მიერ მათი კანდიდატურის მხარდაჭერას. ასე რომ სავაჭრო პოლიტიკის სფეროში ჩვენი ქვეყნის საჯარო მოხელეთა მოქმედების მიზანი ამომრჩეველთა ხმების მაქსიმიზაციაა.

საქართველოს სახელმწიფო მოხელეთა მიზნებს შორის განსხვავება დიდი არ არის. როგორც ბიუროკრატიულ საჯარო მოხელეთა და მათი მთლიანი აპარატის მიერ ეკონომიკის მართვის გამოკვლევებმა ცხადყო, სახელმწიფო მოხელეებისათვის დამახასიათებელია თავიანთი დაწესებულების როლის ხელშეწყობის მაქსიმიზაცია, შტატების გაბერვა და მათ მიერ გადასატრეული პრობლემების მნიშვნელობის საზოგადოებაში. ცხადია, რომ ჩვენი ქვეყნის სახელმწიფო მოხელეთა მოქმედების მიზნები განსხვავდება მთელი საზოგადოებისათვის მოგების მაქსიმიზაციის თეორიულად დასაბუთებული იდეისაგან. ეს განსხვავება იმითაა გამოწვეული, რომ არჩევნებში (ანუ სავაჭრო პოლიტიკის ფორმირების დროს) ყოველი ამომრჩეველის ინტერესი კი არ გაითვალისწინება, არამედ ადამიანთა იმ ყველაზე უფრო კარგად ორგანიზებული და მობილიზებული მცირე ჯგუფისა, რომელმაც გაიმარჯვა სახელისუფლებო არჩევნებში.

ამდენად, ჩვენს ქვეყანაში შემუშავებული საარჩევნო სისტემა ვერ იქნება პრაქტიკაში სრულიად დემოკრატიული, რადგანაც ირდევია პრინციპი – „ერთი ადამიანი ერთი ხმის უფლებით“. არჩეული თანამდებობის პირი სარგებლობს არა ერთი ხმის, არამედ იმდენი ხმის უფლებით, რამდენმა ამომრჩეველმაც დაუჭირა მას მხარი არჩევნებში. ამიტომ, ხელახალი არჩევის შანსის მაქსიმიზაცია სულაც არ მოითხოვს იმ ამომრჩეველთა ხმების რაოდენობის მაქსიმიზაციას, რომლებიც არ ემსახურებიან მათ ინტერესებს. საქართველოს სინამდვილეში არჩევნების დროს, რომ დაცულიყო დემოკრატიულობის პრინციპი – „ერთი ადამიანი ერთი ხმის უფლებით“, მაშინ სავაჭრო ვაჭრობის ეროვნულ, სახელმწიფოებრივ ინტერესებზე დაფუძნებული რეგულაციის პოლიტიკა ჩვენს ქვეყანაში ბევრად უფრო ფართო გაფრცელებას კპოვებდა, ვიდრე არის დღეს, რეალურ ვითარებაში. თუმცა საქართველოს სავაჭრო სავაჭრო პოლიტიკა ემსახურება მხოლოდ იმპორტიორ რეზიდენტთა მცირე ჯგუფის ინტერესებს, მაგრამ არჩევნებში უცხოური კორპორაციების წარმომადგენლობის ლობიზში მაინც იმარჯვებს, იმიტომ რომ, დიდა ამ მცირერიცხოვან ჯგუფთა ორგანიზებისა და მოტივაციის დონე.

როგორც ჩანს, მომავალ არჩევნებში გამარჯვების შანსის მაქსიმიზაციის იდეა შორსაა სავაჭრო პოლიტიკის თეორიული მოთხოვნებისა და დემოკრატიულობის პრინციპებისაგან. ხელახალ არჩევნებში გამარჯვებისათვის ჩვენი ქვეყნის ხელისუფლება ყოველ პრობლემას ისე სვამს, რომ იგი თითქოს სასიცოცხლო მნიშვნელობისაა

მისი ამომრჩეველისათვის. საგარეო ვაჭრობის საკითხები ამომრჩეველთა ფართო მასისათვის მეორეხარისხოვანია. ამიტომ, იგი რჩება უმცირესობათა კონტროლის ქვეშ. ამდენად, სხვა ქვეყნების მსგავსად, საქართველოს რეალობაშიც ამომრჩეველები კანდიდატებს ირჩევენ და არა კანონპროექტებს. ხელისუფლების სათავეში მოსვლის შემდეგ კი ეს „კანდიდატები“ საპარლამენტო კომიტეტებში ამუშავებენ და პარლამენტის სხდომებზე ამტკიცებენ ისეთ კანონპროექტებს, რომელიც შეესაბამება მოსახლეობის არა მთლიანი მასის, არამედ არჩევნებში მათ მხარდამჭერთა მცირე ჯგუფის ინტერესებს. ეს იწვევს ისეთი სავაჭრო კანონპროექტების მიღებას, რომელიც ემსახურება იმპორტიორთა მცირე ჯგუფის ინტერესებს. ეს გასაგებიცაა, რადგანაც ჩვენი ქვეყნის რეალობაში სპეციალიზაცია ვაჭრობაში უფრო ღრმავდება, ვიდრე წარმოებაში [5. გვ., 25].

საიმპორტო ბაჟის დაქვეითება უფრო საგრძნობია იმპორტიორებისთვის, ვიდრე ადგილობრივი კომპანიებისათვის, რადგანაც იმპორტული პროდუქციის გაიაფებით, იგი უშუალო ზეგავლენას ახდენს იმპორტთან კონკურენციაში მყოფი დარგების მუშაკთა შრომის ანაზღაურების ვარდნაზე, ეს მაშინ, როცა იგი უმნიშვნელოდ ზრდის ამ პროდუქციის მომხმარებელთა მსყიდველუნარიანობას. იმპორტიორ კომპანიებში დასაქმებული მუშები უფრო ორგანიზებულია, ვიდრე მოსახლეობა, რადგანაც მომხმარებელს არ გააჩნია იმდენი დრო ან ენერჯია, რომ იბრძოლოს ასეთ პრობლემათა დასაძლევად. იმპორტიორი ფირმებისათვის კი მათი საქმიანობის შემზღუდავი ბაჟის დაქვეითება სასიცოცხლო მნიშვნელობის პრობლემაა. ამიტომ იმპორტიორები ქმნიან ძლიერ ლობს და გააქვთ მათთვის სასურველი კანონპროექტები.

ამასთან ერთად უნდა ითქვას, რომ, ზოგადად, საქართველოს სავაჭრო სავაჭრო პოლიტიკის შესახებ გამართულ დებატებზე უმთავრესად განიხილება, არა იმპორტ შემცველ, არამედ იმპორტიორი კომპანიების ინტერესთა დაცვის საკითხები, რომელიც ზარალს აყენებს იმპორტთან კონკურენციაში მყოფ დარგებს. იმპორტიორებს კი ეს კარგად აქვთ გააზრებული. ჩვენი ქვეყნის კანონმდებლებმა იციან, რომ იმპორტიორი კომპანიების ინტერესების დაცვით კარგავენ იმათ ხმებს, ვინც დასაქმებულია იმპორტ შემცველ დარგებში [2. გვ., 222].

საქართველოს სავაჭრო პოლიტიკის გადახრა იმპორტიორთა სასარგებლოდ დიდადაა დამოკიდებული მათი მფარველი ლობის დაფინანსებაზე. საზოგადოების დიდი მასის ლობირება ძალზე რთულია იმიტომ, რომ მოსახლეობა მეტად დაქსაქსულია და რთულდება მისი თითოეული წევრის „ბრძოლაში“ მონაწილეობის მიღება და მისი დაჯერება ლობის გამარჯვებაში.

ამიტომ ჩვენი ქვეყნის საზოგადოების დიდი მასის თითოეული წევრი მოუცვლელი ან სხვა მიზეზით თავს არიდებს ასეთ საერთო საქმეში ჩართვას და თვლის, რომ „საქმე“ მის გარეშე იოლად გავა. როცა მოსახლეობის დიდი მასის თითოეული წევრი თავს არიდებს დროისა და ფულის ხარჯვას საქართველოს ხელისუფლებაში მათი ინტერესების დამცველი გუნდის მოსვლისათვის პოლიტიკურ ბრძოლაში, ამით „საერთო საქმეც“ წაგებულა. ამის საპირისპიროდ, ჩვენს ქვეყანაში მოქმედი მცირე, მაგრამ კონცენტრირებული და მოტივირებული იმპორტიორი კომპანიების ჯგუფი ადვილად ქმნის ძლიერ ლობს, რადგანაც კომპანიებში დასაქმებულმა თითოეულმა მუშაკმა კარგად იცის, რომ მისი წილი წონადია „საერთო ხმაში“ და არ ზოგავს დროს, ფულს და ენერჯიას ამ „სავაჭრო ბრძოლაში“ წარმატების მისაღწევად.

ამდენად საქართველოს ხელისუფლებაში მოსული სამთავრობო გუნდი მომავალ არჩევნებში გამარჯვების შანსის მაქსიმალისათვის, უფრო მომგებიანს თვლის მცირე ჯგუფების მხარდაჭერას. სწორედ ამიტომ ისინი ემხრობიან იმპორტიორ კომპანიებს, თუმცა ის წამგებიანია მთლიანი ქვეყნისათვის. მთავრობის სწრაფვა იმპორტიორი კომპანიების დაცვისაკენ მით უფრო ძლიერი იქნება, რაც უფრო დაქსაქსულია ადგილობრივი ფირმები. ამრიგად, საქართველოს საგარეო სავაჭრო პოლიტიკაზე ჯგუფური ინტერესების ზეგავლენა აისახება სავაჭრო ბარიერების სტრუქტურაში და მის სავაჭრო პარტნიორებთან წარმოებული მოლაპარაკებების მიხედვით დადგენილ შემდეგ წესებში:

1. საბაჟო ტარიფი ბევრად უფრო მაღალია იმ საქონელთა იმპორტზე, რომელსაც მომხმარებელი იძენს პირადი მოხმარებისათვის, ვიდრე შუალედური პროდუქტების (ნახევარფაბრიკატების) იმპორტზე, რომელსაც ფირმები მოიხმარენ, რაც კიდევ ერთხელ ამტკიცებს მომხმარებელთა მიერ ძლიერი ლობისტური ჯგუფის შექმნის უუნარობას, ეს მაშინ, როცა ვითარება სრულიად იცვლება, როცა პროდუქციას იძენენ ფირმები, რომლებიც არანაკლებ ლობისტურ ძალას ფლობენ, ვიდრე მომხმარებლები;

2. საქართველოს ეტაპობრივად უნდა მოეხდინა საგარეო ვაჭრობის ლიბერალიზაცია, სავაჭრო შეზღუდვების თანდათანობითი გაუქმების გზით. მაგალითად, ჯერ უნდა მოეხდინა საბაჟო ტარიფების დაქვეითება, პარალელურად არასატარიფო ბარიერების ჩანაცვლების გზით. ბოლო დროს ფართო გავრცელება ჰპოვა სავაჭრო ბარიერთა დემონტაჟის კიდევ ერთმა ახალმა სახემ - „დაბალანსებულ დათმობათა წესების“ სახელწოდებით, რომლის თანახმად ერთი მოვაჭრე მხარე ამცირებს საიმპორტო ტარიფს და ამით აძლევს ზრდის საშუალებას იმპორტს, ანუ პარტნიორი ქვეყნის ექსპორტს, მხოლოდ იმ პირობით,

თუ ისიც გაატარებს ანალოგიურ ღონისძიებას ამ ქვეყნის პროდუქციის თავის საზღვრებში იმპორტის გაზრდის მიზნით, ანუ ამ შემთხვევაში ადგილი აქვს ურთიერთშეთანხმების საფუძველზე ერთმანეთის პროდუქციის შემოტანაზე საიმპორტო ბარიერების ერთდროულად დაქვეითებას.

საქართველოს სავაჭრო პოლიტიკის შესახებ წარმოებული თეორიული ანალიზის საფუძველზე დადგინდა, რომ ჩვენი ქვეყნის სავაჭრო პოლიტიკის ფორმირების დროს შეინიშნება გარკვეული კანონზომიერება. კერძოდ, ეკონომიკის წარმმართველი, სტრატეგიული დარგების შერჩევა ხდება მათი დაცვის ღონის ცვლილების მიხედვით. სავაჭრო პოლიტიკის გატარების შედეგების მიხედვით, შეიძლება შემუშავდეს შემდეგი ხუთი სავაჭრო სტრატეგია:

1. „იმპორტისაგან ზარალის“ თეორია, რომლის თანახმადაც პროტექციონიზმი მით უფრო ძლიერია, რაც უფრო მეტი ზარალი მოაქვს იმპორტს სამამულო დარგისათვის. ამ დროს მით უფრო აქტიურად იბრძვიან იმპორტ შემცველ დარგთა მწარმოებლები და მუშები იმპორტის წინააღმდეგ მათ მიერ შექმნილი ლობისტური ძალების დასარაზმავად. ასეთ დაზარალებულ დარგებს საზოგადოება განსაკუთრებით თანაუგრძობს, მაშინ თუ მასში დასაქმებულია მოხუცები და არაკვალიფიცირებული მუშები, რომელთა ახალ სამუშაო ადგილზე მოწყობა ძნელია. ამრიგად, დარგი, რომელიც, იმპორტის გამო, არახელსაყრელ მდგომარეობაში აღმოჩნდება და რომელსაც მდგომარეობის გამოსწორების პერსპექტივაც არა აქვს, მით უფრო თავგანწირვით იბრძვის იმპორტისაგან თავის დასაცავად და ხშირად აღწევს კიდევ წარმატებას. „იმპორტისაგან ზარალის“ თეორია იმასაც ვარაუდობს, რომ საზოგადოება პროტექციონიზმს მაინც დაუჭერს მხარს, თუ დაზარალებულ დარგებში დასაქმებულ მუშებს არა აქვთ სხვა დარგებში მობილურად გადასვლის უნარი (მაგ., მოხუცები, აგრარული დარგის მუშაკები და ა.შ.). ამ თეორიის თანახმად, იმპორტისაგან დაცვის დონე მით უფრო მაღალია, რაც უფრო მეტია კონკურირებადი იმპორტის წილი და დარგის შრომატევადობა. დარგის დაცვის ნომინალური დონე უკუკავშირშია საშუალო ხელფასის დონესთან და წარმოების ზრდის ტემპებთან. ამრიგად, „იმპორტისაგან ზარალის“ თეორიის პრაქტიკაში დანერგვა აშკარა შეუწყობს ხელს ჩვენს ქვეყანაში იმპორტ შემცველ დარგთა განვითარება-გაძლიერებას.

2. „საერთო ინტერესებით გაერთიანებული ჯგუფის“ თეორია, რომლის თანახმადაც მწარმოებელთა მიერ ლობისტური ორგანიზაციის ჩამოყალიბების მასტიმულირებელ ფაქტორებს მიჰყავართ პროტექციონისტული პოლიტიკის გაძლიერებამდე. რაც უფრო მაღალია წარმოების ზრდის ტემპი, მით უფრო დაბალია მისი პროტე-

ქციონისტული დაცვის დონე. დარგი იმ შემთხვევაში ვითარდება სწრაფად, თუ მას არ ემუქრება იმპორტისაგან კონკურენცია და არ სწევს მნიშვნელოვან ფინანსურ ხარჯებს მფარველი ღობისტური ორგანიზაციის შენახვისათვის. დარგს პოლიტიკურ ბრძოლაში დიდი წონა ექნება, თუ მაღალია მისი წარმოების კონცენტრაციის დონე. რაც უფრო მეტი ფირმა თავმოყრილი დარგში და რაც უფრო გეოგრაფიულად გავრცობილი არიან ეს ფირმები, მით უფრო ცუდად იქნებიან ისინი დაცული იმპორტისაგან. რაც უფრო მაღალია დარგში შუალედური პროდუქციის წილი და ნაკლებია მზა ნაწარმის მოცულობა, მით უფრო ნაკლებადაა დარგი დაცული იმპორტისაგან, რადგან დარგის პროდუქციის მყიდველები ისევ ფირმები არიან, რომლებიც ქმნიან ღობისტურ ძალებს პროტექციონიზმის წინააღმდეგ. დარგები, რომელთაც ინვესტიციები აქვთ უცხოეთში სუსტად არიან დაცული საპასუხო ზომების გატარების საფრთხის არსებობის გამო [1. გვ., 172];

3. „ამომრჩეველთა ხმების დათვლის“ თეორია, რომლის თანახმადაც, რაც უფრო მეტი მუშაკია დარგში დასაქმებული, მით უფრო საიმედოადაა დარგი დაცული იმპორტისაგან. ამავე დროს ივარაუდება, რომ არსებობს ერთგვარი ურთიერთკავშირი დარგის გეოგრაფიულ კონცენტრაციასა და პროტექციონიზმს შორის. რაც უფრო მაღალია დარგის გეოგრაფიული კონცენტრაციის დონე, მით უფრო ნაკლები ამომრჩეველი იღებს ყურად დარგის მოწოდებას – საბაჟო ბარიერების შემოღების შესახებ. ეს მტკიცება ეწინააღმდეგება წინა - „ჯგუფურ“ თეორიას. პრაქტიკამ აჩვენა დარგის გეოგრაფიული კონცენტრაციის გავლენა დარგის დაცვაზე;

4. „შუალედური ვაჭრობის“ თეორია, რომლის თანახმადაც იმპორტის მოძალებით შეწუხებული დარგებისათვის უმჯობესი იქნება, თუ უცხოელ კონკურენტს არა ექნება მძლავრი პოლიტიკური დასაყრდენი იმპორტიორ ქვეყანაში, რომელიც ზეგავლენას მოახდენდა ჩვენი ქვეყნის მიერ გატარებული საგარეო სავაჭრო პოლიტიკის მიმართულებაზე. ამ თეორიის თანახმად, იმპორტისაგან ადგილობრივ დარგთა დაცვის დონეს უარყოფითი კავშირი აქვს საქართველოდან ექსპორტის მოცულობის წილთან, რადგან ჩვენი ქვეყნის ღობისტური ძალები იმპორტიორ ქვეყანაში უფრო მცირეა, ვიდრე ძლიერი ქვეყნების ღობისტური საქართველოში.

5. „სტატუს-კვოს“ თეორია, რომლის თანახმადაც ღობისტური მოითხოვს დიდ დანახარჯებს, რასაც მეწარმეები დიდი ხალისით არ ხვდებიან. ამიტომ ხშირად დარგის დაცვის ისტორიულად ჩამოყალიბებული დონე განაპირობებს მისი დაცვის ამჟამინდელ მდგომარეობასაც. ეს კი იძლევა მოცემული დარგის განვითარების პროგნოზირების საშუალებასაც.

სავაჭრო პოლიტიკის სფეროში აქ განხილული კანონზომიერებანი საშუალებას იძლევა აიხსნას საქართველოში იმპორტირებული პროდუქციით საგარეო ვაჭრობაში მიმდინარე მოვლენები. საქართველოში საიმპორტო ბაჟების დაქვეითება შეიძლება აიხსნას „იმპორტისაგან ზარალის“ თეორიით, ხოლო იმპორტიორთა ფენის დაცვის ტენდენციის გაძლიერება ახსნას პოულობს „საერთო ინტერესებით გაერთიანებული ჯგუფის“ თეორიაში.

იმავედროულად, შესაძლებელია მოხდეს საქართველოს თანამედროვე სავაჭრო პოლიტიკის ისტორიული ასპექტის თანამედროვე ინტერპრეტაცია. იმის ცოდნა, რომ ღობისტური ძალებს ასრულებს ჩვენი ქვეყნის საგარეო სავაჭრო პოლიტიკის ფორმირებაში, საშუალებას იძლევა უფრო ფართო სპექტრში განხილულ იქნეს სავაჭრო ბარიერების ისტორია. ისტორიულად სხვადასხვა საქონელზე დაწესებული ბაჟები განსხვავდებოდა ერთმანეთისაგან. ზოგიერთი საქონლის იმპორტი იბეგრებოდა შედარებით დაბალი საიმპორტო ბაჟით, ზოგიერთზე კი შემოდებული იყო შედარებით უფრო მაღალი საიმპორტო ტარიფი. სავაჭრო პოლიტიკისადმი მსგავსი მიდგომა საშუალებას იძლევა აღმოჩენილ იქნეს XXI საუკუნის სავაჭრო პოლიტიკის კანონზომიერებანი, რომლებმაც შეიძლება მომავალშიც იჩინოს თავი:

1. როდესაც ექსპორტით დაინტერესებულ ჯგუფებს ღობისტური ორგანიზაცია აქვთ ფორმირებული, მაშინ სახელმწიფო პოლიტიკა ორიენტირებულია თავისუფალ ვაჭრობაზე;

2. საქართველოს საგარეო სავაჭრო პოლიტიკა თავისუფალ ვაჭრობაზეა ორიენტირებული, რადგანაც ბევრი სახეობის იმპორტული პროდუქცია ან ადგილზე არ იწარმოება, ბუნებრივი თუ შექმნილი უპირატესობის არარსებობის გამო, ან იმპორტის გარკვეული ნაწილი ჩვენი ქვეყნის დარგებისათვის ნედლეულად გამოიყენება. თუ იმპორტი კონკურენციაში არაა ადგილობრივ წარმოებასთან (მაგ., ბანანი, საყოფაცხოვრებო ტექნიკა, ავტომობილი და ა. შ.), მაშინ ლოგიკურია რომ ქვეყნის ხელისუფლება საჭიროდ თვლის იმპორტული პროდუქცია მყიდველს მიეწოდოს რაც შეიძლება იაფად. პროტექციონიზმი რაღაც საჭიროა იქ, სადაც დასაცავი არაფერია. იმავედროულად ის საჭიროა, რომელიც მნიშვნელოვანი ნედლეულია ადგილობრივი დარგებისათვის, ჩვეულებრივ თავისუფლდება ბაჟებისაგან (თუმცა შეიძლება იყოს გამონაკლისიც). მსხვილ მყიდველ დარგთა დაინტერესება ნედლეულის უბაჟო იმპორტით ეწინააღმდეგება ამ ნედლეულის ადგილობრივ მიწოდებელთა მიერ მის იმპორტზე უფრო მაღალი საბაჟო ტარიფების დაწესებასთან დაკავშირებულ ინტერესებს [1. გვ., 175].

3. ეკონომიკური დეპრესია და კონკურირებადი იმპორტის სწრაფი ზრდა ხელს უწყობს

პროტექციონიზმის წარმოქმნასა და გაძლიერებას. როცა წარმოება ეცემა, ბაზარს თავს ატყდება იაფი, მზა იმპორტული პროდუქციის ტალღა, რაც პანიკას იწვევს მეწარმეთა შორის. ასე მოხდა 1930-იანი წლების დეპრესიის დროს, 1874-75 წლებშიც, როცა ქვეყნების სავაჭრო ბალანსი გაუარესდა. მსოფლიოში თუ შეიქმნება ასეთი ვითარება, მაშინ საქართველოს მთავრობა, ადგილობრივ დარგთა დაცვის მიზნით უნდა შემობრუნდეს პროტექციონიზმისკენ.

ძნელი არ არის წარმოების დაქვეითებას, იმპორტის ზრდასა და პროტექციონიზმს შორის კავშირის ახსნა. მაგალითად, საქართველოში როდესაც უმუშევრობა ისედაც მაღალია, ხოლო იმპორტის ზრდა კი იწვევს სამუშაო ადგილების კიდევ უფრო შემცირებას იმპორტ შემცველ დარგებში, ასეთ პირობებში პროტექციონიზმი დასაქმებისა და შემოსავლების დაცვისაკენ მიმართული ბუნებრივი რეაქციაა. ეს რეაქცია ეკონომიკურად შეიძლება დასაბუთდეს სტრუქტურული ხარჯების მაღალი დონით. რა თქმა უნდა, ეს სულაც არ ნიშნავს იმას, რომ პროტექციონიზმი სამუშაო ადგილებისა და შემოსავლების დაცვის ყველაზე საიმედო ხერხია, მაგრამ დროის ხანმოკლე პერიოდში იგი შეიძლება ბევრად უფრო სასარგებლო აღმოჩნდეს, ვიდრე პასიური პოზიციის შენარჩუნება ან სავაჭრო პოლიტიკის სხვა რომელიმე ინსტრუმენტის გამოყენება. ბუნებრივია საქართველოსათვის უმჯობესი იქნება იმ სავაჭრო პოლიტიკის გატარება, რომელიც მოემსახურებოდა ეკონომიკაში სრული დასაქმების მიღწევის მიზანს. სავაჭრო ბარიერების დემონტაჟის პირობებში, რასაც ადგილი აქვს საქართველოში, ასეთი სრულყოფილი სავაჭრო პოლიტიკა ჯერ კიდევ არაა კომპლექსურად შემუშავებული.

ამიტომ საჭირო არის საქართველოსათვის განისაზღვროს თუ რა პოლიტიკური როლი შეიძლება გააჩნდეს ჩვენი ქვეყნის საგარეო ვაჭრობის თეორიულ ანალიზს. როგორც პოლიტიკურ მოღვაწეთა ქცევის თანამედროვე თეორიები, ისე პრაქტიკული რეალობა გვიჩვენებს, საქართველოს სავაჭრო პოლიტიკა საგრძნობლად იხრება „ფულის ტოლფასოვნების“ კრიტერიუმიდან, სხვა ნორმატივებზე. პოლიტიკურ რეალობას ხშირად მიყვავვართ საბაჟო ტარიფების საჭიროზე უფრო მეტ დემონტაჟამდე, ვიდრე იგი შეიძლება გამართლებული ყოფილიყო საერთო ეკონომიკური კეთილდღეობის მაქსიმიზაციისაკენ მიმართული სწრაფვით. მაგრამ ეს სულაც არ ნიშნავს იმას, რომ ჩვეულებრივმა თეორიულმა ეკონომიკურმა ანალიზმა დაკარგა თავისი მნიშვნელობა. სავაჭრო პოლიტიკის შემსწავლელი ეკონომისტები კარგად აცნობიერებენ, თუ როგორ მოქმედებს ლობისტური სისტემა. ისინი სავაჭრო პოლიტიკის ეკონომიკურ ანალიზს კვლავ განაგრძობენ, არა თავიანთი გულუბრყვილობით, არამედ იმიტომ

რომ, იგი გზას უხსნის ბაზრის მონაწილეთა ეკონომიკური კავშირების გაცნობიერებას [1. გვ., 175].

თუ სავაჭრო პოლიტიკის რომელიმე სხვა მიმართულების მიმდევრები უარყოფენ ჩვენს თეორიულ ანალიზში გამოყენებულ წინაპირობებს – „ფულის ტოლფასოვნების“ კრიტერიუმს, მაშინ: 1. მათ უნდა წამოაყენონ უპირატესობის მინიჭების საკუთარი სისტემა; 2. ახსნან, პოლიტიკურ გადაწყვეტილებათა მიღებისას, რატომ უნდა ასრულებდეს ერთი ჯგუფის ინტერესები უფრო დიდ როლს, ვიდრე სხვა ჯგუფთა; 3. ახსნან თუ რატომ აირჩიეს მოცემული ჯგუფის კეთილდღეობის დაცვის მათთვის მიზანშეწონილი გზა (რითაც ილახება სხვა ჯგუფთა ინტერესები) და არა სავაჭრო პოლიტიკის სხვა რომელიმე გზა. სავაჭრო პოლიტიკის შესახებ ჩვენს მიერ წარმართულ ეკონომიკურ თეორიას, ამ კუთხით, გადამწყვეტი როლი შეაქვს საზოგადოების მიერ პოლიტიკურ გადაწყვეტილებათა შემუშავებაში.

დასკვნა.

ამრიგად, სავაჭრო პოლიტიკის შესახებ ჩვენს მიერ ჩატარებული კვლევა ამტკიცებს იმას, რომ სახელმწიფოთა ეკონომიკური ზრდის ტემპების დაჩქარებას მნიშვნელოვნად უწყობს ხელს საგარეო ვაჭრობის არა ჩაკეტვა, არამედ მისი მიზნობრივი, სახელმწიფო ინტერესების მიხედვით რეგულირება, მაგრამ თუ გადავხედავთ საქართველოს მიერ პრაქტიკაში გატარებულ სავაჭრო პოლიტიკას დავინახავთ, რომ იგი ზედმეტად არის ლიბერალიზებული. საქართველოს სავაჭრო პოლიტიკა საგრძნობლად იხრება „ფულის ტოლფასოვნების“ კრიტერიუმიდან სხვა ნორმატივებზე. საგარეო სავაჭრო პოლიტიკის პრაქტიკაში რეალიზაციისას ჩვენი ქვეყნის სამთავრობო გადაწყვეტილებები მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს თეორიული სავაჭრო პოლიტიკის ცვლილებაზე, მისი ზედმეტად ლიბერალიზაციის კუთხით.

კვლევის ძირითადი თეორიული და პრაქტიკული შედეგები გამოიხატება საქართველოს სავაჭრო პოლიტიკის ინსტრუმენტების არაეფექტურად გამოყენების აღიარებაში. ნაშრომის კვლევის შედეგად მიღებული თეორიული და მეთოდოლოგიური შედეგები გამოადგებათ საგარეო სავაჭრო პოლიტიკის თეორიული საკითხებით დაინტერესებულ მეცნიერ-მუშაკებს, მკვლევარებს, დოქტორანტებს, მაგისტრანტებსა და ბაკალავრიატის სტუდენტებს, ხოლო კვლევის პრაქტიკული შედეგები კი შეიძლება გამოყენებულ იქნეს ბიზნესმენების, მეწარმეების, ინვესტორებისა და სავაჭრო პოლიტიკის საკითხებით დაინტერესებული სხვა აღმასრულებელი თუ საკანონმდებლო ორგანოების სახელმწიფო მოხელეების მიერ.

რეკომენდაციები. საქართველოს ეკონომიკაზე დიდი გავლენას ახდენს სავაჭრო პოლიტიკის

ბერკეტების სწორად წარმართვა, რაც მოითხოვს შემდეგ ღონისძიებათა გატარებას:

1. საქართველოს საგარეო სავაჭრო პოლიტიკის ანალიზის დროს აქცენტი უნდა გაკეთდეს სახელმწიფო მოღვაწეებზე და არა საზოგადოებრივ აზრზე;
2. ეკონომიკის წარმმართველი, სტრატეგიული დარგების შერჩევა უნდა მოხდეს მათი დაცვის ღონისძვლილების მიხედვით;
3. საქართველოსათვის უმჯობესი იქნება ისეთი საგარეო სავაჭრო პოლიტიკის გატარება, რომელიც

მოემსახურებოდა ეკონომიკაში სრული დასაქმების მიღწევის მიზანს;

4. საჭირო არის საქართველოსათვის განისაზღვროს თუ რა პოლიტიკური როლი შეიძლება გააჩნდეს ჩვენი ქვეყნის საგარეო ვაჭრობის თეორიულ ანალიზს;
5. სავაჭრო პოლიტიკის საბაზისო თეორიის გამოყენება უნდა შეძლოს საქართველოს მოსახლეობის ნებისმიერ ჯგუფს, მომხმარებელი იქნება იგი, თუ მწარმოებელი.

ლიტერატურა

1. ლინდერტი პ. ჰ. საერთაშორისო ეკონომიკა. გამომცემლობა “სიახლე” თბილისი 2009 წ. გვ. 365;
2. პირტახია თ. საქართველოს საგარეო ვაჭრობის ეკონომიკური ანალიზი თანამედროვე ეტაპზე. ჟურნ. ბიზნესი და კანონმდებლობა 2010 №19-20
3. ქათამაძე დ. საერთაშორისო ეკონომიკური ურთიერთობები. გამომცემლობა „ბათუმის უნივერსიტეტი“, ბათუმი, 2008 წ. გვ., 400
4. Международные экономические отношения. Учебник. \Под ред. Б. М. Смитиенко. Москва. Изд. «ИНФРА—М». 2005 г. 514—с.
5. www.GeoStat.ge. სტატისტიკის ეროვნული სამსახური-საგარეო ეკონომიკური ურთიერთობები.
6. <https://matsne.gov.ge/ka/document/view/108454>. საზღვარგარეთ ქვეყნებში საქართველოს სავაჭრო წარმომადგენლობათა შესახებ

REFERENCES

1. P. H. Lindert International Economics. publishing house “News” Tbilisi, 2009. pg.. 365;
2. Th. Pirtakhia. months. The Ministry of Foreign Trade Economic Analysis of the modern stage. Journal: “Business & Law”, 2010 №19-20);
3. D. Katamadze. International economic relations. the publishing house “Batumi University”, Batumi, 2008 წ. pg-400;
4. International economic relations. Textbook. \Edited by B. M. Smitienko. Moscow. publishing house “INFRA M”, 2005, pg.-514.
5. National Statistics Office Supplies of Georgia -The Ministry of Foreign Economic Relations
6. Trade and economic missions of foreign countries about.

აჭარის ფერმერულ მეურნეობათა სანაქსოროტო განვითარების პერსპექტივები

EXPORT DEVELOPMENT PROSPECTS OF THE ADJARA FARMING INDUSTRY

გულადი თხილაიშვილი

GULADI TKHILAISHVILI

ბათუმის შოთა რუსთაველის სახელმწიფო უნივერსიტეტის დოქტორანტი

Batumi Shota Rustaveli State University
PhD Student

ანოტაცია

თანამედროვე გლობალიზაციის პირობებში საქართველოს აგრარული ბაზარი გლობალური ბაზრის ფორმირების პროცესის შემადგენელი ნაწილი, რომ გახდეს, აუცილებელია სოფლის მეურნეობის პროდუქტების წარმოების ამ პროცესთან შესაბამისობის უზრუნველყოფა. ქვეყანათაშორისი სავაჭრო ურთიერთობების დარეგულირების სრულყოფა წარმოადგენს ვაჭრობის მსოფლიო ორგანიზაციის უმნიშვნელოვანეს ამოცანას, რადგან იგი ითვალისწინებს ეკონომიკის გლობალიზაციისა და მასში მიმდინარე მოვლენების სწრაფ ცვალებადობას, ქვეყნებს შორის ეკონომიკური კავშირების და ინტეგრაციული პროცესების გაძლიერებას.

დღეს აჭარის სოფლის მეურნეობა ახალი გამოწვევების წინაშე დგას. ჩნდება კითხვა, თუ რა ახალი როლი უნდა შეასრულოს სოფლის მეურნეობამ რეგიონის ეკონომიკაში. საკითხი ეხება იმას, თუ რა პოტენციალი გააჩნია აღნიშნულ სფეროს, აქვს თუ არა შეფარდებითი სავაჭრო უპირატესობები სოფლად წარმოებულ პროდუქციას და უნდა მიექცეს თუ არა მას განსაკუთრებული ყურადღება ადგილობრივი მოთხოვნილებისა და სანაქსორო ბაზრების დასაკმაყოფილებლად. აჭარის რეგიონი მოიხმარს უფრო მეტ იმპორტირებულ კვების პროდუქციას, ვიდრე აწარმოებს. აქედან გამომდინარე გასარკვევია რა ადგილს იკავებს ეს სფერო რეგიონის დარგობრივ სტრუქტურაში, ღირს თუ არა მასზე პოლიტიკის აქცენტირება (სოფლის მეურნეობის პრიორიტეტულ დარგად აღიარება). აჭარის ა.რ. აგრარულ სექტორში პროდუქციის წარმოებისა და ექსპორტის განვითარებით პრობლემების გადაწყვეტა შესაძლებელია მხოლოდ და მხოლოდ სასოფლო-სამეურნეო საწარმოთა ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმების სწორად მოწყობით, მათი სამეწარმეო საქმიანობისათვის ხელშემწყობი გარემო პირობების შექმნითა და მათი საწარმოო პოტენციალის ეფექტიანი გამოყენებით.

საკვანძო სიტყვები: შეფარდებითი სავაჭრო უპირატესობა, ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმა, საგარეუბნო ზონა, რაციონალური გამოყენება, სატარიფო მექანიზმი, პროტექციონისტული ღონისძიება, ეკონომიკის ინტერნაციონალიზაცია, ლიბერალიზაცია.

Abstract

Georgian agrarian market to become part of the global market at the modern era of globalization, the formation of the production is essential for the agricultural products in the process of ensuring compliance. The regulation improvements of the international trade relations are the key objective of the World Trade Organization, because it takes into account the globalization of the economy and the rapid variation of the current occasions, bilateral economic relations and strengthening of the integration process.

At present, the Ministry of the Agriculture of Adjara is facing new challenges. The question arises as to what the new role to play in the region's agricultural economy? The issue of concern remains the potential in this scope, whether the comparative advantages of trade and production in rural areas should be given special devotion to local needs and whether it meet the needs of export markets. Adjara region consumes more imported food products than it produces. Hence we need to observe what place it takes in the sectoral structure of the region, whether is it worth to focus on agriculture priority recognition policies or not. The Adjara AR agricultural sector in the production and export development problem possible exists only by properly arranging the organizational and legal forms of agricultural enterprises, their entrepreneurship and establishment of favorable conditions for the effective use of their productive potential.

Keywords: Comparative trade advantage, legal forms of organization, Suburban zone, rational usage, tariff appliances, protectionist measures, internationalization of the economy, liberalization.

შესავალი

აგრარული სექტორის მდგრადი განვითარების თანამედროვე პირობებში პირველხარისხოვანი მნიშვნელობა ენიჭება საქართველოს ეკონომიკური და სოციალური განვითარების თავისებურებების, ტენდენციების კანონზომიერებათა გამოკვლევას, სასურსათო და სამრეწველო პოტენციალის ამოქმედების რეალური ფაქტორების თეორიულ-მეთოდოლოგიურ შესწავლას, ეკონომიკური რესურსების ეფექტურობას.

კვლევის მიზანი. კვლევის მიზანია აჭარის ფერმერულ მეურნეობათა საექსპორტო განვითარების პერსპექტივების ანალიზი და ამ სფეროში მიმდინარე პროცესების სრულყოფის წინადადებების ჩამოყალიბება, რომლებიც უნდა შეესაბამებოდეს ვაჭრობის მსოფლიო ორგანიზაციის (ვმო-ს) შეთანხმებას, ამავდროულად მან მასტიმულირებელი გავლენა უნდა მოახდინოს რეგიონის აგრარული საწარმოების საექსპორტო საქმიანობაზე.

კვლევის მეთოდი. კვლევის მიზნის მისაღწევად გამოყენებული იქნა მიდგომები და რეკომენდაციები, რომელიც შეიძლება გამოყენებული იქნეს რეგიონის აგრო-სასურსათო პროდუქციის წარმოების საექსპორტო სტრატეგიის შესამუშავებლად, რაც ხელს შეუწყობს აგრარული სექტორის განვითარებასა და მოსახლეობის ცხოვრების დონის ამაღლებას.

კვლევის ამოცანა. აგრარული წარმოების პროდუქციის ექსპორტ-იმპორტის დინამიკისა და მასზე მოქმედი ფაქტორების განსაზღვრა, აგრარული სექტორის საექსპორტო წარმოების პოტენციალის ამოქმედების რეზერვების გამოვლენა, აგრარული დარგის ექსპორტის განვითარებაზე მასტიმულირებელი ზემოქმედების თვალსაზრისით მოქმედი სატარიფო და არასატარიფო მექანიზმების ანალიზი, აგრარული ფირმის საექსპორტო-საიმპორტო საქმიანობის რეგულირების მექანიზმის სრულყოფის ტენდენციების ექსტრაპოლაცია და ანალიზი.

კვლევის ორიგინალობა. ნაშრომის კვლევის ორიგინალობა მდგომარეობს იმასში, რომ პირველადი მონაცემების საფუძველზე შესწავლილია აჭარის რეგიონის ძირითადი აგრო-პროდუქციის ექსპორტიორები, მათი პრობლემები და სამოქმედო არეალი. პრობლემების გამოვლენებისა და აღმოფხვრის გზები. გამოვლენილია სავაჭრო პოლიტიკის შესახებ თეორიული კვლევის შედეგების პრაქტიკისაგან გადახრის მიზეზები.

ავტორი წვლილი. აჭარის სავაჭრო სავაჭრო პალატიდან გამოთხოვილი მასალების საფუძველზე სტატისტიკურად (რაოდენობრივად და თვისობრივად) დამუშავდა და გაანალიზდა

2014–2016 წლების აგრარული პროდუქციის ექსპორტიორი ორგანიზაციებისა თუ იურიდიული პირებთა ნუსხა. ასეთი ორგანიზაციების რაოდენობა სამწუხაროდ არ აღემატება 90 ერთეულს. აქედან ხელმისაწვდომი გახდა მხოლოდ 26 ექსპორტიორი ორგანიზაცია. ანუ დაახლოებით რესპოდენტთა 28% იქნა გამოკითხული ინტერვიუს წესით.

ჩვენი კვლევით მიღებული იქნა შემდეგი შედეგი [2. გვ. 260-268]; [1. გვ. 10–14].

კითხვა 1: ორგანიზაციის დასახელება–26 ორგანიზაციის იურიდიული სტატუსების მიხედვით იქნა გამოკითხული. შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოება, სააქციო საზოგადოება, ინდ-მეწარმე, ფიზიკური პირი და სხვ. ორგანიზაციები არ ერიდებოდნენ გამჭვირვალედ დაეფიქსირებინათ სრული იურიდიული მონაცემები.

კითხვა 2: რომელი წლიდან ფუნქციონირებს თქვენი ორგანიზაცია? ორგანიზაციების უმრავლესობა დაარსდა: 2002 წელს - 15.4%, 2007 წელს - ფირმების 19.2% და 2014 წელს - იგივე რაოდენობით 19.2% იქნა დარეგისტრირებული. სხვა პერიოდებში შედარებით ნაკლები პროცენტით იქნა წარმოდენილი დარეგისტრირებული ფირმები.

ორგანიზაციების დარეგისტრირების და მოტივაციის ძირითადი მიზეზი როგორც განმარტეს არის სახელისუფლო პოლიტიკის შეცვა და ახალი იმედი გაჩენა. 2007 წელს ახლად მოსული სახელისუფლო გუნდის პოპულარიზაცია იმის შესახებ, რომ ჩვენი პროდუქცია ევრო-ბაზარზე გავა და ყველაზე კონკურენტუნარიანი იქნება, განაპირობა ასეთი ინტენსივობა.

მეორე მნიშვნელოვანი ეტაპი 2014 წელია, როდესაც გამოცხადდა სოფლის მეურნეობის მიზნობრივი პროგრამები და პროექტები. აგრარული სესხები, კოოპერატივების შექმნა და წარმოების სატარიფო/სავადასახადო შეღავათების დაანონსებამ აჭარის რეგიონში ერთგვარი ბუმი გამოიწვია. ასევე გეხდება ორიოდ აგრო-ექსპორტიორი, რომელიც დაარსებული იყო 1993–1999 წლებში. ამ ორგანიზაციებმა ინტერვიუს დროს განაცხადეს, რომ საკმაოდ წარმატებით ართმევენ თავს და იმედი აქვთ უფრო განვითარების და სახელმწიფოს ხელშეწყობისა.

ასევე შევეცადეთ იმის დადგენას, თუ რამდენად ეფექტურია სასოფლო-სამეურნეო წარმოების ორგანიზაციის მოქმედი ფორმა, რომელ რეგიონშია წარმატებული, როგორ და რა საშუალებით იქნა მიღწეული უკეთესი შედეგები. ფერმერულ მეურნეობათა ფუნქციონირების ეფექტიანობის განსაზღვრის ძირითად კრიტერიუმად მიგვაჩნია სასოფლო-სამეურნეო პროდუქციის მოცულობის, მეურნეობის შემოსავლის ზრდა და ხარისხის გაუმჯობესება.

კითხვა 3: სად მდებარეობს თქვენი ორგანიზაცია?

ამ კითხვაზე 5 ალტერნატიული პასუხი იყო მომზადებული. ხულო, შუახევი, ქედა, ხელვაჩაური, ქობულეთი, ბათუმი და სხვა. სამწუხაროდ მაღალმთიანი რაიონები ფაქტიურად არ მონაწილეობენ აჭარის აგრარული პროდუქციის ექსპორტირების საკითხში. ძირითად ექსპორტიორებად გვევლინებიან ქობულეთი, ბათუმი და ხელვაჩაურის რაიონები. ექსპორტიორი ორგანიზაციების პროცენტული წილი კი ასე ნაწილდება:

ქობულეთი 38.5%, ბათუმი 30.8%, ხელვაჩაური 23%. საინტერესოა, თუ რამ განაპირობა ასეთი განსხვავება რაიონებს შორის. პირველ რიგში მნიშვნელოვანია გავითვალისწინოთ მასიური წარმოება. ქობულეთი და ხელვაჩაურის რაიონები გამოირჩევა ციტრუსის ექსპორტით, შესაბამისად შედარებით ადვილად ახერხებენ უცხოელ პარტნიორების ნახვას და საქმიანი წინადადებების შეთავაზებას. რაც შეეხება ბათუმს – განსხვავდება სხვა რაიონებისგან, ბათუმი ფაქტიურად არ აწარმოებს სასოფლო სამეურნეო პროდუქციას, ის მენეჯმენტს უკეთებს და უკავშირდება ღვინისტიკურ ცენტრებს, რის შედეგადაც ექსპორტს ახორციელებს.

ასევე, გამოიკვეთა უმნიშვნელოვანესი პრობლემა - ფერმერთა კვალიფიკაციის საკითხი. გაირკვა, რომ ფერმერთა უმრავლესობას არ გააჩნია საბაზრო პრინციპით მუშაობისათვის სათანადო ცოდნა და გამოცდილება. არ ხდებოდა მათი სწავლება და კვალიფიკაციის ამაღლება, თუმცა 2013–2016 წლებში შედარებით უკეთესად ართმევენ თავს ვიდრე წინა პერიოდებში. ფერმერები არ იცნობდნენ საზღვარგარეთის ქვეყნების გამოცდილებას. არ იცნობდნენ და ვერ ერკვეოდნენ უახლეს ტექნოლოგიებში, ნაკლები წარმოდგენა ჰქონდათ მარკეტინგის, მეურნეობის მმართველობით და ორგანიზაციულ საკითხებზე. სახელმწიფო პროგრამა, რომელიც ითვალისწინებს მთის განვითარებას და ხელშეწყობას უკვე დაწყებულია და უახლეს მომავალში გამომჩნდება მაღალმთიანი რაიონები, როგორც წარმატებული ექსპორტიორები.

ამგვარად, ფერმერული მეურნეობების უპირატეს განვითარებას, მიგვაჩნია, რომ მათი გავრცელების არეალი უნდა იყოს არა მხოლოდ დაბლობ და საგარეუბნო ზონის ტერიტორია, არამედ აჭარის მაღალმთიანი რეგიონები, მით უფრო, რომ როცა სასოფლო-სამეურნეო საწარმოების არსებული ორგანიზაციული ფორმების დაშლისა და ნგრევის ფონზე, მათი განვითარება საქართველოს აგრარული სექტორის კრიზისიდან გამოყვანის, მისი სოციალურ-ეკონომიკური პოტენციალის განმტკიცების, სასურსათო პროდუქციის სიუხვის შექმნის ამოცანათა გადაწყვეტის უკვე სასიცოცხლოდ აუცილებელ, მნიშვნელოვან

პირობად იქცა.

კითხვა 4: სოფლის მეურნეობის რომელ დარგს მიეკუთვნება თქვენი ორგანიზაცია?

ამ კითხვის მიზანია გავიგოთ, თუ რომელ დარგშია სპეციალიზირებული ესა თუ ის ფერმერი და რომელი პროდუქციის ექსპორტს ახორციელებს. შედეგებით ლოგიკურიც იყო, რომ მეციტრუსეობა არის პრიორიტეტი დარგი აჭარაში. 31.8% სწორედ მეციტრუსეობაზე მოდის, კონკრეტულად კი მანდარინის ექსპორტი, ხოლო სხვა ციტრუსოვნები ფორთოხალი და ლიმონის ექსპორტს ძალიან უმნიშვნელო პროცენტი შეადგენს. მეორე ადგილზეა დაფნის ფოთოლის ექსპორტი 18.2%. მეჩაიეობა მებაღეობა (კომბოსტო და სხვა ბაღეული) 13.6%-ია. ასევე საინტერესო მაჩვენებელია ჩაის წარმოება, ნათელია, რომ ამ დარგს ხელის შეწყობა და სტიმულირება სჭირდება, ფერმერებთან ინტერვიუს დროს გამოიკვეთა ინტერესი, პრივატიზება მოახდინონ ჩაის პლანტაციების. 9.1% საკმარისი რაოდენობა იმისთვის, რომ ბამბუკის წარმოება მნიშვნელოვან დარგად ჩაითვალოს. ინტერვიუს დროს აღმოჩნდა, რომ სახელმწიფო პრიორიტეტად არ მიიჩნევა ეს ეკონომიკური მეურნეობა, რამე თუ არ ეძლევათ ფერმერებს საშუალება 3–4 ჰა ტერიტორიის პრივატიზაციისთვის, რომელიც მუდმივი სატყეო საბამბუკერესურსი გახდება, რამეთუ ზრდადი კულტურაა და ამასთანავე მაღე განახლებადი.

სოფლებში დიდია კვალიფიციური აგრონომების, ზოტექნიკოსების, ინჟინერ-მექანიზატორების და სხვა სპეციალობის კადრებზე მოთხოვნილება. ფერმერული მეურნეობის პერსპექტიულობაზე ისიც მიუთითებს, რომ მისი განვითარება, უპირველესად, მიზნად ისახავს მიგრაციული პროცესების შეჩერებას და მოსახლეობის სოფლად დამაგრებას.

ფერმერული მეურნეობის ფუნქციონირების საკვანძო პრობლემას წარმოადგენს მიწაზე საკუთრების, მიწათმფლობელობისა და მიწათსარგებლობის საკითხის მოწესრიგება, მიწაზე გადასახადის ოპტიმალური ზღვარის დადგენის სწორი კრიტერიუმის მოძებნა. ასეთ კრიტერიუმად ერთმნიშვნელოვნად მიღებულია მიწის კადასტრი, რომელიც უნდა დამუშავდეს მაღალმეცნიურულ დონეზე საყოველთაოდ მიღებული და აპრობირებული მეთოდის საფუძველზე და მიწის შეფასება უნდა მოხდეს დიფერენცირებულად, სასოფლო-სამეურნეო სავარგულების ცალკეული კატეგორიების მიხედვით, რაც გამორიცხავს სუბიექტურობას.

ამდენად, მიზანშეწონილია ფერმერული მეურნეობებისათვის სტატისტიკური ანგარიშგების სავალდებულო ფორმების ნუსხის დადგენა, მათი მაჩვენებლების დახვეწა-განმარტება. საბოლოო ჯამში, საქართველოში ფერმერულ მეურნეობათა ფუნქციონირებისათვის საჭიროა

ამ პროცესს შევუქმნათ მყარი საკანონმდებლო საფუძველი. ამ მიზნით, საჭიროა ჯერ ფართოდ გაიშალოს მეცნიერული გამოკვლევები ფერმერული მეურნეობების ეკონომიკისა და სამართლებრივი პრობლემების გადასაჭრელად.

კითხვა 6: თქვენი ორგანიზაციის წარმოების ძირითადი საქმიანობის სფერო.

ჩვენი ამოცანაა ფერმერული მეურნეობების ისეთი ოპტიმალური მოდელის შემუშავება, რომელიც სასოფლო-სამეურნეო პროდუქციის უშუალო მწარმოებელს საშუალებას მისცემს შეზღუდული რესურსების და ბაზრის კონიუნქტურით განპირობებული პროდუქციის ცვალებადი სარეალიზაციო ფასის პირობებში, აწარმოოს იმ ნომენკლატურისა და მოცულობის სასაქონლო პროდუქცია ისეთი თანაფარდობით, რომლის რეალიზაციაც და მით უმეტეს, ექსპორტს უზრუნველყოფს მაქსიმალური მოგების მიღებას. სწორედ მაქსიმალური მოგების მაჩვენებელი იქნება დასახული მიზნის ოპტიმალურობის კრიტერიუმი.

კვლევის მიზანია გავიგოთ კონკრეტულად, თუ რა საქმიანობით ფუნქციონირებს დღეისთვის არსებული ორგანიზაციები თუ კერძო მესაკუთრეები. თუ გავითვალისწინებთ იმას, რომ ჩვენ ძირითადად ექსპორტზე ორიენტირებულ ორგანიზაციებზე ვართ ფოკუსირებული დავინახავთ, რომ 61.5% ნედლეულის სახით გააქვს ექსპორტზე საქონელი. რაც მეტყველებს იმაზე, რომ საქართველოში და კონკრეტულად კი აჭარაში ძირითადი და პრიორიტეტული კულტურების უმეტესობა სწორედ, რომ ნედლეულის სახით გადის ქვეყნიდან. მზა სასაქონლო ფორმით მხოლოდ 19.2%-ია, ისიც ჩაის და ბამბუკის წარმოებისაგან მიღებული მაჩვენებელით. ხოლო 15.4% ნახევრად დამუშავებული პროდუქციის რეალიზაციას უირავს.

კითხვა 7: მთლიანი წარმოების/მომსახურების დაახლოებით რა რაოდენობის პროდუქცია გაგაქვთ ექსპორტზე და რა ნაწილით ამარაგებთ ადგილობრივ ბაზარს?

შემდეგი კითხვით გავიგოთ ექსპორტიორი ორგანიზაციები რა რაოდენობის პროდუქციას აწარმოებენ. შედეგად დგინდება, რომ ის ორგანიზაციები ან კერძო/ფიზიკური პირები, რომლებიც რაიმე სახით აგრარულ პროდუქციას აწარმოებენ (ნედლეულის სახით, ნახევრად დამუშავებული თუ სასაქონლო ფორმით) უმეტეს მათგანს დაახლოებით 70–80% გააქვს ექსპორტზე. ექსპორტიორთა 73.1% თავისი პროდუქციის 100% გააქვს ექსპორტზე.

ამ სახის ექსპორტიორები ინტერვიუს დროს აცხადებდნენ, რომ საქართველოში სათანადოდ ვერ მუშაობს ანტიდემპინგური კანონი. შესაბამისად არ არის დაცული კონკურენტუნარიანობა. რის გამოც უწევთ უცხოეთში ექსპორტირება. ადგილობრივი აგრარული ბაზარი კი გაჯერებულია დაბალხარისხიანი, ხშირ შემთხვევაში

უხარისხო პროდუქციით. მონოპოლიურ გარემოში კი მცირე და საშუალო ფერმერული მეურნეობები ვერ ახერხებენ თავიანთი თავის რეალიზაციას. ერთის მხრივ დიდ მოცულობაზე და დაბალ ფასებზე ორიენტირებული იმპორტიორი დგას, ხოლო მეორე მხრივ ახლად დამწყები ფერმერული მეურნეობა.

რაც შეეხება სხვა მონაცემებს, ნათლად ჩანს, რომ ორგანიზაციების 7.7% თავისი პროდუქციის 80–90% გააქვს ექსპორტზე ხოლო ადგილობრივ ბაზარს ამარაგებს 10–20%-ით. რა თქმა უნდა ეს საგანგაშო ციფრია, რადგანაც საშუალო განვითარების ქვეყანა სასურსათო უზრუნველყოფას 80–85% მაინც უნდა ახდენდეს ადგილობრივი წარმოებით, ხოლო დასაშვები იმპორტი 10–15% უნდა იყოს. მოგეხსენებათ საბაზრო ეკონომიკის პირობებში სასოფლო-სამეურნეო ფერმებში წარმოების ეფექტიანობის ამაღლების საქმეში დიდი მნიშვნელობა ენიჭება წარმოების ოპტიმიზაციას. საქართველოს აგრარულ სექტორში თანამედროვე პირობებისათვის მეწარმე-სუბიექტთა შორის სჭარბობს ოჯახური მეურნეობები და ახლა მიმდინარეობს მათი ფერმერულ მეურნეობებად გარდაქმნის პროცესი. ამ პროცესის დაჩქარების ერთ-ერთ მთავარ ფაქტორად აგრობიზნესის ეკონომიკური ეფექტის ზრდა უნდა მივიჩნიოთ.

კითხვა 8: პროდუქციის ექსპორტის მოცულობა ბოლო 5 წლის განმავლობაში.

განხილულია 2011–2016* წლების ექსპორტი სხვადასხვა კულტურების მიხედვით. როგორც ცხრილიდან ჩანს მეციტრუსეობზე მოდის ყველაზე მეტი წილი. ორგანიზაციები, რომლებიც ოპერირებენ საერთაშორისო ბაზარზე დიდი ხანი შესაბამისად მეტი ექსპორტი აქვთ. მეციტრუსეობის საკითხში თითქმის ყველა ექსპორტიორი 2011 წელთან შედარებით 2016*-ში უკვე გაცილებით დიდი რაოდენობით გააქვთ უცხოეთში თავიანთი საქონელი. 2013 წლიდან უკვე შეინიშნება მზარდი ტენდენცია, რაც მათივე განცხადებით ბაზრების დივერსიფიკაციის შედეგია მით უფრო, ისეთ ტრადიციულ ბაზარზე შესვლა, როგორც რუსეთია.

აღსანიშნავია მეჩაიეობის და მეხილეობის საკითხი. ცხრილიდან ჩანს, რომ ამ კულტურების ექსპორტირება უფრო სტაბილურად შენარჩუნებულია, არ განიცდის კლებას ან მატებას. დავინტერესდით თუ რატომ არ ზრდის ექსპორტიორი ჩაის ექსპორტს, ისინი ხომ სტაბილური მიმწოდებლები არიან? აღმოჩნდა, რომ უფრო მეტის მიწოდება შეუძიათ (ძირითადად შუა აზიის ქვეყნებში, უზბეკეთი, ტაჯიკეთი, თურქმენეთი), მაგრამ არ გააჩნიათ მეტი რესურსის მარაგი. შესაბამისად გურიის, სამეგრელოს ან იმერეთის რეგიონიდან უწევთ ჩაის შესყიდვა, რომელიც არ არის საკმარისი რაოდენობა. ძირითადად მზა სასაქონლო ფორმის პროდუქციად გადის ქართული ჩაი. სასურველია 10–15 ჰა დაუშვას სახელმწიფომ პრივა-

ტიზაცია და ეს ორგანიზაციები გაცილებით 60%-ით მეტს გაიტანენ ექსპორტზე, შესაბამისად ადგილობრივ ბაზარზეც დაიმკვიდრებენ სეგმენტს და ამით შეიძლება იმპორტირებული ჩაის ჩანაცვლება.

აქედან გამომდინარე, მსოფლიო გამოცდილების გამოყენება დაახქარებს დღეს ჩვენი ქვეყნის წინაშე არსებული გამოწვევების გადაჭრას. გამოწვევები კი საკმაოდ რთულია. არავისთვისაა სიახალე იმის განცხადება, რომ უკვე ორ ათეულ წელზე მეტია ქვეყნის ეროვნული ეკონომიკა და მათ შორის სოფლის მეურნეობაც სტაგნაციის მდგომარეობიდან ვერ გამოვიდა. გასაგები მიზეზების გამო, დღის წესრიგში დადგა ბრძოლა თუნდაც იმისათვის, რომ შევძლოთ არც თუ ისე შორეულ წარსულში მიღწეული წარმოების მასშტაბებთან მიახლოება.

კითხვა 9: გააკეთეთ კომპანიის SWOT ანალიზი.

ამ კითხვის შევსებისას ექსპორტიორებმა როგორც გაიგეს ისე დაწერეს და გაგვიზიარეს თავიანთი მოსაზრება. ორგანიზაციების SWOT ანალიზით დადგინდა: მათ **ძლიერ მხარეს** წარმოადგენს: დაბალი/ადეკვატური ფასები, მდებარეობა, დიდი ხნის გამოცდილება და ბაზრზე ცნობადობა. ასევე გვხვდება ორგანიზაციების რომელთა ძლიერი მხარეა ტექნოლოგიური სიახლეები, კარგი მენეჯმენტი, მაღალი კვალიფიციური ტექნოლოგების და თანამშრომლების ყოლა. მათი **სუსტი მხარეებია:** ნედლეულის დეფიციტი, კონკურენტებთან შედარებით დაბალი ანაზღაურება, ზოგჯერ სათანადოდ არამოტივირებული თანამშრომლები/მუშები, რაც აისახება ორგანიზაციის არაეფექტურ მუშაობაზე, ადგილობრივ ბაზარზე თანამშრომლების და ტექნოლოგიების დიდი კონკურენცია. მათი **შესაძლებლობებია:** 10კა ჩაის პლანტაციის პრივატიზება, ფინანსური მხარის გასწორება და ისევე კონკურენტუნარიანობა ბაზარზე, ბამბუკის წარმოებისთვის 3–4კა პრივატიზირება და ტექნიკა დანადგარების შექმნა, სხვა პროდუქციის რეალიზაცია და ბაზრის გაფართოება. მათ წინაშე არსებული **საფრთხეებია:** უცხო ბაზრების დაკეცვა, ნარგავების ფართობების მკვეთრი შემცირება, არასტაბილური სავალუტო ვითარება. ეკონომიკის სამინისტროზე გადაცემული მომიჯნავე სასოფლო სამეურნეო სავარგულების სხვაზე გაყიდვა, რაც ხელს უშის ჩვენი ორგანიზაციის ტერიტორიულად გაფართოებას. კლიმატური არასტაბილურობა, დაუზღვეველი პროდუქციის გაფუჭება.

კითხვა 10: შეაფასეთ ბიუროკრატია საქსპორტო დოკუმენტაციის მოწესრიგებაში?

კვლევის ეს კომპონენტი საინტერესო იყო ჩვენთვის, იმდენად, რამდენადაც გვაინტერესებდა სახელმწიფოს როლი ექსპორტის ხელშეწყობისათვის, რომლის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ნაწილია დოკუმენტაციის მოწესრიგება და დროუ-

ლად გაკეთება. 57.7% ანუ დიდი უმრავლესობა აფასებს კარგად, მეორე ნაწილი 34.6% კი ძალიან კარგ შეფასებას აძლევს ბიუროკრატულ საკითხების მოგვარებას. მხოლოდ 7.7% ამბობს, რომ ცუდია დოკუმენტაციების მომზადების პროცედურა და ხშირად უწევს სოფლიდან ჩამოსვლა და პროდუქციის წარმომავლობის საბუთის სოფლის მეურნეობის სამინისტროში გაკეთება, რაც მათი თქმით გულისხმობს დროის და რესურსების ფუჭად კარგვას. აჭარის აგრო-საწარმოების ჩამოყალიბების პროცესში წარმოჩინდა ქვეყანაში საკანონმდებლო ბაზის სრულყოფის, საკანონმდებლო და აღმასრულებელი ორგანოების ჩართულობის გაფართოების, იუსტიციის სახლებისა და ნოტარიუსების მომსახურების რეჟიმის გამარტივების, ასევე სხვა აქტუალური პრობლემები.

კითხვა 11: პროდუქციის ექსპორტის გეოგრაფიული არეალი.

მოგეხსნებათ ინოვაციური პოლიტიკა სწორედ ის გზაა, რომელმაც საერთაშორისო თანამეგობრობისთვის საქართველო შესაძლებელია გადააქციოს წონად პარტნიორად ექსპორტის მრავალფეროვანი და ეკოლოგიურად სუფთა კვების პროდუქტების წარმოებასა და მიწოდებაში. ტრადიციული ბაზარი როგორცაა რუსეთი საკმაოდ დიდი საქსპორტო პოტენციალი აქვს აჭარის რეგიონისთვის. კონკრეტულად ეს ცხრილი აჩვენებს ექსპორტიორის ხვედრით წილს მისი მთლიანი პროდუქციის ექსპორტირებაში. ანუ თუ მას ექსპორტზე გააქვს 80% ან თუნდაც მთლიანი პროდუქციის 100%, რომელ ქვეყანაში რამდენი პროცენტით შედის. მაგ: სომხეთი 0–20%, რუსეთი 20–40%–მდე, უკრაინა 40–60%. რადგანაც კითხვის მოთხოვნაში იყო ზოგადი მონაცემები უნდა ვივარაუდოდ, რომ სომხეთში შეიტანა დაახლოებით 15%, რუსეთში 30–35% ხოლო დანარჩენი 50% უკრაინაში. ეს საკმარისი ინფორმაციაა იმის დასაანგარიშებლად, დაახლოებით, თუ რა აოდენობის პროდუქცია შეაქვს 3 სხვადასხვა ქვეყანაში.

რაც შეეხება დაფნის ფოთოლის ექსპორტს ჩანს, რომ უკრაინა ლიდერობს და თითქმის 90% ექსპორტირება ხდება უკრაინაში და მცირედენი მოცულობით რუსეთში. ასეთივე პირობებშია მეციტრუსეობაც, უმეტესი ექსპორტიორი ქვეყნები უკრაინა და რუსეთი რჩება. ხოლო სხვა დანარჩენ ქვეყნებზე მცირედენი ექსპორტირებით შემოიფარგლებიან აჭარის აგრარული სექტორის მწარმოებლები/ექსპორტიორები. ციტრუსი, ბალჩეული და ხილი ცოტაოდენი რაოდენობით მაგრამ მაინც შედის ევროპასა და ბალტიისპირეთის ქვეყნებში. ინტერვიუს დროს ექსპორტიორები აცხადებდნენ, რომ მათ ძალიან ბევრი დეტალების გათვალისწინება დასჭირდათ იმისათვის, რათა შესულიყვნენ ამ ბაზრებზე. მაღალი სტანდარტი, ეკოლოგიურად სუფთა პროდუქტი და სრული დოკუმენტაციის მობილიზების გარეშე შეუძლე-

ბელია ევროკავშირის ქვეყნებთან სავაჭრო ურთიერთობა. ჩაის პროდუქციის უმრავლესობა შუა აზიაში შედის, როგორც შეფუთული, დაფასოებული და მზა პროდუქცია. 15%-მდე შეიძლება შევიდეს როგორც ნედლეული. სასურველია სხვა პროდუქციაც ჩაის მსგავსად სრული სასაქონლო ფორმით შევიდეს დანარჩენ ქვეყნებშიც.

კითხვა 12: რა სახის პრობლემებს აწყდებით გასაღების ბაზარზე?

ჩვენი აზრით საინტერესო იქნებოდა ჩაგვეერთო ეს კითხვაც ჩვენს კვლევაში, რათა გაგვეჩვენა, თუ რა სახის პრობლემებს აწყდება აჭარის ექსპორტიორები გასაღების ბაზარზე. დიდი რაოდენობა რესპოდენტებისა აცხადებს, რომ ექსპორტირებულ ქვეყანაში ფაქტიურად არ აწყდებიან პრობლემებს გარდა გამონაკლისი შემთხვევებისა.

მაგრამ ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ფაქტორი მაინც კონკურენციაა, ასეთ შემთხვევაში ფირმები იძულებული არიან უფრო ეფექტური სარეკლამო რგოლები და კამპანიები აწარმოონ ბაზრის გარკვეული სეგმენტის შესანარჩუნებლად. ზოგ შემთხვევაში საკანონმდებლო ან სატარიფო პოლიტიკის ცვლა და ვალუტის კურსის მერყეობა რჩება პრობლემად. სხვა შემთხვევებში პარტნიორებთან ან წარმომადგენლობებთან თანამშრომლობენ აჭარის აგრარული პროდუქციის საექსპორტო ფორმები და შეკვეთის შესაბამისად აგზავნიან საქონელს. პროდუქციის დაზიანების, გაფუჭების ან დაღპობის შემთხვევაში კი ურთიერთ მოლაპარაკების და შეთანხმების გზით აგვარებენ პრობლემას.

შეიძლება ითქვას, რომ საბაზრო ეკონომიკური ურთიერთობების პირობებში საერთაშორისო ურთიერთობები, მატერიალური, ფინანსური და შრომითი რესურსების რაციონალური გამოყენების გზით შეიძლება სასოფლო-სამეურნეო და გადამამუშავებელი წარმოების სფეროებში ახალი ტექნოლოგიების დანერგვის პრობლემებზე ინოვაციური მიდგომების ფოკუსირება. სასოფლო-სამეურნეო და გადამამუშავებელი წარმოების მართვის სფეროში უნდა დაინერგოს ახალი ტექნოლოგიები, რაც ხელს შეუწყობს აჭარის ა/რ-ის ფერმერებს კონკურენტუნარიანი გახდენ საერთაშორისო ბაზარზე. შესაბამისად გაიზრდება ექსპორტის მოცულობა და წარმოება გადავა მაღალი ხარისხის პროდუქციაზე. ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, აჭარაში აუცილებლად მიგვანია სასოფლო-სამეურნეო გაერთიანებების განვითარება.

კითხვა 13: სარგებლობთ თუ არა ექსპორტის დაზღვევით?

კვლევაში აჩვენა, რომ თითქოს და წარმატებულად ოპერირებენ ექსპორტიორები პროდუქციის გატანას საზღვარგარეთ, მაგრამ 61.5% საერთოდ არ აზღვევს და არ სარგებლობს სატრანსპორტო

დაზღვევით, მათი აზრით ეს ზრდის ხარჯებს. ხოლო 26.9% სისტემატიურად აზღვევს პროდუქციას ექსპორტის დროს. ეს უფრო ეხება საერთაშორისო სავაჭრომობილო საშუალებებს რის გარეშეც ევროპის საბაჟო სამსახურები არ შეუშვებენ თავიანთ ქვეყანაში, შესაბამისად ვაღდებულები არიან დააზღვიონ ტვირთი. გვხდება ექსპორტიორთა ისეთი კატეგორიაც, რომლებიც ზოგჯერ აზღვევენ და სარგებლობენ საექსპორტო დაზღვევით 7.7%, ზოგჯერ კი ისინი არ აზღვევენ მას (3.8%). ჩვენ ვერ შევქმნიდით რაღაც განსაკუთრებულ ფორმას, მაგრამ ვფიქრობთ, რომ აუცილებლად გასათვალისწინებელია საკვლევი წინადადების მომზადება ფერმერთა განწყობა-შეხედულებების გათვალისწინებით. როგორცაა:

1. სასოფლო-სამეურნეო გაერთიანების შესახებ ხალხთან ინფორმაციის მიწოდება;
2. ექსპორტის განმახორციელებელი სასოფლო-სამეურნეო ფერმერების დამოკიდებულების შესწავლა. გეოგრაფიული საზღვრები, სამეწარმეო მიმართულება და ა.შ.;
3. მოსახლეობის მიერ აგრარული პროდუქციის ხარისხის ამდლების საინიციატივო ჯგუფების შექმნა სანდოობისა და კომპეტენციის, ავტორიტეტის გათვალისწინებით;
4. ექსპორტიორი ფირმების სრული ინფორმირებულობა და ტრენინგი იმ ქვეყნის საკანონმდებლო თუ საბაჟო საკითხების შესწავლის დასახმარებლად;
5. სასოფლო-სამეურნეო ფირმების გათვითცნობიერება სადაზღვევო სისტემით და მისი მნიშვნელობა სამომავლო სამოქმედო გეგმის შემუშავება.

კითხვა 14: როგორ შეაფასებდით თქვენს ცოდნას საკანონმდებლო ბაზის, სახელმწიფო რეგულაციების და საექსპორტო სატარიფო პოლიტიკის შესახებ?

ჩვენ დავინტერესდით, თუ როგორ ართმევენ თავს სასოფლო-სამეურნეო პროდუქციის მწარმოებელი ფერმერები საკანონმდებლო ბაზას, მთლიანობაში ნაგულისხმე-ვია იმ დოკუმენტაციის ნუსხა და მოწესრიგებულობა, რომელთანაც უწევთ მუშაობა, იქნება ეს ადგილობრივი ფირმების რეგისტრაცია, თუ საექსპორტო სიახლეების და ნორმატიული აქტების დამუშავება.

კითხვის სტრუქტურა 10 ბალიანი სისტემით ჩამოყალიბდა, აქედან 1 არის ძალიან ცუდი და 10 ძალიან კარგი. გრაფიკულ გამოსახულებაში მოცემული შედეგი დამაკმაყოფილებელია, რადგანაც ექსპორტიორთა უმეტესი ნაწილი ანუ დაახლოებით 60% საკმაოდ კარგად არის გათვითცნობიერებული აღნიშნულ საკითხთან მიმართებაში. მნიშვნელოვანია აჭარა გახდეს სოფლის მეურნეობის პროდუქტების ექსპორტი-ორი რეგიონი. ევროკავშირთან ასოცირების შეთანხმებაზე

ხელმოწერის შემდეგ, აგრარული დარგი ახალი გამოწვევის წინაშე დგას. ჩვენთვის განსაკუთრებული მნიშვნელობა აქვს ევროკავშირის ქვეყნების, ასევე ჩინეთისა და იაპონიის ბაზრებზე ქართული პროდუქციის ექსპორტირების ხელშეწყობას და სტიმულირებას.

აუცილებელია მივაღწიოთ მაღალგანვითარებულ აგრარულ წარმოებას, ხანგრძლივი პერიოდის განმავლობაში გამოვიყენოთ სასოფლო-სამეურნეო წარმოებისა და რეალიზაციის რეგულირების ღონისძიებათა სისტემა (სამართლებრივი, ორგანიზაციული, ეკონომიკური), რომელშიც ფრიად მნიშვნელოვანი ადგილი უჭირავს საგარეო ვაჭრობის საბაჟო რეგულირების ინსტრუმენტებს - სატარიფო და არასატარიფო მექანიზმების შესწავლას, ყურადღების მიქცევას და მნიშვნელოვან კომპონენტად მიჩნევას [3. გვ. 7-17].

კითხვა 15: რამდენად გეხმარებათ სახელმწიფო პროდუქციის ექსპორტირებისას?

სასოფლო-სამეურნეო საწარმოების საგარეო-სავაჭრო ურთიერთობებში უშუალო მონაწილეობისა და გაფართოების სტიმულირების თვალსაზრისით, კვლავაც აქტუალურ პრობლემად რჩება ეროვნული აგრარული საწარმოების საექსპორტო საქმიანობის ხელშეწყობი ბერკეტების მუდმივი გაუმჯობესების ღონისძიებათა კომპლექსის გატარება. ჩვენის აზრით, განსაკუთრებულ მნიშვნელობას იძენს საგარეო ვაჭრობის სახელმწიფო რეგულირება, იმ მექანიზმების შემუშავება, რომელიც ხელს შეუწყობს ექსპორტის განვითარებას და პასუხობს ეკონომიკური ურთიერთობების მარეგულირებელ კანონებს, ეს ერთი მხრივ ხელს უწყობს ექსპორტიორთა შანსს დაბრკოლების გარეშე მოხვდნენ პარტნიორი ქვეყნის ბაზარზე.

კონკრეტული შედეგი კი გვიჩვენებს, რომ 31% აცხადებს რომ სახელმწიფო არ ეხმარება პროდუქციის ექსპორტირებაში და აფასებს 10 ბალიან სისტემაში 0 ქულით. ვლინდება ასევე 6-7 ქულით შემავსებლები რომელთა ჯამი 30%-ს არ აღემატება. ხოლო 9-10 ქულით ფასდება ექსპორტიორთა 10%-ის მოსაზრება. აჭარის სასოფლო-სამეურნეო პროდუქციის მწარმოებლების და ექსპორტიორების ძირითად ამოცანად გვევლინება საექსპორტო საქმიანობისათვის ხელსაყრელი გარემოს შექმნა პროტექციონისტული ღონისძიებების მთელი კომპლექსის გატარებით, რომელიც უნდა შეესაბამებოდეს თანამედროვე მსოფლიოში მიღებულ თამაშის წესებს და ადგილობრივი მეწარმეების მიჩნევა პრიორიტეტად. ამასთან, გასათვალისწინებელია, რომ ეკონომიკის ინტერნაციონალიზაცია და გლობალიზაცია განაპირობებს საგარეო ვაჭრობის, კაპიტალის მოძრაობისა და სავალუტო-საფინანსო ურთიერთობების ლიბერალიზაციის აუცილებლობას, რომლითაც ჩვენ-

მა ექსპორტიორებმაც უნდა სარგებელი ნახოს [4. გვ. 11-63].

დასკვნა

კვლევაში გვიჩვენა, რომ როგორც ქვეყნის, ასევე ავტონომიური რესპუბლიკის სასურსათო სექტორში ჩამოყალიბებულმა საბაზრო ურთიერთობათა მოდელმა სრულად ვერ შეასრულა თავისი დანიშნულება და ვერ უზრუნველყო ეფექტიან ეკონომიკურ ურთიერთობათა ფორმირება, რამაც მიგვიყვანა წარმოების მნიშვნელოვან შემცირებაზე და მოსახლეობისათვის საჭირო სასურსათო პროდუქტების უკმარისობამდე.

ამრიგად, ინოვაციური პოლიტიკის სრულფასოვნად გატარებისათვის დაფინანსების სხვადასხვა წყაროებით განხორციელებული პროექტები და პროგრამები ჯერ-ჯერობით ვერ უზრუნველყოფენ აგრობიზნესის ეფექტური მოდელის ჩამოყალიბებას და არსებული რესურსების სრულად და რაციონალურად გამოყენებას. მიუხედავად გარკვეული ე.წ. წერტილოვანი საჩვენებელი ობიექტების შექმნისა და სწავლება-კონსულტირებისა, ახალი ინოვაციური ტექნოლოგიების დანერგვის მასშტაბები ვერ იძლევა სერიოზული გარდატეხის მოხდენის შესაძლებლობას. ამიტომ ყველა მიმართულებით ინოვაციების დანერგვის გაფართოება სასოფლო-სამეურნეო კოოპერატივების ქმედითუნარიანობას გაზრდის და შესაბამისად ექსპორტირების მასიურ ხასიათსაც მიიღებს.

კვლევის ძირითადი თეორიული და პრაქტიკული შედეგები. კვლევიდან ჩანს, რომ მცირე ფერმერი მხოლოდ მარტო შრომით და ცოტა მოსავლით ვერ იქნება კონკურენტუნარიანი და ვერ აწარმოებს წარმატებით საექსპორტო აქტივობას. დაკვირვებიდან ჩანს, რომ საჭიროა კოოპერატიული მეურნეობების გაძლიერება და ურთიერთანამშრომლობა, რათა მასიური გახდეს პროდუქციის წარმოება, შესაბამისად იოლი გახდება უცხო ქვეყანაში შეტანა, რადგანაც იგი უკვე ხდება ამა თუ იმ პროდუქციის სისტემური და სტაბილური მიმწოდებელი.

რეკომენდაციები. ამრიგად, ზემოთ მოყვანილი ანალიზიდან აშკარად გამოვლინდა პრობლემები, რომელთა აღმოფხვრის მიზნით საჭიროა გატარდეს შემდეგი ღონისძიებანი:

✓ აჭარის ა.რ. აგრარულ სექტორში სასოფლო-სამეურნეო საწარმოების სამოქმედო გეგმის შემუშავების პროცესში გათვალისწინებული უნდა იქნეს ურთიერთანამშრომლობა საქართველოს სხვადასხვა სახელმწიფო უწყებასთან, სამეცნიერო-კვლევით და საგანმანათლებლო დაწესებულებებთან.

✓ სტრატეგიის განხორციელების პროცესში განსაკუთრებული ყურადღება უნდა

დაეთმოს ფერმერთა გადამზადებას საბაზრო ურთიერთობების მოთხოვნების შესაბამისად, სასოფლო-სამეურნეო კოოპერატივების ინტეგრირებულ განვითარებას, სასოფლო-სამეურნეო ინფრასტრუქტურის რეაბილიტაციას, სტატისტიკური აღრიცხვიანობის გაუმჯობესებას, საბაზრო საინფორმაციო სისტემის შექმნას, სასურსათო უსაფრთხოების ანალიზისა და

მონიტორინგის ხარისხის გაუმჯობესებას.

✓ საჭიროა გატარდეს მიწების გამსხვილების და ეფექტიანობის ზრდის ხელშეწყობის ღონისძიებები; აუცილებელია სასოფლო-სამეურნეო დანიშნულების მიწის კადასტრისა და მიწათმოწყობის ერთიანი სისტემის ორგანიზება.

ლიტერატურა

1. ბაზრის ანალიზი მცირე კავკასიის ალიანსების პროგრამა საქართველო წლიური ანგარიში 31 აგვისტო 2016;
2. ნიუმანი, ვ. ლ. (2003). სოციალური კვლევის მეთოდები: თვისობრივი და რაოდენობრივი მიდგომები (მე-5 რედ.). ბოსტონი: A & B. (Newman, W. L. (2003). Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches (5th ed.). Boston: A&B.)
3. ოპპენჰეიმი ა. ნ. (1992). კითხვარის ორგანიზება, ინტერვიუს და შემაჯავებების საზომი. ლონდონი და ნიუ იორკი;
4. ალრეკ, პ. ლ. სიიტლი, რ. ბ. (1985) კვლევის სახელმძღვანელო. ჰომუუდ: ირვინ.

REFERENCES

1. MARKET ALLIANCES IN THE LESSER CAUCASUS REGION OF GEORGIA Bi -ANNUAL REPORT August 31st 2016;
2. Oppenheim, A. N. (1992). Questionnaire Design, Interviewing and Attitude Measurement. London & NY: Continuum;
3. Alreck, P. L. Seattle, R. B. (1985). The Research Handbook. Homewood: Irwin.)

სახელმწიფო ქონების პრივატიზაციის ზოგიერთი პრობლემა

აჭარის ავტონომიურ რესპუბლიკაში

SOME PROBLEMS OF THE STATE PROPERTY PRIVATIZATION IN THE AUTONOMOUS REPUBLIC OF ADJARA

თამთა ვარშანიძე

TAMTA VARSHANIDZE

ბათუმის შოთა რუსთაველის
სახელმწიფო უნივერსიტეტის
დოქტორანტი

Batumi Shota Rustaveli State University,
PHD student of Business administration

ანოტაცია

თანამედროვე მსოფლიო ეკონომიკური ტენდენციები მიმართულია საკუთრების დემოკრატიზაციისაკენ. რამაც გააღრმავა ჩვენი ინტერესი საკუთრების უფლების დიფუზიის, კანონიერების დაცვის და უფლებათა ზღვრის დადგენის მიმართულებით. ხოლო პრივატიზაციამ, როგორც სახელმწიფო საკუთრების პერსონიფიცირებულ კერძო საკუთრებად გარდაქმნამ, დიდი როლი შეასრულა საქართველოში სახელმწიფო-მონოპოლისტური საკუთრების ტრანსფორმაციის პროცესში. მიგვაჩნია, რომ ქვეყნის გრძელვადიანი ეკონომიკური წარმატების, განსაკუთრებით კი სოფლის მეურნეობის სფეროში მიღწევა საკუთრების უფლების დაცვისა და მიწის საკუთრების გამჭვირვალე სისტემის შექმნის გარეშე თითქმის წარმოუდგენელია.

საკვანძო სიტყვები: კერძო საკუთრება, საკუთრების ფორმები, სახელმწიფო, საბაზრო ეკონომიკა, ინვესტიცია, ეკონომიკური თავისუფლება, პრივატიზაცია.

Abstract

In the modern world economic trends are directed toward the democratization of property. Which deepened our interest in the diffusion of property rights, law enforcement and determining the direction of the limits of property rights. We believe that The country's long-term economic success, especially in the field of agriculture and the protection of property rights is almost impossible without receiving a transparent system of land ownership.

Keywords: Private property, Forms of ownership, State, Market economy, Investment, Economic freedom, Privatization.

საკუთრების უფლება იმ ბუნებით უფლებათა რიცხვს განეკუთვნება, რომლებიც დემოკრატიული სახელმწიფოს ბაზისს ქმნიან. ის წარმოადგენს ყოველი ინდივიდის ღირსეული ცხოვრების საფუძველს და ამავედროულად, საბაზრო ეკონომიკის, სამოქალაქო ბრუნვის და სამეწარმეო ურთიერთობის წინაპირობაა.¹

საკუთრება და მემკვიდრეობის უფლება აღიარებული და ხელშეუხებელია. დაუშვებელია საკუთრების, მისი შექმნის, გასხვისების ან მემკვიდრეობით მიღების საყოველთაო უფლების

გაუქმება. (საქ. კონსტიტუცია მუხლი 21)

თანამედროვე საზოგადოება იცნობს საკუთრების არაერთ ფორმას. ყოველი ფორმის წარმოშობისა და მისი ტრანსფორმირების პროცესს სხვადასხვა ურთიერთდაკავშირებული ფაქტორი განსაზღვრავს. საკუთრების ახალი ფორმა ყალიბდება და მკვიდრდება მხოლოდ მაშინ, როდესაც ამ ფორმას მოითხოვს წარმოების ურთიერთობებში მომხდარი ცვლილებები, ანუ ადამიანთა შორის შრომითი საქმიანობის, გაცვლისა და დოვლათის განაწილების შეცვლილი ფორმები.

1 <https://tinatskhvediani.wordpress.com/2013/02/16/საკუთრების-უფლების-განმა/>

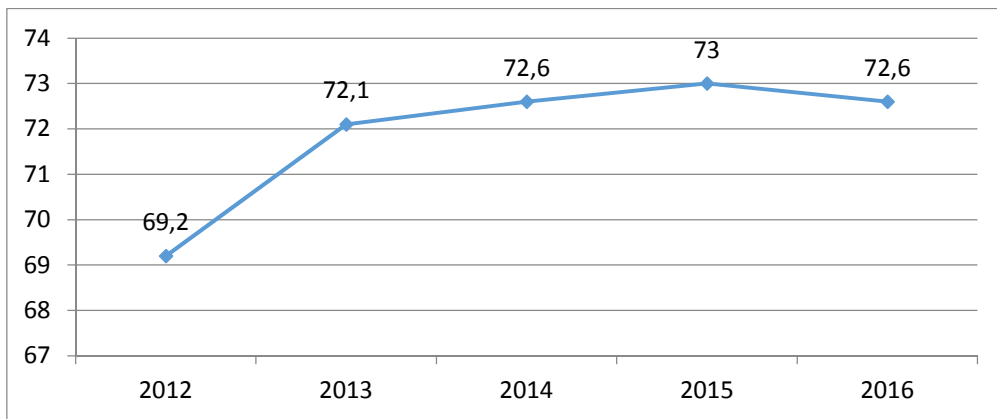
საქართველო, ორ ათეულ წელზე მეტია, რაც ახორციელებს ადმინისტრაციულ-მბრძანებლური სისტემიდან საბაზრო ეკონომიკურ პრინციპებზე გადასვლას. რომელსაც ამჟამად ალტერნატივა არ აქვს, რადგან დღემდე ცნობილ ეკონომიკურ სისტემათა შორის იგი ყველაზე ეფექტურია. ეს პროცესი ექვემდებარება მთავარ ეკონომიკურ კანონზომიერებას. მათ შორის უმთავრესია საკუთრების რადიკალური რეფორმა, სწორედ ამიტომაც, წინამდებარე სტატიაში შევეცადეთ წარმოგვედგინა აჭარის რეგიონში მიმდინარე საკუთრების ფორმების რეფორმა და მის ეკონომიკურ შედეგი.

ჩვენის აზრით არსებული პრობლემების ანალიზი, ბიზნესის გარემოს შესაფასებლად, მნიშვნელოვანია ეკონომიკური თავისუფლების ინდექსის გაანალიზება, აღნიშნული ინდექსი არის ეკონომიკური თავისუფლების მაჩვენებელი,

რომელსაც ადგენს საერთაშორისო სტრუქტურები სახელმწიფოს სტრუქტურებთან და სხვადასხვა ინსტიტუტებთან მიმართებაში, რომლის მიხედვითაც დგინდება ქვეყნებს შორის სხვაობა ეკონომიკური თავისუფლების ცალკეული ინდიკატორების მიხედვით.

Heritage Foundation - ის მიერ ეკონომიკური თავისუფლების ინდექსის გაანგარიშება ემყარება 10 მაჩვენებლის განსაზღვრას: ბიზნესის თავისუფლება; ვაჭრობის თავისუფლება; ფისკალური თავისუფლება; სახელმწიფოსაგან თავისუფლება; მონეტარული თავისუფლება; საინვესტიციო თავისუფლება; ფინანსური თავისუფლება; საკუთრების უფლება; კორუფციისაგან განთავისუფლება; შრომის თავისუფლება.

დიაგრამა: 1. საქართველოს ეკონომიკური თავისუფლების ინდექსის დინამიკა



წყარო : 2016 INDEX OF Economic Freedom <http://www.heritage.org/index/country/georgia>

ჩვენ ვთვლით რომ საქართველოს ეკონომიკური თავისუფლების ინდექსი ეს ის წინაპირობაა რაც განსაზღვრავს ქვეყანაში უცხოური ინვესტიციების მოზიდვას.

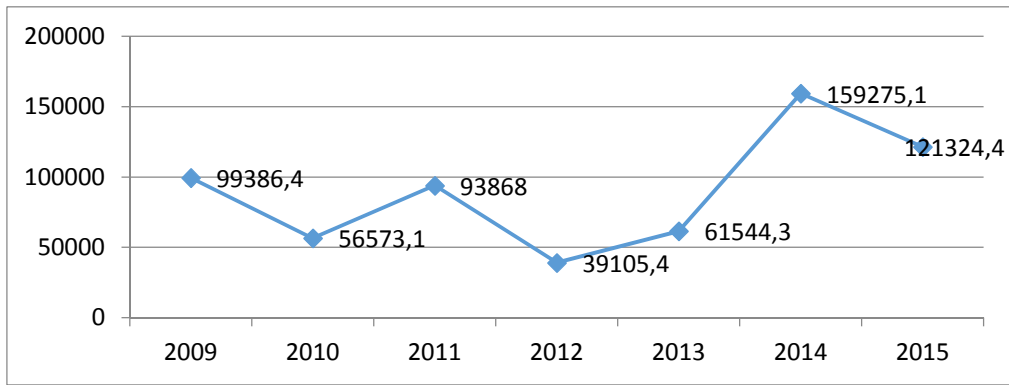
2006 წლიდან 2014 წლის ჩათვლით საქართველოში განხორციელებულმა პირდაპირმა უცხოურმა ინვესტიციებმა სულ 10 972.2 მლნ. აშშ დოლარი შეადგინა. 2014 წელს ინვესტიციების მოცულობა 1 758.4 მლნ. აშშ დოლარი დაფიქსირდა, რაც 86.7%-ით აღემატება 2013 წლის ანალოგიურ მონაცემებს.²

რაც შეეხება აჭარის ავტონომიურ რესპუბლიკას, უცხოური პირდაპირი ინვესტიციები ცვალებადი დინამიკით ხასიათდება. ყველაზე მაღალ ნიშნულს 2014 წელს მიაღწია და 159275.1 ათას აშშ

დოლარს გაუტოლდა. აღნიშნული მონაცემები ამყარებს საქართველოს პოზიციას ეკონომიკური გლობალიზაციის ინდექსში, რადგან რაც უფრო მოწინავე რიგებშია ქვეყანა გლობალიზაციის ინდექსის მიხედვით, მით მეტად ინტეგრირებულია სხვა ქვეყნების ეკონომიკასთან და ცდილობს ეროვნული ეკონომიკის გამყარებას უცხოური ინვესტიციების საშუალებით, რის შესაძლებლობასაც აძლევს გარემო პირობები. მსგავსი ტიპის პერსპექტივები ფართო ასპარეზს უშლის საქართველოს მსგავს განვითარებად ქვეყანას, რათა უფრო მიმზიდველი და ნოყიერი ნიადაგი შექმნას პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების საშუალებით აღმოცენებული და შექმნილი დასაქმების ადგილებისთვის.

2 <http://www.economy.ge/ge/economic-sectors/foreign-direct-investments>.

დიაგრამა: 2. პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები აჭარაში. ათასი აშშ დოლარი



წყარო: აჭარის არ ფინანსთა და ეკონომიკის სამინისტრო <http://adjara.gov.ge/>

ასევე მნიშვნელოვანია ის რომ ეს მონაცემები ადასტურებს თუ რაოდენ დიდია და დღითიდღე იზრდება კერძო საკუთრების როლი საბაზრო ეკონომიკაში, და მისი მფლობელების სწრაფვა მაქსიმალური მოგებისკენ, რაც ქვეყნის ეკონომიკის განვითარების ხერხემალს წარმოადგენს.

პრივატიზაცია გულისხმობს სახელმწიფო ქონების გაყიდვა გასხვისებას. ეს პირველ რიგში ნიშნავს იმას, რომ გაყიდვიდან მიღებული თანხები მიემართება ბიუჯეტში, რაც ხელს უწყობს სახელმწიფო შემოსავლებისა და შესაბამისად, ბიუჯეტის გაზრდას, ანუ ხდება ფისკალური ეფექტის ამაღლება. პრივატიზაციის შედეგად მყიდველი, გარდა იმისა რომ იხდის შესაბამის თანხას ბიუჯეტში, ასევე საკუთრებაში გადაცემულ ქონებაში ახორციელებს ინვესტიციებს. დაბანდებული ინვესტიციები ის ძირითადი ფაქტორებია, რომლებიც ხელს უწყობენ მწარმოებელურობის ამაღლებას, რის საფუძველზეც ვითარდება ეროვნული მეურნეობა და იქმნება ახალ-ახალი სამუშაო ადგილები. შესაბამისად იზრდება დასაქმების დონე. გარდა ამისა მწარმოებელურობის გადიდება იწვევს მთლიანი შიდა პროდუქტის (მშპ) გადიდებასაც. ყოველივე ეს კი ხელს უწყობს ეკონომიკურ ზრდას. აქვე აღსანიშნავია, რომ პრივატიზაციის დროს საქმე გვაქვს დადებით ფისკალურ ეფექტთან არა მხოლოდ მოკლევადიან პერიოდში, არამედ გრძელვადიან პერიოდშიც გადასახადების სახით, რომელსაც ამოქმედებული საწარმო გადაიხდის ბიუჯეტში. (სამადაშვილი 1995:41)

ჩვენი ინტერესის სფეროს სახელმწიფო ქონების მართვის თვალსაზრისით წარმოადგენს აჭარის რეგიონში მიმდინარე პროცესები. კერძოდ კი პრივატიზებული ობიექტების მიზნობრივი ფუნქციონირება და დასაქმებულთა რიცხვს, თითოეული ობიექტის საპრივატიზაციო ღირებულება, ამონაგები და სხვა.

მნიშვნელოვანია აღვნიშნოთ ის პრობლემები რაც ზოგადად აჭარის რეგიონში პრივატიზების პროცესს ახლავს თან. საპრივატიზაციო ობიექტების ნუსხაში შეტანილია ისეთი ობიექტები დაბა ხელვაჩაურის, ქობულეთის, დაბა ჩაქვის, შუახევის რაიონიდან სადაც ძველი შენობები ფაქტიურად განადგურებული და დაზიანებულია, საჭიროებს სრულ დემონტაჟს. სახელმწიფომ უნდა მოახდინოს

ასეთი ობიექტების ლიკვიდაცია და ტერიტორია პრივატიზებულ უნდა იქნას, როგორც არასასოფლო-სამეურნეო ან სასოფლო-სამეურნეო მიწის ნაკვეთი. ასევე მწვავედ დგას მიწის ნაკვეთების ძველი მეპატრონეების პრობლემა, რომლებიც ფაქტიურად მფლობელები არიან კონკრეტული ტერიტორიების მაგრამ არა იურიდიული თვალსაზრისით, ეს კიდევ აფერხებს მიწის ნაკვეთების პრივატიზაციას პროცესს, რადგან თავად კანონიერად ვერ ახდენენ მიწის დაკანონებას, და ხელს უშლიან მის გასხვისებას.

პრივატიზაციის პროცესი თავისთავად მნიშვნელოვანია იქედან გამომდინარე, რომ ის ხელს უწყობს ქვეყანაში უმუშევრობის დონის შემცირებას და ზრდის ინვესტიციების მოცულობას, რაც ძლიერი ეკონომიკის წინაპირობაა. ამ მხრივ განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია პირობადებული აუქციონის გამოყენება საპრივატიზაციოდ. ჩვენს მიერ განხილულია აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკის ფინანსთა და ეკონომიკის სამინისტროს მიერ პირობადებული აუქციონის ფორმით 2015 წელს პრივატიზებული ობიექტის ნუსხა.

ცხრილში დახასიათებული პროექტების განხორციელება და სისრულეში მოყვანა, საკმაოდ დიდი შესაძლებლობებით ხასიათდება აჭარისთვის როგორც, ტურისტული რეგიონისთვის, რადგან სამ ობიექტზე (ქ. ბათუმი, კახაბრის დასახლებაში მდებარე 29 445 კვმ არასასოფლო-სამეურნეო დანიშნულების მიწის ნაკვეთი (ს/კ 05.32.14.055); ქალაქი ბათუმი, კახაბრის დასახლებაში მდებარე 25 000 კვმ არასასოფლო-სამეურნეო დანიშნულების მიწის ნაკვეთი (ს/კ 05.32.03.754) და ქალაქი ბათუმი, ტბ. აბუსერიძის ქ.15/ფიროსმანის ქ. 5-ში მდებარე 3718 კვმ არასასოფლო-სამეურნეო დანიშნულების მიწის ნაკვეთი (ს/კ 05.24.08.131)) შენდება მრავალფუნქციური შენობა-ნაგებობა, კერძოდ 200-220 ნომრიანი სასტუმრო, სამორინე, საკონფერენციო დარბაზი და სპორტულ-გამაჯანსაღებელი ცენტრი. ასევე მნიშვნელოვანია ინვესტიციების თვალსაზრისით ჯამში სამივე პროექტი მოიცავს 65 000 000 აშშ დოლარის ინვესტიციას, და დაასაქმებს არანაკლებ 600 მუშახელს, რომელთაგან 80% და მეტი იქნება საქართველოს მოქალაქე.

ცხრილი: 1. აჭარის არ ფინანსთა და ეკონომიკის სამინისტროს მიერ 2015წ. პირობადებული აუქციონის ფორმით პრივატიზებული ობიექტები.

№	დასახელება მისამართი	სააუქციონო პირობა ინვესტიციების განხორციელების კუთხით	სააუქციონო პირობა მოსახლეობის დასაქმების კუთხით
1	ქ. ბათუმი, კახაბრის დასახლებაში მდებარე 29 445 კვმ არასასოფლო-სამეურნეო დანიშნულების მიწის ნაკვეთი (ს/კ 05.32.14.055)	არანაკლებ 30 000 000 (ოცდაათი მილიონი) აშშ დოლარის ექვივალენტი ლარში	არანაკლებ 300(სამასი) მოქალაქის დასაქმება, საიდანაც არანაკლებ 80%-ს უნდა შეადგენდეს საქ. მოქალაქეს
2	ქალაქი ბათუმი, კახაბრის დასახლებაში მდებარე 25 000 კვმ არასასოფლო-სამეურნეო დანიშნულების მიწის ნაკვეთი (ს/კ 05.32.03.754)	არანაკლებ 20 000 000 (ოცი მილიონი) აშშ დოლარის ექვივალენტი ლარში	არანაკლებ 300(სამასი) მოქალაქის დასაქმება, საიდანაც არანაკლებ 80%-ს უნდა შეადგენდეს საქ. მოქალაქეს
3	ქალაქი ბათუმი, ტბ. აბუსერიძის ქ.15/ფიროსმანის ქ. 5-ში მდებარე 3718 კვ.მ არასასოფლო-სამეურნეო დანიშნულების მიწის ნაკვეთი (ს/კ 05.24.08.131)	არანაკლებ 15 000 000 (თხუთმეტი მილიონი) აშშ დოლარის ექვივალენტი ლარში	ამოქმედებიდან არანაკლებ 10 წლის განმავლობაში პროფილისა და დასაქმებულთა შენარჩუნება, სადაც დასაქმებულთა არანაკლებ 90%-ს უნდა შეადგენდეს საქ. მოქალაქე
4	ქალაქი ბათუმში, სამრეწველო ზონაში მდებარე 413 კვ.მ შენობა-ნაგებობა და მასზე მიმაგრებული 1749 კვ.მ მიწის ნაკვეთი	არანაკლებ 100 000(ასი ათასი) ლარის ინვესტიციის განხორციელება	არანაკლებ საქ. 15 მოქალაქის დასაქმება, ობიექტის პროფილის და დასაქმებულთა რაოდენობის შენარჩუნება 5 წლის განმავლობაში

წყარო: აჭარის არ ფინანსთა და ეკონომიკის სამინისტრო <http://adjara.gov.ge/>

გარდამავალი ქვეყნებისთვის განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია პრივატიზაციის პროცესის სწრაფი და ეფექტური განხორციელება, რომლის პროცესშიც უამრავ პრობლემას ვაწყდებით, მათ შორისაა პირობების დარღვევა, პროექტის გაჭიანურება, სიმბოლური ფასები რაც არ არის ხელსაყრელი ქვეყნის ბიუჯეტისათვის, დანიშნულების შეცვლა. პრობლემებს ვაწყდებით მყიდველის მიერ პრივატიზებული ობიექტის საფასურის კანონით განსაზღვრულ ვადაში გადახდისას. ამ მიზეზის გამო სახელმწიფო იძულებულია ვადა გაზარდოს, მაგრამ რადგან აუქციონის შემთხვევაში თანხის დაფარვის პერიოდი მკაცრად შეზღუდულია, ქონების პრივატიზება კონკურსის წესით ხდება.

ტრანსფორმაციის დროს თანდათან საკუთრების სფეროშიც ყალიბდება ახალი ეკონომიკური ურთიერთობები. აქვე აღსანიშნავია, რომ თითქმის ყველა ქვეყანამ, რომელთა ეროვნულ მეურნეობაში სახელმწიფო სექტორი დომინირებულ როლს

ასრულებს, ხოლო კერძო სექტორი მეტისმეტად შეზღუდულია, ეკონომიკურ სფეროში მარცხი განიცადა. აქედან შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ ეკონომიკაში სახელმწიფო სექტორის არსებობა მეტყველებს იმაზე, რომ ამ ქვეყანაში ეკონომიკური განვითარება დაბალ დონეზეა, ვიდრე კლასიკურ კაპიტალისტურ ქვეყანაში.

საქართველოში კერძო სექტორი უმთავრესად პრივატიზებული მცირე და საშუალო საწარმოებისაგან შედგება. ისინი არცთუ დიდი ხანია, რაც დამოუკიდებელ ფუნქციონირებას შეუდგნენ ამიტომ, ცხადია თუ რაოდენ დიდი ძალისხმევაა საჭირო კერძო სექტორის შემდგომი განვითარებისათვის. მართალია, კერძო სექტორის ჩამოყალიბება ფრიად რთული და კომპლექსური პრობლემაა, მაგრამ მისი დაჩქარება საქართველოსათვის სასიცოცხლოდ აუცილებელია. სხვანაირად ქვეყანა სოციალურ-ეკონომიკური ჩამორჩენილობის დაძლევის ვერ შეძლებს.

აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკის ფინანსთა და ეკონომიკის სამინისტროს მიერ მოწოდებული მასალის საფუძველზე შეიძლება დავასკვნათ, რომ პრივატიზაციის პროცესი მიმდინარეობს რეგიონში არსებული პირობების შესაბამისად. მაგრამ აქვე უნდა აღინიშნოს ისიც რომ მრავალი ხელის შემშლელი ფაქტორი არსებობს, რომელთაგანაც ერთ-ერთი მნიშვნელოვანია სასოფლო-სამეურნეო დანიშნულების მიწის ნაკვეთების კერძო საკუთრებაში გადაცემა. პრობლემის გადასაჭრელად საჭიროა გარკვეული ღონისძიებების განტარება:

- საკანონმდებლო ბაზის მოწესრიგება;
- სასოფლო-სამეურნეო და არასასოფლო სამეურნეო დანიშნულების მიწაზე უფლების აღიარების პროცესის გამარტივება;
- ფაქტიურ სარგებლობაში არსებული მიწის ნაკვეთების დაკანონება;
- სანქციების დაწესება კერძო საკუთრებაში არსებული დაუმუშავებელ და აუთვისებელი მიწებზე;

➤ სახელმწიფოს მხრიდან საპრივატიზაციო ობიექტების ნუსხაში შეტანილი უკვე დანგრეული შენობა-ნაგებობების დემონტაჟი და მხოლოდ მიწის ფართის პრივატიზება.

პრივატიზაცია ზრდის ინვესტიციების მოზიდვის შესაძლებლობას, რაც შრომის ნაყოფიერების გაზრდის და ფასის შემცირების საშუალებას იძლევა. პრივატიზაცია აჭარის რეგიონში სახელმწიფო სექტორს სრულიად შეცვლის კერძო სექტორით, რაც შეამცირებს სახელმწიფოს ხარჯებს მის ბალანსზე არსებული შენობა ნაგებობების თუ კულტურული ძეგლების მოსავლელად.

და ბოლოს შეიძლება ითქვას, რომ ზოგადად მიმდინარე გლობალური პროცესები რომელიც თავისთავად ხელს უწყობს კაპიტალიზმის გამწვავებას და კერძო საკუთრების მაქსიმალურ განვითარებას, ხელს უწყობს პრივატიზაციის პროცესების დაჩქარებას, რაშიც თანაბარი პასუხისმგებლობით არიან ჩართული როგორც კერძო მესაკუთრეები ასევე სახელმწიფო დაწესებულებები.

ლიტერატურა

1. ავტორთა...2008: „გლობალიზაცია და საქართველოს ეკონომიკის განვითარების პერსპექტივები, საერთაშორისო სამეცნიერო კონფერენციის კრებული“ თბილისი, 2008;
2. ვეშაპიძე...2008: „მსოფლიო ეკონომიკა“. თბილისი, 2008;
3. „გლობალიზაცია, როგორც თანამედროვე მსოფლიო ეკონომიკის საყოველთაო არსი“. თბილისი, 2011;
4. სისვაძე...2006: „ეკონომიკური თეორი“. თბილისი, 2006;
5. სტიგლიცი...2012: „გლობალიზაცია და მისი თანმდევი უკმაყოფილება“. თბილისი, 2012;
6. სამადაშვილი...1995: „სახელმწიფო საწარმოების პრივატიზება და კერძო მეწარმეობის განვითარება საბაზრო ეკონომიკაზე გარდამავალ საქართველოში“. თბილისი, 1995;
7. საქართველოს...1995: „საქართველოს კონსტიტუცია“. თბილისი, 1995;
8. აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკის ფინანსთა და ეკონომიკის სამინისტრო - <http://adjara.gov.ge>
9. საქართველოს პარლამენტის ეროვნული ბიბლიოთეკა - www.nplg.gov.ge
10. საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური - <http://geostat.ge/>

References

1. „Globalization of the Economy and Development Prospects, International Scientific Conference” Tbilisi 2008;
2. Veshapidze...2008: “The world economy” Tbilisi 2008;
3. Todua...2011: „Globalization, as a universal essence of the modern world economy” Tbilisi 2011;
4. Sisvadze...2006: “Economic theory” Tbilisi 2006;
5. Stiglitz...2012: “globalization and its discontents” Tbilisi 2012;
6. Samadashvili...1995: “The privatization of state-owned enterprises and development of private entrepreneurship in the transition to a market economy in Georgia” Tbilisi 1995;
7. The Constitution Tbilisi 1995;
8. <http://adjara.gov.ge>;
9. www.nplg.gov.ge;
10. <http://geostat.ge>.

სსიპ –ს სახელმწიფოების ინტეგრაციული თანამშრომლობის
პერსპექტიული მიმართულებები

ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ИНТЕГРАЦИОННОГО
СОТРУДНИЧЕСТВА СТРАН СНГ

PROSPECTIVE AREAS INTEGRATION COOPERATION OF CIS COUNTRIES

გელა გვარიშვილი

GELA GVARISHVILI

ГЕЛА ГВАРИШВИЛИ

პოლიტიკურ მეცნიერებათა
კანდიდატი, ბათუმის ნავიგაციის
სასწავლო უნივერსიტეტის
პროფესორი

Candidate of Political Sciences,
Professor Batumi Navigation
teaching University

Кандидат политических наук,
профессор Батумский учебный
университет навигации

ანოტაცია

სტატიაში გაანალიზებულია ინტეგრაციული პროცესები პოსტსაბჭოთა სივრცეში. გამოთქმულია მოსაზრება, რომ ისინი ვითარდება ეკონომიკური რეგიონალიზმის ზოგადი კანონზომიერების გათვალისწინებით. აქედან გამომდინარე შემთხვევითი არ არის ევრაზიული ინტეგრაციის მონაწილეების მიერ თანაბარსიჩქარიანი მიდგომის გამოყენება, რომლის თანახმადაც, თითოეული სახელმწიფო, წმინდა ინდივიდუალურად, ირჩევს პოლიტიკური მოძრაობის მარშრუტს, ეთანხმება ეროვნული პოლიტიკის კოორდინაციისა და ჰარმონიზაციის სხვადასხვა დონის მიზნებს, თუნდაც შესახელმწიფოებრივი გაერთიანებების შედეგად სუვერენული უფლებამოსილებების გარკვეული ნაწილის დათმობასაც კი, რათა იმოქმედოს თავისი შეხედულებისამებრ და განახორციელოს საკუთარი ინტერესები.

საკვანძო სიტყვები: ინტეგრაციული პროცესები, რეგიონალიზმი, სახელმწიფოთა შორისი, ბიოსაწვავი.

Abstract

The Eurasian Economic Union (EEU), created in 2015 by Russia, Kazakhstan, Kyrgyzstan, Belarus and Armenia, claims to be the first successful post-Soviet initiative to overcome trade barriers and promote integration in a fragmented, under-developed region. Supporters argue that it could be a mechanism for dialogue with the European Union (EU) and other international partners. Critics portray a destabilizing project that increases Russia's domination of the region and limits its other members' relations with the West. On paper, the EEU is an economic, technocratic project that offers some benefits to members, particularly in easing cross-border trade and facilitating labour migration, but also poses economic risks by raising external tariffs and potentially orienting economies away from global markets. So far it has had little economic success, though access to Russia's labour market has been an important motivator and, on balance, a positive outcome for struggling post-Soviet economies. The article analyzes the processes taking place within the framework of EEU and in its conclusions suggests that regardless of any difficulties of an economic or political nature, which stand in the way of applicant countries joining the customs union and/or the EEU, or which hinder negotiations about agreeing a common free trade area, the increase in Eurasian integration has more positive than negative results for the parties involved. The positive effects of expansion, which occur automatically for members of the EEU and/or customs union, are plain to see. These positive effects of expansion include primarily the consolidation of reciprocal trade relationships; the expansion of sales markets; the regulation of questions of transport and commerce stability; the legalization of a significant amount of work force migration, which previously lay in a grey area. The

issue of a potential equalization across the entire region of Eurasia with the Chinese economic expansion could also be an important consequence of the Eurasian integration process.

Keywords: *Integration processes; Regionalism; Biofuels; Interstate.*

Вступление. Интеграционные процессы на постсоветском пространстве, безусловно, развиваются с учетом общих закономерностей экономического регионализма. В этой связи не случайно использование участниками евразийской интеграции равноскоростного подхода, согласно которому каждое государство, в сугубо индивидуальном порядке, выбирает маршрут политического движения, соглашается на различные меры по координации и гармонизации национальной политики, вплоть до уступки части суверенных полномочий надгосударственным объединениям, по своему усмотрению и в осуществление своих интересов.

В этом отношении особого внимания заслуживает подход в рамках Единого экономического пространства, основанный на четырех свободах - свободе движения товаров, услуг, капитала и рабочей силы. По мнению экспертов, именно эта форма интеграции способствует наиболее эффективному использованию экономического потенциала стран-участниц, что, в свою очередь, является залогом успеха региональной экономической интеграции.

Результаты исследования. В настоящее время создана обширная международно-правовая база, которая должна стать основой работы надгосударственных органов ЕАЭС, обеспечивающих деятельность в макроэкономическом и в отраслевом разрезе. Так, помимо макроэкономических органов – Экономического совета и Экономического Суда СНГ, Комиссии по экономическим вопросам при Экономическом совете, существует 39 органов отраслевого сотрудничества СНГ. При этом в контексте взаимной торговли и базовых направлений интеграции особо выделяются – Электроэнергетический совет, Совет по железнодорожному транспорту, Координационное транспортное совещание, Региональное сотрудничество в области связи, Совет руководителей таможенных служб, Межправительственный совет по вопросам агропромышленного комплекса, Межгосударственный совет по антимонопольной политике. Очевидно, что последний совет имеет ключевое значение для обеспечения добросовестной конкуренции в СНГ, соблюдения антимонопольного законодательства на пространстве СНГ, приведения правовых и регулятивных норм конкурентной политики в соответствие с международными нормами.

В настоящее время базовым документом по решению большинства экономических проблем

интеграции стран СНГ (в том числе в отраслевом разрезе) является Стратегия экономического развития СНГ на период до 2020 года. В Стратегии определены цели развития торговли, топливно-энергетического и агропромышленного комплексов, транспорта, сферы инноваций. Конкретная реализация положений Стратегии осуществляется в рамках планов, в которых отражаются особенности каждого ее этапа. Основные итоги выполнения первого этапа (2009–2011 гг.) Стратегии, прежде всего, создание Зоны свободной торговли, свидетельствуют о повышении уровня взаимодействия стран СНГ и соответствующих органов отраслевого сотрудничества. В настоящее время реализуется План мероприятий по реализации второго этапа (2012–2016 годы).

Так, в области энергетики проводятся совместные скоординированные действия заинтересованных стран СНГ по созданию общего электроэнергетического рынка, расширения торговли электрической энергией, повышения устойчивости и надежности электроснабжения, а также качества обслуживания потребителей – как в странах СНГ, так и за его пределами. Организована параллельная работа электроэнергетических систем стран СНГ, в том числе с участием Латвии, Литвы, Эстонии и Монголии. В 2009 году утверждена Концепция сотрудничества стран СНГ в сфере энергетики, а также план мероприятий по ее реализации, который охватывает все важнейшие направления топливно-энергетического комплекса, в том числе углеводородные ресурсы, электроэнергетику и энергосбережение. В целях обеспечения энергетической безопасности стран СНГ принята Рамочная программа по их сотрудничеству в области мирного использования атомной энергии на период до 2020 года.

В сфере транспорта проводится согласованная политика, направленная на развитие общих рынков транспортных услуг, повышение эффективности тарифной политики, обеспечение безопасности на транспорте. В соответствии с утвержденными в 2008 году Приоритетными направлениями сотрудничества стран СНГ в сфере транспорта на период до 2020 года подписано Соглашение о согласованном развитии международных транспортных коридоров по территории стран СНГ, формируется Координационный комитет транспортных коридоров СНГ, разработан проект Концепции стратегического развития железнодорожного транспорта. Для повышения уровня взаимодействия между различными видами транспорта при осуществлении международных грузовых перевозок необходимо,

очевидно, также согласованная политика стран СНГ в области совместного (на основе государственно-частного партнерства) развития и использования железнодорожного, автомобильного, авиационного, морского и речного транспорта (в том числе их взаимозаменяемости).

Крупнейшее направление интеграции – продовольствие, сельское хозяйство, агропромышленные комплексы. Проблема состоит в том, что в настоящее время значительная часть товаров розничных рынков стран СНГ обеспечивается за счет импорта из третьих стран продовольственной и сельскохозяйственной продукцией, цены на которые растут практически непрерывно. При этом существует большая вероятность долгосрочного роста этих цен, в том числе по причине роста численности мирового населения, доходов и потребления в развитых и развивающихся странах (Латинской Америки и Юго-Восточной Азии), а также использования ряда продовольственных товаров в производстве биотоплива. Иначе говоря, глобальные изменения на мировых рынках продовольствия, как и участившиеся в последнее время экстремальные погодные условия, требуют от стран СНГ принятия адекватных совместных мер для обеспечения продовольственной безопасности. Прежде всего – формирования согласованной агропромышленной политики, своевременных мер реагирования на дисбаланс продовольственных рынков, повышения конкурентоспособности и устойчивости агропромышленного комплекса и аграрных рынков стран СНГ, создания условий для эффективного использования всего комплекса их природных, производственных и финансовых ресурсов. Поэтому важные направления интеграции в аграрной сфере – развитие межгосударственной специализации и создание общего аграрного рынка стран СНГ (на основе рынков зерна, мясомолочной, плодоовощной продукции и картофеля), обеспечение доступности государственных закупок для сельхозпроизводителей стран СНГ, развитие межгосударственного лизинга продукции животноводства, сельскохозяйственной техники и оборудования.

Наконец, приоритетной задачей стран СНГ является тесное сотрудничество в инновационной сфере, направленное на создание общего инновационного пространства, снижение энерго и материалоемкости и повышение конкурентоспособности их экономик практически по всем отраслевым направлениям. Для решения этой задачи создан Межгосударственный совет СНГ по сотрудничеству в научно-технической и инновационной сфере, утверждены Основные направления долгосрочного сотрудничества стран СНГ в инновационной сфере и принята Межгосударственная программа инновационного

сотрудничества стран СНГ до 2020 года. Очевидно, что без решения этой задачи интеграция стран СНГ в любом формате будет неэффективной.

Практическим результатом реализации указанных направлений должно стать многократное увеличение объемов и интенсивности взаимной торговли стран СНГ (наряду с ростом взаимных прямых инвестиций) – через механизмы согласованной торговой политики. Так, в 2000-х годах такая политика была направлена, в частности, на сокращение числа тарифных и нетарифных ограничений при импорте товаров. Это стало одним из факторов роста товарооборота стран СНГ за 2000–2011 годы более чем в 4,5 раза.

Концепция межрегионального и приграничного сотрудничества стран СНГ, утвержденная в 2004 году, способствовала реализации имеющегося в этой области потенциала, за счет вовлечения регионов России и других стран СНГ во взаимную торговлю, развития сотрудничества на межрегиональном уровне, как одного из ключевых направлений интеграционных процессов в СНГ. Такое сотрудничество имеет важное значение, потому что потенциал внешних связей, как с третьими странами, так и со странами СНГ, распределен между регионами России после распада СССР неравномерно. Так, хотя внешнеторговые связи со странами СНГ имеют практически все регионы России. Большинство крупных ее регионов, богатых сырьем сориентированы преимущественно на торговлю с третьими странами (более половины российского экспорта).

Серьезное влияние на интеграционные процессы и их современное состояние оказало изменение после распада СССР отраслевой структуры экономик стран СНГ, в результате чего сформировались два крупных и, что самое главное, практически автономных друг от друга комплекса. Во-первых, сырьевой комплекс, который ориентирован в основном на экспорт, причем, преимущественно в третьи страны. Во-вторых, обрабатывающий комплекс, который не имеет достаточно устойчивые рынки сбыта ни внутри стран СНГ, ни за их пределами, за исключением продукция ВПК, которая, тем не менее, также ориентирована (прежде всего, в России и Украине) главным образом за пределы СНГ (в Индию, Китай, Пакистан, некоторые арабские страны).

Не менее серьезной проблемой постсоветской интеграции является тот факт, что многие страны СНГ (особенно Украина) являются должниками крупных зарубежных ТНК и мировых кредиторов (МВФ, Мирового банка). Все это очевидно сужает внутренние рынки стран СНГ, а также их взаимный товарооборот, увеличивая объемы внешней торговли с третьими странами. Так, наибольшее значение роста общего объема внешней торговли имело место

в 2004 году в Казахстане (154,1%), наименьшее – в 2009 году в Украине (55,8%). На первом месте среди стран-экспортеров и импортеров была (продолжает оставаться) Россия, на втором месте по экспорту – Казахстан, а по импорту – Украина. Эта тенденция была сломлена мировым экономическим кризисом 2008-2009 годов, который вызвала резкое снижение практически всех экономических показателей стран СНГ. В 2009 году внешнеторговый оборот в СНГ сократился на 38%, также сократился объем взаимной торговли стран СНГ. Наибольшее влияние на объем внешней торговли кризис оказал в Украине, наименьшее – в Азербайджане. Кризис сильнее отразился на ВВП Армении, Молдовы, России и Украины, привел к спаду промышленного производства (за исключением Азербайджана, Казахстана и Узбекистана).

В этих условиях для разработки согласованных действий по преодолению последствий кризиса в конце 2008 года Советом глав государств СНГ было создано постоянно действующее совещание министров финансов стран СНГ. Реализация разработанного Плана совместных мер по ликвидации последствий мирового финансово-экономического кризиса на 2009–2010 годы способствовала преодолению негативных последствий кризиса, стабилизации экономик стран СНГ. Так, уже со второй половины 2009 года наблюдалась тенденция роста большинства их основных макроэкономических показателей. В 2010 году в большинстве стран СНГ увеличился ВВП, его прирост составил 4,5 % по отношению к 2009 году. Наиболее высокие темпы роста отмечались в Туркменистане (9,2% в 2010 году и 14,8% в 2011 году) и Узбекистане (8,5% в 2010 году и 8,3% в 2011 году). В то же время в Азербайджане, ВВП которого увеличивался в 2005–2007 годах на 25–35% в год, в 2010–2011 годах происходило относительное замедление динамики ВВП (5% в 2010 году и 0,1% в 2011 году). Так или иначе, именно скоординированные действия стран СНГ позволили в последующем более или менее плавно перейти на траекторию экономического роста. Это имело очевидные внешнеполитические последствия, укрепило совокупные позиции стран Содружества на мировой арене, заставив считаться с их интересами.

Так, в 2011 году Азербайджан, Казахстан, Киргизия, Молдавия, Таджикистан, Россия и Узбекистан превысили предкризисный уровень ВВП, а Казахстан вышел на второе место среди стран СНГ, обогнав Украину. Соответственно изменился и ВВП на душу населения, наибольшее значение которого в 2011 году было достигнуто в России и Казахстане. Началось также восстановление промышленного производства – в 2010 году его прирост составил 8,7%, расширился инвестиционный и потребительский спрос, улучшились условия кредитования реального

сектора экономики и на рынке труда. В 2010 году рост внешней торговли (экспорта – на 31%, импорта – на 30%) происходил во всех странах СНГ – и во взаимной торговле, и в торговле с третьими странами. Тем не менее, стала доминировать докризисная тенденция – объем торговли стран СНГ с третьими странами начал значительно превышать объем взаимной торговли. Лидером роста торговли с третьими странами вновь стала Россия, второе и третье места по экспорту заняли Казахстан и Украина, в импорте – Украина и Казахстан 121.

Это означало, что локомотивом их роста вновь стала мировая экономика, а не экономики постсоветских стран и их интеграция. В итоге, хотя во многих странах СНГ темпы роста экспорта выше темпов роста импорта, профицит торгового баланса имели лишь Азербайджан, Казахстан и Россия. Самый же крупный дефицит торгового баланса в СНГ был у Украины.

Фактически, в странах СНГ не оказалось собственных – национальных и интеграционных (транснациональных) локомотивов экономического роста и, как следствие, стимулов и механизмов использования их экономических потенциалов. Совокупный потенциал постсоветских стран, при всем его огромном разнообразии и богатстве, в том числе в отраслевом разрезе, продолжал «простаивать». Все это неизбежно привело к замедлению темпов роста их экономик в начале 2012 года. Так, в первой половине 2012 года ВВП вырос во всех странах СНГ, в среднем на 4,5% (за первую половину 2011 года – на 4,3%). Исключение составила Киргизия, где произошло снижение прироста ВВП на 5,6%. Наиболее же высокие темпы прироста ВВП имели место в Туркменистане (11,1%), Узбекистане (8,1%), Таджикистане (7,4%), Армении (6,2%). В первом полугодии 2012 года по сравнению с соответствующим периодом 2011 года объем инвестиций в основной капитал увеличился на 11,2% (в первом полугодии 2011 года – на 5,4%). Наибольший рост произошел в Туркменистане (38,1%), Азербайджане (29,6%), Украине (29,1%), России (11,6%) и Киргизии (10,2%). Снижение инвестиций в основной капитал имело место в Таджикистане (на 27,1%), Белоруссии (на 19,2%), Армении (на 6,7%) и Молдавии (на 0,6%).

При этом замедлились темпы прироста промышленного производства. Так, в первой половине 2012 года объем промышленного производства в странах СНГ вырос на 2,6% (в первой половине 2011 года – на 5,5%). Хотя рост и отмечался во всех странах СНГ, повышение темпов роста объема производства промышленности (по сравнению с первой половиной 2011 года) отмечалось лишь в Армении (13%), Таджикистане (12%) и Узбекистане (7%). Добыча нефти в странах СНГ возросла на 0,4%, угля – на 4%, а добыча газа снизилась на 2%.

Производство автомобильного бензина увеличилось на 4%. Производство электроэнергии возросло на 3%. Производство проката черных металлов возросло на 4%. Увеличилось производство автомобилей: грузовых – на 5% и легковых – на 20%, тракторов – на 7%, хотя темпы их выпуска были значительно ниже, чем в первом полугодии 2011 года. Незначительно увеличилось производство пластмасс в первичных формах – на 0,5%. При этом неоднозначные результаты показывал аграрный сектор. Сократилось производство минеральных удобрений – на 1%, Продукция сельского хозяйства в СНГ в первом полугодии 2012 года выросла на 4,3%. Столь же неравномерным было развитие легкой промышленности. Производство тканей увеличилось на 7%, а производство обуви снизилось на 7%.

Замедлились темпы прироста грузовых перевозок (без трубопроводного транспорта) – 8,7% (в первом полугодии 2011 года – 11,8%) и грузооборота – 5,6% (7,2%). Перевозки железнодорожным транспортом (с учетом транзита) выросли на 3,1%. Перевозки автомобильным транспортом увеличились на 12,3%. Перевозки морским транспортом уменьшились на 10,2%. При этом перевозки воздушным транспортом увеличились на 4,2%. Одновременно сократились перевозки грузов (сырья) по магистральным трубопроводам (на 3,5%). Оборот розничной торговли (в постоянных ценах) увеличился на 8,3%. В целом темпы роста цен на услуги опережали темпы роста цен на продовольственные и непродовольственные товары.

В первом полугодии 2012 года общий объем внешней торговли стран СНГ вырос по сравнению с первым полугодием 2011 года на 7%, в том числе экспорт – на 8%, импорт – на 6% (темпы прироста варьировались от 4% в Молдавии до 17% в Белоруссии). При этом рост был в значительной мере связан с ростом цен на сырье (основной экспортный товар).

Тогда же, в первом полугодии 2012 года объем взаимной торговли, товарооборот стран СНГ вырос по сравнению с первым полугодием 2011 года лишь на 1%, в том числе экспорт – на 0,9%, импорт – на 2% (в первом полугодии 2011 года по сравнению с аналогичным периодом 2010 года прирост составлял 48%, экспорта – 47%, импорта – 49%). Наибольший удельный вес в общем объеме взаимной торговли традиционно приходился на Россию (42%), Украину (22%), Беларусь (2%) и Казахстан (12%). Доля взаимной торговли в общем объеме внешней торговли стран СНГ снизилась с 23% в первом полугодии 2011 года до 21,7% - в первом полугодии 2012 года, при этом отрицательное сальдо баланса взаимной торговли сложилось во всех странах СНГ, кроме России.

Таким образом, всё вышеизложенное подтверждает, что процессы в странах СНГ

происходили в условиях замедления мировой экономики и торговли – как с третьими странами, так и между странами СНГ, сокращения спроса на экспортные товары стран СНГ и ввоза иностранных инвестиций, роста вывоза капиталов (особенно в оффшоры). Невысокие темпы роста поддерживались фактически (без учета роста цен на внутренние и экспортные товары) за счет роста розничной торговли и сельского хозяйства, частичной переориентации спроса на внутренние секторы экономики. Эта тенденция выявила необходимость скорейшего выстраивания национальных и транснациональных механизмов совместного использования богатых экономических потенциалов стран СНГ. Для этого нужна была политическая воля лидеров стран Содружества, их убежденность в необходимости взаимодействия в общих интересах.

Поэтому сегодня, по мнению большинства экспертов международных экспертов, которое трудно опровергнуть, для стран СНГ является особенно актуальным увеличение доли их взаимной торговли, оптимально – до 30%, как и развитие отраслей, сориентированных на внутренние рынки – прежде всего, сельского хозяйства, жилищного строительства и инфраструктурных объектов. Более того, позитивным является введение временных ограничений на торговлю (экспорт либо импорт) с третьими странами сырьевыми, промышленными и продовольственными товарами, необходимыми для решения этих задач (это касалось, например, зерноуборочных комбайнов в России, труб большого диаметра в Украине, карьерных самосвалов в Белоруссии). Стало явным, что развитие экономической интеграции неразрывно связано с созданием эффективных платежно-расчетных механизмов во взаимной торговле, организацией единого валютного рынка, а также с развитием общих рынков отдельных видов товаров (услуг).

Существенное значение имел тот факт, что 74% общего объема взаимной торговли стран СНГ приходился на страны Таможенного союза – Россию, Белоруссию и Казахстан (в первом полугодии 2011 года – 72%). При этом российская экономика составляла основу не только хозяйства Таможенного союза, значительной была и остаётся часть ее экспорта во все страны СНГ (около 50%) - топливно-энергетические ресурсы, машины и оборудование (18%), продукция химической промышленности (10%), металлы (10%). В страны СНГ вывозится большая часть российского экспорта продукции сельскохозяйственного машиностроения, двигателей внутреннего сгорания, электрических аккумуляторов, железнодорожных и трамвайных вагонов и других товаров. В свою очередь, Россия импортирует из стран СНГ различные виды промышленных и продовольственных товаров, а также сырье, в частности, марганцевые, хромовые,

титановые и циркониевые руды, хлопковое волокно.

В целом это и является исходной хозяйственной базой для интеграции стран СНГ. Однако здесь необходимо учитывать не только имеющийся в странах СНГ производственный (в том числе сырьевой) потенциал, но и численность населения, в том числе экономически активного, и его распределение по отраслям. Так, численность постоянного населения в странах СНГ практически не меняется. При этом в европейской части Содружества (в Белоруссии, России и Украине) она уменьшается, а в азиатской (в Азербайджане, Казахстане, Киргизии, Таджикистане и Узбекистане) – увеличивается. Численность экономически активного населения в целом за первое полугодие 2012 года составляла 139 млн. человек.

Отраслевая структура работников постоянно характеризуется более высокой долей занятых в сфере услуг – от 53% в Белоруссии до 82 % в Киргизии. В свою очередь, доля работников, занятых в промышленности, строительстве, сельском и лесном хозяйстве, составляет в странах СНГ от 18% до 47 %. Очевидно, что проблема состоит также в уровне квалификации этих работников, его соответствии задачам перехода экономик стран СНГ к инновационным моделям развития, более того, задачам освоения их экономических потенциалов.

Организационную основу механизма евразийской интеграции составляет разветвленный комплекс межгосударственных связей. При этом все страны СНГ имеют созданные совместно с Россией Межправительственные комиссии по сотрудничеству, которые рассматривают вопросы развития интеграционного взаимодействия в областях промышленности, науки и новых технологий, транспорта, инвестиционного и банковского сотрудничества, атомной энергетики, сельского хозяйства, межрегионального и приграничного сотрудничества, военно-технического сотрудничества, охраны окружающей среды и природопользования, миграции и развития системы пунктов пропуска на границах со странами СНГ.

Вывод. Таким образом, даже краткий обзор со всей очевидностью показывает наличие у постсоветских стран Евразии огромного совокупного экономического потенциала, требующего грамотного освоения и использования. Объединение этих потенциалов в единую транснациональную хозяйственную структуру создает объективные предпосылки для создания мощнейшего регионального

центра политического и экономического развития.

Социально-экономические задачи и здесь неразрывно связаны с политическими и международно-политическими. Заполнение бесконтрольного, фактически и непрерывно расширяющегося геополитического и социально-экономического вакуума на постсоветском пространстве, а также защита указанных ресурсов являются одними из ключевых целей и задач будущего ЕАЭС. Формирование этого союза и определение путей его дальнейшего движения зависит, прежде всего, от позиции, политики и решений руководства стран, составляющих ядро ЕАЭС, прежде всего, России.

Для успешного решения столь многогранных политических задач необходимо выстраивать политическую стратегию, позволяющую поэтапно решать жизненно важные для стран СНГ задачи. Ключевая роль в иницировании совместных внешнеполитических шагов, отстаивании интересов населения стран, участвующих в евразийской интеграции, обеспечении нерушимости внешних границ Содружества и защиты от внешних угроз, включая экономическую экспансию, отводится Российской Федерации. Однако активность такого включения должна иметь концептуальные основания и гарантировать равноправность интересов всех участников Содружества. Иначе говоря, это включение должно происходить на основе внешнеполитической платформы, дающей ключ к решению актуальных мировых и региональных проблем. Такая доктринальная платформа - это, по сути, и есть концепция многополярного мира, в которую удачно вписывается ЕАЭС.

Создание ЕАЭС с политической, международно-политической точки зрения означает фактический демонтаж современного американского доминирования в мире и переход к неуклонному формированию многополярной мировой архитектуры. В этом многополярном мире США должны будут остаться крупной экономической и политической державой, одним из центров силы и влияния на международной арене. Точно так же, как и Китай, ЕС и другие центры (полюса мировой политики).

Таким образом, ЕАЭС призван стать одним из нескольких полюсов будущего многополярного мира, способным использовать традиционно сильные стороны Евразии для формирования сбалансированной системы партнерства - огромные территории, энергетику и природные ресурсы.

Список использованной литературы:

1. Источники Законодательные и нормативные акты.
2. Договор о создании Содружества Независимых Государств (г. Минск, 12.12 1991 г.).
3. Алма-атинская Декларация (г. Алма-Ата, 21.12.91г.).
4. Устав Содружества Независимых Государств (г. Минск, 22.01.93г., Решение СГГ СНГ).
5. Договор о создании Экономического союза (г. Москва, 24.09.93г.).
6. Соглашение о формировании единого экономического пространства 19 сентября 2003 года.
7. Концепция формирования единого экономического пространства 19 сентября 2003 года;
8. Соглашение о Таможенном союзе от 20 января 1995 г.
9. Договор о Таможенном союзе и Едином экономическом пространстве от 26 февраля 1999 г.
10. Договор об учреждении Евразийского экономического сообщества от 10 октября 2000 г.
11. Декларация о евразийской экономической интеграции от 18 ноября 2011 г.
12. Договор о Евразийском экономическом союзе от 29 мая 2014 г. Другие источники
13. Акаев А.А. Постсоветское двадцатилетие: ожидания и реальность // Мир перемен. – 2011. – № 4
14. Бородин П.П. Торможение интеграции неплохо проплачивается // Российская Федерация сегодня. – 2005. - № 8.
15. Назарбаев Н.А. Евразийский Союз: идеи, практика, перспективы, 1994-1997. – М.: Фонд содействия развитию социальных и политических наук, 1997
16. Бажанов Е.П. Экономика СНГ: десять лет реформирования и интеграционного развития. - М., 2001
17. Бельянинов А.Ю. Таможенный союз – основа интеграционного взаимодействия стран Содружества Независимых Государств. - М.: Научная книга, 2010.
18. Бельянинов А.Ю., Мантусов В.Б. Интеграция стран СНГ: этапы, условия и предпосылки взаимодействия. - М.: Научная книга, 2012.
19. Бельянинов А.Ю. Направления интеграционного взаимодействия стран СНГ. - М.: Научная книга, 2012.
20. Быков А.Н. Геополитические аспекты евразийской интеграции. – М.: ИЭ РАН, 2012.
21. Бураковский И. Экономическая интеграция и безопасность в регионе СНГ. М.: Издательский дом “Деловая литература”, 2004.
22. Вардомский Л.Б. Регионализация постсоветского пространства: факторы, особенности, тенденции. – М.: ИЭ РАН, 2008.
23. Интеграционные процессы в странах СНГ: тенденции, проблемы и перспективы. - М., 2008
24. Кротов М.И. Политико-экономические проблемы модернизации: опыт России и СНГ (очерки). – СПб., 2011.
25. Мантусов В.Б. Международная экономическая интеграция в современных мирохозяйственных отношениях. Дипломатическая академия МИД России. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2011
26. Мантусов В.Б., Бельянинов А.Ю. Содружество Независимых Государств: политические и экономико-правовые аспекты интеграции. - М.: Восток-Запад, 2011
27. Международное сотрудничество государств - членов Евразийского экономического сообщества по формированию таможенного союза и единого экономического пространства в современных геополитических условиях (экономические и правовые аспекты) / Под ред. В.П. Кириленко. – СПб.: Российская таможенная академия, С.-Петербургский филиал им. В. Б. Бобкова, 2012
28. Модернизация как альтернатива глобализации: потенциал экономической интеграции стран СНГ: сборник статей / Международная научно-практическая конференция по экономике. Т. 1, 2. – Краснодар: ЦНТИ. – 2012
29. Национальные особенности проявления мирового финансового кризиса в постсоветских странах. - М., ИЭ РАН. – 2010
30. Новые независимые государства: сравнительные итоги социально-экономического развития / Под ред. Л.Б. Вардомского. — М.: ИЭ РАН, 2012.
31. Осипов Г.В. Евразийский союз: новые рубежи, проблемы и перспективы: материалы научной сессии. – М.: ИСПИ РАН, 1996.
32. Перспективы углубления интеграционных процессов на постсоветском пространстве /Ред. П.В. Гребенников. – М.: РИСИ, 2012
33. Постсоветские страны и финансовый кризис в России / Под ред. Л.Б.Вардомского. - М., 2000.
34. Постсоветское пространство в глобализирующемся мире. Проблемы модернизации / Отв. ред. Л.З. Зевин. – СПб.: Алетейл, 2008

35. Тенденции социально-экономического развития государств – участников СНГ за 1994-2011 годы. – М.: Исполнительный комитет СНГ, 2012
36. Ушкалова Д.И. Процессы регионализации на постсоветском пространстве: вызовы российско-белорусской интеграции / Ин-т экономики РАН. - М.: ИЭ РАН, 2010.
37. Филькевич И.А. Перспективы развития экономического потенциала Содружества Независимых Государств. М., 2011
38. Шурубович А.В. Некоторые теоретические аспекты экономического взаимодействия стран СНГ (научный доклад). ИМЭПИ РАН. - М.: АОЗТ «Эпикон», 2000.
39. Алчинов В.М. Международная экономическая интеграция и СНГ. // Ежегодник СНГ. Дипломатическая академия МИД России. М.: Научная книга, 2004
40. Аспекты модернизации постсоветского пространства: к вопросу о создании Евразийского союза. – М.: ИСПИ РАН, 1994
41. Астапов К. Формирование единого экономического пространства стран СНГ // Мировая экономика и международные отношения. - 2005. - № 1.
42. Бельянинов А.Ю. Выход из интеграционного кризиса через повышение эффективности деятельности СНГ // Политика и общество. - 2013.- № 2.
43. Бельянинов А.Ю. Формирование Таможенного союза в рамках ЕврАзЭС и место таможенных служб в интеграционном процессе // Научно-политический журнал «Государственная служба».- 2012
44. Бельянинов А.Ю. Экономическая интеграция в СНГ // Обозреватель, - № 3, 2013
45. Васильева Н.А., Лагутина М.Л. Проект «Евразийский экономический союз» в оценках экспертного сообщества // Вестник международных организаций, - № 4, 2013
46. Воробьев В.П. Пути оптимизации институциональной системы СНГ //СНГ. Ежегодник //Институт актуальных международных проблем ДА МИД России. – М.: Восток – Запад, 2007
47. Головнин М.Ю., Ушкалова Д.Ю. Интеграционные проекты в регионе // Евразия в поисках идентичности / Под ред. С.П.Глинкиной. - М., СПб., 2011. С. 185–187.
48. Гринберг Р.С. Весна Евразийского союза: хрупкие надежды // Мир перемен. – 2012. – № 1.
49. Двадцать лет СНГ: состояние и перспективы: материалы международной научно-практической конференции. – М.: Институт стран СНГ, 2012
50. Жильцов С.С., Воробьев В.В., Бурганова И.Н. Сценарии
51. межгосударственной интеграции на постсоветском пространстве в рамках СНГ //Известия Российского государственного педагогического университета. - №4(22), 2006
52. Косикова Л.С. Трансформации в СНГ и их последствия для отношений с Россией // Россия и Центрально Восточная Европа: трансформации в конце XX - начале XXI века. В 2-х т. / Под ред. С.П.Глинкиной и И.И.Орлика. - М.: Наука, 2005
53. Лохматов. Е. Евразийское экономическое сообщество: этапы становления // Бюллетень иностранной коммерческой информации. – 24 декабря 2006 Рапота Г. Перспективы евразийской интеграции стран СНГ // Проблемы теории и практики управления. – Кн. 1. – М., 2003
54. Рудов Г.А. Сотрудничество государств Центральной Азии с Россией и другими «векторами воздействия» в регионе \ Тематический сборник. (Учебное пособие). «Геополитические проблемы Евразийского пространства». Москва, «Научная книга», 2006. С. 134-144.
55. Тиммерманн Х. Процессы дезинтеграции и реорганизации СНГ // Мировая экономика и международные отношения. - 1998. - № 4
56. Ушкалова Д., Головнин М. Теоретические подходы к исследованию международной экономической интеграции // Научные доклады ИЭ РАН. - М., 2011.

საქართველოს როლი კასპიის ზღვის ენერგორესურსების ტრანსპორტირებაში

GEORGIA'S ROLE IN THE TRANSPORTATION OF ENERGY RESOURCES OF THE CASPIAN SEA

პაატა აროშიძე

PAATA AROSHIDZE

ეკონომიკის დოქტორი, ბათუმის შოთა
რუსთაველის სახელმწიფო უნივერსიტეტის
ასოცირებული პროფესორი

Doctor of Economics, Associate Professor of
Batumi Shota Rustaveli state university

ანოტაცია

ნაშრომში განხილულია საქართველოს სატრანზიტო ფუნქცია და კერძოდ საქართველოს როლი კასპიის ზღვის ბუნებრივი რესურსების (ნავთობი, გაზი) ტრანსპორტირებაში. საბჭოთა კავშირის დაშლის შემდეგ კავკასიასა და კერძოდ კასპიის ზღვის რეგიონში, წარმოიქმნა სპეციფიკური სიტუაცია. საქართველოს დამოუკიდებლობის მოპოვებისა და საბჭოთა კავშირის დაშლის შემდეგ დიდი მნიშვნელობა მიენიჭა კასპიისპირა ნავთობის ტრანსპორტირების საკითხს. 70 წლის განმავლობაში, კასპიის ზღვის სტატუსი განსაზღვრული იყო 2 მოსაზღვრე ქვეყნის - საბჭოთა კავშირისა და ირანის მიერ ხელმოწერილი ხელშეკრულებებით: ხელშეკრულება რუსეთის ფედერაციასა და სპარსეთს შორის, რომელიც დაიდო 1921 წლის 26 თებერვალს და ხელშეკრულება საბჭოთა კავშირსა და ირანს შორის, დადებული 1940 წლის 25 მარტს. საბჭოთა კავშირის დაშლის შემდეგ რეგიონში მოქმედებს 5 სახელმწიფო - რუსეთის ფედერაცია, ყაზახეთი, აზერბაიჯანი, თურქმენეთი და ირანი. ეს სახელმწიფოები წარმოადგენენ განსხვავებული მენტალიტეტის, კულტურის, პოლიტიკური და ეკონომიკური მისწრაფებების მქონე ქვეყნებს. რუსეთის ფედერაციას სურს ისეთივე ჰეგემონობა კასპიის რეგიონსა და მთელ კავკასიაში, როგორც მას გააჩნდა საბჭოთა კავშირის დროს, გამოკვეთილია ირანის ინტერესებიც. ცენტრალურ აზიას სულ სხვა ტიპის პრობლემები გააჩნია - თითოეული ამ ქვეყნიდან მიისწრაფვის თავისი შიდა სიძნელების გადალახვისაკენ. ბოლო პერიოდში გამოიკვეთა ევროპისა და აშშ-ს ინტერესებიც. კასპიის რეგიონზე და კავკასიაზე კონტროლით აშშ ცდილობს ცენტრალურ აზიაში გაიმყაროს პოზიციები და ეს რეგიონი მოწვევით რუსეთის გაგლენას. ამ ფონზე რუსეთი აწესებს გარკვეულ შეზღუდვებს.

საერთაშორისო პროექტებში საქართველოს ჩართულობა მომგებიანია პირველ ყოვლისა საქართველოსათვის. გარდა ეკონომიკური თვალსაზრისისა, მილსადენებს გააჩნია პოლიტიკური დატვირთვა. ის არის გარანტია პოლიტიკური სტაბილურობისა. თუმცა უნდა აღინიშნოს ის ფაქტიც, რომ ამ ფაქტორმა რუსეთს ხელი ვერ შეუშალა 2008 წლის აგვისტოში დაებოძა ბაქო-თბილისი-ჯეიჰანის ნავთობსადენის საქართველოში გამავალი მონაკვეთი. მაგრამ 2008 წლის შემდეგ სიტუაცია შეიცვალა. ევროპა მივიდა იმ დასკვნამდე, რომ აუცილებელია ალტერნატიული ნავთობ და გაზ მომარაგების არსებობა, რადგან რუსეთის ფედერაციას შეუძლია მის ხელთ ნავთობსადენის სახით არსებული ბერკეტი ნეგატიურად გამოიყენოს.

ჩვენის აზრით, დღევანდელ სიტუაციაში, ევროპისათვის მნიშვნელოვანია საქართველო, ისევე როგორც საქართველოსათვის - ევროპა, რადგან მხოლოდ საქართველოს ტერიტორიის გამოყენებითაა შესაძლებელი ევროპის უსაფრთხო გაზმომარაგება. საქართველოსათვის პროექტის განხორციელება საშუალებას იძლევა ეკონომიკური და პოლიტიკური სტაბილურობისათვის, გარდა ამისა, ეს არის ყველაზე მოკლე გზა ევროინტეგრაციისათვის.

საკვანძო სიტყვები: საქართველო, კასპიის რეგიონი, მილსადენი, ბაქო-თბილისი-ჯეიჰანი.

Abstract

After the collapse of the Soviet Union, the Caucasus and the Caspian region to establish a special situation. The battle for the development and transportation of Caspian oil. On the agenda was the question of resolving the legal status of the Caspian Sea. The decision of the legal status of the Caspian Sea is of great importance in order to select a route for the transportation of energy resources. Today, through the territory of Georgia laid the Baku-Tbilisi-Ceyhan and Baku - Supsa oil pipeline and South Caucasus gas pipeline, which run parallel to the Baku-Tbilisi-Ceyhan pipeline. The Baku-Tbilisi-Dzheyhan- first direct route for transporting oil between the Caspian and Mediterranean seas, the total construction cost of which amounted to 4 billion. US dollars. This route is economical and allows for safe transport of oil over long distances. In addition, the existing oil reduces oil transportation in large numbers across the Bosphorus.

Keywords: Georgia, Caspian region, pipeline, Baku-Tbilisi-Ceyhan

Introduction:

After the collapse of the Soviet Union, the Caucasus and the Caspian region to establish a special situation. The battle for the development and transportation of Caspian oil. On the agenda was the question of resolving the legal status of the Caspian Sea.

During the period of the Soviet Union, the status of the Caspian Sea has been defined by the Treaty signed between the Soviet Union and Iran. After 1991, on the coast of the Caspian Sea were formed 5 states with different political, ethnic and economic aspirations.

Main text:

On the coast of the Caspian Sea has 5 states:

1. The Russian Federation - to the west and north-west by the Caspian Sea, the coastal strip length - 695 km.
2. Kazakhstan - bordering the Caspian Sea to the north, east and northeast of the coastal strip length of 2320 km.
3. Turkmenistan - from the south-east coastal strip length of 1200 km.
4. Iran is bordered on the south, the coastal strip length - 724 km.
5. Azerbaijan - from the southeast, the length of 955 km.

At present, the Caspian region are considered Caucasian sub-region, which includes Russia and Azerbaijan (also can not be ignored the interests of Georgia and Armenia), the sub-region of Central Asia- Kazakhstan and Turkmenistan (their interests are Uzbekistan and Tajikistan) and the southern sub-region, the center of which is the Islamic Republic Iran. In the Caspian region are strongly influenced by the interests of Turkey.

After the collapse of the Soviet Union, the situation in the Caspian region has changed radically. Russia and Iran, who for centuries independently managed the situation in the Caspian region, added Republic- sovereign Azerbaijan, Kazakhstan and Turkmenistan.

Specificity of the Caspian region, and determines that in the region there are big changes, both political as well as economic and geopolitical point of view.

The strategic importance of the region's resource-owner of oil and natural gas based on the amount of resources and geopolitical location. According to the geographical location of the Caspian States have an important place: the region is located in the center of the market of consumers of petroleum and natural gas (Eastern Europe,

West Asia), and among those countries which are major consumers of oil products (to the Middle East and Central Russia). Assessment of stocks of petroleum products very different. In the modern period, it is an active discussion about the oil reserves of the Caspian Basin, as well as their impact on the share of the world market.

Existing natural gas reserves are unevenly distributed among bordering countries. Significant oil and gas reserves have Russia and Iran. These countries account for about 90% of proven reserves.

At present, oil and natural gas in the Caspian region are used more intensively than any other field in the world. According to international experts, Turkmenistan's only natural resources are mined in an amount greater than the average.

Europe as a strategic partner chooses regions of the Caspian Sea and the Black Sea. New rates for the energy security of the European Union is doing precisely on those countries which will pass routes Caspian and Central Asian energy resources and energy supplies will be possible to bypass Russia

The pipelines laid on the territory of Georgia are proof of recognition of Georgia's geopolitical location, which in addition to economic and fiscal values, and have a political meaning. Today, through the territory of Georgia laid the Baku-Tbilisi-Ceyhan and Baku - Supsa oil pipeline and South Caucasus gas pipeline, which run parallel to the Baku-Tbilisi-Ceyhan pipeline.

The Baku-Tbilisi-Dzheyhan- first direct route for transporting oil between the Caspian and Mediterranean seas, the total construction cost of which amounted to 4 billion. US dollars. This route is economical and allows for safe transport of oil over long distances. In addition, the existing oil reduces oil transportation in large numbers across the Bosphorus.

South Caucasus pipeline that provides gas exports from the Shah Deniz field in the markets of Azerbaijan, Georgia and Turkey, passes through the territory of Georgia, parallel to the Baku-Tbilisi-Ceyhan pipeline. Gas, delivery of which is the South Caucasus Pipeline, is a prerequisite for the diversification of energy sources and future energy security of Georgia.

The Baku-Supsa- first investments "British Petroleum" in Georgia. The pipeline has been operating since 1999. This route makes to the economy of Georgia significant revenue.

Oil pipeline and natural gas to Georgia

pipeline	controller	maximum capacity million. t / year	tariff USD / barrel
Baku-Supsa	BP	5,75	0,18-0,2
Baku-Tbilisi-Dzheyhan	BP	50	0,12-0,14
South Caucasus Pipeline	BP	7400 cubic centimeters	5% or pumped volume in the past year
gas pipeline North-South	International Gas Corporation of Georgia	16000 cubic centimeters	10% pumped volume in the past year

Analysis of the table confirms that the South Caucasus, particularly in Georgia formed a powerful energy corridor, which plays a significant role in the energy security of the world.

April 3, 2009 between the “White Steam Pipeline Company Limited» and the Government of Georgia was issued a Memorandum of Understanding. Under the Memorandum the two sides reflect his own will to cooperate on the implementation of the project pipeline “White Stream”. The “White Stream” provides transportation of natural gas from the Caspian region to Romania and Ukraine, as well as in the future it is planned to provide

Central Europe. Prior to Supsa, ie the Black Sea, natural gas will be supplied for the South Caucasus gas pipeline (Baku-Tbilisi-Erzurum), and where its transportation to Romania will be based on Black Sea through a pipeline on the seabed.

The capacity of the pipeline 8 billion. Cubic meters per year. It will be supplied with gas produced in the Azerbaijani field Shah-Deniz. Later, perhaps, “White Stream” can be connected to the Trans-Caspian gas pipeline. In this case, at the bottom of the sea will be built an additional pipeline, and the full capacity of the pipeline per year will be increased to 24-32 bln. Cubic meters.

Transportation route for Caspian oil



The memorandum further increases the chances of rapprochement of Georgia with the European Union, we are talking about the “White Stream”, which is to supply natural gas in the Caspian region for Europe through Georgia. The project is of strategic importance, through which the pipeline is to be laid on the bottom of the Black Sea, is seen as a significant part of the overall concept of energy security of European countries. The project is supported by the European Union and the United States. The pipeline, whose construction should be completed in 2015, should be laid under the Black Sea at a depth of more than 2 kilometers long and has to supply natural gas in the Caspian region to European countries without unnecessary is problematic without the problems that became more pronounced after the process of so-called Russian-Ukrainian gas war. Europe has become a vital task of delivery of energy resources alternative route, bypassing Russia.

After registration of the memorandum, the Consortium “White Stream” officially began in Georgia, the work required for the technical and economic feasibility. This, once again, to a large extent, will increase the transit potential of Georgia. Naturally, with increasing volume of transit shipments to increase transit revenues itself as the country’s budget and in kind, ie, in situ gas exploration. Accordingly, it will greatly enhance the energy security of Georgia. In addition, the “White Stream” gives Georgia

the opportunity to make a significant contribution to the energy security of European countries.

“White Stream” was competing project Nabucco. Currently, the Nabucco project is closed [6], and the project “White Stream” in its previous form did not realize it was planned because of the changed political situation - as the Crimea is attached to the Russian Federation.

Conclusion

The analysis estimates the transit routes confirms that the pipelines laid on the territory of Georgia, which should be carried out transportation of oil of the Caspian Sea, the most effective, despite the fact that there are many alternative routes.

The geopolitical location of Georgia to be used in this regard, that, first of all, it is acceptable for Georgia, since the transport of petroleum products for it is cost-effective. Development of transit function of Georgia is in the interests of Europe as well as the transportation of oil through the Caucasus Georgia is cheaper, and Europe itself is no longer dependent on one energy supplier.

The modern problem of Georgia - the maximum use of its geopolitical location, which makes it possible to pass through its territory of oil and natural gas of the Caspian Sea and Central Asia, which will bring substantial economic benefits the country.

REFERENCES

1. **Vinogradov S., Wouters P.** The Caspian Sea: Current Legal Problems. 1995. P. 606.
2. **BP Statistical Review of World Energy 2004**
3. **Ismailov E, Papava V.** - The Central Caucasus: Problems of Geopolitical Economy, 2008
4. **Landers J.** – The Caspian Conundrum, 1998
5. **Pauline Jones Luong-** Oil Is Not a Curse: Ownership Structure and Institutions in Soviet Successor States
6. Brian Hoffman - The Oil Price: Where is the Next Buying Opportunity?
7. Управления энергетической информации США, данные ИЦ “Кортес”, МЭА, “Ведомости”, “Время новостей”, РБК, РИА ТЭК, данные ГП “ЦДУ ТЭК”.
8. **Жильцов С.С.** - Геополитика Каспийского региона. М. 2003
9. **Дугин А.** - Основы геополитики, М. 2000
10. Оценки Международного энергетического агентства (МЭА) - потребление «черного золота»
11. **www.bp-georgia.com**

ირინა თავაძე

IRINA TAVADZE

ონომიკის დოქტორი, ბათუმის შოთა რუსთაველის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ასისტენტ პროფესორი

PhD in economics, assistant professor, Batumi Shota Rustaveli Shtate University

ანოტაცია

საქართველო, როგორც დამოუკიდებელი ქვეყანა და მსოფლიოს ერთა თანამეგობრობის სრულფუნქციონირებელი წევრი თვრამეტი წლის წინ გაჩნდა პოლიტიკურ რუკაზე. მაგრამ, ეს სულაც არ ნიშნავს იმას, თითქოს მისი, როგორც სახელმწიფოს ისტორიაც მხოლოდ ამ თვრამეტი წლით შემოიფარგლება. საქართველოს სახელმწიფოებრიობის ხანგრძლივი მრავალსაუკუნოვანი ისტორია აქვს (2000 წელს ოფიციალურად აღინიშნა ქართული სახელმწიფოს სამი ათასი წლისთავი). ასევე ხანგრძლივია ფულის ემისიისა და მიმოქცევის ისტორიაც საქართველოში.

საქართველოში მოჭრილი პირველი მონეტა გახლავთ ჩვენს წ.აღ-მდე VI საუკუნეში, ე.წ. „კოლხური თეთრის“ მსხვილი ნომინალი - ტეტრადრაქმა. იგი უიშვიათეს მონეტათა რიცხვს მიეკუთვნება, მაშინ როცა კოლხური თეთრის წვრილი ნომინალები (ტრიობოლები) ათასობითაა ცნობილი კოლხეთის ისტორიული ტერიტორიიდან, რომელიც ძირითადად დასავლეთ საქართველოს მოიცავს.

ტერიტორიაზე მიმოქცევაში მყოფი ფული ყოველთვის არ იყო ორიგინალური ეროვნული ვალუტა. მაგრამ, როგორც კი ოდნავ მაინც სუსტდებოდა საგარეო-პოლიტიკური წნეხი, საქართველოს ხელისუფლება დაუყოვნებლივ ახორციელებდა თავის სუვერენულ რეგალიას - ჭრიდა საკუთარ ფულს.

XIX საუკუნის დასაწყისში საქართველოს რუსეთის იმპერიის შემადგენლობაში მოქცევის შედეგად, დამოუკიდებლობის დაკარგვასთან ერთად შეწყდა უკანასკნელი ქართული ფულის ე.წ. „სირმა აბაზის“ ემისია, რომელიც პოპულარობით სარგებლობდა მთელ კავკასიაში. ამას მოჰყვა, თბილისის ზარაფხანაში რუსულ-ქართული მონეტების ემისია;

1918-1921 წლებში ხდებოდა ამიერკავკასიის კომისარიატისა და დამოუკიდებელი საქართველოს დემოკრატიული რესპუბლიკის ბონების გამოშვება, აგრეთვე საქართველოს და ამიერკავკასიის ფედერაციის ბონები, გამოშვებული საბჭოთა რუსეთის მიერ საქართველოს ოკუპაციისა და ანექსიის შემდეგ, 1921-1924 წლებში.

1991 წლის 9 აპრილს გამოცხადდა საქართველოს დამოუკიდებლობა. 1993 წლის 5 აპრილიდან მიმოქცეოდა საქართველოს ეროვნული ბანკის კუპონები 1995 წლის 2 ოქტომბრამდე.

1995 წლის 2 ოქტომბრიდან ქვეყნის მთელ ტერიტორიაზე ერთიან კანონიერ საგადასახადო საშუალებად გამოცხადდა ახალი ქართული ეროვნული ვალუტა „ლარი“. იგი სრულყოფის თვალსაზრისით განიცდის მოდიფიცირებას: 1999 წ., 2002 წ., 2004 წ., 2016 წ.

ქართული ფულის ემისია ეროვნული ეკონომიკის განვითარებისათვის ერთმნიშვნელოვნად განმსაზღვრელია.

საკვანძო სიტყვები: ემისია; დრაქმა; ტრიობოლი; ქართულ-სახანური მონეტები; ფულის ფუნქციები; ზარაფხანა.

Abstract

Georgia, as an independent country and plenipotentiary member of the world community of nations, appeared on the political map 18 years ago. But it doesn't mean that its state history is limited to this 18 years. Georgia has a history of many centuries (Three thousand year anniversary of Georgian state was officially celebrated in 2000). So long is the history of the emission and circulation of Georgian money as well.

The first coin in Georgia was in VI century BC, large denomination of the so called “Colchis tetri” – Tetradrachma. It belongs to the number of rarest coins, whereas small denominations (Triobolis) are known thousands

from the historical territories of Colchis, which mainly cover West Georgia.

The emission of Georgian money lasted for centuries; however, circulated money of the territory of the country was not always original national currency. But as the foreign political pressure weakened, Georgian government immediately implemented its sovereign regalia – cut its own money.

At the beginning of XIX century, after Georgia was converted within Russian Empire, with the loss of independence Georgia ceased the emission of the so called “Sirma abazi” the last Georgian money, which was very popular in the whole Caucasus. This was followed by the emission of Russian-Georgian coins in Tbilisi mint.

In 1918-1921, there were produced Bonis of Transcaucasia Commissariat and Democratic Republic of Independent Georgia, and Georgian and Transcaucasia Federation Bonis as well, released after Soviet Russia annexed and occupied Georgia, in 1921-1924.

On April 9, 1991 Georgian independence was announced. From April 5, 1993 to October 2, 1995 circulated Coupons of Georgian National Bank.

On October 2, 1995, new Georgian National currency “Lari” was announced as a legal tax means on the whole territory of the country. It undergoes modification in order to be perfect: 1999, 2000, 2004, and 2016.

The emission of Georgian money for National economic development is unequivocally determinant.

Key words: *emission, Drachma, Trioboli, Georgian-Sasanian coins, money functions, mint.*

საქართველო, როგორც დამოუკიდებელი ქვეყანა და მსოფლიოს ერთა თანამეგობრობის სრულფუნქციონირების წევრი თვრამეტი წლის წინ გაჩნდა პოლიტიკურ რუკაზე. მაგრამ ეს სულაც არ ნიშნავს იმას, თითქოს მისი, როგორც სახელმწიფოს ისტორიაც მხოლოდ ამ თვრამეტი წლით შემოიფარგლება. საქართველოს სახელმწიფოებრიობის ხანგრძლივი მრავალსაუკუნოვანი ისტორია აქვს (2000 წელს ოფიციალურად აღინიშნა ქართული სახელმწიფოს სამი ათასი წლისთავი). ასევე ხანგრძლივია ფულის ემისიისა და მიმოქცევის ისტორიაც საქართველოში.

საქართველოში მოჭრილი პირველი მონეტა გახლავთ ე.წ. კოლხური თეთრის მსხვილი ნომინალი - ტეტრადრაქმა.

ეს ტეტრადრაქმა, ისევე როგორც კოლხური თეთრის მსხვილი ნომინალები - დიდაქმები და დრაქმები, უიშვიათეს მონეტათა რიცხვს მიეკუთვნება, მაშინ როცა კოლხური თეთრის წვრილი ნომინალები (ტრიობოლები) ათასობითაა ცნობილი კოლხეთის ისტორიული ტერიტორიიდან, რომელიც ძირითადად დასავლეთ საქართველოს მოიცავს.

კოლხეთში ვერცხლის ფულის ემისია ჩვენს წელთაღრიცხვამდე მეექვსე საუკუნეში დაიწყო, მაშინ როცა მონეტა მსოფლიოს სულ რამდენიმე სახელმწიფოში იჭრებოდა, ამდენად კოლხური თეთრი მსოფლიოს უძველეს მონეტათა რიცხვს მიეკუთვნება და თავისი მხატვრული სახითა და ტექნიკური შესრულების დონით ტოლს არ უდებს თანადროული მოწინავე ქვეყნების არც ერთ მონეტას.

კოლხური თეთრის მცირე ნომინალები ჩვენს წელთაღრიცხვამდე მესამე საუკუნემდე დარჩა ბრუნვაში, როცა მას აღექსანდრე მაკედონელისა და ლისიმაკეს ოქროს სტატერები და ამ სტატერების ადგილობრივი, ქართული მინაერთე-

ბი ჩაენაცვლა და მას უმდეგ საქართველოში ფულის მიმოქცევა არასოდეს შეწყვეტილა, თუმცა ქვეყნის ტერიტორიაზე მიმოქცევაში მყოფი ფული ყოველთვის არ იყო ორიგინალური ეროვნული ვალუტა.

ასე, მაგალითად, ქრისტიანული წელთაღრიცხვის პირველ-მეორე საუკუნეების საქართველოში (იბერიაში ანუ ქართლის სამეფოში) პარალელურად მიმოქცეოდა რომაული და პართული ფული, რაც ბრწყინვალედ ასახავს იმდროინდელ პოლიტიკურ ვითარებას, როდესაც პატარა ქართულ სამეფოს უხდებოდა ბალანსირება ორ ურთიერთმოქიშპო იმპერიასს რომსა და ირანს (პართიას) შორის. მეშვიდე-მეათე საუკუნეებში კი, არაბობის დროს, საქართველოში ისევე როგორც მთელს ახლო აღმოსავლეთში, არბული დირჰემები იბრუნვოდა და თბილისის ზარაფხანაშიც არაბული ყაიდის მონეტებს ჭრიდნენ. ანალოგიური ვითარება იყო XVI-XVII საუკუნეებშიც, სპარსელთა მძლავრობის დროს: ქართლისა და კახეთის მეფეები იძულებულნი იყვნენ ირანის სეფიანი შაფების სახელით მოეჭრათ ვერცხლის ფული თბილისისა და ზაგემის ზარაფხანებში, შესაბამისად.

მაგრამ, როგორც კი ოდნავ მაინც სუსტდებოდა საგარეო-პოლიტიკური წნეხი, საქართველოს ხელისუფლება დაუყოვნებლივ ახორციელებდა თავის სუვერენულ რეგალიას - ჭრიდა საკუთარ ფულს.

ქართული ასომთავრული ზედწერილები მონეტებზე პირველად VI საუკუნეში ჩნდება: ქართლის ერისმთავრები გუარამი, ჯუანშერი და სტეფანოზი ჭრიან ვერცხლის მონეტებს, რომლებიც ირანის შაჰის პორმიზდ IV (579-590 წ.წ) დრაქმის ტიპს იმეორებს და ზედ თავის სახელებს აწერენ. ამავე ტიპის ანონიმურ ქართულ-სასანურ მონეტებზექრისტიანული სიმბოლოური ჯვარია გამოსახული, ან ავერსზე, შაჰის პორტრეტის გერდით, ან რე-

ვერსზე, სადაც ჯვარს უკავია სასანელთა უდიდესი სიწმინდის - ცეცხლის ადგილი საკურთხეველზე.

ქართულ-სასანური მონეტები საკმაოდ იშვიათ მონეტათა რიცხვს მიეკუთვნება. X-XII საუკუნეები საქართველოს უდიდესი პოლიტიკური და ეკონომიკური აღმავლობის ხანაა. არაბთა ბატონობიდან თავდასხნილი მძლავრი შემოქმედებითი პოტენციალით არის დამუხტული და მისთვის აღარ არსებობს დაუძლეველი წინააღმდეგობა. ამიტომაც, რომ სწორედ ამ დროს აღწევს შუა საუკუნეების ქართული ხელოვნება, ხუროთმოძღვრება, დაზგური და მონუმენტური ფერწერა, ოქრომჭედლობა, ქანდაკება, პროფესიული მუსიკა-მანამდე (და შემდეგაც) მიუწვდომელ სიმაღლეებს რომელიც დღესაც გავცემა და აღტაცებას იწვევს. ამავე ეპოქაში იქმნება ქართული ლიტერატურის - მხატვრული პოეზიისა და პროზის შდევრები, რომელთა გვირგვინია შოთა რუსთაველის „ვეფხისტყაოსანი“, მაღალ დონეს აღწევს იტორიოგრაფია; იქმნება საისტორიო თხზულებათა კოდექსი „ქართლის ცხოვრება“. საქართველოში ორი უმაღლესი სასწავლებელი - იყალთოს და გელათის აკადემიები მოქმედებდა, სადაც ჰყვარდა მეცნიერება - თეოლოგია, ფილოსოფია, მათემატიკა, ასტრონომია, მედიცინა. შემონახულია სათანადო ტრადიციები.

მეათე საუკუნის ბოლოს წვრილ-წვრილი დამოუკიდებელი ქართული სამეფო-სამთავროების გაერთიანების შედეგად შეიქმნა საქართველოს ერთიანი მძლავრი მონარქია, რომელმაც სულ ცოტა ხანში ბიზანტიის იმპერიასაც კი გაუწია სამხედრო დაპირისპირება. XII საუკუნეში საქართველოს სამეფო წინააზიის უძლიერეს სახელმწიფოდ იქცა და მისი ტერიტორია მთელ კავკასიას მოიცავდა, რაც აისახა საქართველოს მეფეთა ტიტულატურაში: „მეფე აფხაზთა, ქართველთა, რანთა და კახთა, სომეხთა და მოვაკანელთა, შაჰან-შა და შირვან-შა“.

ბრიტანეთის მუზეუმში დაცულია დავით IV აღმაშენებლის უნუკალური მონეტა, რომელზეც დავითი მოხსენიებულია - აფხაზთა, ქართველთა, რანთა და სომეხთა მეფედ.

ერთიანი საქართველოს მეფეების - დემეტრე I, დავით I V, გიორგი III, თამარის, გიორგი IV ლაშას და რუსუდანის მონეტებზე შედარებით მოკლე ქართული ზედწერილების პარალელურად ვრცელი არაბული (ხანდახან სპარსული) წარწერებია ამოტვიფრული. როგორც ჩანს, ამ ხერხს საქართველოს ხელისუფლება იმ მიზნით მიმართავდა, რომ ქართული ფული უფრო იოლად გასულიყო აღმოსავლეთის ქვეყნებში, რომლებთანაც საქართველოს ოდითგანვე მჭიდრო სავაჭრო - ეკონომიკური ურთიერთობები აკავშირებდა და სადაც ძირითადი საურთიერთობო ენა არაბული იყო. ამ ზედწერილებში საქართველოს ხელისუფალნი მეფეთა მეფედ და მესიის მახვილად და დედო-

ფალთა დედოფლად და მესიის თაყვანისმცემლად მოიხსენიებენ. სანიმუშოდ მოვიტანთ თამარის 1187 წელს მოჭრილი მონეტის ლეგენდის თარგმანს: „დედოფალი დიდებული, მშვენიერა ქვეყნისა და სარწმუნოებისა, თამარ, გიორგისა, მესიის თაყვანისმცემელი. განადიდოს ღმერთმა ძლევანი მისნი, განადიდოს ღმერთმა დიდება მისი, განაგრძოს ჩრდილი მისი და განამტკიცოს კეთილდღობამისი.“

განსაკუთრებული აღნიშვნის ღირსია ის, ერთი შეხედვით უცნაური გარემოება, რომ საქართველოს სამეფოს ამ ოქროს ხანაში, დემეტრედან გიორგი ლაშამდე ჩათვლით, ფული მხოლოდ სპილენძისა იჭრებოდა, თუმცა, თი მონეტებზე ამოტვიფრულ ქართულ და არაბულ წარწერებს დაუფჯერებთ, ისინივერცხლის ფული, ღირჰმებია. ამდენად ცხადია, ეს მონეტები საკრედიტო ფული იყო, რომელიც იძულებითი კურსით იბრუნებოდა.

საქართველოს მეზობელ ისლამურ ქვეყნებშიც და შუა აზიაშიც იმ დროს ასევე მხოლოდ სპილენძის ფული იჭრებოდა. ვერცხლის ემისია საყოველთად შეწყვეტილი იყო.

„ვერცხლის კრიზისის“ - ასე უწოდებენ ამ პერიოდს სპეციალურ ლიტერატურაში - აიხსნა იმით, თითქოს ამ დროს ... მიზეზის გამო გამოიღია ან ძლიერ შემცირდა ვერცხლის მარაგი აღმოსავლეთში, კრიტიკას ვერ უძლებს, რადგან სწორედ ამ დროსაა ვერცხლის უამრავი ჭურჭელი და ჯვარ-ხატები საქართველოში და არც წვრილობით წყაროებში იგრძნობა თვალ-მარგალიტისა და ოქრო-ვერცხლის ნაკლებობა, გავიხსენოთ, თუნდაც „ვეფხისტყაოსანის“ შესაბამისი პასაჟები.

ფული შოთა რუსთაველს მრავალგზის აქვს მოხსენიებული „ვეფხისტყაოსანში“, მაგრამ არა „ფულის“ სახით, არამედ როგორც ისინი ძველად იქოდებოდნენ. იგი ფულის აღმნიშვნელად ხმარობს იმ ლითონის სახელქოდებებს, რომლებიც სხვანაირად იჭრებოდა ფული: ოქრო, ვერცხლი, რვალი, სპილენძი. უფრო შირად ფულის აღმნიშვნელად ხმარობს ოქროს. მაგალითად, ნურადინ ფრიდონისკენ მიმავალი ტარიელი და ავთანდილი გზაში იყიდიან ცხენს, რაშიც გადაიხდიან ოქროს:

„მუნ, ვაჭარმან, ოქროს ფასად ცხენი მისცა, არა უძღვნა“ (1360).

აქ ოქროთი აღნიშნულია ფული. გარდა ოქროსა „ვეფხისტყაოსანში“ ნახმარია აგრეთვე ტერმინები: „წითელი“, „მადრიბული“, „ვერცხლი“, „რვალი“ (სულხან-საბას განმარტებით რვალი არის სპილენძისა და თუთიის შენარევი ლითონი, რომლისგანაც იჭრებოდა ფული). აგრეთვე, სხვადასხვა ქვეყნის მონეტების სახელწოდებანი: მაგალითად, ოქროს ფულის აღსანიშნავად იყენებდნენ - „დრაჰკანი“, „პერპერა“, „დრაჰმა“, „ხატაური“.

ფულის გაგებით რუსთაველი ხმარობს „ვერცხლსაც“. საქართველოში დავით აღმაშენე-

ბლამდე იჭრებოდა ვერცხლის ფული. დავით აღმაშენებლის რეფორმებს შორის მნიშვნელოვანი ადგილი უჭირავს მის მიერ ჩატარებულ ფულის რეფორმას, როგორც ნუმისმატიკურს, ისე საკუთრივ ფულის და ფინანსურის მხრივ. დავით აღმაშენებელმა შეცვალა მონეტის არა მარტო ეროვნული სახე, არამედ მისი შინაარსიც - ვერცხლის მაგიერ სპილენძს დააწერა, რომ ის მიიღება, როგორც თეთრი.

ვერცხლის ნაცვლად სპილენძიდან გამოჭედეს ფული გიორგი III-მ, თამარ მეფემ, ლაშა გიორგიმ და ნაწილობრივ, რუსუდანმაც. ამგვარად, შოთა რუსთაველის ეპოქაში ქართული ვერცხლის ფული არ იჭრებოდა, მაგრამ ბრუნვაში იგი მაინც იყო - ნაწილი ძველად მოჭრილი და ნაწილი უცხოური.

ფულის ლითონებს შორის შოთა უპირატესობას ანიჭებს ოქროს. მას ხშირად, როგორც ავღნიშნეთ, ფულის აღმნიშვნელად ხმარობს და ოქროს სხვადასხვა ფასეულობათა შორის თვლის მყარად. ავთანდილისა და თინათინის ქორწილზე უხვად გაცემული დასახელებისას შოთა რუსთაველი წერს:

„გაბედით და წასადებად ატლასი და ოქრო მყარი“ (1939).

მართალია, შოთა რუსთაველი ღირებულების პრობლემას არ იცნობდა, მარამ სხვადასხვა ფასეულობათა შორის ემპირიულად იცნობდა ოქროს სიმყარეს, მის სიმტკიცეს, მის უცვლელობას ფასთა მოძრაობაში [1. გვ., 124-125].

შოთა რუსთაველს აქვს მოცემული ოქროს, როგორც ფულის, ყველა დამახასიათებელი ფუნქცია ემპირიული გაკების გათვალისწინებით. ფულის როგორც ღირებულების საზომის ფუნქციის შემეცნებას აბრკოლებდა ფეოდალიზმის პირობებში საერთო ბაზრის შექმნის უშუალო და ადგილობრივი ხასიათი. მიმოსვლა გაძნელებული იყო, რაც რასაკვირველია ხელს უშლიდა ფულის, როგორც ღირებულების საზომის ფუნქციის განვითარებას.

შოთა რუსთაველს ფული მოხსენებული აქვს მიმოქცევის საშუალების ფუნქციაშიც. ფული იმოქცევის საშუალების ფუნქციას ასრულებს, რამდენადაც შუამავლობს საქონელმიმოქცევას.

შოთა რუსთაველს ფული მოხსენებული აქვს მიმოქცევის საშუალების ფუნქციაშიც. ფული მიმოცევის საშუალების ფუნქციას ასრულებს, რამდენადაც შუამავლობს საქონელმიმოქცევას.

„ტურფანი სეფედ გარდახსნა, ფასიცა დაათვლევინა“ (1067)

აქ ფული ასრულებს მიმოქცევის ფუნქციას. საქონლის ადგილს იჭერს ნაღდი ფული.

შუა საუკუნეების ფულად მიმოქცევაში წონით მასშტაბის სახელწოდება გამოხატავდა ფულის მასშტაბის სახელწოდებასაც. შემდგომში ლითონის წონის სახელწოდება დაშორდა მის თავდაპირველ წონით რაოდენობას. ამ დაშორე-

ბაში დიდი როლი ითამაშა მონეტების „შერყვნამ“.

შოთა რუსთაველს ფული წარმოდგენილი აქვს გადახდის ფუნქციის სახითაც. ავთანდილი ვეზირს ავალებს, მეფეს თხოვოს ავთანდილის გაშვება ტარიელის დასახმარებლად. საზღაურად მას დიდი თანხის გადახდას პირდება:

„მიაჯე ამოდ გაშვება და თავი გაიმაგრეო, ასი ათასი წითელი შენ ქრთამად შეიწირეო“ (732_{3,4})

„ვეფხისტყაოსანში“ წარმოდგენილია ფულის განძად დაგროვების ფუნქციაც. გაცვლითი ურთიერთობის განვითარებასთან ერთად იზრდება ფულის საზოგადოებრივი ძალაც. იგი ყველაფრის ბატონი გახდა, ამიტომ იზრდება ოქროს მოხვეჭის წყურვილი. შოთა რუსთაველს ეს ასე აქვს გამოთქმული:

„გული კრულია კაცისა, ხარბი და გაუძლომელი“ (709)

შოთა რუსთაველს ფული გადმოცემული აქვს მსოფლიო ფულის ფუნქციაშიც. ადრეულ შუა საუკუნეებში საგარეო ვაჭრობა სჭარბობდა საშინაო ვაჭრობას. ამიტომ ძვირფასი ლითონი უპირატესად მოემსახურებოდა საერთაშორისო გაცვლას. შუა საუკუნეების მეორე ნახევრიდან, საშინაო ბაზრის განვითარებასთან ერთად, ძვირფასი ლითონების მეტი წილი მოემსახურებოდა საშინაო ბაზარს.

შუა საუკუნეებში, მსხვილი საქალაქო ცენტრების შექმნის შედეგად, ფულმა მსოფლიო ფულის ფუნქცია შეიძინა. ამ ცენტრებში თავი მოიყარა ძვირფასი ლითონებით ვაჭრობამ და ისინი საერთაშორისო ანგარიშსწორების ცენტრებად იქცნენ. ასეთები იყვნენ ვროპის ქვეყნებიდან: ვენეცია, ფლორენცია, ანტვერპენი, ამსტერდამი. ამ ცენტრებში ხდებოდა მონეტებით, ოქროთი და ვერცხლით ვაჭრობა. აქ პლაკატებზე ნავენები იყო უცხოური მონეტების კურსი; აქ ხდებოდა ოქროსა და ვერცხლის მუდამ ცვალებადი საბაზრო ურთიერთობების განსაზღვრა. ლითონური მიმოქცევის სარეზერვო ფონდს წარმოადგენდა ის ძვირფასი ლითონები, რომლებიც გროვდებოდა დახურდავების მთავარ ცენტრებში. ამ ფონდებში წარმოებდა დიდძალი ოქრო-ვერცხლის მოქცევა და მიქცევა, სწორდებოდა რომელიმე სახელმწიფოს ხელისუფლების მიერ დაშვებული დარღვევები.

ფული მსოფლიო ფუნქციას ასრულებს ოქროს სახით. როდესაც ავთანდილი უცხოეთში გასამგზავრებლად მოემზადა, მან „წელთა ოქრო შემოიტყა“ (168₂); ვაჭრობა უცხოქვეყანაში ხდებოდა ოქროთი და ცხადია, სასყიდელი ოქროთი განისაზღვრებოდა. (2. გვ. 126-128)

სრულიად უეჭველია, რომ სპილენძის ემისიაზე ზემოთაღნიშნული საყოველთაო გადასვლა იყო შედეგი წინა და შუა სახელმწიფოთა უზენაეს ხელისუფალთა დონეზე მიღწეული საერთაშორისო შეთანხმებისა, რომლის მიზანი ჩვენთვის ჯერჯერობით ბუნდოვანია: ყოველ შემთხვევაში, ერთი რამ ცხადია: საკრედიტო ფულის

ხანგრძლივი არსებობა მიმოქცევაში ისე, რომ არ დაინგრეს ეკონომიკა, უცილობლად გულისხმობს საზოგადოების მხრივ ხელისუფლების ნდობის მაღალ დონეს (საქართველოს ეკონომიკა ხომ არ დანგრეულა, არამედ, პირიქით, განსაკუთრებულ აყვავებას განიცდიდა იმ დროს.) და მეორეც: ერთი მხრივ, სპილენძის ფული და, მეორე მხრივ, საერთაშორისო ვაჭრობის ინტენსივობის ის მაღალი დონე, რაც გაცხადებულია XII საუკუნის საქართველოს და წინა აზიის არქეოლოგიაში გულისხმობს საერთაშორისო საბანკო-საფინანსო კავშირების შესაბამისად მაღალ დონესაც, თორემ ნამდვილად წარმოუდგენელია, რომ ვაჭრებს ქვეყნიდან ქვეყანაში აქლემებით ეზიდათ სპილენძის ფულით სავსე საპალნეები.

საყურადღებოა, რომ სწორედ „ვერცხლის კრიზისით“ მოქცეულ ქვეყნებზე გადიოდა ის დიდი აბრეშუმის გზა, რომელმაც ბოლო ხანს ასეთი აქტუალურობა შეიძინა და რომელიც იმ დროს განსაკუთრებით ინტენსიურად მოქმედებდა, რაც ვიფიქროთ შეუძლებელი იქნებოდა სათანადო სახელმწიფოთაშორისო შეთანხმების გარეშე.

XIII საუკუნის 20-იან წლებში მონღოლების შემოსევამ დაარღვია შუა და წინა აზიაში არსებული პოლიტიკური წონასწორობა და „ვერცხლის კრიზისიც“ დასრულდა. ამის მაუწყებელი იყო საქართველოში საუკუნეზე მეტი წყვეტილის შემდეგ ვერცხლის ფული მოჭრა, რაც 1230 წელს განახორციელა რუსუდანმა (1222-1245). ამ დროს უნდა დამკვიდრებულიყო სპილენძის ძველი („შავი“) ღირებულებისაგან ვერცხლის დრამის განსახელებლად ქართული ტერმინი „თეთრი“, რომელიც საქართველოში საერთოდ ფულის აღმნიშვნელ ერთ-ერთ ტერმინად იქცა. თანამედროვე ქართულ ხურდა ფულსაც ამიტომ ეწოდა „თეთრი“.

XIX საუკუნის დასაწყისში ჯერ ქართლ-კახეთის სამეფო, შემდეგ კი დანარჩენი საქართველო რუსეთის იმპერიის შიდადგენლობაში მოექცა. საქართველოს დამოუკიდებლობის დაკარგვასთან ერთად, ცხადია შეწყდა უკანასკნელი ქართული ფულის, მაღალი ხარისხის (98%) ვერცხლის ე.წ. სირმა აბაზის ემისია, რომელიც პოპულარობით სარგებლობდა მთელ კავკასიაში. მაგრამ ქვეყანას ფული სჭირდებოდა, რუსეთიდან ლითონის ფულის შემოზიდვა კი არ იყო იოლი დიდი მანძილისა და კავკასიის ომის გამო (ქაღალდის ასიგნაციებმა კავკასიაში ფეხი ვერ მოიკიდეს). ამიტომ რუსეთის ხელისუფლებამ 1804 წელს თბილისში აღადგინა ზარაფხანა, რომელიც 1834 წლამდე მოქმედებდა და ერეკლე მეფის დროინდელი სირმა აბაზის სისტემით უშვებდა რუსულ ფულზე უფრო მაღალი სინჯის ვერცხლის სამ ნომინალს - ორ აბაზიანს, აბაზიანს და ნახევარ აბაზიანს, და სპილენძის სამ ნომინალს. მონეტების ქართული ზედწერილები - ავერსზე - „ტფილისი“, რევერსზე კი - „ქართული თეთრი“ (ვერცხლის ფულზე) და „ქართული ფული“ (სპილენძზე), აგრეთვე ნომინალისა და მოჭრის

თარიღის აღმნიშვნელი ასო - ნიშნები. მხოლოდ ვერცხლის მონეტაზე, ქვედა კიდესთან იჯდა ორი რუსული ასო - ზარაფხანის ინიციალები.

რუსულ-წართული მონეტები, ერეკლე მეფის დროინდელ სირმა აბაზთან ერთად, XIX საუკუნის სამოციან წლებამდე დარჩა მიმოქცევაში, მიუხედავად იმისა, რომ იმ დროს უკვე ფართოდ იყო გავრცელებული რუსული ფული. საქართველოში ბოლოს ბრუნვაში მკვიდრად მოიკიდა ფეხი ქაღალდის საკრედიტო ბილეთებმაც, რომლებიც შეუზღუდავად იცვლებოდა ოქროზე.

თბილისის მუზეუმში, ერთადერთი მუზეუმი, სადაც სისტემატიურად გამოფენილია 1917 წლის რევოლუციის შედეგად, 1918-1921 წლებში გამოშვებული ამიერკავკასიის კომისარიატისა და დამოუკიდებელი საქართველოს დემოკრატიული რესპუბლიკის ბონები, აგრეთვე საქართველოს და ამიერკავკასიის ფედერაციის ბონები, გამოშვებული საბჭოთა რუსეთის მიერ საქართველოს ოკუპაციისა და ანექსიის შემდეგ, 1921-1924 წლებში.

1991 წლის 9 აპრილს გამოცხადდა საქართველოს დამოუკიდებლობა. 1993 წლის 5 აპრილიდან მიმოქცევაში იყო საქართველოს ეროვნული ბანკის კუპონები 1995 წლის 2 ოქტომბრამდე.

1995 წლის 2 ოქტომბერს ქვეყნის მთელ ტერიტორიაზე ერთიან კანონიერ სავადასახადო საშუალებად გამოცხადდა ახალი ქართული ეროვნული ვალუტა „ლარი“. მიმოქცევაში შევიდა - 1,2,5,10,20,50 და 100 ლარის ღირებულების საბანკო ბილეთები. სიტყვა „ლარი“, რომელიც შეირჩა ქართული ეროვნული ვალუტის ძირითადი ერთეულის სახელწოდებად, ძველი ქართული სიტყვაა და ნიშნავს, ზოგადად განძს, ქონებას; ხოლო „თეთრი“, რომელიც ლარის მეასედ ნაწილს ეწოდება, ასევე ძველი XIII საუკუნიდან დამკვიდრებული ქართული სამონეტო ტერმინია.

1999 წელს, სრულყოფის თვალსაზრისით, მოდიფიცირებულ იქნა 1995 წლის ემისიის ყველა ნომინალის ბანკნოტები, ხოლო 2002 წელს 1999 წლის ემისიის მხოლოდ 1,2,5 და 20 ლარის ღირებულების ბანკნოტები, ხოლო 2004 წელს 50 და 100 ლარის ღირებულების ბანკნოტები. 2016 წელს მოხდა ასევე 20, 50 და 100 ლარის ღირებულებების ბანკნოტები.

ყველა ნომინალის ბანკნოტის ავერსზე წარმოდგენილია ქართული წარწერები: „საქართველო“, „საქართველოს ეროვნული ბანკი“, ნომინალის დასახელება, საქართველოს ეროვნული ბანკის პრეზიდენტისა და ფინანსთა მინისტრის ხელმოწერები, თარიღი და შეიღებულავიანი ბორჯდალოს გამოსახულება, ხოლო რევერსზე - ინგლისურენოვანი წარწერები: „GEORGIA“ და ნომინალის დასახელება.

ქართული ფულის ემისია და განახლება თანამედროვე ეკონომიკის განვითარების თანამდევნი და შეუქცევადი პროცესია.

ლიტერატურა

1. ჩანტლაძე ვ., ფულის, კრედიტისა და ფინანსების ისტორია. თბ., სახ. უნივერსიტეტის გამომცემლობა, 1986-1987, I-II-III ნაკვეთი;
2. ჩანტლაძე ვ. ფულის, კრედიტისა და ფინანსების ისტორია. ლექციების კურსი ეკონომიკური ფაკულტეტის სტუდენტებისათვის. თბ., სახელმწიფო უნივერსიტეტის გამომცემლობა, 1986;
3. ჭითანავა ნ. გარდამავალი პერიოდის სოციალურ-ეკონომიკური პრობლემები, თბ. საქართველოს ეკონომიკურ სამინისტროსთან არსებული ეკონომიკისა და სოციალური პრობლემების ინსტიტუტი. ს/ინტი, 1999, ნაწ. 2;
4. პაპავა ვლ. საქართველო საბაზრო ეკონომიკის გზაზე. თბ., „მეცნიერება“, 1995;
5. ფული საქართველოში. ი. მანაგაძის რედაქტ. - თბ., საქართველოს ეროვნული ბანკი, 2001;
6. ჯავახიშვილი ნ. საქართველოს დემოკრატიული რესპუბლიკის ბონები (1919-1921) - თბ., საქართველოს ეროვნული ბანკი, 1998;
7. [http://www.nbg.gov.ge/nbg-ntw-geo/about the bank/qartuli poli.htm](http://www.nbg.gov.ge/nbg-ntw-geo/about%20the%20bank/qartuli%20poli.htm)

REFERENCES

1. Chantladze f. Money, credit and financial history. - Tb. Fine. University Press, 1986-1987, I-II-III area Chantladze f. Money, credit and finance istoria. lektsiebis course of economic faculty students. - Tb. State University Press, 1986.
2. Tchitanava m. Socio-economic problems of the transitional period. - Tb. Ministry of Economy of the economic and social problems instituti.s / Inti, 1999, Part. 2
3. The analyst vl.sakartvelo market economy on the road. - Tb. "Science", 1995
4. Money in Georgia. I. Managadze Edit. - Tb. National Bank of Georgia, 2001.
5. N. Javakhishvili. Bonebi of the Democratic Republic (1919-1921) - Tb. National Bank of Georgia, 1998.

საინვესტიციო პოლიტიკა და პროექტებზე მოქმედი რისკ-ფაქტორები

INVESTMENT POLICY AND RISK FACTORS MAKING INFLUENCE AT PROJECTS

სულხან დევაძე

ბათუმის შოთა რუსთაველის სახელმწიფო
უნივერსიტეტის ეკონომიკისა და ბიზნესის
ფაკულტეტის დოქტორანტი

SULKHAN DEVADZE

Batumi Shota Rustaveli State University
Faculty of Economy and Business
Student of Doctoral Studies

ანოტაცია

საბაზრო ეკონომიკის პირობებში აუცილებელი გახდა ყველა დარგის გადახალისება. განსაკუთრებით ამ პრობლემამ თავი იჩინა სამრეწველო სექტორში, რომელიც მოითხოვს სრულ გადაიარაღებას, ახალი სისტემის ჩამოყალიბებას და განვითარებას.

ამ პირობებში საინვესტიციო პოლიტიკაში განსაკუთრებული ადგილი დაიკავა შემოსავალსა და რისკის დონეს შორის ურთიერთკავშირის კონცეფციამ, რომლის არსიც მდგომარეობს ამ ორ ეკონომიურ კატეგორიას შორის პირდაპირ პროპორციულ დამოკიდებულებაში.

ინვესტიციები უზრუნველყოფს კვლავწარმოების უწყვეტობას. ხელს უწყობს საწარმოო, ინოვაციური და სოციალური პროექტების რეალიზაციას, მონაწილეობს წარმოების მოცულობის ზრდასა და საზოგადოებრივი წარმოების ეფექტიანობის შემდგომი ამაღლების პროცესში. ეკონომიკური კრიზისის პირობებში ინვესტიციები წარმოადგენს ყველაზე მნიშვნელოვან საშუალებას სოციალური და საწარმოო პოტენციალის სტრუქტურული გარდაქმნისა და მისი ბაზრისადმი დაქვემდებარებაში.

საბაზრო ეკონომიკის პირობებში ინვესტიციების ძირითადი ეტაპების კლასიფიკაცია საშუალებას იძლევა განისაზღვროს ამ პროცესის სახელმწიფო რეგულირების მიმართულებები.

აღსანიშნავია, რომ მიმდინარე და საპროგნოზო ეტაპებზე მაკროეკონომიკური პარამეტრების დაგეგმვა ემყარება ორ მთავარ ფაქტორს, რომელთაგან ერთ-ერთია პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების ზრდა. ეს პროცესი უნდა ეყრდნობოდეს ფისკალური პოლიტიკის შესაბამის ცვლილებებს, სტრუქტურულ და ინსტიტუციურ რეფორმებს, რათა ეკონომიკის დროებითი გამოცოცხლების საფუძველზე, საფინანსო-საბანკო სისტემის მონაწილეობით, უზრუნველყოს გრძელვადიანი ზრდა. რაც უმთავრესია საინვესტიციო პოლიტიკაში ეს არის როგორც საინვესტიციო გარემო იქნება ქვეყანაში.

თუ საქართველოში შესაძლებელი გახდება საინვესტიციო პროექტების ბაზრის შექმნა, მაშინ მოცემულ ბაზარზე ოპერაციების განხორციელება ინვესტორებისათვის საინტერესო იქნება იმ შემთხვევაში, თუ ამ ბაზარზე განხორციელებული დაბანდების საშუალო შემოსავლიანობა გადააჭარბებს სხვა ბაზრების შემოსავლიანობას,

საკვანძო სიტყვები: ინვესტიციები, საინვესტიციო პოლიტიკა, საინვესტიციო გარემო, საინვესტიციო მენეჯმენტი, საინვესტიციო პროექტი, საინვესტიციო რისკები, საინვესტიციო პროცესი.

Abstract

In the terms of market economy it appeared inevitable to renovate all the fields. This problem is mostly vivid in industrial sector which requires full transformation, creation of a new system and development.

In investment policy the special place has concept about mutual communication between incomes and risk level which implies direct proportional dependence between those two categories.

Investments provides continuation of product manufacturing, it supports carrying manufacturing, innovative and social projects, it plays role in increasing production volume and efficacy of further public production. In the terms of economic crisis investments are the most important possibility for transformation of socio and industrial potential and subordination of it under the market.

The classification of basic stages of investments in market economy terms gives the possibility to determine state regulation directions of this whole process.

It is worth mentioning that planning macro-economic parameters at recent and forecasting stages are based on two basic factors one of which is increasing foreign investments. This process should be based on appropriate

changes of fiscal policy, structural and institutional reforms in order to provide long-term growth with the help of financial-banking system at the basis of temporary revival of economy. Investment environment in a certain country this is what is principally important in investment policy.

If it is possible to create investment project market in Georgia it will be interesting for investors in case if average incomes from these investments will exceed incomes of the other markets.

Keywords: investments, investment policy, investment environment, investment management, investment projects, investment risks, investment process.

შესავალი

საბაზრო ეკონომიკის პირობებში აუცილებელი გახდა ყველა დარგის გადახალისება. განსაკუთრებით ამ პრობლემამ თავი იჩინა სამრეწველო სექტორში, რომელიც მოითხოვს სრულ გადაიარაღებას, ახალი სისტემის ჩამოყალიბებას და განვითარებას.

ყოველივე ამის უზრუნველსაყოფად აუცილებელია არსებული თუ მოზიდული ინვესტიციები, რომელთა საშუალებითაც უფრო სრულყოფილად გადაწყდება შექმნილი პრობლემა.

საერთოდ თავისუფალი ფულადი სახსრების მქონე მეწარმე დაინტერესებულია ფულის მოცულობის გადიდებით, ამისათვის მან ფული მომგებიან საქმეში უნდა დააბანდოს და საქმის წარმატებით წარმართვის შედეგად ნამატი თანხა მიიღოს. ამ მიზნის წარმატებით გადასაწყვეტად მას უნდა ჰქონდეს საინვესტიციო ობიექტზე სრულყოფილი წარმოდგენა და შეეძლოს თავისი რესურსების მასთან ოპტიმალური მისადაგება. ეს კი შესაძლებელია მხოლოდ ობიექტის მოდელის ცოდნის პირობებში, რომლის მეშვეობითაც ინვესტორი შეიძლება კაპიტალის დაბანდობის სხვადასხვა სიტუაციების გათამაშებას, მოსალოდნელი პრობლემების წინასწარ წარმოჩენას, მოგების თუ სხვა მისთვის არსებითი პარამეტრების ოპტიმალურ დაგეგმვას.

კვლევის აქტუალობა. კვლევის აქტუალობა მდგომარეობს იმაში, რომ დღესდღეობით ინვესტორი არსებული რთული საინვესტიციო გარემოს არც თუ ისე სახარბიელო საკანონმდებლო ბაზის, დაბალი მსყიდველობითუნარიანი მომხმარებლის და სხვა ობიექტური თუ სუბიექტური მიზეზების გამო ინვესტიციების ჩადების გადაწყვეტილების მიღებას ან ვერ ახერხებს ან მაღალი რისკით აწარმოებს. მას არა აქვს მეცნიერულად სათანადო დასაბუთებული მეთოდოლოგია, საინვესტიციო პროექტის ოპტიმალური გათვლისათვის, მიუხედავად ეკონომიკური მეცნიერების ამ მიმართულებით განვითარებისა, მაინც არსებული მეთოდოლოგია და მიდგომები ფრაგმენტულია, არასრულყოფილი და ხედაპირულია. ინვესტიციის საპროგნოზო ეფექტურობის გათვლის მარტივი მიდგომები ინვესტორს დიდი რისკის ქვეშ აყენებს. ხშირად საინვესტიციო პროგრამის განხორციელების დროს წარმოიშობა წინასწარ გაუთვლელი სირთულეები

და პრობლემები, რომელთა მოგვარება ინვესტორს კორუფციული თუ პროტექციონისტული გზებით უხდება.

სტატიის კვლევის მიზანია შემუშავებული იქნას გარკვეული წინაპირობები საინვესტიციო პროცესების ოპტიმიზაციის მეთოდოლოგიის შექმნისათვის, რომლის საშუალებითაც ინვესტორი უფრო გააზრებულად იმოქმედებს, როგორც საინვესტიციო პროგრამის განხორციელების წინა საპროექტო სტადიაზე, ასევე საინვესტიციო პროცესის მიმდინარეობისას.

ჩვენს მიზანს ასევე წარმოადგენს მენეჯმენტის პროცესის ავტომატიზირება ინფორმაციული ტექნოლოგიების გამოყენებით, რის საშუალებითაც ინვესტორს შეეძლება ოპტიმალურად დაგეგმოს, აკონტროლოს და მართოს საინვესტიციო პროექტი პირველადი გადაწყვეტილების მიღებიდან განხორციელებული საინვესტიციო პროექტის ექსპლუატაციამდე, ისე, რომ ყოველ კონკრეტულ ეტაპზე მას შეეძლება უშუალოდ თავად მართოს საინვესტიციო პროექტი,

კვლევის მეთოდები. კვლევის მეთოდოლოგიური და თეორიული საფუძვლები. სტატიის კვლევის ჩატარების მეთოდოლოგიურ საფუძველს წარმოადგენდა უცხოური ინვესტიციების მოზიდვით განხორციელებული პროექტების მართვის საკითხებისადმი მიძღვნილი ქართველი და უცხოელი მეცნიერების შრომები.

ნაშრომის დამუშავების პროცესში გამოყენებულია კვლევის დიალექტიკური მატერიალიზმის, ისტორიული, ლოგიკური, ანალიზისა და სინთეზის მეთოდი.

თანამედროვე საინვესტიციო თეორიაში დამატებით კრიტერიუმებად განიხილება საინვესტიციო პროექტის შესაძლებლობები (ოპციონები), რომლებიც აზუსტებენ პროექტის მომგებიანობას. წინასწარი თეორიული გათვლებით კონკრეტული საინვესტიციო პროექტი შეიძლება გარკვეულ მომგებიანობას იძლეოდეს, მაგრამ პროექტის განხორციელების რეალურმა პირობებმა შეიძლება გაზარდოს პროექტის მომგებიანობა (მაგალითად, საინვესტიციო სექტორში მონოპოლიურმა მდგომარეობამ, ან ახლად წარმოშობილმა სოციალურ-პოლიტიკურმა მდგომარეობამ, ან ხელსაყრელმა საგარეო-პოლიტიკურმა ვითარებამ, ან მოსალოდნელმა საგადასახადო შედეგებმა და ა. შ.).

იმისათვის, რომ ნებისმიერმა საწარმომ ნორმალურად და ხარისხიანად იმუშაოს, საჭიროა გარკვეული ინვესტიციის - ფულადი სახსრის ჩადება, რასაკვირველია, თუ ეს თანხა ადგილობრივი ინვესტორის მიერ იქნება გაღებული, მეტად სასარგებლო იქნება ქვეყნისათვის. ნებისმიერი ინვესტიციის დროს პირველ რიგში უნდა შესწავლილი იქნას ბაზრის სეგმენტი და მერე მოხდეს ინვესტორის მიერ თანხის ჩადება.

ინვესტიციები უზრუნველყოფს კვლავწარმოების უწყვეტობას. ხელს უწყობს საწარმოო, ინოვაციური და სოციალური პროექტების რეალიზაციას, მონაწილეობს წარმოების მოცულობის ზრდისა და საზოგადოებრივი წარმოების ეფექტიანობის შემდგომი ამაღლების პროცესში. ეკონომიკური კრიზისის პირობებში ინვესტიციები წარმოადგენს ყველაზე მნიშვნელოვან საშუალებას სოციალური და საწარმოო პოტენციალის სტრუქტურული გარდაქმნისა და მისი ბაზრისადმი დაქვემდებარებაში [2].

საწარმოს მართვის საერთო სისტემასთან ინტეგრირება ხელს უწყობს ინვესტირების მიმართულუბებისა და ფორმირების სწორედ შერჩევას, საინვესტიციო პროექტების ოპტიმალურად დაფინანსებას და საერთოდ ინვესტირების ეფექტიანობას. საინვესტიციო მენეჯმენტი მთავარი მიზნის რეალიზაციის პროცესში წყვეტს შემდეგ ამოცანებს [4].

- ეფექტიანი საინვესტიციო გზით ქმნის საწარმოს ეკონომიკური განვითარების მაღალ ტემპს. საინვესტიციო საქმიანობით რეალიზდება საწარმოს გრძელვადიანი მიზნები; - საინვესტიციო საქმიანობიდან შემოსავლების მაქსიმიზაციის უზრუნველყოფა ხდება საბოლოო ჯამში მომგებიანი ინვესტიციის შერჩევის შედეგად;
- უზრუნველყოფს საინვესტიციო რისკების მინიმიზაციას. ამ დროს აუცილებელია განისაზღვროს საინვესტიციო რისკები და მასთან დაკავშირებული ფინანსური დანაკარგები;
- ფირმის ფინანსური მდგრადობის და გადახდისუნარიანობის უზრუნველყოფა საინვესტიციო საქმიანობის განხორციელების პროცესში არსებითია საინვესტიციო გადაწყვეტილების მიღება, მას თან უნდა ახლდეს ფინანსური მდგრადობისა და გადახდისუნარიანობის ანალიზი.

საინვესტიციო პროგრამების სწრაფი რეალიზაცია ხელს უწყობს ბაზრის კონიუქტურის შეცვლას და საინვესტიციო რისკების შემცირებას [5]. საინვესტიციო მენეჯმენტი იყოფა ფუნქციონალურ ჯგუფებად. ეს ჯგუფებია:

1. საინვესტიციო მენეჯმენტის, როგორც მმართველობითი სისტემის ფუნქციები;
2. საინვესტიციო მენეჯმენტის, როგორც საწარმოს მართვის სპეციალური სფეროს ფუნქციები. პირველი ითვალისწინებს შემდეგ სამუშაოებს:

აოებს:

- საწარმოს საინვესტიციო სტრატეგიის შემუშავება გულისხმობს საინვესტიციო საქმიანობის მიზნებსა და მიზნობრივი მაჩვენებლების სისტემის გრძელვადიანი პერიოდისათვის ჩამოყალიბებას;
- საწარმოს საინვესტიციო საქმიანობის ყველა ასპექტის მიხედვით მმართველობით გადაწყვეტილებათა მიღებისა და რეალიზაციის უზრუნველყოფი ორგანიზაციული სტრუქტურების შექმნა.

საინვესტიციო პოლიტიკა მუშავდება რეგიონალურ, დარგობრივ და სამეურნეო სუბიექტების დონეზე. ისინი მჭიდროდაა ერთმანეთთან დაკავშირებული, მაგრამ მათ რეალიზაციაზე უპირველეს გავლენას ახდენს სახელმწიფო საინვესტიციო პოლიტიკა, რომელმაც უნდა უზრუნველყოს და შექმნას საინვესტიციო გარემო, რომელიც დაიცავს ინვესტორს.

საწარმოს საინვესტიციო პოლიტიკა არის საწარმოს ფინანსური სტრატეგიის შემადგენელი ნაწილი, რომელიც მდგომარეობს საწარმოო პოტენციალის გაფართოებასა და განახლების უფრო რაციონალური გზების შერჩევასა და რეალიზაციაში.

საწარმოს საინვესტიციო პოლიტიკის შემუშავებას საფუძვლად უნდა დაედოს შემდეგი პრინციპები:

- ეკონომიკური, სამეცნიერო-ტექნიკური და სოციალური ეფექტების მიღწევა;
- უფრო მეტი მოგების მიღება ჩადებულ კაპიტალზე მინიმალური საინვესტიციო დანახარჯების პირობებში;
- სახსრების რაციონალური განკარგვა;
- საწარმოს მიერ სახელმწიფო მხარდაჭერის გამოყენება ინვესტიციების ეფექტიანობის გადიდებისათვის;
- სუბსიდიებისა და საერთაშორისო საფინანსო ორგანიზაციების და კერძო უცხოური ინვესტორების შეღავათიანი კრედიტების მოზიდვა;
- კონკრეტული პროექტების რეალიზაციასთან დაკავშირებული საინვესტიციო რისკების მინიმიზაციის უზრუნველყოფა;
- ინვესტიციების ლიკვიდურობის უზრუნველყოფა.

საწარმოს საინვესტიციო პოტენციალის რეალიზაციისათვის რესურსების მოთხოვნილება განისაზღვრება მისი სამეცნიერო და საწარმოო პოტენციალით, რომელიც აუცილებელია ბაზრის მოთხოვნის შესაბამისად პროდუქციის გამოსაშვებად.

ინვესტიციის შედეგად წინასწარი მიზნების მიღწევის განსაზღვრას უზრუნველყოფს საინვესტიციო პროექტი.

ზოგადად საინვესტიციო პროექტების დამუშავების პროცესი შედგება წინა საინვესტიციო, საინვესტიციო და საექსპლუატაციო ეტაპებისა-

გან.

საინვესტიციო პროექტის წარმატებით რეალიზაციისათვის ფინანსური ასპექტების გარდა გადამწყვეტ მნიშვნელობას იძენს მენეჯმენტის დონე, ასევე ქვედა რგოლებში მონაწილე კადრების კვალიფიკაცია. ინვესტორმა მუდმივად უნდა ახორციელოს მონიტორინგი საინვესტიციო სამუშაოებზე. ის არც ერთ შემთხვევაში არ უნდა მოეშვას და ბოლომდე მიენდოს თუნდაც კარგ დაქირავებულ მენეჯერებს. კარგი ინვესტორი აწარმოებს საინვესტიციო პროექტის განხორციელების მიმდინარე ეკონომიკურ ანალიზს, არ ელოდება ეტაპის დასრულებას და დინამიკაში აღევნებს ტექნიკურ-ეკონომიურ პარამეტრებს.

იმისათვის, რომ სწორად და სადავო წარმოებდეს საინვესტიციო პროცესი, ჩვენი აზრით, ერთ ერთი მთავარი პირობაა სწორი საინვესტიციო პოლიტიკის არსებობა. ამ მიზნით კანონმდებლობაში გათვალისწინებულ უნდა იქნას საინვესტიციო კაპიტალის გადასახადებიდან გათავისუფლება გარკვეული დროით, ინვესტიციის დაცვა, რეინვესტიციის (ინვესტირებით მიღებული მოგების ისევე საქმეში უკან ჩადება) წახალისება და ა. შ.

ინვესტიციების განხორციელებისას ყველაზე დიდი შემაფერხებელი პრობლემა, კორუფციასთან ერთად, არის ბიუროკრატია, რაც სერიოზულ ბარიერს უქმნის ყოველ ინვესტორს.

საქართველოს საინვესტიციო გარემოს ნაკლოვანებას წარმოადგენს ასევე ე.წ. დამატებითი ხარჯების მაღალი დონე, მხედველობაში გვაქვს: კავშირგაბმულობის, ტრანსპორტის, ელექტროენერჯის შეფერხებით მიწოდება და აქედან გამომდინარე, მეწარმეების დამატებითი ხარჯების ზრდა მდგომარეობის გამოსასწორებლად.

უცხოელი მეწარმეები ერთხმად აცხადებენ, რომ ყველაზე მეტ პრობლემებს ისინი საგადასახადო ორგანოებთან ურთიერთობისას აწყდებიან. არანაკლებ მნიშვნელოვანი დაბრკოლებაა ქვეყნის არასრულყოფილი საბანკო სისტემაც. იგულისხმება, სესხებზე მაღალი საპროცენტო განაკვეთები და ბანკების მიერ, ძირითადად, მოკლე ვადიანი კრედიტების გაცემა. საინვესტიციო გარემოზე უარყოფითად მოქმედ ფაქტორებს შორის ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანია ქვეყანაში არსებული სოციალურ-პოლიტიკური მდგომარეობა.

საქართველოში ქვეყნის ტერიტორიული მთლიანობა დარღვეულია, რაც კიდევ უფრო ართულებს ვითარებას. აქვე აღვნიშნავთ, რომ არსებული სიდინელების გამო მრავალი საინვესტიციო კომპანია იკავებს თავს საქართველოში ინვესტიციების დაბანდებაზე.

ქვეყნის ეკონომიკურ განვითარებაზე ზემოქმედების ერთ-ერთ უმნიშვნელოვანეს ინსტრუმენტს სახელმწიფოს საინვესტიციო პოლიტიკა წარმოადგენს. საინვესტიციო პოლიტიკის საშუ-

ალებით შესაძლებელია წარმოების მოცულობის, სამეცნიერო-ტექნოლოგიური პროცესის დინამიკაზე ზემოქმედება. საერთოდ საინვესტიციო პოლიტიკა გამომდინარეობს მაკრო და მიკრო ეკონომიკური ინვესტირების შერწყმაში. ამიტომ საინვესტიციო პოლიტიკის უმნიშვნელოვანესი პრინციპი იქმნება ყველა ეკონომიკური ბერკეტით - სახელმწიფო შეკვეთებით, საკრედიტო, საგადასახადო, საამორტიზაციო და სხვა მარეგულირებელი ინსტრუმენტებით სახელმწიფოს მიერ საინვესტიციო საქმიანობისათვის მიზანშეწონილი ეკონომიკური გარემოს შექმნით.

სტაბილური საინვესტიციო გარემო ჩვენი ქვეყანაში ინვესტიციების მოზიდვის საწინდარია. საქართველოს საინვესტიციო კანონმდებლობა იხვეწება და ორიენტირებულია მიმზიდველი საინვესტიციო გარემოს შექმნაზე. სახელმწიფოს ამოცანაა შეიმუშაოს მწყობრი, პერსპექტივაზე გათვლილი, დაბალანსებული სახელმწიფო საინვესტიციო პოლიტიკა და შექმნას მისი რეალიზაციისათვის საჭირო სამართლებრივი, ეკონომიკური და ადმინისტრაციული მექანიზმები.

საინვესტიციო პროექტების რეალიზაციის ყველა ქმედებას - ბიზნესიდეის გაჩენიდან პროექტის საექსპლუატაციო ფაზის დადგომამდე - საფუძვლად უდევს აუცილებელი გადაწყვეტილებების ერთობლიობის შემუშავება და მიღება. აღნიშნული გადაწყვეტილების ერთობლიობა შედგება ურთიერთ დამოუკიდებელი (ერთ-ერთის დამუშავება და მიღება არ ეწინააღმდეგება მეორის მიღებას და არ არის მასთან კავშირში), ურთიერთ დამოკიდებული (გადაწყვეტილებები უზრუნველყოფენ ერთმანეთის რეალიზაციას) და ურთიერთგამომრიცხავი (გადაწყვეტილებები არ შეიძლება მიღებულ იქნას ერთდროულად და აუცილებელია ავირჩიოთ ერთ-ერთი) გადაწყვეტილებებისაგან.

რისკები, რომლებიც საინვესტიციო პროექტების რეალიზაციასთანაა დაკავშირებული, არ არსებობენ თავისთავად, კონკრეტული ქმედებისაგან დამოუკიდებლად.

ხშირად ინვესტიციებს განასხვავებენ რისკის მიხედვით. რისკის დროს ინვესტორისათვის ინვესტიციებით მიღებული მოგების შეფარდებითი სიდიდე მოსალოდნელ მოგებაზე ნაკლები შეიძლება აღმოჩნდეს. ამიტომაც როცა საუბარია საინვესტიციო გადაწყვეტილების მიღებაზე, აქტუალური ხდება რისკ - ფაქტორების განაწილების საკითხები. ინვესტიციების ჩადების მოსალოდნელი შედეგების შეფასებისას გამოიყენება სხვადასხვა მეთოდები, როგორცაა:

- „წმინდა მიმდინარე ღირებულების მეთოდი, რომლითაც განისაზღვრება მომავალში მოსალოდნელი შემოსავლების დღევანდელი ღირებულება;
- „უკუგების საპროცენტო განაკვეთი, როდესაც პროექტზე გაწეული დანახარჯები ამ პრო-

ექტის განხორციელების შემდეგ მისაღები შედეგების მიხედვით დგინდება;

- ინვესტიციის „ამოღების“ მეთოდი, რომლის დროსაც განისაზღვრება ინვესტიციაზე გაწეული დანახარჯების ამოღება;
- რისკის ძირითადი ფაქტორები, რომლებიც დგანან ინვესტორის წინაშე კაპიტალდაბანდები სგანხორციელებამდე, შეიძლება შემდეგი სახით ჩამოყალიბდეს:
 - ეკონომიკური რისკი - რომელიც შეიძლება მომდინარეობდეს ქვეყნის ეკონომიკურ სტრუქტურაში მოსალოდნელი მნიშვნელოვანი ცვლილებების შედეგად და ალბათობა იმისა, თუ რამდენად მოახდენს ეს ცვლილებები გავლენას ინვესტიციის მოსალოდნელ უკუგებაზე.
 - ტრანსფერის რისკი - როგორია კაპიტალის გატანის შესაძლებლობა ქვეყნის გარეთ.
 - ინფლაციის რისკი - ინფლაციის არსებული და საპროგნოზო მაჩვენებლები განსაზღვრავს გადახდისუნარიანი მოთხოვნის არსებობას და გასაღების ბაზრების ფუნქციონირებას.
 - ადგილმდებარეობის რისკი - იმ უარყოფითი შედეგების ერთობლიობა, რომელთაც შეიძლება თავი იჩინონ რეგიონში;
 - სუვერენული რისკი - ძირითადად უკავშირდება საგარეო ვალდებულების მომსახურებას და იმის საშიშროებას, რომ მთავრობა ვერ გაისტუმრებს სახელმწიფო ვალდებულებას.
 - პოლიტიკური რისკი - დაკავშირებული ქვეყნის შიგნით მოსალოდნელ სამოქალაქო არასტაბილურობასთან.

თუ საქართველოში შესაძლებელი გახდება საინვესტიციო პროექტების ბაზრის შექმნა, მაშინ მოცემულ ბაზარზე ოპერაციების განხორციელება ინვესტორებისათვის საინტერესო იქნება იმ შემთხვევაში, თუ ამ ბაზარზე განხორციელებული დაბანდებების საშუალო შემოსავლიანობა გადააჭარბებს სხვა ბაზრების შემოსავლიანობას [1].

ფაქტობრივად, საინვესტიციო პროექტის რეალიზაციისას შეგვიძლია დავაკვირდეთ იმ სხვადასხვა გარიგებების ერთობლიობას, რომელიც სრულდება როგორც სხვადასხვა მონაწილეს ან ინვესტორს შორის, ასევე მონაწილეებსა და ინვესტორებს შორის. ყოველი ასეთი გარიგება, რომელიც გარკვეული პირობითაა დადებული, მხა-

რებს აკისრებს შესაბამის ვალდებულებებს.

ცხადია, რომ იმ გარიგებებს, რომლებიც სრულდება ობიექტურად არსებული რისკების სისტემის ჩარჩოებში, პირობის კონკრეტული ხასიათისა და გამოყენებულ ვალდებულებებზე დამოკიდებულებით, შეუძლიათ როგორც გააძლიერონ, ისე შეასუსტონ სხვადასხვა ხდომილების ახდენის შესაძლებლობა, ე. ი. გაზარდონ ან შეამცირონ გარიგების მონაწილეთა რისკი.

იმისათვის რომ საქართველოში საინვესტიციო პროექტების რეალიზაციის და დაფინანსების პროცესში მოხდეს რისკების შემცირება, საჭიროა მათი დაზღვევა. საქართველოს სადაზღვევო კომპანიებმა აუცილებლად უნდა მონახონ საშუალება რაც შეიძლება ხარისხიანად გადაჭრან ზემოთ აღნიშნული პრობლემა. ყოველივე ეს ხელს შეუწყობს უცხოელი ინვესტორების მოზიდვას საქართველოს ეკონომიკის პრიორიტეტულ დარგებში.

დასკვნები

- სასურველია თანამედროვე ინფორმაციული ტექნოლოგიების საფუძველზე შეიქმნას ინვესტირების მართვის ავტომატიზირებული სისტემა, რომელიც ინტერაქტიულ რეჟიმში საშუალებას აძლევს ინვესტორს მარტივად დაადგინოს მისთვის საინტერესო ობიექტის საინვესტიციო მიმზიდველობა, მიიღოს გადაწყვეტილება ინვესტირებაზე, შეადგინოს დაფინანსების ოპტიმალური გეგმა, დინამიკაში წარმართოს ფინანსური ნაკადები, ობიექტის ექსპლუატაციაში გაშვების მომენტიდან დანახარჯების სრულად ამოღების მომენტამდე აწარმოოს კაპიტალის ოპტიმალურად რეინვესტირების დაგეგმარება და დაბანდება. საინვესტიციო პროცესის მიმდინარეობის კვალობაზე აკუმულირებული ინფორმაციული ბაზის საფუძველზე ინვესტორს საშუალება ეძლევა ოპტიმალურად დააკორექტიროს საინვესტიციო სტრატეგია;
- ინვესტირებით დაინტერესებული ბიზნესმენისათვის შესაძლებელია შემუშავდეს საინვესტიციო პროექტის შედგენის მეთოდოლოგია და საინვესტიციო პროცესის მართვის სამუშაო-პრაქტიკული რეკომენდაციები, რომლებიც მათ დაეხმარება დარგში არსებული საინვესტიციო სირთულეების დაძლევაში.

ლიტერატურა

1. ნ.სამსონია, მ.ლომსაძე, მ.თოფურია. საინვესტიციო პროექტის დაგეგმვის მეთოდოლოგიური ასპექტები. სამეცნიერო-ტექნიკური ჟურნალი ლენერგია, 2(50), ნაწ. 2, 2009.
2. რ. მახვილაძე, კ. მახვილაძე, ჯ. ჩოგოვაძე და სხვ. ინვესტიციების თეორია და ანალიზი. რედ.: გ. ლალუნდარიძე, დ. პაპავა. სტუ, თბილისი, 2005, სტუ-ს სტამბა.
3. კიკნაძე ნ. ინვესტიციების მართვა სამეწარმეო ინოვაციურ პროცესებში, 2008 წ.
4. ე.ბარათაშვილი, რ.ქუთათელაძე, ლ.გვაჯაია, გ.ყურაშვილი; „საინვესტიციო მენეჯმენტი, თბ.2011წ.
5. ქოქიაური ლ., ინვესტიციების ბაზარი, თეორია, პოლიტიკა, პრაქტიკა, თბ., 2001.

THE THEORY AND PRACTICE OF MAN'S DOMINATION
IN ECONOMY

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА МУЖСКОГО ГОСПОДСТВА В ЭКОНОМИКЕ

ლიდია ზლოტნიკოვა

სამომხმარებლო კოოპერაციის ბელორუსის
საეკონომიკური
უნივერსიტეტი, ბელორუსი, ქ. გომელი

ZLOTNIKOVA LIDIYA

Cand.Econ.Sci., associate professor. Belaru-
sian trade and economic university of consum-
er cooperation, Republic of Belarus, Gomel

ЗЛОТНИКОВА ЛИДИЯ

к.э.н. доцент, Белорусский торгово-
экономический университет
потребительской кооперации,
Республика Беларусь, г. Гомель

ოლგა რუდენკო

ეროვნული უნივერსიტეტის „ოსტროჟსკის
აკადემიის მართვის გლობალური
სტრატეგიების ინსტიტუტი, უკრაინა, კიევი

RUDENKO OLHA

Doctor of Public Administration, Associate Pro-
fessor, Director of SRI of Public Administration
and Management, Professor of the Department of
Management of Chernihiv National University of
Technology (Ukraine)

РУДЕНКО ОЛЬГА

Институт глобальных стратегий управления
Национального университета «Острожская
академия», Украина, г. Киев

Abstract

The summary Relevance of the appeal to a problem of man's domination in economy is caused by decrease in its efficiency, need of search of new sources of development.

During reforming of society socialization of the person, having received the status of service, I have worsened an economic situation of women. There are unresolved problems of the theory of the latent capital, determination of its value. Still economic science does not pay due attention to forming of a social capital in a family. Still economic science doesn't pay a due attention to forming of a social capital in a family. Costs for education of the new person, forming of bases of moral, social and economic conduct are theoretically not proved, are practically recognized the personal record of a family. In incomplete families most often the woman bears material, moral and social responsibility.

Keywords: socialization, man's domination, latent capital, inequality, values, household, family, woman.

ანოტაცია

ეკონომიკაში მამაკაცის დომინანტობის თემის აქტუალობას განაპირობებს მისი ეფექტურობის შემცირების პრობლემა, განვითარების ახალი წყაროების მოძიების აუცილებლობა.

საზოგადოების რეფორმირების პირობებში ადამიანის სოციალიზაციამ მიიღო მომსახურების სტატუსი, გააუარესა ქალბატონების ეკონომიკური მდგომარეობა. გადაუწყვეტელი რჩება დაფარული კაპიტალის თეორიის პრობლემები, მისი ღირებულების შეფასება. ეკონომიკური მეცნიერებები კვლავინდებურად არ უთმობს შესაბამის ყურადღებას ოჯახში სოციალური კაპიტალის ფორმირების საკითხს. ახალი ადამიანის აღზრდის ხარჯები, ზნეობრივი, სოციალური და ეკონომიკური ქცევის საფუძვლები თეორიულად არ არის დასაბუთებული და პრაქტიკულად ითვლება ოჯახის პირად საქმედ. არასრულ ოჯახებში ძირითადად ქალბატონებს ეკისრებათ მატერიალური, მორალური და სოციალური პასუხისმგებლობა.

საკვანძო სიტყვები: სოციალიზაცია, დაფარული კაპიტალი, მამაკაცის დომინანტობა, ფასეულობები, უთანაბრობა, საოჯახო მეურნეობა, ოჯახი, ქალბატონი.

Обращение к гендерной проблематике в контексте экономического развития обусловлено многими проблемами современного общества. В нашем понимании гендер, прежде всего, характеризует социальные роли мужчин и женщин. По вопросам экономического, политического, социального и даже морально-нравственного неравенства мужчин и женщин написано много статей и монографий. Сложно оценить их информационное и научное содержание. Основное внимание мы хотели бы обратить на теоретическое обоснование мужской экономики и практические механизмы ее господства.

Экономическая наука начала формироваться на этапе разрушения индивидуального производства и формирования массового. Быстрые радикальные изменения в организации производственной деятельности повлекли за собой закономерное обоснование основных источников и механизмов ее эффективности, выраженной в получении выгоды. Не вдаваясь в глубокий анализ развития экономической мысли, обратив основное внимание на теоретические положения классической экономической науки. Ее родоначальником принято считать А. Смита. Огромный, даже по нынешним меркам монографический труд «Исследование о природе и причинах богатства народов» - это первый образец методологического обоснования мужской экономики. Важнейшей отличительной компонентой мужского господства в общественном производстве и государстве является отсутствие слова «женщина». Бесспорно, что любая теория предполагает использование высокого уровня абстракции. В естествознании, которое изучает процессы в неживой природе, отрешенность от реальных условий оправдана. Построение абстрактных моделей физических, химических процессов позволяет глубже проникнуть в суть процесса или явления. Материальное производство, его цели задачи, в реальной жизни сложно отделить от семьи, домашнего хозяйства, воспроизводства человека и т.д. Однако основное внимание А. Смит обращает на рыночные механизмы решения всех экономических проблем. Главными из них ученый назвал личный эгоизм и невидимую руку. В современной интерпретации невидимая рука отождествляется с конкуренцией, а личный эгоизм со стремлением достижения единоличного господства. Первое и второе предполагает борьбу и обязательную победу. Необходимо отметить, что признанный экономист А. Смит не анализирует методы конкуренции. Главное – это победа всех и вся, соответственно, цель оправдывает средства. Классическая экономическая теория лишена социальности, основным предметом интереса, как правило, выступают экономические законы, структуры, ресурсы, факторы, материальные, финансовые ценности, владение собственностью

и т.д. С морально-нравственной точки зрения **безработица** – это сложное социальное и экономическое явление. В экономической теории А. Смита **безработица** – **добровольный выбор человека**. **Благосостояние представляет собой одну из форм физической или умственной силы**, которую человек использует для производства нового материального блага. «Всякий человек должен получать доход из источника, принадлежащего ему лично, должен получать либо от своего труда, либо своего капитала, либо земли».[6, с.53] **Маскулинность экономических отношений А. Смит подтверждает конкретизацией источника дохода. Во времена его творчества женщина была лишена прав на все виды собственности, в том числе и результаты собственного труда.**

Деятельность в домашнем хозяйстве вплоть до XX в. не была предметом экономической науки. Результаты труда в соответствии с экономической теорией признаются и оцениваются только в том случае, если товар продается. Женский труд создает блага для семейного потребления, никогда не выходит на рынок, в соответствии с теорией полезности не имеет цены. Рождение и воспитание детей в экономической теории получило определение воспроизводство рабочей силы. Впервые роль женщины в решении проблем воспроизводства оказалась в поле зрения Т. Мальтуса. В работе «Опыт о законе народонаселения» ученый написал: «Извращение нравов, доведенное до такой степени, что оно препятствует рождению детей, унижает человеческую природу и оскорбляет ее достоинство. Производит такое действие на мужчину и извращает характер женщины, искажая самые привлекательные свойства ее природы. К этому необходимо прибавить, что из всех несчастных созданий, быть может, ни одно не подвергается таким бедствиям и не впадает в такую крайнюю нищету, как те несчастные жертвы проституции, которыми изобилуют большие города». [3] Возражающие оппоненты обязательно обратят внимание на отсутствие в приведенных словах экономических аспектов. Данное положение сложно оспорить. Человек, признанный фактором производства, рождается благодаря женщине. К самым бедным, образно говоря нищим, по оценке ученого относятся женщины, занимающиеся проституцией. Сложно провести анализ экономического положения современных жриц любви. Теоретическая обоснованность продажи тела в настоящее время получило юридическое разрешение на практике. Рекламный бизнес – это узаконенная торговля телом. Периодические возникают дискуссии, в основу которых положены требования экономической легализации проституции. Ее сторонники обосновывают свою позицию необходимостью получения дополнительных

налогов. О том, что торговля телом, как вещью – это извращение нравов, морали, ведущее к ухудшению демографической ситуации, к сожалению, говорят все реже и реже.

Исторический путь развития экономической науки тесно связан с основными экономическими компонентами материального производства. Разделение и специализация труда, обоснованные А. Смитом, как важнейший механизм повышения эффективности производства, а также достижение определенного успеха, становятся прочным фундаментом развития. В теории и практике экономики диверсифицируются акценты на проблемах спроса и предложения, цен, издержек, налогов и т.д. Человек в его сущностном проявлении остается за пределами экономических отношений. Теоретически обоснованная и практически оправданная специализация на этапе разрушения натурализации материального производства сыграла положительную роль. Повышение производительности труда, повлекшее за собой увеличение объемов производства, рост прибыли, заложили основы мировой экономической системы. Процессы экономического расширения экономики потребления сопровождаются формированием латентной системы противоречий между натуральным производством внутри семьи и за ее границами. Трудовая деятельность женщины, априори получив, статус бесценности, не является предметом экономической науки. Единственной целью ученых было и остается общественное производство.

Бесспорно, что структура современного натурального хозяйства в значительной степени отличается от классической трактовки. Существующие различия гипотетически не уменьшают его роли в функционировании общественного производства. Выявление механизмов воздействия натурального домашнего производства затруднено по следующим причинам. Во-первых, отсутствует система учета временных, материальных и трудовых затрат в домашнем хозяйстве. Во-вторых, произведенные товары и услуги в семье не находят отражения в количестве произведенного валового внутреннего продукта. Это ставит под сомнение объективность широко используемого показателя ВВП для оценки достижений экономики страны, производительности труда, эффективности системы доходов. В-третьих, высокий удельный вес занятости женщин в домашнем хозяйстве, маскируя ценность ее вклада в общие экономические достижения, формирует утилитарно потребительское отношение к создателю базовых ценностей. На примере государственной политики Республики Беларусь в сфере занятости можно проиллюстрировать апогей уродливости мужской экономики. В соответствии с декретом №3

от 2 апреля 2015 г. «О предупреждении социального иждивенчества» женщина получила право работать в семье по достижению детьми 11 – летнего возраста. В случае, когда возраст ребенка превысит указанное количество лет, она будет подвергаться материальной либо административной ответственности, если откажется от создания материальных благ. На первый взгляд может показаться (именно так и охарактеризовало общественное мнение), что это личная позиция руководителя страны. Нам сложно согласиться с тем, что проблема носит индивидуальный характер. Сущностная глубина ее кроется в отсутствии теоретического осмысления натурального характера труда женщин и сохраняющегося господства мужской экономики. Возвышение социального статуса мужчины действующая экономика гарантирует только в материальном производстве, публичной или государственной деятельности.

В нач. XIX в. представитель классического либерализма Джон Стюарт Милль писал: «Немногие из факторов, определяющих современный уровень человеческого знания, еще более не соответствует тому, что можно было бы ожидать, или более явно соответствует состоянию застоя, в котором спекуляции даже по самым фундаментальным вопросам продолжают, чем этот весьма скромный прогресс в разрешении споров, связанных с поисками критерия добра и зла». [5, с.25] Экономическая теория, не оперируя понятиями «добро», «зло» нацеливает на преумножение капитала, прибыли, приращение собственности и т.д. Владение ценными бумагами или земельными участками престижнее, чем нравственность. Хотелось бы напомнить, что познание человека начиналось с понимания нравственности, морали. А истины, которые использует классическая экономическая наука, «являются в действительности результатами метафизического анализа, основанного на элементарных понятиях, с которыми привыкла работать данная наука...». [5, с.27] Постоянно и настойчиво обожествляемый механизм конкуренции в рыночной экономике – это одно из элементарных понятий, которыми пользуется экономическая теория и практика. Отсутствие эмпирического доказательства общественной экономической, а тем более социальной эффективности (выделено нами) материального производства, действующего на основе конкуренции, не уменьшает ее роли в ее продвижении. Успешная конкуренция предполагает победу до конца. При этом апологеты конкуренции даже не пытаются дать ответ на вопрос об общих издержках. Каждый побежденный в конкурентной борьбе – это непризнанные затраты, ценность которых в условиях ограниченных ресурсов возрастает многократно. Может возвышение конкуренции в материальном производстве уменьшает возможности финансирования скрытого капитала? Соответственно

виды, способы и формы конкурентной борьбы не всегда отличаются высокой нравственностью, а ее участники учитывают интересы окружающих и тем более отдаленные последствия полученной сиюминутной выгоды. В борьбе теоретически могут принимать участие все, однако выигрывает сильнейший, и неважно каким способом это произошло. К сожалению, до настоящего времени нет теоретического и житейского осмысления пагубности последствий так называемой рыночной конкуренции. Хотелось бы напомнить, что все действия человек осуществляет в условиях ограниченных ресурсов. В жизни данное положение проявляется по нескольким направлениям. Во-первых, это физиологические особенности женского организма. Его основная цель – это сохранение жизни. Формирование жизненно способного нового человека исключает использование женщины в различных видах борьбы. Во-вторых, результаты конкуренции носят открытый, легко измеримый результат, который может в кратчайшие сроки удовлетворить потребности и преумножить капитал. Женщина на протяжении существования цивилизации обречена природой и отведенным ей социальным статусом производить невидимый, неосознаваемый, не имеющий формы и неподдающийся количественным измерениям капитал. Как можно измерить приготовленную еду, пошитую одежду, убранный дом? Какое влияние оказывает созданное в семье настроение на производительность и общую трудоспособность членов семьи. Бурдьё в работе «Формы капитала» ввел понятие «инкорпорированный капитал», определив его следующим образом: «... инкорпорированный капитал, внешнее богатство, превращенное в неотъемлемую часть личности, в хабитус, не может мгновенно передаваться посредством акта дарения или наследования, покупки или обмена (в отличие от денег, прав собственности или даже аристократических титулов)». [1, с.7] Примитивно толкуемая конкурентная рыночная экономика не нацелена на решение проблем скрытого капитала, чаще всего использует его как дополнительный неучтенный источник сокращения затрат.

Государство на современном этапе развития медленно, но верно превращается в коммерческий субъект. Причем это процесс наблюдается во всем мире. Предприниматель, нанимающий исполнителей, теоретически не имеет возможностей и тем более желания отдавать часть капитала на подготовку и реализацию скрытого капитала. Поддерживается общественное мнение, отрицающее экономическую, культурную и социальную значимость жизненного опыта женщины, полученного ею в ходе рождения и воспитания детей. Ориентирование на получение дохода, имеющего реальные формы, влечет за собой нивелирование морально-нравственных ценностей,

усиливает неопределенность дальнейшего развития. Отсутствие понимания ценности скрытого капитала, механизмов его формирования и проявления сопровождается распространением опасных крайностей для человеческой жизнедеятельности. Собственник, теоретически и практически в соответствии с действующей экономической теорией, покупает трудовой ресурс с некоторым набором профессиональных навыков. В тоже время отказывается понимать, что профессиональные навыки не могут быть использованы без скрытого капитала, выражающего сущность человека. Гипотетически женщина, входящая, либо возвращающаяся в общественное производство, после рождения ребенка, обладает более высоким скрытым капиталом. Однако его реализация возможна при создании соответствующих условий. Их создание в экономике потребления носит инициативный характер, т.е. полностью отдано на откуп собственника. Подавляющее большинство из них предпочитают получать прибыль в кратчайшие сроки. По этой и другим причинам рискованные затраты снижают успех в конкурентной борьбе.

Средства массовой информации недавно опубликовали сведения о проводимом в Швеции эксперименте по сокращению рабочего дня. Гипотетически сокращение продолжительности рабочего времени влечет за собой уменьшение потерь, повышение производительности труда. Многолетняя работа социологом на различных промышленных предприятиях, использование включенного наблюдения позволяют сделать вывод о наличии прямой корреляционной зависимости между временем, проведенным с детьми и успешностью работы женщины. Чем больше времени женщина находится с детьми, тем меньше девиантных поступков дарят дети. Во сколько обходится девиант обществу в настоящее время подсчитать невозможно. Мужское общество на протяжении существования цивилизации предпочитает решать проблемы девианта насилием. Функционирование пенитенциарной системы обеспечивается в основном мужчинами. В последние годы даже за незначительные экономические преступления все чаще лишаются воли женщины. Сколько стоит такая форма ответственности женщины мужская экономика не интересуется. Предоставленные лично воспитанию дети завтра могут оказаться в местах лишения свободы.

В рамках повсеместного господства физического, денежного капитала сложно согласиться с тем, что обозначенные формы давно и прочно связаны с невидимым, не имеющим формы капиталом, основы которого закладывает женщина. На вербальном уровне уже признано значение общей культуры

человека, морально-нравственных принципов и норм поведения. В мировом экономическом и политическом пространстве проблему ценностей не эксплуатирует, как принято говорить, только «ленивый». Но доля прибыли, которую создает невидимый капитал, находится вне предмета экономической науки. Ее условно теоретическое деление на макро и микроэкономику сопровождается усилением всех видов экономической, правовой и социальной ответственности человека. Образование, здоровье, общая культура, коммуникативные навыки, этико-эстетические ценности должна создавать семья, т.е. женщина, а пользоваться в конечном итоге будет общество. Парадокс данной социальной и экономической ситуации отражается в усилении уголовной и административной ответственности даже за незначительное повреждение физического капитала.

Неадекватное отношение к роли и ценности скрытого капитала (в последние годы он может исследоваться как социальный, культурный, коммуникативный, интеллектуальный и т.д.) выражается в используемой системе распределения накопленных производственных ресурсов и произведенного материального богатства. Подлинными социальными ценностями: образование, здоровье оказались в полной зависимости от способности удовлетворить запросы экономики потребления. Господство человека-эгоиста, живущего ради удовольствия, из абстрактных рассуждений классиков экономической науки, стало реальностью. Рекламный бизнес, эксплуатирующий преимущество женское тело, в буквальном смысле слова формирует новое гендерное мировоззрение. Ценность профессии модели оказалась на несколько порядков выше учителя, врача, преподавателя. Все большее количество подрастающих девочек и их родителей предпринимают максимум усилий для обучения в школах моделей. Модельная внешность женщины оценивается нами как высшее проявление цинизма рыночной экономики. Физические параметры, предлагаемые бизнесом развлечений, входят в противоречие с природно-физиологической функцией женщины. Женщина мать не интересуется средствами массовой информации, различные телевизионные ток-шоу переполнены так называемыми рейтинговыми программами, демонстрирующие отсутствие элементарной нравственности. Сексуальные пристрастия «звезд» постоянно в центре внимания прессы, социальных сетей, телевидения. То, что обозначено как рыночная экономика, по сути это экономика потребления, формирующая новые морально-нравственные, поведенческие нормы, стандарты и ценности жизни. «При таких обстоятельствах наши средства массовой информации не испытывают особых

трудностей в том, чтобы выдавать частные интересы за интересы всех разумных людей. Таким образом, политические потребности общества превращаются в индивидуальные потребности и устремления, а удовлетворение последних, в свою очередь, служит развитию бизнеса и общественному благополучию». [4, с.1] Приведенные слова принадлежат Герберту Маркузе (немецкому и американскому философу и социологу. Один из немногих ученых XX в. обратил внимание мировой общественности на негативные проявления индустриальной экономики. В работе «Одномерный человек» на тот факт, что «Технический прогресс, охвативший всю систему господства и координирования, создает формы жизни (и власти), которые, по видимости, примиряют противостоящие системе силы, а на деле сметают или лишают почвы всякий протест во имя исторической перспективы свободы от тягостного труда и господства. Очевидно, что современное общество обладает способностью сдерживать качественные социальные перемены, вследствие которых могли бы утвердиться существенно новые институты, новое направление производственного процесса и новые формы человеческого существования». [4, с.3]

Упрощенное толкование рыночной экономики сопровождается расширением свободы поведения во всех сферах жизнедеятельности. Репродуктивное здоровье не интересует производителя. Недавняя дискуссия по проблеме безопасности женского белья наглядно продемонстрировала господство в обществе потребительского отношения к женщине. Защитники репродуктивного здоровья в социальных сетях, средствах массовой информации были подвергнуты массовому унижению и оскорблениям. Слушать продвинутую музыку, одеваться и отдыхать определенным образом, быть в курсе жизни различных поп звезд, состояния их ягодич, эти и многие «блага» давно стали фетишами экономики потребления. Удовольствия и наслаждения, как основа выгодной экономики диверсифицируется под условным названием «глобализация». Унификация потребления объективно стимулирует стирание естественных различий между мужчинами и женщинами. И это не только рост количества операций по изменению пола, политическая поддержка транссексуалов, но и возвеличивание гомосексуализма. В тоже время вопросы здравоохранения, образования, социальной защиты наемного труда, развитие сети детских дошкольных учреждений, молодежной безработицы и бедности определяются как более «мягкие», «социальные».

Классическая экономическая теория давно отделила социальную компоненту от экономики выгоды. Разделение человека на производителя благ, потребителя и личность положено в предметы исследования различных наук. Реальность такова,

что человек-производитель неотделим от личности, психологического состояния и нравственных ориентиров. Навязанный образ жизненного успеха по оценкам психологов сопровождается заниженными самооценками. Индустриальная психология имеет давнюю историю. Ученые психологи и социологи в 1927 г. получили результаты Хоторнского эксперимента. В ходе исследования были установлены связи между отношением к труду, взаимоотношениями, мотивацией и сознательностью. Для исследователей оказалось определенной неожиданностью, что работники больше ценят социальные и психологические условия труда, чем все остальные. Увлеченное продвижение абстрактной экономической выгоды не нуждается в услугах гуманитариев. На начальном этапе реформирования государство стимулировало выведение объектов социальной сферы с промышленных предприятий. Различные спортивные комплексы, лечебные учреждения, базы отдыха были признаны сверхзатратны и некупаемы. В конкретной экономике получили статус непрофильных активов. Так называемые рыночные производства, освободившись от социальной компоненты, увеличили временные и денежные затраты человека, прежде всего женщин, на процессы социализации. На крупных предприятиях СССР, независимо от количества работающих женщин, функционировал кабинет гинеколога. Беременные женщины могли в удобное для них время не только получать необходимые консультации, но и лечение. Для ведения здорового образа жизни все желающие и их дети посещали спортивные залы, отдыхали в домах отдыха и санаториях, находящихся на балансе предприятия. Критики социалистической экономики предпочитают игнорировать тот факт, что социальная компонента, включенная в производственные отношения, способствовала развитию человеческого потенциала.

Государство, стимулируя развитие социальной сферы, постоянно увеличивало объемы его финансирования. Издержки на социальные объекты не считались бесполезными. Их использование носило открытый характер. Естественно, что всегда существует противоречие между желаниями и ограниченностью ресурсов. К глубокому сожалению, развал государства, уничтожение зарождающейся принципиально новой экономики не получил адекватного научного анализа. Отношение к социальной компоненте - это зеркальное отражение к положению женщины. В предложенной реформаторами рыночной экономике (они оказались апологетами абстрактных размышлений классиков) практически все процессы социализации оказались добровольным делом человека. Ведение здорового образа жизни, образование, поведенческие, нравственные, коммуникативные навыки, т.е. не имеющие

ярко выраженной, измеримой формы, рыночной цены, выражают, как писал Д. Гэлбрейт «наличие серьезного дисбаланса между распределением ресурсов». [2, с.7] «Современное индустриальное общество достигло стадии, на которой оно уже не поддается определению в традиционных терминах экономических, политических и интеллектуальных прав и свобод; и не потому, что они потеряли свое значение, но потому, что их значимость уже не вмещается в рамки традиционных форм. Требуются новые способы реализации, которые бы отвечали новым возможностям общества». [2, с.8]

Рыночная система, эксплуатирующая экономического или частичного человека, - умственное построение ученых. О несовершенствах рынка впервые высказал соображения Дж. Стюарт Милль, названный отцом классической формы утилитаризма. В работе с одноименным названием он очень четко раскрыл суть рыночной экономики: «... с точки зрения полезности ... некоторые виды удовольствий являются более предпочтительными и ценными... Было бы нелогичным полагать, что, в то время, как оценка значимости остальных вещей учитывает как качество, так и количество, оценка значимости удовольствий должна учитывать только количество» [5, с.49] Данная методология рынка априори предполагает различную ценность создателей удовольствия, в реальности проявляющуюся в возвышении одних и принижении других. Такие пары, как сильный слабый, собственник и наемный работник, создающий и не создающий реальные ценности, формируют систему неравенства. Экономическое и социальное неравенство – фундаментальная основа функционирования рынка. Ее принятие в качестве основной цели развития общества никем не обсуждалось. Социальные процессы воспринимаются как само собой разумеющееся. Ни один из инициаторов и сторонников углубления рыночных преобразований (в виде дальнейшей приватизации) даже не попытались ответить на вопрос о их подлинной пользе человеку и обществу.

Особое место в теории и практике экономики потребления занимает проблема экономических возможностей. Теоретически экономические права отдельной личности находятся в непосредственной зависимости от доступных для владения ресурсов, условий обмена и цен на них. Выше отмечалось, что владение скрытым капиталом, в значительной степени увеличивающим богатство страны, фактически не имеет адекватной ценности. Развитие индустриального производства в XIX в. многими воспринималось как панацея от тяжелого, изнурительного труда. Классическая экономическая теория базируется на природной, не требующей доказательств гармоничности общественных

отношений. Реальность не подчиняется размышлениям ученых. Домашние дела по-прежнему остаются уделом женщин. Широкое внедрение техники оказало незначительное воздействие на снижение умственной и физической занятости женщины. Несмотря на высокий уровень технологичности производства, реальные профессиональные затраты в буквальном смысле слова растут с каждым годом. Предпринимаемые попытки простых решений не принесли положительных результатов. В годы кризиса увеличение продолжительности рабочего времени женщин оценивается как «норма». Мы не будем затрагивать проблему экономической зависимости и продолжительности домашней занятости женщин. При всей ее неоднозначности в современном мире растет число неполных семей, в которых занятость женщины являются единственным источником существования семьи.

Трудовые контракты с работодателем, как порождение рыночных преобразований, формирует новую асимметричность в распределении доходов между мужчинами и женщинами. Женский труд по-прежнему оплачивается ниже мужского. Экономические преимущества, которые получает мужчина на производстве и в домашнем хозяйстве создает идеальные условия латентной эксплуатации. Внешне прямое принуждение отсутствует, однако женщина поставлена в такие условия, что создаваемый в семье капитал не является результатом обменных операций. Нет товара, денег, соответственно отсутствует капитал. Обозначенная модель экономической зависимости находится в своеобразной зоне научного и политического молчания, усиливается существующей разделенностью макро и микроэкономических процессов. Остается нерешенным вопрос о методологии изменений занятости мужчин и женщин. Какие модели социальных и экономических отношений в обществе способны не допустить новых противоречий, смягчить существующие конфликты и не допускать в будущем. Эти и многие другие

вопросы требуют системных междисциплинарных исследований.

Отказ от мужского господства в экономической науке и практике требует более четкого отношения к ценности времени как ресурса. Время – это единственный ограниченный ресурс, от структуры использования которого напрямую зависит объем созданного капитала. Человек не сможет изменить количество часов в сутках. Воспроизводство социального капитала основано на непрерывном использовании времени. Женщина, родившая и воспитывающая ребенка, трудится в буквальном смысле слова круглые сутки, однако не приносит доход и прибыль, получаемую приближенными к природным ресурсам. Формирование новой экономической теории возможно только на пути отказа от чрезмерной важности экономического. В настоящее время многим очевидна несостоятельность курса пренебрежительного отношения к социальным процессам, ценностям. На наш взгляд, ухудшение социального положения населения, снижение доходов и потребительских возможностей, являются прямым следствием поклонения макроэкономическим показателям. В макроэкономической теории труд никогда не рассматривался как источник благосостояния, теоретически не участвует в процессах социализации, не оказывает влияния на достижение жизненных целей. Важнейшим аргументом отсутствия труда получателя услуги служат усиливающиеся требования к учителям, преподавателям, врачам. Повышенное внимание к проблемам социализации вызвано тем, что ее важнейшим субъектом остается женщина. Используемые количественные оценки эффективности экономики, полученные в конкурентной борьбе, подпитывая мужское господство, пролонгируют снижение качества социализации человека. Повышение последнего невозможно без теоретического обоснования объемов скрытого капитала.

Литература

1. Бурдьё П. Формы капитала. // Западная экономическая социология: хрестоматия современной классики. — М.: [РОССПЭН](#), 2004. — 680 с.
2. Гэлбрейт Д. **Экономические теории и цели общества**. — М.: Прогресс, 1976. — 408 с.
3. Мальтус Т. Опыт о законе народонаселения <http://profilib.com/chtenie/87308/tomas-maltus-opyt-zakona-o-narodonaselen-i.php>
4. Маркузе Г. Одномерный человек. — М: ООО «Изд-во АСТ», 2002. - 526 с.
5. Милль С. Утилитаризм. — Ростов-на Дону. Донской издательский дом, 2013. – 240 с.
6. Смит А. **Исследование о природе и причинах богатства народов**— М.: [Эксмо](#), 2007. — 960 с.

უკრაინის მოსახლეობის ცხოვრების ხარისხზე მოქმედი ფაქტორები

THE FACTORS AFFECTING TO THE QUALITY OF LIFE THE UKRAINIAN PEOPLE

ანა მედინსკაია

ANNA MEDYNSKA

უკრაინის პრეზიდენტთან არსებული სახელმწიფო მართვის ეროვნული აკადემიის სოციალური და ჰუმანიტარული პოლიტიკის კათედრის ასპირანტი

Postgraduate student of the Department of Social and Humanitarian Policy, National academy of public administration under the President of Ukraine.

Abstract

The article reveals the essence the «quality of life» concept and identified the factors affecting it. One is detailed data factors and investigated their condition. It is analyzed the statistics mortality data in Ukraine and natural population growth (decrease).

It has been established that the problem of the required level of life quality in Ukraine is quite complicated and multifaceted, but today it is an urgent solution to ensure social stability in Ukraine. In the implementation of the concept of humanitarian development one must be based precisely on the factors that affect the quality of life.

It has been determined that increasing welfare through the introduction of high social standards, the development of accessible and continuous education, development of health systems to encourage fertility, family support and development, regulation of environmental conditions, to create conditions for the realization of human needs and quality improvement of social services should be a priority of government humanitarian sphere in the formation of the quality of life in Ukraine.

Key words: public administration, humanitarian sphere, social standard, quality of life, mortality, natural population growth (decrease), migration increase (decrease).

ანოტაცია

სტატიაში ახსნილია ცნება „ცხოვრების ხარისხი“-ს არსი და განსაზღვრულია ფაქტორები, რომლებიც მოქმედებენ მის ჩამოყალიბებაზე. დეტალიზებულია მოცემული ფაქტორები და გამოკვლეულია მათი მდგომარეობა. გაანალიზებულია უკრაინაში მოსახლეობის სიკვდილიანობისა და ბუნებრივი მატების სტატისტიკური მონაცემები. დადგენილი იქნა, რომ ცხოვრების ხარისხის აუცილებელი დონის პრობლემა საკმაოდ რთული და მრავალფეროვანია, მაგრამ დღეისათვის მისი გადაწყვეტა უკრაინაში საზოგადოებრივი სტაბილურობის უზრუნველყოფის მიზნით საკმაოდ აქტუალურია. ჰუმანიტარული განვითარების კონცეფციის შემუშავების დროს აუცილებელია ზუსტად იმ ფაქტორებზე, რომლებიც მოქმედებენ მოსახლეობის ცხოვრების ხარისხზე.

დადგენილი იქნა, რომ კეთილდღეობის დონის ამაღლება ცხოვრების მაღალი სოციალური სტანდარტების დანერგვის გზით, უწყვეტი და ხელმისაწვდომი განათლების განვითარება, ჯანდაცვის სისტემის განვითარება, შობადობის წახალისება, ოჯახის მხარდაჭერა და განვითარება, ეკოლოგიური მდგომარეობის რეგულირება, ადამიანური მოთხოვნილებების რეალიზაციისათვის პირობების შექმნა და სოციალური მომსახურების სფეროს ხარისხობრივი გაუმჯობესება უნდა იყოს ჰუმანიტარულ სფეროში სახელმწიფო მართვის ძირითადი მიმართულებები უკრაინის მოსახლეობის ცხოვრების ხარისხის ფორმირების საქმეში.

საკვანძო სიტყვები: ცხოვრების ხარისხი, სიკვდილიანობა, ბუნებრივი მატება (შემცირება), მიგრაციული მატება (შემცირება).

Statement of the problem and its relation to the important scientific and practical tasks. Humanity is on the threshold of new information civilization exactly when the level of the human person determines the level of development and is the criterion of efficiency of public administration [8]. Failure to understand this fact could lead to even greater backlog of Ukraine from leading countries. Today the required fundamental revision of relations «man-power». And the main problem to be solved - is the development of public ideas that can concentrate the resources of the country to overcome the separation from the leading industrialized countries. These goals like reaching a certain level of GDP or reduce to a certain level of inflation can not be incentives for the development of society and the state. The Ukrainian people must be clear about the purpose for which it is necessary to concentrate our efforts. Only in this case, the possible fundamental change in the situation. And for that purpose, in our opinion, should be the formation of a new quality of life in Ukraine, which is the basic mechanism for ensuring long-term competitiveness and sustainability of the country on the world stage [2]. Formation of life quality is a key direction of humanitarian development of Ukraine, based on a realization human development. Hence, there is need to increase investment in human capital, the development of social infrastructure, promotion of living standards as the foundations for a stable foundations middle stratum class of society [7]. One of the most essential prerequisite that ensures the implementation of this direction is to conduct effective governance management of life quality, where income and differentiation and continuous growth of people's lives will take a central place.

Analysis of the latest studies and publications initiating the solution of this problem.

Ukrainian scientists D. Bohynia, N. Boretska, A. Kolota, O. Krentovskyi, O. Kuharyeva, V. Lytvynova, E. Libanova, P. Mazurka, I. Mandybura, A. Melnychenko, M. Papiyeva, A. Poplawska, B. Postnikov, N. Fedirko, N. Sitnikov, V. Skurativskyi, M. Tatarevskyi, M. Fedorov, M. Shapovalta and others discussed defined issue.

Among foreign scientists who explored this issues were following: Alexander Drozdov, Mahbul ul Haq, F. Rodgers, A. Sen, A. Surinov, E. Toffler, L. Thurow, J. Forester, T. Schultz and others.

Marked unsolved aspects of the problem.

However, there are some questions which are remained insufficiently investigated which affect formation of life quality of the Ukrainian people.

The purpose of this article is to emphasis the factors which affect on life quality of the Ukrainian people and to study of their condition.

Key information. Before we examine the quality of life it is necessary to consider the terminology database. As opposed to «quality» concept that is presented in the international standards ISO, the term « life quality » is not

as standardized. Based on their outlook each community interprets this concept individually. In many countries the quality of life has become a national idea. life quality is understood as a rule, complex integral characteristic of the individual in different social systems and structures, a measure of its possibilities for all third-party development and its social freedom [4]. Due to definition of World Health Organization [11] quality of life is the perception of the individual person in accordance with his or her goals, expectations, standards and interest position in life in the context of culture and value system in which he or she lives. There is more «objective» approach to determination of life quality, where quality of life is measured not by the subjective satisfaction of the person, it measures as a number of objective indicators of other people who have complete and accurate information and the necessary qualifications and act as a collective of experts. With this kind of assessment, «quality of life» is a complex concept, comparable in space and time form reflects the degree of the material, cultural and spiritual needs of man, as measured by the level of satisfaction with their lives the individual on his own subjective self and measured competent and knowledgeable professionals from a set of objective indicators [10]. A significant change in the conditions of life of members of society leads to changes in methods of organization and life style. The term «quality of life» (along with the concepts of «lifestyle» and «standard of living») reveals and concretizes the content of «lifestyle» category. Quality of life includes the nature and content of work and leisure time, satisfaction degree of comfort and life (including quality residential, industrial premises and the surrounding environment subject); satisfaction of the individual knowledge, social activity and self-development, the degree of implementation of existing society moral and ethical values. This could also include indicators of life expectancy, incidence of natural population increase, its demographic and social structure.

Thus, the term «quality of life» at this stage involves many factors to consider when shaping the quality of life of the Ukrainian people. However, the difficulty is that there is no universally accepted theoretical definition of quality of life, moreover, there is no generally accepted methods and tools that would be standardized in law or recognized by most professionals and have used by them for routine assessment of life quality.

Therefore, this study will examine the quality of life as an integrated index, which includes many diverse factors that are often not quantifiable. All the factors that affect quality of life, in our opinion, can be divided into two groups: objective and subjective (Fig. 1).

The combination of factors including:

1. The material (physical) basis for human existence. It includes: the environment, material and technical conditions of work, life, leisure time, education, goods and services including the level of health care.

2. Political conditions of human existence, which provide constitutional safeguards include legal and social protection.

3. The economic conditions of human existence, which includes the state of production, efficiency of economic institutions, the state energy and raw material reserves of the state.

4. The moral status in society.

5. Ability to creative expression, self-identity,

freedom to choose the type of social activity, life position, style of thinking and behavior and the availability of the right to their own opinion.

Subjective current quality of life:

6. Cognitive factors. Assessment of life satisfaction, total and for each of the areas individually.

7. Emotional factors surrounding the perception of living conditions, work and leisure individually.

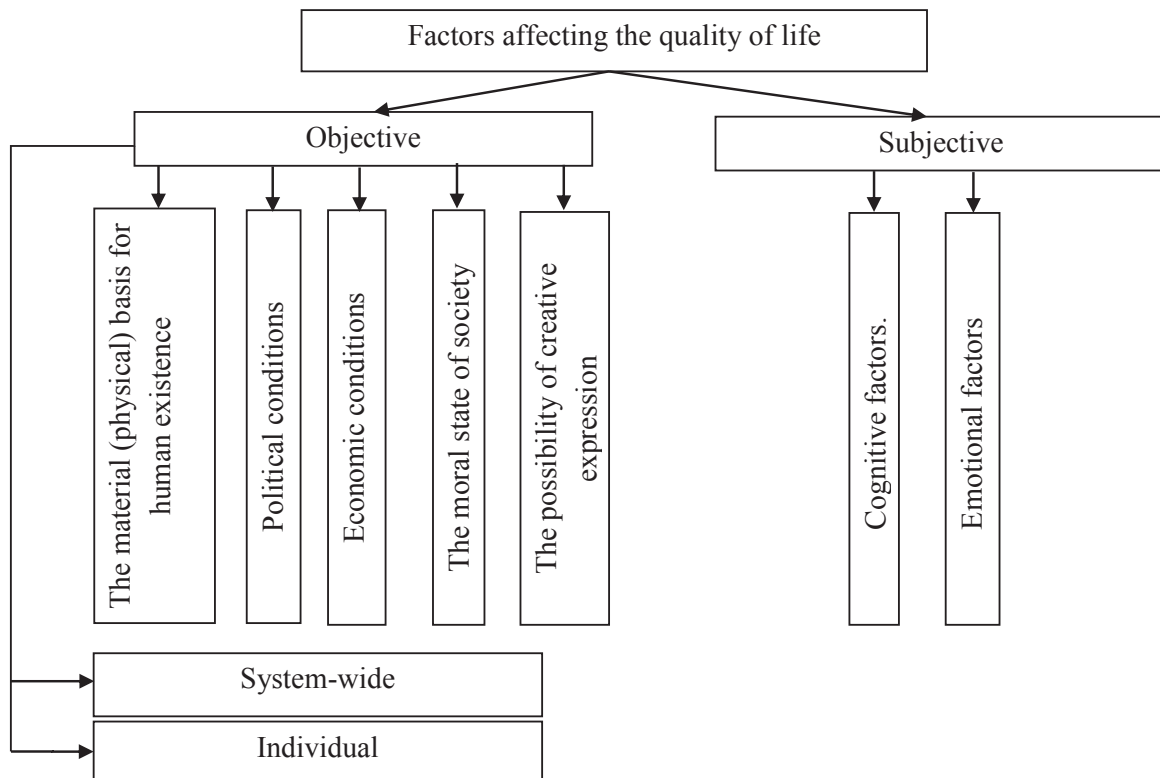


Fig. 1. Factors affecting the quality of life

The most important indicator of the subjective assessment of quality of life is the satisfaction of a man's life. Yes, P. Kamalo considers [5] that life quality is the degree of satisfaction of material and spiritual (intellectual) and social needs. Hence one can argue that quality of life depends on the composition and level of human needs in these areas, goals and plans which it set itself, as well as the economic, physical, social and emotional factors of life of the individual, which are an important and can influence on him. Quality of life is individuals' comforts both within oneself as well as within society. Thus, improving the quality of life must be aimed not only at increasing human capacity to solve its problems, to achieve personal success and personal happiness, but also to harmonize its vital interests and values.

Objective factors should be divided into two groups: wide that characterize the state of the considered factors across the entire system as a whole (state, society, region) and individual characterizing the state of this factor in relation to its system-wide level.

Mentioned factors can be detailed as individual

indicators, from which stands next five groups of (integrated properties) quality of life:

1. Qualitative state of population that integrates such properties as the ability to reproduce (fertility, mortality, including children, morbidity, disability, life expectancy, demographic, etc.), the ability to create and store family (marriage, divorce), law-obedience (percentage of nationals prosecuted, the level of corruption in society, susceptibility to corruption), education and training (share of population covered by training in the relevant age groups, the achieved level of education, etc.), number people fully or partially excluded from the general process of social development (disabled and chronically ill, infirm old and children with birth defects, imprisoned and released from prison, who did not find their place in society). Individual indicators consist of the above, by their clarification on various categories of citizens, regions and territories for individual characteristics (age, educational, ethnic).

2. The economy and welfare. Material welfare aspects is characterized by the income of current

consumption and savings (the amount of income in real terms, their distribution in areas of use and different socio-economic groups, the structure of consumer spending, the presence in the household consumer durables, the accumulation of property and valuables et al.) and also macroeconomic indicators such as GDP per capita, the actual household consumption, consumer price index, the structure of consumption, unemployment and poverty.

One of the most important factor is the level of income. Moreover, we have to use the vector index for each category of users because of strong stratification of the population of Ukraine, including in areas and income. In economic practice commonly used the following set of indicators that characterized the level of income: average per nominal and real incomes; income differentiation indicators; accrued nominal and real average wages; middle and real dimensions of the pension; living wage and the percentage of the population with incomes below the subsistence level; minimum wages and pensions; production of essential goods; inflation rate; unemployment; possibility of people to invest in themselves and in the economy; the ratio of a living wage and the minimum wage; the number of citizens with incomes below the subsistence minimum; the ratio of the average pension to the subsistence minimum; the volume of retail trade.

It should be noted that according to the report of the International Commission of the main indicators of economic activity and social progress since 2009 under the leadership of Nobel laureates and J.Stiglitz and A.Sena reasonably use quality of life as the main criterion of economic development of society instead of GDP [6].

3. The conditions of life include characteristics, covering living conditions, availability of public health facilities, education, culture, quality food, and free use of vacation time, family life, the possibility of implementing individual interests and skills development, social and geographical mobility, etc.

One of the most important aspects of quality of life is the level of health. Here, the main problems are high levels of overall morbidity and mortality in all classes decisive reasons. According to the Central Intelligence Agency [1], in 2015 Ukraine is ranked second in the world death rate. The overall national mortality rate per 1000 population was 14.46. The highest death rate among the world takes African country of Lesotho, where the ratio is 14.89. However, the figure given State Statistics Service of Ukraine [9] is different from previous one and without data temporarily occupied territory of the Autonomous Republic of Crimea and the city. Sevastopol, Donetsk and Lugansk regions, 14.9.

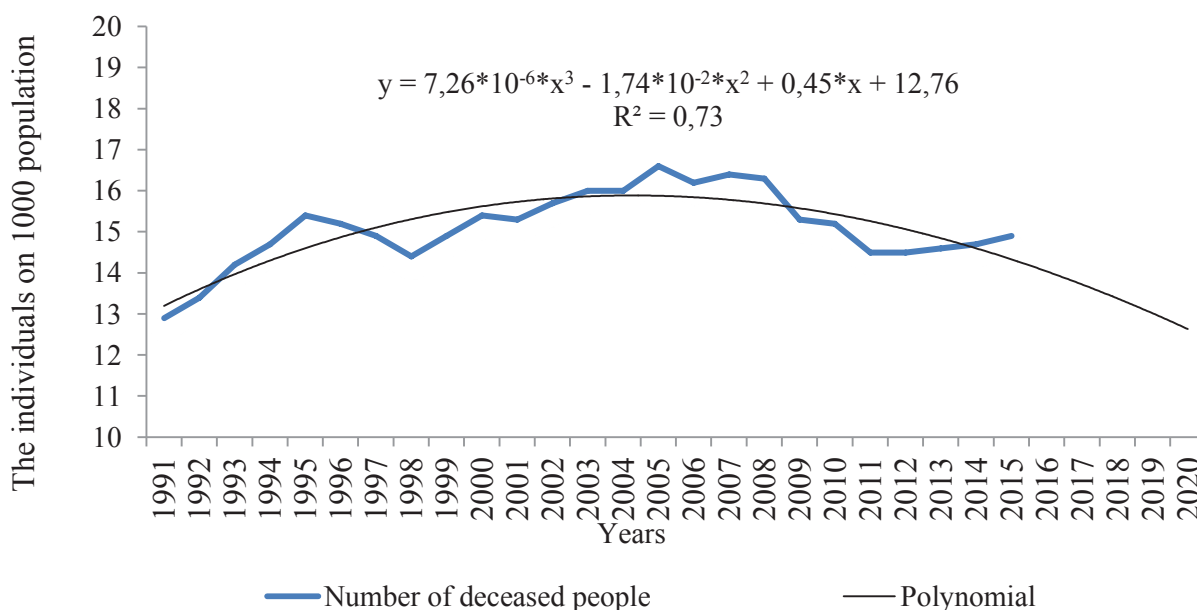


Fig. 2. Dynamics of mortality in Ukraine (Per 1000 population)

As shown in Fig. 2, the number of deaths per 1000 population since independence increases. Peak of mortality fell in 2005. The ascending trend line pointing to the trend increase in mortality by 2020.

High mortality is the main causes of depopulation

in Ukraine and affects one of the main criterion quality of life – duration. In 2015 it amounted to 71.3 years in global life expectancy at birth is 71.4 years (73.8 years for women and 69.1 for men) [11].

Table 1.

Main indicators of the quality of population condition of Ukraine for the period from 1991 till 2015 (Per 1000 population) [9]

Year	Number of live births	Number of deceased people	Natural increase, reduction (-)	The mortality rate of children under 1 year	Number of marriages	The number of registered divorcees
1991	12,1	12,9	-0,8	13,9	9,5	3,9
1992	11,4	13,4	-2,0	14,0	7,6	4,3
1993	10,7	14,2	-3,5	14,9	8,2	4,2
1994	10,0	14,7	-4,7	14,5	7,7	4,0
1995	9,6	15,4	-5,8	14,7	8,4	3,8
1996	9,2	15,2	-6,0	14,3	6,0	3,8
1997	8,7	14,9	-6,2	14,0	6,8	3,7
1998	8,4	14,4	-6,0	12,8	6,2	3,6
1999	7,8	14,9	-7,1	12,8	6,9	3,5
2000	7,8	15,4	-7,6	11,9	5,6	4,0
2001	7,7	15,3	-7,6	11,3	6,4	3,7
2002	8,1	15,7	-7,6	10,3	6,6	3,8
2003	8,5	16,0	-7,5	9,6	7,8	3,7
2004	9,0	16,0	-7,0	9,5	5,9	3,6
2005	9,0	16,6	-7,6	10,0	7,1	3,9
2006	9,8	16,2	-6,4	9,8	7,6	3,8
2007	10,2	16,4	-6,2	11,0	9,0	3,8
2008	11,0	16,3	-5,3	10,0	7,0	3,6
2009	11,1	15,3	-4,2	9,4	6,9	3,2
2010	10,8	15,2	-4,4	9,1	6,7	2,7
2011	11,0	14,5	-3,5	9,0	7,8	4,0
2012	11,4	14,5	-3,1	8,4	6,1	3,7
2013	11,1	14,6	-3,5	8,0	6,7	3,6
2014	10,8	14,7	-3,9	7,8	6,9	3,0
2015	10,7	14,9	-4,2	7,9	7,8	3,0

In 2015, Ukraine is ranked 228 place out of 235 for natural population growth in the world [1], reaching -0.6. Given that this indicator differs from those given by the State Statistics of Ukraine [9] and is 4,2. Analysis Fig. 3 shows that since independence of Ukraine there is a natural decline in population. The largest reduction was in the period from 2000 till 2005. Based on the construction

of trend lines showed the tendency to increase the natural population decline.

4. Social security (or the quality of social services), reflecting the working conditions, social security and social protection, physical and property security. In Ukraine, a decrease in the availability of a range of social services to the population, and their low quality. Increasing the

share of private payments total residents in health care, education and housing. One should note that Ukraine was among the 36 countries with devastating personal costs of

public health (over 25% of household income). Statistics take into account the incidence, spending on health care and about a thousand other indicators [11].

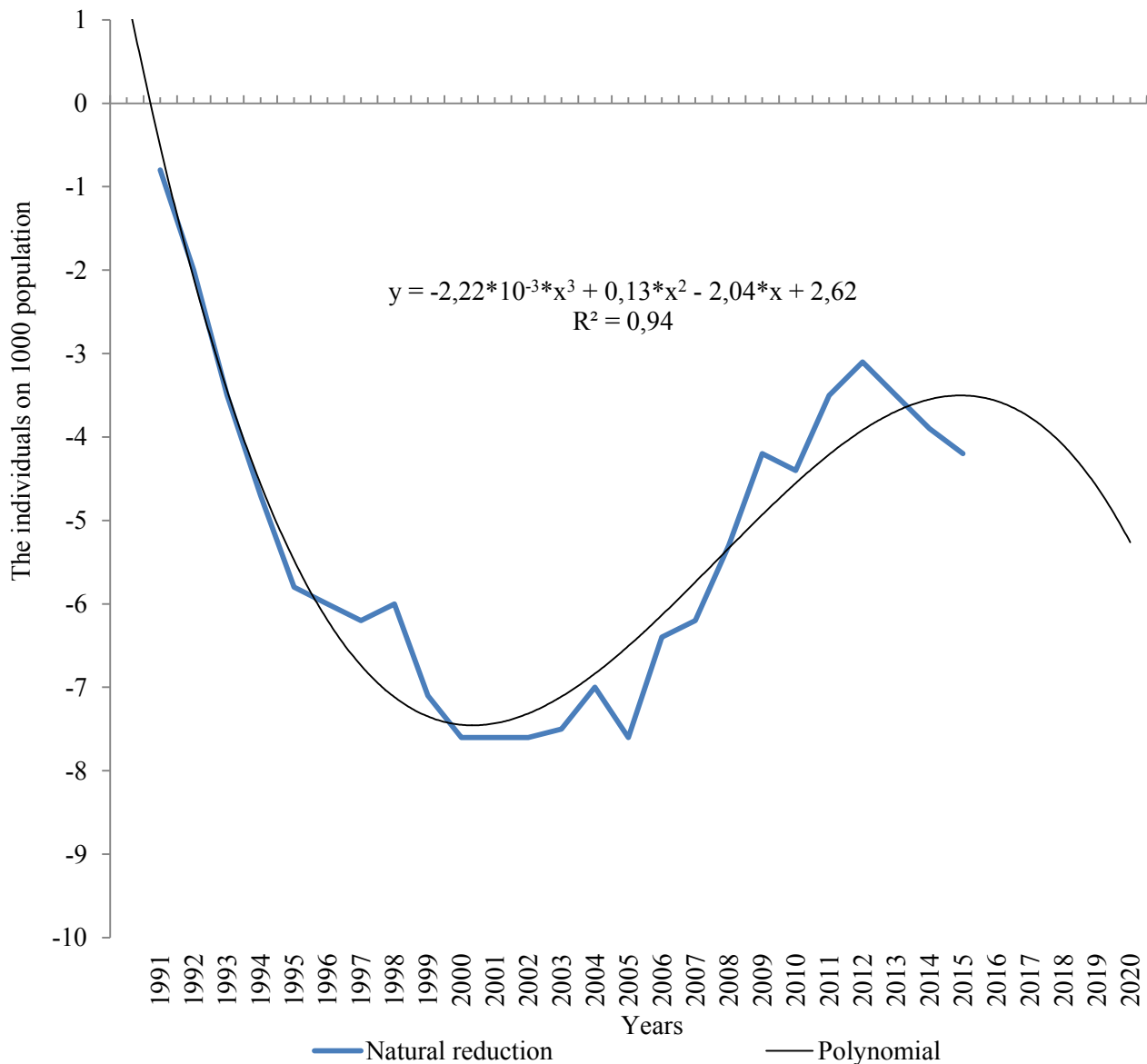


Fig. 3. Dynamics of natural increase, decrease (-) in Ukraine (Per 1000 population)

In housing and utilities infrastructure the growing level of deterioration of the housing stock is not covered by the existing level of capital repairs and new construction. The market price of housing is so high that it is virtually inaccessible much of the population. In the area of social protection are important indicators of social assistance, the number of places in residential institutions of social care, coverage elderly social service and disabled access to social infrastructure.

5. Quality of the surrounding environment, which accumulates data on pollution of water and air space, the quality of the soil on the level of biodiversity and etc. Also we may consider climatic conditions of residence, and all above, the ability and specificity of force majeure situations.

One should note that all of these indicators require further detail and clarify their meaning. For example, describing the quality of life can not be limited to the assessment of food for its nutritional value. One also should control its regularity, variety and taste properties. Another example, investigating the quality of working life should be along with indicators of employment, unemployment, working hours, level of occupational injuries and assess compliance with the interests of the employees of the content and nature of work, its intensity, relationships with colleagues and in the team.

The analysis, in our opinion, should separate a number of factors that negatively affect the quality of life in Ukraine:

1. The low level of economic diversification in

many regions. The dominance of large, usually resource city forming enterprises during the privatization 90s joined the financial-industrial groups and holding companies. The centers of decision-making structures outside the region, leading to the regional economy depends on the policy of financial and industrial groups. In addition, prices for the products of these companies are subjects to world market conditions and other external factors. That is the economic situation in the region depends on the world market prices of raw materials. Weak diversification of the economy determines the risk of instability, falling revenues and rising unemployment, already fully manifested in the Ukraine under the influence of the global financial crisis.

2. Insufficient innovative activity of Ukraine, which does not meet modern requirements. This problem is typical for most Ukrainian regions. According to the Strategy for Sustainable Development «Ukraine - 2020» [2] one of the main vectors of development of the state economy is strong and advanced innovative software that will improve living standards. Therefore, saving low innovation activity in the future not only worsen the economic situation in Ukraine, but put back innovative way of development.

3. Demographic situation in Ukraine is quite complicated. Over the past decade due to numerous migratory and natural decrease of population of Ukraine is decreased. The main factor of population decline is migration decline, and among those who dropped out of an increase in the proportion of people of working age. One reason is that many areas of the purchasing power

of incomes and wages of the ratio of cost of living than the average in Ukraine, leading to a gradual move the most active part of the population in an economically advantageous country in the world, exacerbating social problems in these regions.

4. Slow productivity growth and investment in the capital reproduction.

5. The trend increase the degree of physical and moral depreciation of fixed assets. The solution to this problem is related to the tasks improve the investment climate in the region to attract domestic and foreign investment.

Conclusion of the research and aspects of the further examination in this area. Thus, as shown by the analysis carried out above, the problem of the required level of life quality in Ukraine is quite complicated and multifaceted, but today it is an urgent solution to ensure social stability in Ukraine. Thus, increasing welfare through the introduction of high social standards, the development of accessible and continuous education, development of health systems to encourage fertility, family support and development, regulation of environmental conditions, to create conditions for the realization of human needs and quality improvement of social services should be a priority of government humanitarian sphere in the formation of the quality of life in Ukraine. So, all things considered, there is a need in the develop of the project of humanitarian development one must be based precisely on the factors that affect the quality of life.

REFERENCES:

- 1 Central Intelligence Agency [Electronic resource]. Available at : <https://www.cia.gov/index.html>.
- 2 Decree of the President of Ukraine «On the Strategy of Sustainable Development «Ukraine – 2020» № 5/2015 of January 12, 2015 [Electronic resource]. – Available at : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/5/2015>.
- 3 Draft Concept of Social Development of Ukraine for 2013-2023 [Electronic resource]. – Available at : http://mlsp.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=153212&cat_id=107177.
- 4 Encyclopedic Dictionary of Public Administration/ Comp. : Y. P. Surmin, V. D. Bakumenko, A. M. Myhnenko etc.; eds. : Y. V. Kovbasiuk, V. P. Troshchinsky, Y. P. Surmina. – K. : NAPA, 2010. – 820 p., P. 760.
- 5 Kamalova P. M. Factors systems the formative quality of life of the population in the regions / P. M. Kamalova // Economics and Management in the XXI century: trends of development. – 2015. – № 24. – P. 77-84.
- 6 National Institute of Statistics Economic Studies [Electronic resource]. Available at : <http://www.insee.fr/en/>.
- 7 Project “The concept of humanitarian development of Ukraine till 2020” of August 16, 2012 [Electronic resource]. Available at : http://osvitportal.loda.gov.ua/old/portal/Library/ogliad%20presy/Koncepcia_2.doc.
- 8 Shorokhova M. Quality of life paradigm of modern culture / M. Shorokhova // Proceedings of the higher educational institutions. Povolzhskiy region. Humanitarian sciences. – 2009. – № 3 (11). – P. 55-65.
- 9 State Statistics Service of Ukraine. [Electronic resource]. Available at : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
- 10 Tkachev A. N. Quality of life of the population as internal criterion of the effectiveness of activities of regional administration [Electronic resource]. / A. N. Tkachev, E.V. Lutsenko // Multidisciplinary scientific electronic network journal of the Kuban State Agrarian University. – Available at : <http://ej.kubagro.ru/2004/02/14/>.
- 11 World Health Organization [Electronic resource]. Available at : <http://www.who.int>.

ახალგაზრდობის სამოქალაქო ჩართულობის სახელმწიფო რეგულირების მექანიზმების ევოლუცია უკრაინაში

EVOLUTION OF GOVERNMENT REGULATION MECHANISM FOR THE YOUTH CIVIC ENGAGEMENT IN UKRAINE

იგორ ხოხიჩი

KHOKHYCH IHOR

უკრაინის პრეზიდენტთან არსებული სახელმწიფო მართვის ეროვნული აკადემიის სახელმწიფო მართვის დეპარტამენტის რეგიონალური ინსტიტუტის მაძიებელი

doctoral candidate at the Dnipropetrovs'k Regional Institute of Public Administration, National Academy of Public Administration

Abstract

The article provides insight into the structure of the government regulation mechanism for the youth civic engagement.

It has been established that legislative and regulatory legal acts, which form a constituent part of this mechanism, could be divided into three large sets. The first set consists of the legal acts regulating the external impact factors of the youth civic engagement.

It has been demonstrated that the second set of laws within the government regulation mechanism for the youth civic engagement regulates educational and awareness-raising aspects of establishing civic awareness in young people. The article introduces the chronology of the adoption of the key legal regulations in the area of the youth patriotic upbringing.

The component of the government regulation mechanism for the youth civic engagement, which accounts for creating opportunities to implement the youth initiative, consists of statutory provisions for the legal support of the youth participation in social and political life.

Furthermore, the article establishes the main policy documents that form an integral part of the government regulation mechanism for the youth civic engagement. The chronology of the adoption of the most essential legal regulations in the area of the youth patriotic upbringing has been reviewed.

It has been determined that regulatory acts on national-patriotic education of young people comprise the most extensive component of government regulation mechanism for the youth civic engagement. However, a significant number of regulatory legal acts on different aspects of establishment, development and implementation of the youth civic engagement contains contradictory provisions. This attests to the fact that a comprehensive approach to the solution of these issues has yet to be developed.

Keywords: youth civic engagement, state youth policy, government regulation mechanisms.

ანოტაცია

სტატიაში განხილულია ახალგაზრდობის სამოქალაქო აქტივობის სახელმწიფო რეგულირების სამართლებრივი მექანიზმის სტრუქტურა.

განსაზღვრულია, რომ საკანონდებლო და ნორმატიულ - სამართლებრივი აქტები, რომლებიც წარმოადგენენ მოცემული მექანიზმის შემადგენლებს, წარმოქმნიან სამ მსხვილ ბლოკს. პირველს მიეკუთვნებიან ისინი, რომლებიც ეხებიან ახალგაზრდობის სამოქალაქო აქტივობაზე ზემოქმედების გარე ფაქტორებს.

დასაბუთებულია, რომ ახალგაზრდობის სამოქალაქო აქტივობის სახელმწიფო რეგულირების შემდეგი ბლოკი ახდენს ახალგაზრდობის მოქალაქეობრიობის სასწავლო - აღმზრდელობითი

ასპექტების ფორმირების რეგლამენტირებას.

ახალგაზრდობის სამოქალაქო აქტივობის სახელმწიფო რეგულირების სამართლებრივი მექანიზმის შემადგენელს, რომელიც პასუხისმგებელია ახალგაზრდობის ინიციატივის რეალიზაციის შესაძლებლობებზე, მიეკუთვნება ახალგაზრდობის საზოგადოებრივ - პოლიტიკურ ცხოვრებაში მონაწილეობის უზრუნველყოფის საკანონმდებლო ნორმები.

განსახილველია სტრატეგიული დოკუმენტები, რომლებიც წარმოადგენენ ახალგაზრდობის სამოქალაქო აქტივობის სახელმწიფო რეგულირების მექანიზმის ძირითად მდგენელებს. განხილულია ახალგაზრდობის პატრიოტული აღზრდის სფეროში ძირითადი ნორმატიულ - სამართლებრივი აქტების მიღების ქრონოლოგია.

დადგენილია, რომ ახალგაზრდობის სამოქალაქო აქტივობის სახელმწიფო რეგულირების მექანიზმის ძირითად შემადგენელს წარმოადგენენ ნორმატიული აქტები, რომლებიც ახდენენ ახალგაზრდობის ეროვნულ - პატრიოტული აღზრდის რეგლამენტირებას. გამოვლენილია, რომ ნორმატიულ - სამართლებრივი აქტების რაოდენობა, რომელთა საშუალებითაც ხდება ახალგაზრდობის სამოქალაქო აქტივობის განვითარება და რეალიზაცია, მოიცავენ ნორმებს, არაა ერთმანეთთან შეთანხმებული, რაც მეტყველებს აღნიშნული საკითხის გადაწყვეტისადმი კომპლექსური მიდგომის არსებობაზე.

საკვანძო სიტყვები: ახალგაზრდობის სამოქალაქო აქტივობა, ახალგაზრდული ინიციატივები, ახალგაზრდობის მონაწილეობა საზოგადოებრივ - პოლიტიკურ ცხოვრებაში.

Statement of the problem and its relation to the important scientific and practical tasks. In times of transition to a whole new level, Ukrainian society needs a dynamic generation of young people that can live and work in a budding democracy, taking on the ever-increasing political, economic, and civic responsibilities for themselves and their country.

Governmental impact on the youth civic engagement establishment and development involves introducing a set of administrative, organizational, socioeconomic and other measures as part of effective implementation of the state youth policy. Government regulation process of the youth civic engagement could be explored through a range of mechanisms (legal, organizational, motivational, informational and analytical, etc.). Each of them has its own characteristics, including relevant methods and tools for making influence.

Legal mechanism, which provides a regulatory framework for the establishment and development of the youth civic engagement, is especially important among the above-mentioned government regulation mechanisms.

Analysis of the latest studies and publications initiating the solution of this problem. Analysis of the scientific studies and publications suggests modern-day interest to the research of the youth civic engagement problem.

For example, the fundamental nature of civic activity has been extensively elaborated in the works of such Ukrainian philosophers, sociologists, politologists, educators, psychologists as V. Andrushchenko, M. Boryshevskiy, A. Husieva, A. Karas', L. Kyiashko, A. Kolodiy, S. Choliy, K. Chorna, and others. Problems of the youth civic engagement development from the government regulation perspective are represented in the studies of such

state youth policy and regulation researchers as Ye. Bordin, M. Holovaty, V. Holoven'ko, and others.

Nevertheless, despite the foreign and national academic achievements, there is still a range of issues directly related to the legal groundwork for government regulation of the youth civic engagement, which remain insufficiently studied and in need of additional research.

The purpose of this article is to study the evolution of the main components of the government regulation mechanism for the youth civic engagement in Ukraine.

Key information. Proper fulfillment of the youth social capacity demands the definition of the legal groundwork, tasks, areas and methods necessary to foster civic awareness in young people. This constitutes the government regulation mechanism for the youth civic engagement.

This research defines legal mechanism as “a set of laws and regulations aimed at displaying the interactive, cause-and-effect relations as well as legally defining methods, tools and procedures for interaction between different system elements, including those between government / state authorities and society and citizens [5, p. 61]”.

Implementation of the international legal standards concerning youth affairs into Ukrainian legislation promotes further prioritization of law as well as protection of human rights and freedoms. Thus, the Constitution of Ukraine [2], which defines a set of constitutional civil rights and duties, is the key element of the government regulation mechanism for the youth civic engagement in Ukraine. The nation's fundamental law outlines the essential functioning rules for the state institutions and civil society. The rules clearly state civic engagement to be an integral part of the constitutional system.

Ukrainian government and society pay close attention to the problems of promoting the youth civic engagement. It is supported by an extensive number of laws and regulations that could be provisionally divided into three large sets relating to external civic engagement impact factors, establishment aspects of the youth civic awareness and creation of opportunities for the youth initiative implementation. We will explore some of the main above-mentioned factors.

The conceptual groundwork for the establishment and development of the youth civic engagement was laid by the Declaration “On the General Fundamentals of the State Youth Policy in Ukraine” adopted by the Verkhovna Rada (Supreme Council) of Ukraine in December, 1992. One of the key principles regarding the state youth policy defined by the Declaration is further encouragement of the youth initiative and involvement in all social spheres. Among the main state youth policy tasks, proclaimed by the Declaration, are [4, p. 46-49]:

Creating necessary conditions to strengthen legal and material obligations in order to guarantee the exercise of civil rights and freedoms of young people, functioning of youth organizations to ensure the proper social evolution and development of the youth;

Helping young people fulfill their creative potential and initiatives, actively engaging young men and women into participation in the national and cultural revival of the Ukrainian nation, shaping up its consciousness, establishing its traditions and unique ethnic features;

Engaging young people to actively participate in the economic development of Ukraine.

One of the main purposes of the state youth policy in Ukraine is establishing a sense of national pride, patriotism, readiness to protect the sovereignty of Ukraine.

Some of the constitutional rights of the youth (the right to work and conduct business activities, the right to education, shelter, cultural and physical development, the right to unite in youth civil organizations, and so on) have found their further development in the Law of Ukraine “On Fostering Youth Socialization and Development in Ukraine” [4, p. 67-76]. Moreover, the Law places responsibility on the government to create opportunities for the youth self-development and self-fulfilment. It also defines the competence of the executive and local authorities in the field of social evolution and development of the youth.

Different aspects of the youth civic engagement development are presented in the following policy documents:

“Comprehensive Measures of the Cabinet of Ministers of Ukraine on the Implementation of State Youth Policy in Ukraine” (“Youth of Ukraine”) [4, p. 259-269] that outlined, among other factors, such purposes of the youth policy as “fostering intellectual... development of the youth, establishing... patriotic feelings; creating favorable conditions for social advancement”;

“State Support Programme for the Youth for the Period 2004–2008” [9], which stated “fostering the youth initiative and involvement in all social spheres, their active participation in establishing and implementing state policy regarding the youth social problems solution” as one of its main tasks;

State Target Social Programme “Youth of Ukraine” for the period 2009-2015 [11] that was aimed at “creating an extensive support system for the youth civic engagement, focusing on self-identification and personal fulfillment as well as establishing a necessary legal, liberal and economic bases, and providing social guarantees”. Moreover, the best solution, according to the Programme, is further collaboration between governmental and local authorities, and civil and charity organizations. This would encourage the expansion of the youth civic engagement and patriotic consciousness as well as help foster moral and ethical principles for the full and harmonious development of young people.

Another set of laws within the government regulation mechanism for the youth civic engagement regulates educational aspects of establishing civic awareness in young people. Some of its most significant laws are:

Law of Ukraine “On Education” [23] that defines the main objectives for the national policy in the area of education.

Law of Ukraine “On Non-Formal Education” [24] that provides insight into the key areas, subjects and structures of the educational process of non-formal educational institutions. According to this Law, the main tasks of the non-formal education are: upbringing of a Ukrainian citizen, unobstructed development of personality as well as of their social and civil background; fostering in trainees, pupils and students respect for the Constitution of Ukraine, human and civil rights and freedoms, proper self-esteem, awareness of the legal liability for their actions; fostering patriotic feelings, love for Ukraine, respect for folk customs, traditions, national values of Ukrainian people as well as those of other nations and peoples, etc. in trainees, pupils and students.

Law of Ukraine “On Higher Education” [6] that establishes the main legal, organizational and financial principles of the higher education system as well as stipulates the impact mechanisms for students to be able to solve educational and everyday issues, protect students’ rights and interests and take part in the administration of the higher educational institutions.

One of the essential problems of the national educational system is the absence of the comprehensive system of education, physical, moral and intellectual development and socialization of children and youth. This problem is mentioned, among others, in the National Strategy for the Development of Education in Ukraine for the period until 2021. According to the Strategy [22], the fundamental principles of the effective national education system are: universal, multicultural and civil val-

ues, support of physical, moral, intellectual, and cultural development of children, formation of a socially mature, creative personality, a citizen of Ukraine and of the world, the youth preparation for the conscious choice of their life goals and activities.

Furthermore, some of the issues of fostering civic awareness in young people have been reflected in the Decrees of the President of Ukraine: “On Immediate Measures to Ensure Functionality and Development of Education in Ukraine”, “On Additional Measures to Increase Education Quality in Ukraine”, “On Measures to Ensure the Priority Development of Education in Ukraine” [16]. They focus on the necessity to process and ensure the implementation of measures concerning “in-depth improvement of the educational work with children, students ... inspired by traditions and customs of the Ukrainian people, study of their historical and cultural heritage, and development of the patriotic consciousness in the younger generation as well as readiness to perform their civil and constitutional obligations”.

Moreover, it should be noted that national governmental administrative practice pays special attention to the determination of the conceptual provisions for patriotic upbringing, which has been substantiated by the documents referred to below:

O. Didenko, the Ukrainian researcher of the youth patriotic education problems, introduces the chronology of the adoption of the legal regulations in this area [1]. He points out that the Decree of the President of Ukraine “On Measures to Foster Spirituality, Protect Morality, and Promote Healthy Lifestyle of Citizens” [19] was one of the first legislative acts on patriotic education. It served as a basis for the “National Programme for Patriotic Education, Healthy Lifestyle, Spiritual Development and Moral Values of Society” [13] approved by the Resolution № 1697 of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated September 15, 1999. The Programme specified a range of measures aimed at physical and intellectual training of the youth, including designing a competition game “Kotyhoroshko” for the students (introduction of the Ukrainian traditions to young people, promotion of the healthy lifestyle).

According to the Order of the President of Ukraine “On Measures of Further Improvement of the Youth Patriotic Education System” № 173/2001-pp [17], during the establishment of the State Budget of Ukraine, local executive authorities and local government institutions were recommended to actively participate in the youth patriotic education affairs, engaging different funding sources, besides budget funds, permitted by the law.

In order to support the work of civic Cossack organizations that pay significant attention to the youth education in line with national traditions, the President of Ukraine issued the Decree “On National Programme for the Revival and Development of Ukrainian Cossack-

hood in 2002-2005”. The Programme set forth a range of measures to be taken to promote military and patriotic education of young people, including activities in the area of education and upbringing, creation, revival, restoration and protection of conservation areas and objects, etc. [21]. A patriotic, military and sports game “Sokil” (“Dzhura”) was designed for children and young people in accordance with the Programme tasks].

Resolution by the Verkhovna Rada of Ukraine “On Measures Taken by the Cabinet of Ministers of Ukraine to Protect National Interests by Raising Nationally Aware and Patriotic Younger Generation and Providing Adequate Conditions for Their Development” [15] focuses on the absence of the executive authorities’ consistent actions aimed at creating social, economic and organizational conditions and guarantees in the areas of the youth patriotic education and social advancement.

The issues of the youth patriotic education were considered in the Decrees of the President of Ukraine “On Additional Measures to Improve Care for Defenders of Ukraine, Their Legal and Social Protection, and Improvement of Military-Patriotic Education” (Decree of the President of Ukraine № 157/2002 dated February 21, 2002 [7]), and “On Measures to Assist the Development of the Plast (Scout) Movement in Ukraine” № 279/2008 dated March 28, 2008 [20].

The “State Standard for General Basic and Secondary Education” approved by Resolution № 1392 of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated November 11, 2011 [10] points out that “teaching history subjects leads to cultivation of patriotic traits in the actively competent citizens committed to humanitarian and democratic values”.

The need to implement the modern-day youth policy and national development strategy, to improve educational work aimed at further development of humanitarian and social spheres, and to motivate the youth to loyally serve the Ukrainian people by ensuring their constitutional rights and freedoms, led to the adoption of the Programme for Patriotic Education of the Students in the Educational Institutions of Ukraine, approved in October, 2013 by the Joint Order of the Ministry of Education and Science of Ukraine, Ministry of Defense of Ukraine, and Ministry of Internal Affairs of Ukraine [25].

In order to carry out the Programme and develop infrastructure for the national-patriotic work with the youth, the Ministry for Youth and Sports has elaborated and approved Resolution on Center for Patriotic Education of the Youth [14] – non-formal educational establishment, which focuses on full and harmonious personality development of the trainees (pupils, students); fostering patriotic feelings, spirituality, and national awareness; providing favorable conditions for personal fulfillment; organizing healthcare promotion and constructive leisure time for young people.

One of the most noteworthy regulatory acts, ad-

opted in recent years, is the Decree of the President of Ukraine №334 of June 12, 2015 “On Measures to Improve National-Patriotic Education of Children and Youth” [18] aimed at ensuring consistent cooperation between government authorities and general public on issues of national-patriotic education of children and youth, using the examples of heroic struggle of the Ukrainian people for their independence, sovereignty, and territorial integrity of Ukraine, defending the democratic choice of Ukraine, consolidating actions of the government authorities and patriotically-minded non-governmental associations in the field of determining appropriate strategies for reaching out to children and young people.

The component of the government regulation mechanism for the youth civic engagement, which accounts for creating opportunities to implement the youth initiative consists of several statutory provisions for the legal support of the youth participation in social and political life, such as: Laws of Ukraine “On Civic Associations” (up until 2013 – Law of Ukraine “On Associations of Citizens”) and “On Youth and Children’s Public Organizations”, that specify organizational and legal aspects of creation and operation of the associations of young people as well as governmental guarantees to support their efforts, and Law of Ukraine “On Volunteering Activity”.

Certain possibilities for implementation of civic engagement have by all means been created by Decree of the President of Ukraine “On Ensuring Public Participation in Devising and Implementing State Policy” of July 31, 2004, Resolution of the CMU № 1378 “Issues of Ensuring Public Participation in Devising and Implementing State Policy” of October 15, 2004, and Resolution of the CMU № 996 “On Ensuring Public Participation in Devising and Implementing State Policy” of November 03, 2010 [8]. The latter determines the procedure for public consultations on the issues of devising and implementing state policy, for example, it puts forward a standard provision concerning organization of a public council affiliated with the central local executive authority.

The issues of performance of the advisory and consultative agencies in the area of youth policy are considered in the Decrees of the President of Ukraine “On National Council on Youth Policy” № 1129/95 of December 03, 1995, “On National Council on Youth Establishment and Development” № 924/2009 of November 12, 2009, and Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine “On Establishing the Youth Council” № 673 of June 20, 2012.

Nevertheless, only one nationwide All-Ukrainian Student Council, operating under the Ministry of Education and Science of Ukraine exists at present. It was established by the Resolution approved by Order № 1260 of the Ministry of Education and Science of Ukraine dated September 03, 2013.

It should be noted that a range of concepts has been elaborated over the independence years of Ukraine

to ensure comprehensive approach to the problems of promoting the youth civic engagement. Among them are:

Concept of the National Education System (1996), elaborated and approved by the All-Ukrainian Pedagogical Society named after H. Vashchenko, International Educational Fund named after Yaroslav the Wise, World Association of Professional Teachers, All-Ukrainian Charitable Foundation for Revival of the Knighthood Education named after P. Sahaidachny, Association of Kyiv School Principals, and a number renowned Ukrainian scholars;

Concept of Civic Education for Children and Youth (2000), elaborated by the team of scientists guided by O. Sukhomlynska and approved by the Resolution of the Presidium of the Academy of Pedagogical Sciences;

Concept of Civic Education in Secondary Schools in Ukraine (2001), elaborated by the group of Ukrainian scholars and educators as part of the Project “Education for Democracy in Ukraine” with support from the USA government and the European Union;

Concept of Preliminary Military Training and Military-Patriotic Education of the Youth (2002);

Draft Concept of the Nationwide Programme for Promoting Youth Participation for the Period until 2015, which entailed creating basis for establishing socially active life views in young people, providing opportunities for the youth participation in devising and implementing state policy at all levels;

Concept of National Education for Students (2009), approved by Decision of the Collegium of the Ministry of Education and Science of Ukraine. It defines eight main areas for the national educational activities. Among the top-priority areas are: national-patriotic upbringing that should establish national awareness and responsibility for the fate of Ukraine, and public legal area that deals with developing political and legal culture of people;

Concept of National-Patriotic Education (2009) as part of the State Target Programme “Youth of Ukraine” for the period 2009-2015, approved by Joint Order of the Ministry of Ukraine for Family, Youth and Sports, Ministry of Defense, Ministry of Culture, and Ministry of Education [12]. It is aimed at upbringing young people as patriots for their country, prepared to contribute all their efforts into building a sovereign, democratic, law-governed and social welfare state, to show national dignity, and to know and defend their civil rights in a civilized way, to perform their duties, to promote common social peace and harmony, to be competitive, to successfully establish themselves as citizens, family people, professionals, representatives of the Ukrainian national culture.

Concept of the Nationwide Target Programme for Patriotic Education of Citizens for 2013-2017, approved by the Decision of the Collegium of the Ministry of Education and Science, of Youth and Sports of Ukraine № 6/1-21 of May 31, 2012 [28], laid the foundation for

understanding of patriotism as the fundamental social, cultural, spiritually-evoking resource that could substantially stimulate the rise of social, productive, and creative capacity of the population.

Concept of Civic Education and Upbringing in Ukraine (2012), elaborated according to the Protocol Resolution of the Working Group on Information Policy and Civic Education of the Coordination Council on Development of Civil Society under the President of Ukraine in order to implement state policy on establishing favorable environment for developing civil society in Ukraine, achieving European standards for ensuring and protecting human and civil rights and freedoms.

According to the Concept's preamble, "the development of democratic civic awareness in children and young people does not take into account any economic and political realities of modern life. Moreover, insufficient attention is paid to the formation of such civic culture components as personal responsibility and civic courage. Their absence may cause the lack of interest to the appropriate democratic knowledge on the part of young people with developing personalities as well as reluctance to serve as dynamic visionaries for their own life and the nation's fate. Citizens need to know their rights and obligations, they need to be sure of their capability to influence changes in society, comply with the law, think critically and independently, respect the rights of other people, and be tolerant [3]".

However, none of the concepts has received further elaboration or transformation into specific legal and regulatory documents, programmes and measures due to the introduction of changes in the vector of the country's development and, as a consequence, changes in the education and youth policy. The reason for that was the difference of the ruling elites' opinions on ideology, patriotism, and the course of fostering the youth civic engagement.

At the moment, the following policy documents are among the most important components of government regulation mechanism for the youth civic engagement:

Strategy for the State Youth Policy Development for the Period Up to 2020, approved by Decree of the

President of Ukraine № 532/2013 of September 27, 2013 [29]. According to the Strategy, one of the priorities for the state youth policy is "advancing the youth participation in social and political life by: the youth involvement in devising and implementing state youth policy; the youth employment at the public and local government authorities; promotion of the youth participation in the development of civil society".

Strategy for National-Patriotic Education of Children and Youth for 2016 – 2020, approved by Decree of the President of Ukraine №580/2015 of October 13, 2015. The Strategy emphasizes that "national-patriotic education of children and youth should become one of the top priorities for the state and society efforts to raise their young citizens as personalities with high moral standards, admiration for the Ukrainian traditions and spiritual values, appropriate expertise, knowledge and skills, ability to fulfill their potential in the modern society, adherence to the European values, readiness to carry out their obligations for protection of their Motherland, independence and territorial integrity of Ukraine [27]. It is also noted that civil-patriotic, military-patriotic, and moral and intellectual areas should become the fundamental components of the national-patriotic education.

National Strategy for Development of Civil Society in Ukraine for 2016 – 2020 [26] aimed at providing additional opportunities to exercise and protect human and civil rights and freedoms, complying with matters of public concern by using different forms of democratic participation, public initiative and self-organization.

Conclusion of the research and aspects of the further examination in this area. In conclusion, it should be noted that regulatory acts on national-patriotic education of young people comprise the most extensive component of government regulation mechanism for the youth civic engagement. However, a significant number of regulatory legal acts on different aspects of establishment, development and implementation of the youth civic engagement contain contradictory provisions. This attests to the fact that a certain system and comprehensive approach to the solution of these issues have yet to be developed.

REFERENCES:

- 1.
2. Didenko O. Osnovni napriamy diyal'nosti organiv derzhavnogo upravlinnya patriotichnym vykhovanniam molodi [The Main Areas of Activities of Public Authorities in the Patriotic Education of Youth] / O. Didenko // Public Administration and Local Government: Collect. Of Scientific Papers. – No. 3 (22). – DRI NAPA, Dnipropetrovs'k, 2014. – P. 123–133
3. Constitution of Ukraine (1996): [amended and revised] as of December 2011 – "Negociant", Odessa, 2011. – 80 p.

4. Concept of Civic Education and Upbringing in Ukraine (2012) [Electronic resource]. – Available at: osvita.ua/doc/files/news/333/33331/doc_30112012.doc
5. Legal and Regulatory Framework for Civil Youth Organizations. – “Chetverta Hvylya”, Kyiv, 2001. – 388 p.
6. Prykhodchenko L. L. Organizatsiyno-pravovyi mekhanizm zabezpechennya efektyvnosti derzhavnogo upravlinnia: teoretyko-metodologichni zasady [Legal Organizational Mechanism to Ensure the Effectiveness of Public Administration: Theoretical and Methodological Background] / L. L. Prykhodchenko // Theory and Practice of the Public Administration: Collect. of Scientific Papers. – No. 1 (24). – “Magistr”, KharRI NAPA, Kharkiv, 2009. – P. 59–65
7. Law of Ukraine “On Higher Education” № 1556-VII of July 01, 2014 [Electronic resource]. – Available at: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>
8. Decree of the President of Ukraine “On Additional Measures to Improve Care for Defenders of Ukraine, Their Legal and Social Protection, and Improvement of Military-Patriotic Education” № 157/2002 of February 21, 2002 // Official Bulletin of the President of Ukraine. – 2002. – No. 9. p. 1, Art. 392
9. Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine “On Ensuring Public Participation in Devising and Implementing State Policy” № 996 of November 03, 2010 [Electronic resource]. – Available at: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/996-2010-п>
10. Verkhovna Rada of Ukraine, Law of Ukraine “On State Support Programme for the Youth for the Period 2004–2008” № 1281-IV of November 18, 2003 [Electronic resource]. – Available at: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1281-15>
11. Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine “On Adopting State Standard for General Basic and Secondary Education” № 1392 of November 23, 2011 [Electronic resource]. – Available at: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1392-2011-п>
12. Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine “On Adopting State Target Social Programme “Youth of Ukraine” for the Period 2009-2015” № 41 of January 28, 2009 [Electronic resource]. – Available at: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/41-2009-п>
13. Order of the Ministry of Ukraine for Family, Youth and Sports, Ministry of Defense of Ukraine, Ministry of Culture and Tourism of Ukraine, Ministry of Education and Science of Ukraine “On Adopting Concept of National-Patriotic Education of Youth” № 3754 / 981 / 538 / 49 of October 27, 2009 [Electronic resource]. – Available at: <http://osvita.ua/legislation/other/5397/>
14. Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine “On Adopting National Programme for Patriotic Education, Healthy Lifestyle, Spiritual Development and Moral Values of Society” № 1697 of September 15, 1999 [Electronic resource]. – Available at: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1697-99-п>
15. Order of the Ministry for Youth and Sports of Ukraine “On Adopting Resolution on Center for Patriotic Education” № 720 of October 23, 2013 [Electronic resource]. – Available at: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z1941-13>
16. Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine “On Measures Taken by the Cabinet of Ministers of Ukraine to Protect National Interests by Raising Nationally Aware and Patriotic Younger Generation and Providing Adequate Conditions for Their Development” № 865-IV of May 22, 2003 [Electronic resource]. – Available at: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/865-iv>
17. Decree of the President of Ukraine “On Measures to Ensure the Priority Development of Education in Ukraine” № 926/2010 of September 30, 2010 [Electronic resource]. – Available at: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/926/2010>
18. Order of the President of Ukraine “On Measures of Further Improvement of the Youth Patriotic Education System” № 173 of June 29, 2001 // “Uriadovy Kurier” – 2001. – 5 July. – P. 10
19. Decree of the President of Ukraine “On Measures to Improve National-Patriotic Education of Children and Youth” №334/2015 [Electronic resource]. – Available at: <http://www.president.gov.ua/documents/3342015-19131>

20. Decree of the President of Ukraine “On Measures to Foster Spirituality, Protect Morality, and Promote Healthy Lifestyle of Citizens” № 456 of April 27, 1999 [Electronic resource]. – Available at: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/456/99>
21. Decree of the President of Ukraine “On Measures to Assist the Development of the Plast (Scout) Movement in Ukraine” № 279/2008 of March 28, 2008 // Official Bulletin of the President of Ukraine. – 2008. – No. 8. p. 66, Art. 436
22. Decree of the President of Ukraine “On National Programme for the Revival and Development of Ukrainian Cossackhood in 2002-2005” № 1092/2001 of November 15, 2001 [Electronic resource]. – Available at: <http://kozac-tvo.jimdo.com/нормативно-правова-база/>
23. Decree of the President of Ukraine “On National Strategy for the Development of Education in Ukraine for the period until 2021” № 344/2013 of June 25, 2013 [Electronic resource]. – Available at: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/344/2013>
24. Law of Ukraine “On Education” № 1060-XII of May 23, 1991 [Electronic resource]. – Available at: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1060-12>
25. Law of Ukraine “On Non-Formal Education” № 1841-III of June 22, 2000 [Electronic resource]. – Available at: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1841-14>
26. Order of the Ministry of Education and Science of Ukraine, Ministry of Defense of Ukraine, Ministry of Internal Affairs of Ukraine “On Programme for Patriotic Education of the Students in the Educational Institutions of Ukraine and on Plan of Actions for the Relay Race of Victory for 2013-2015” № 1453 / 716 / 997 of October 21, 2013 [Electronic resource]. – Available at: http://osvita.ua/legislation/pozashk_osv/37580/
27. Decree of the President of Ukraine “On Enhancing Development of Civil Society in Ukraine” № 68/2016 of February 26, 2016 [Electronic resource]. – Available at: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/68/2016/paran20#n20>
28. Decree of the President of Ukraine “On Strategy for National-Patriotic Education of Children and Youth for 2016–2020” №580/2015 [Electronic resource]. – Available at: <http://www.president.gov.ua/documents/5802015-19494>
29. Draft Concept of the Nationwide Target Social Programme for Patriotic Education of the Population for 2013 – 2017 [Electronic resource]. Available at: <http://hai-nyzhnyk.in.ua/doc2/2011%2812%29.proekt.php>
30. Decree of the President of Ukraine “On Strategy for the State Youth Policy Development for the Period Up to 2020” № 532 / 2013 of September 27, 2013 [Electronic resource]. – Available at: <http://sms.lugansk.ua/node/21389>
- 31.

სოციალური მენარგეოზა როგორც ცხოვრების ხარისხის
ზაქტორი: ემპირიული ანალიზი გლობალურ კონტექსტში

СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО КАК ФАКТОР КАЧЕСТВА
ЖИЗНИ: ЭМПИРИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ В ГЛОБАЛЬНОМ КОНТЕКСТЕ

SOCIAL ENTREPRENEURSHIP AS A FACTOR OF QUALITY OF LIFE: AN EMPIRICAL
ANALYSIS IN A GLOBAL CONTEXT

ელენა გრიშნოვა

*ე.მ.დ. საწარმოს ეკონომიკის კათედრის
პროფესორი, ტარას შევჩენკოს
სახელობის კიევის ერვრული
უნივერსიტეტი (კიევი, უკრაინა).*

ГРИШНОВА ЕЛЕНА

д.э.н., профессор кафедры экономики предприятия,
Киевский национальный университет имени Тараса
Шевченко, г. Киев, Украина

OLENA GRISHNOVA

ScD in Economics, professor at the Enterprise
Economics Department,
Taras Shevchenko Kyiv National University

Abstract

The paper reflects on the relationship and interdependence of social entrepreneurship, the general enabling environment for social entrepreneurship and quality of life in the world (across countries contexts) for 2009 and 2015 using k-means cluster analysis. It was found that differentiation of the countries analyzed by the level of social entrepreneurial activity (SEA) and its significant correlation with enabling environment for social entrepreneurship development and quality of life in general. Global Entrepreneurship Monitor Consortium has calculated the SEA rate for each participating country for 2009 and 2015.

Comparative analysis of SEA rate at the international level revealed new trends and to draw general conclusions of the importance and direction of social entrepreneurship development in each country that it forms the relevance of the paper.

The main objective of the paper is to comprehensive evaluate the developments of SEA rate at the global level and to identify the interdependencies their links to creating environments conducive to social entrepreneurship development and growth in the quality of life.

We have applied k-means cluster analysis in order to analyze the situation in SEA level development in the world for 2009 and 2015, and clustering of countries according to these indicators in 2015:

1) favourable environment for the activities of social enterprises (according to the international agency Thomson Reuters)

2) quality of life (social progress index, developed by the non-profit organization Social Progress Imperative).

The statistical values were standardized for each clustering to account for different value units.

This approach method enabled a conclusion that in the complex of countries for each clustering are clearly distinguished four clusters, but components of the clusters are differ in variety of researched characteristics.

The global distribution of the countries into four clusters by the k-means cluster analysis, based on the SEA rate for 2009 and 2015, allowed to indicate that the SEA indicator has grown 2,52 times in 2015 in comparison with 2009 is a testimony to social entrepreneurship ever increasing popularity.

მარია ნაუშოვა

*ვადიმ გეტმანის სახელობის კიევის ერვრული
ეკონომიკური უნივერსიტეტის
პერსონალის მართვისა და შრომის ეკონომიკის
კათედრის ასპირანტი (კიევი, უკრაინა)*

НАУМОВА МАРИЯ

аспирант кафедры управления персоналом и
экономики труда, ГВУЗ «Киевский национальный
экономический университет имени Вадима
Гетьмана», г. Киев, Украина

MARIIA NAUMOVA

PhD student at the Personnel Management and
Labour Economics Department
Kyiv National Economic University named after
Vadym Hetman Kyiv, Ukraine

According to the model of Hofstede's five cultural dimensions were properly analysed the characteristics of mentality and behavior norms of social entrepreneurs that were specific to the countries all over the world. We assert, drawing upon the cluster analysis undertaken as part of the paper, that growth of social entrepreneurship would be a significant advancement to improving the quality of life of the population and, consequently, socially oriented states has a special interest in assisting and the high level supporting for social entrepreneurship.

We demonstrated that favourable conditions for the extensive SEA development really correspond to level of social entrepreneurship development in the countries, cultural factor shaping the behavior of social entrepreneurs largely.

Keywords: social entrepreneurship (SE), social entrepreneurial activity (SEA), quality of life, favourable environment for the activities of social enterprises, cluster analysis, k-means method, cultural factor, Hofstede's index, Social Progress index.

ანოტაცია

სტატიაში განხილულია სოციალური მეწარმეობის აქტივობის, სოციალური მეწარმეობისათვის კეთილსასურველი პირობების შექმნისა და 2009 – 2015 წწ., მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყნებში ცხოვრების ხარისხის ურთიერთკავშირი და ურთიერთდამოკიდებულების განვითარების საკითხები კლასტერული ანალიზის გამოყენებით და k - საშუალოს მეთოდის დახმარებით. გამოვლენილია მსოფლიოს ქვეყნების დიფერენციაცია სოციალური მეწარმეობის აქტივობის (სმა) დონის მიხედვით და მნიშვნელოვანი ურთიერთკავშირები სოციალური მეწარმეობის საქმიანობისათვის შექმნილ ხელსაყრელ პირობებს შორის. ანალიზის საფუძველს წარმოადგენდა სოციალური მეწარმეობის აქტივობის (სმა) მაჩვენებელი, რომელიც გათვლილი იქნა პროექტის „მეწარმეობის გლობალური მონიტორინგი“ – ს შესაბამისად მასში მონაწილე ყველა ქვეყნისათვის 2009 – 2015 წწ., მიხედვით.

სოციალური მეწარმეობის აქტივობის (სმა) მდგომარეობის მიხედვით მსოფლიოს ქვეყნების შედარებით ანალიზი საშუალებას იძლევა გამოვლენილი იქნას ტენდენციები და ჩამოყალიბებული იქნას ზოგადი დებულებები სოციალური მეწარმეობის აქტივობის (სმა) მნიშვნელობისა და განვითარების მიმართულებების შესახებ ყოველ ქვეყანაში, რაც ხაზს უსვამს წარმოდგენილი ნაშრომის აქტუალობას.

ნაშრომის მიზანს წარმოადგენს სოციალური მეწარმეობის აქტივობის (სმა) განვითარების ანალიზი გლობალურ დონეზე და ამ პროცესების ურთიერთკავშირების გამოვლენა სოციალური მეწარმეობის აქტივობისათვის (სმა) და ცხოვრების ხარისხის ამაღლებისათვის.

სოციალური მეწარმეობის აქტივობის (სმა) განვითარების მდგომარეობის ანალიზისათვის ჩვენს მიერ ჩატარებული იქნა მსოფლიოს ქვეყნების კლასტერიზაცია k - საშუალოს მეთოდის დახმარებით სოციალური მეწარმეობის აქტივობის (სმა) დონის მიხედვით 2009–2015 წწ., პერიოდისათვის, ასევე მოვახდინეთ ქვეყნების კლასტერიზაცია ამ მაჩვენებლებთან დამოკიდებულებაში 2015 წლის მონაცემების მიხედვით:

- 1) ხელსაყრელი პირობები სოციალური მეწარმეობის საქმიანობისათვის (ფონდ Thomson Reuters – ის სტატისტიკური მონაცემები);
- 2) ცხოვრების ხარისხი (კომერციული ორგანიზაციის „Social Progress Imperative“ მიერ შემუშავებული სოციალური პროგრესის ინდექსი).

კლასტერიზაციის ჩატარების დროს გამოყენებული იქნა მაჩვენებლების ნორმირება იმ მიზნით, რომ აღმოფხვრილიყო განსხვავებები განზომილების ერთეულებში. აღნიშნულმა მეთოდმა მოგვცა საშუალება გაგვეკეთებინა დასკვნა, რომ ქვეყნების საკვლევი ერთობლიობაში ნებისმიერი სახის კლასტერიზაციაში მკაფიოდ იკვეთება ოთხი სახის კლასტერი, ოღონდ ამ კლასტერების შემადგენლები ერთმანეთისაგან განსხვავდებიან კვლევის სხვადასხვა ნიშნების მიხედვით.

ქვეყნების განაწილების ანალიზი სოციალური მეწარმეობის აქტივობის (სმა) დონის მიხედვით აღნიშნული პერიოდის განმავლობაში იძლევა დასკვნის გაკეთების საშუალებას, რომ ქვეყნების მთლიან ერთობლიობაში მოხდა სოციალური მეწარმეობის აქტივობის (სმა) მაჩვენებლის ზრდა 2,52 –ჯერ, რაც მეტყველებს მოსახლეობაში სოციალური მეწარმეობის პოპულარიზაციაზე.

ჰოპსტედეს ინდექსის ეროვნული კულტურის მოდელის თანახმად გაანალიზებული იქნა იმ მენტალიტეტების თავისებურებები, რომლებიც დამახასიათებელია განხილული ქვეყნების სოციალური მეწარმეობისათვის. ჩატარებული კლასტერული ანალიზის საფუძველზე გაკეთებულია დასკვნა, რომ სოციალური მეწარმეობის ზრდა გარკვეულწილად ხელს უწყობს მოსახლეობის ცხოვრების დონის ამაღლებას, ამიტომაც სოციალურად ორიენტირებული სახელმწიფო დაინტერესებულია სოციალური მეწარმეობის მხარდაჭერასა და დახმარებაში.

დამტკიცებულია, რომ სოციალური მეწარმეობის აქტივობისათვის (სმა) შექმნილი შესაბამისი პირობები ხელს უწყობს ქვეყანაში სოციალური მეწარმეობის განვითარებას, ხოლო კულტურული ფაქტორი გარკვეულწილად აყალიბებს სოციალური მეწარმეობის ქცევას.

საკვანძო სიტყვები: სოციალური მეწარმეობა, სოციალური მეწარმეობის აქტივობა, ცხოვრების ხარისხი, კლასტერული ანალიზი, k - საშუალოს მეთოდი, კულტურული ფაქტორი, ჰოფსტედეს ინდექსი, სოციალური პროგრესის ინდექსი.

В современном мире происходят противоречивые процессы. С одной стороны – возрастание роли человека в связи с интеллектуализацией труда, стремительный рост производительности и другие положительные изменения способствуют социализации экономики и жизни в целом, человеческому развитию и повышению качества жизни. С другой стороны, обострение конкуренции, в том числе на рынке труда, жесткая глобализация, кризисные явления в экономике, либерализация политических систем и другие неблагоприятные факторы предостерегают правительства и бизнес от значительных социальных расходов. Поэтому нужны социальные инновации, которые бы создавали возможности решения социальных проблем без уменьшения возможностей экономического развития. Такой важной инновацией стало социальное предпринимательство.

Одним из значительных достижений в направлении усиления эффективности взаимодействия в обществе можно считать активное участие бизнес-структур в решении многих актуальных проблем, в том числе тех, которые имеют научно-прикладной характер. В связи с этим все более известными и популярными становятся исследования и практическая апробация идеи социального предпринимательства [1, с. 167].

Под социальным предпринимательством (СП) мы подразумеваем комплекс социальной и экономической деятельности хозяйствующего субъекта (независимо от организационно-правовой формы) с применением предпринимательского и инновационного подхода в создании социальной ценности, миссия которой направлена на решение конкретной социальной проблемы.

Отметим, что в странах, не так давно ставших на путь демократических преобразований, пока есть недоверие к социальному предпринимательству. Поэтому правительства многих государств, в том числе и Украины, не рассматривают создание благоприятных условий для социальной предпринимательской активности (СПА) как важный фактор роста качества жизни. Проведенный нами анализ СПА в мире за 2009 г. и 2015 г. дает ответ на вопрос о связи СПА и качества жизни, если государственные меры направлены на обеспечение благоприятных условий для развития СП.

Сравнительный анализ стран мира по состоянию развития СПА с учетом благоприятных условий для деятельности и роста качества жизни населения позволяет выявить тенденции и сформировать общие выводы о значении и направлениях развития СПА в каждой стране, что формирует актуальность данной работы.

Целью работы является анализ развития СПА на глобальном уровне и выявление взаимозависимости этих процессов с созданием благоприятных условий для предпринимательства и ростом качества жизни.

В течение двух последних десятилетий исследования СП были посвящены прежде всего формированию теоретических положений. Подтверждением тому является работа американских ученых Д. Шорта, Т. Мосса, Г. Ламкина, которые сделали научный обзор всех предыдущих работ своих коллег и пришли к выводу, что концептуальных исследований гораздо больше, чем эмпирических, которые часто не имеют четкой исследовательской методики [2, с. 161]. По мнению Б. Хугендурна, Е. Пеннингса, Г. Турика эмпирические исследования имеют большее значение для развития социального предпринимательства, чем

теоретические исследования [3, с. 3].

Зарубежными и отечественными учеными до сих пор не проводился эмпирический анализ состояния развития СПА на глобальном уровне с помощью кластерного анализа.

Для анализа состояния развития СП в мире мы провели кластеризацию стран мира по уровню развития социальной предпринимательской активности за 2009 г. и 2015 г., а также кластеризацию стран в зависимости от таких показателей:

- 1) благоприятных условий для деятельности СП (статистические данные Фонда Thomson Reuters);
- 2) качества жизни (Индекс социального прогресса, разработанный некоммерческой организацией Social Progress Imperative).

При проведении кластеризации были использованы нормированные значения для того, чтобы устранить различия в единицах измерения.

Для определения состояния развития СПА в мире за 2009 г. и 2015 г. был использован индикатор СПА за 2009 г. и 2015 г. для 31 страны мира, рассчитанный как отношение численности социальных предпринимателей к численности занятого населения (в возрасте от 18 до 64 лет), разработанный исследователями в рамках международного исследовательского проекта «Глобальный Мониторинг Предпринимательства» [4, 6].

Каждый из трех вышеуказанных видов кластеризации поделит страны мира на четыре однородных кластера.

Кластеризация проведена с использованием пакета STATISTICA 10.0, который предоставляет для этого значительные вычислительные возможности. Проведение кластеризации позволяет понять, как группируются данные в зависимости от их значений.

На первом этапе проводим три вида кластеризации стран на основе иерархического метода. Этот метод привел к выводу, что в исследуемой совокупности стран во всех видах кластеризации четко выделяются четыре кластера, однако составляющие этих кластеров отличаются при различных исследуемых признаках.

Наиболее востребованным среди неиерархических методов является метод k -средних. Метод k -средних построен на основе распределения статистических наблюдений X на k кластеров, которые локально минимизированы относительно расстояния между информационной точкой и центроидом кластера [5, с. 27]. Методу присущи такие преимущества, как простота и скорость его применения, отсутствие ограничений по количеству объектов и показателей, их характеризующих, прозрачность алгоритма, достаточно высокое качество полученного информативного результата.

В процессе реализации метода k -средних выдвигается гипотеза относительно определенного количества кластеров, которая может быть сформирована на основе теоретических допущений или результатов предыдущих исследований.

Проведенное нами методом k -средних распределение анализируемой совокупности стран мира на четыре кластера приближается к оптимальному значению. Величины межгрупповых дисперсий во всех трех видах кластеризации превышают значения внутригрупповых дисперсий исследуемых признаков. Уровень значимости во всех случаях существенно ниже величины 0,05 и свидетельствует, что вклад всех

признаков в процесс многомерной кластеризации является существенным.

Необходимо отметить, что иерархический и неиерархический методы разделения исследуемой совокупности стран мира на кластеры в данном случае

приводят к аналогичным результатам. На основании этого делаем вывод о том, что многомерная кластеризация, при которой происходит разделение стран на четыре кластера, в целом является оптимальной.

Таблица 1

Кластеризация стран мира по уровню развития социальной предпринимательской активности за 2009 г. и 2015 г.

Период	Характеристика кластера	Кластер 1	Кластер 2	Кластер 3	Кластер 4
1	2	3	4	5	6
2009 г. и 2015 г.	Страны, вошедшие в кластер	Израиль, Ирландия, Венгрия, Чили, Колумбия, Перу, США	Китай, Финляндия, Норвегия, Швейцария, Великобритания, Бельгия, Хорватия, Уругвай	Ливан, Южная Африка, Италия, Нидерланды, Румыния, Словения, Гватемала	Малайзия, Южная Корея, Марокко, Греция, Испания, Латвия, Бразилия, Эквадор, Панама
	Среднее значение показателя СПА за 2009-2015 гг., %	9,3	5,7	3,6	1,7
	Среднее значение показателя СПА за 2009 г., %	3,98	3,81	2,06	1,17
	Среднее значение показателя СПА за 2015 г., %	14,67	7,65	5,11	2,2
	Пределы значений 2009 г., %	2,87-5	2,2-5,13	0,5-3,58	0,2-2,82
	Пределы значений 2015 г., %	12,6-17,4	6,5-8,4	3,9-6,4	1,3-3,5
	Количество стран в кластере, всего	7	8	7	9
	Удельный вес кластера в общей структуре, %	23	26	23	29

Источник: собственные расчеты на основе данных [4, 6].

Проведенный кластерный анализ методом k-средних позволил выявить четыре кластера среди стран мира: от стран с наивысшими значениями СПА к странам с низким уровнем СПА, что дает возможность определить страны, в которых СПА является наиболее распространенной. На основе полученных результатов нами разработана типология стран по критерию развития СПА:

1. Страны с активно растущей СПА;
2. Страны с растущей СПА;
3. Страны с умеренно растущей СПА;
4. Страны с СПА на стадии становления.

Результат кластерного анализа показал, что в 2009 и 2015 гг. структура социальной предпринимательской активности в мире выглядела следующим образом: 23 % составляли страны с наибольшим значением показателя СПА, 26 % – со средним значением, 23 % – ниже среднего, 29 % – с низким. Во всех четырех кластерах уровень социальной предпринимательской активности стран в 2015 г. в сравнении с 2009 г. увеличился: в первом кластере – в 3,7 раз; во втором кластере – в 2 раза; в

третьем кластере – в 2,48 раз; в четвертом кластере – в 1,9 раз. То есть высокий уровень СПА сопровождается и высокими темпами ее роста, и наоборот.

В первый кластер вошли три страны Латинской Америки – Чили, Колумбия, Перу, как страны с высоким значением показателя СПА за период 2009-2015 гг. Латинская Америка, по статистике ПРООН, является континентом с самым высоким неравенством в мире и страдает от хронической экономической неуспешности. Более 165 миллионов человек на континенте находятся за чертой бедности [7]. Поэтому такое социально-экономическое положение актуализирует насущные социальные потребности, является движущей силой для социальных предпринимателей. Они активно предпочитают заниматься собственным делом, которое будет содействовать семьям и общинам в преодолении нищеты или решению экологических проблем, которых становится все больше по всему континенту.

Анализ динамики распределения стран мира по уровню СПА в указанный период позволяет сделать вывод, что по всей совокупности стран произошел рост показателя СПА в 2,52 раза в целом, что

свидетельствует о популярности СП среди населения.

Страны четырех кластеров неоднородны по уровню социальной предпринимательской активности, что обусловлено их культурными особенностями и социально-экономическим развитием.

Целесообразно рассмотреть влияние благоприятных условий на увеличение масштабов развития СПА в мире.

Для этого выделим однородные группы стран, в которых значения анализируемых параметров находятся в одинаковых пределах (табл. 2).

В июне-июле 2016 года Фонд Thomson Reuters Foundation провел онлайн-опрос экспертов в сфере социального предпринимательства из 45 стран с сильнейшими экономиками по версии Всемирного банка 2014 года, с участием Deutsche Bank, UnLtd (группы британских НКО, фондов и трастов, учрежденных с целью развития социального предпринимательства в Великобритании) и Global Social Entrepreneurship Network (организация, которая поддерживает социальные предприятия на начальном этапе развития). Опросив исследователей, социальных предпринимателей, инвесторов, чиновников и других компетентных специалистов, организация обнародовала в середине сентября 2016 года результаты рейтинга

стран с наиболее благоприятными условиями для увеличения масштабов социальной предпринимательской активности. Этот опрос является первым и всеобъемлющим в истории становления социального предпринимательства. Согласно опросу Фонда Thomson Reuters Foundation, в каждой стране было опрошено от 12 до 20 экспертов, а всего в исследовании приняло участие 619 респондентов, среди которых половину составляли сами социальные предприниматели, а другие были учеными, инвесторами, представителями органов государственной власти и организаций, которые оказывают поддержку социальным предпринимателям. В исследовании не учитывались организационно-правовые формы социальных предприятий, акцент был сделан на людей, которые решают социальные проблемы через бизнес-инструменты. Для каждой отобранной страны было проанализировано двенадцать вопросов, которые касались правовой, экономической, нормативной и культурной среды для социальных предпринимателей и были приняты во внимание для построения общего рейтинга стран. Все вопросы оценивались респондентами по шкале Лайкерта, которая состоит из пяти позиций [8].

Таблица 2

Кластеризация стран мира по уровню развития социальной предпринимательской активности в зависимости от благоприятных условий для деятельности

№	Характеристика кластера	Кластер 1 «Страны с высоким уровнем СПА и лучшими условиями»	Кластер 2 «Страны со средним уровнем СПА и умеренными условиями»	Кластер 3 «Страны с ниже среднего уровнем СПА и лучшими условиями»	Кластер 4 «Страны с низким уровнем СПА и умеренными условиями»
1	2	3	4	5	6
1.	Страны, вошедшие в кластер	Австралия, Израиль, Колумбия, США, Филиппины, Чили	Индия, Китай, Финляндия, Швеция, Польша, Норвегия, Аргентина, Нидерланды, Египет, Таиланд, Мексика, Бельгия	Швейцария, Великобритания, Италия, Индонезия, Германия, Малайзия, Южная Корея	Южная Африка, Бразилия, Греция, Испания
2	Среднее значение показателя СПА, %	14,8	6,3	4,3	2,6
3	Пределы значений, %	13,2-17,4	2,7-9,6	1,5-7,5	1,6-3,9
4	Среднее значение показателя благоприятных условий, баллы	57,2	49,7	57,1	44,1
5	Пределы значений, баллы	51-65,9	41,5-55,4	54-60,6	41,5-46,9
6	Количество стран в кластере, всего	6	12	7	4
7	Удельный вес кластера в общей структуре, %	21	41	24	14

Источник: собственные расчеты на основе данных [2, 6].

Примененный метод кластеризации (k-средних) позволил выявить целесообразность распределения исследуемой совокупности стран мира на четыре кластера для сравнения по критерию благоприятные условия для деятельности. Об этом свидетельствует уровень значимости существенно ниже величины 0,01.

Условия для развития СП в четырех кластерах соответствуют состоянию развития СП. В первом кластере «Страны с высоким уровнем СПА и наилучшими условиями» условия для развития СП являются лучшими, что стимулировало СП к стремительному росту в 2015 г. по сравнению с 2009 г. Во втором кластере условия для развития СП являются умеренными, поэтому и уровень СП является средним. В третьем кластере созданы лучшие условия для ведения социального бизнеса для того, чтобы усилить развитие СП до высшего уровня, и получен соответствующий результат. В четвертом кластере условия для развития СП являются умеренными, поскольку в этих странах СП только зарождается.

Как показало исследование, в 2015 г. меры по поддержке СП были отмечены и положительно оценены действующими социальными предпринимателями в странах четвертого кластера. Стоит отметить, что политика поддержки СП в каждой стране имеет определенные цели и задачи, и использует различные механизмы.

Общие условия предпринимательской деятельности в странах мира и отдельные компоненты системы поддержки социального предпринимательства влияют на активизацию социального предпринимательского потенциала страны, а также на рост численности лиц, готовящихся к учреждению собственного социально важного дела и тех, которые уже являются успешными владельцами социальных предприятий.

Колумбия и Чили имеют государственные программы и политику поддержки социального предпринимательства. В Колумбии правительство открыло Центр социальных инноваций (Centro de Innovación Social, CIS), что будет способствовать проведению мер по преодолению крайней бедности.

В Чили правительство организовало конкурсы социальных предприятий с привлечением и размещением денежных средств через свою Национальную корпорацию развития (Corporación de Fomento – CORFO). Правительство Чили также проводит консультации с местными и зарубежными экспертами с целью разработки законодательства, которое признавало бы социальное предприятие в качестве новой формы коммерческого предприятия. Чили и Колумбия обеспечивают наилучшие условия для женщин-предпринимателей в странах Латинской Америки и Карибского бассейна, согласно Women's

entrepreneurial venture score («Обзор предприятий, принадлежащих женщинам», нового списка, который готовится Аналитическим отделом журнала Economist и который публикует Многосторонний инвестиционный фонд, входящий в состав Группы Межамериканского банка развития) [9]. Поэтому эти страны имеют лучшие, благоприятные условия для развития СП и отнесены к первому кластеру.

На основе проанализированных нами статистических данных четырех кластеров стран мира пришли к выводу, что создание благоприятных условий для ведения социального бизнеса в Украине будет способствовать активизации СП в долгосрочной перспективе.

Далее нами проведена кластеризация стран мира по уровню развития социального предпринимательства в зависимости от показателя качества жизни за 2015 г. В эту кластеризацию мы включили и Украину, для которой нами рассчитан показатель СПА.

Как показатель качества жизни стран мира мы выбрали Индекс социального прогресса 2015 г. По мнению О. А. Кислицыной, одним из подходов к измерению качества жизни является построение композитных индексов, которые объединяют отдельные мероприятия по благополучию в единый сводный показатель. Примером такого индекса является Индекс социального прогресса, разработанный некоммерческой организацией Social Progress Imperative и впервые представленный руководителем организации, профессором Гарвардской школы бизнеса Майклом Портером в 2013 г. на шестом форуме министров ООН [10, с. 126]. Разработчики Индекса всесторонне определяют социальный прогресс «как способность общества удовлетворить основные человеческие потребности своих граждан, установить базис, который дает возможность гражданам и группам населения повышать качество жизни, а также создавать условия всем людям для полного использования их потенциала» [11, с. 14].

Индекс социального прогресса является средним арифметическим трех измерений: основные потребности человека, основы благосостояния и возможности. Каждое измерение является средним арифметическим четырех составляющих компонент. Также каждая компонента включает от трех до шести показателей, составляя систему из 54 показателей. Индекс и его составляющие измеряются по шкале от 0 до 100 баллов. В соответствии с величинами Индекса социального прогресса 133 страны распределены на шесть групп в зависимости от уровня социального прогресса. Характеристика результата кластеризации с указанием позиций стран в кластерах представлена в табл. 3.

Кластеризация стран мира по уровню развития социальной предпринимательской активности в зависимости от качества жизни за 2015 г.

№	Характеристика кластера	Кластер 1	Кластер 2	Кластер 3	Кластер 4
1	2	3	4	5	6
1.	Страны, вошедшие в кластер	Австралия, Израиль, Ирландия, Колумбия, Перу, США, Венгрия, Филиппины, Чили	Бельгия, Великобритания, Эстония, Италия, Нидерланды, Норвегия, Польша, Португалия, Словакия, Словения, Уругвай, Финляндия, Хорватия, Швейцария, Швеция	Ботсвана, Гватемала, Эквадор, Египет, Индонезия, Иран, Казахстан, Ливан, Македония, Марокко, Мексика, Южная Африка, Румыния, Таиланд, Тунис, Украина	Аргентина, Болгария, Бразилия, Греция, Испания, Латвия, Малайзия, Германия, Панама, Южная Корея
2	Среднее значение показателя СПА, %	14,5	7,19	3,95	2,37
3	Пределы значений, %	12,6-17,4	4,8-8,9	0,34-7,1	1,3-5,1
4	Среднее значение показателя качества жизни, баллы	75,69	82,37	63,89	74,66
5	Пределы значений, баллы	65,46-86,42	73,3-88,36	56,82-68,37	69,55-84,04
6	Количество стран в кластере, всего	9	15	16	10
7	Удельный вес кластера в общей структуре, %	18	30	32	20

Источник: собственные расчеты на основе данных [4, 11].

В первом кластере показатель качества жизни выше среднего и высокий уровень СПА. Населению этих стран согласно модели национальной культуры Г. Хофштеде [12] присущи такие черты менталитета: высокая ответственность в деловой сфере, инициативность, настойчивость, стремление к успеху, здоровая конкуренция в коллективе. Поэтому в таких странах социальные предприниматели сосредоточены на достижении высоких показателей в деятельности, общественном признании, они воспринимают угрозы в окружающей среде преимущественно как

возможности для развития своего дела. В Австралии, Ирландии, США показатель качества жизни очень высок и объясняется высоким уровнем развития государства и ориентацией экономических агентов на благосостояние, успех и долголетие населения. Другие страны, входящие в первый кластер, характеризуются более низкими значениями показателя качества жизни, что при высоком значении СПА обусловлено: уровнем развития государственного строя страны и в значительной степени ресурсо-ориентированной экономикой страны.

Во второй кластер вошли страны с высоким значением показателя качества жизни со средним уровнем СПА. Такое положение объясняется тем, что социальные предприниматели этих стран высоко ценят как личную ответственность и собственный вклад каждого члена общества в развитие экономики, так и скромность и справедливость в деловой сфере. Среди работников не поддерживается хвастовство собственными достижениями, зато наблюдается стремление избегать конфликтов. Поэтому, в отличие от первого кластера, странам этой группы присуща склонность к большему сопротивлению изменениям, а экономическая безопасность выступает ключевым элементом мотивации работников. Социальные предприниматели стремятся решать острые социальные проблемы упорным трудом с соблюдением в работе правил, точности, пунктуальности, прозрачности и честности. Такая деловая этика позволяет достигать высоких стандартов качества жизни с постепенными нововведениями в материальном производстве и сфере услуг.

В третьем кластере значение показателя качества жизни ниже среднего, и уровень СПА также ниже среднего. В этот кластер вошли страны с развитой экспортно-ориентированной экономикой, в которых добывающая промышленность играет ключевую роль в государственной внутривнутриполитической борьбе. Общества таких стран являются иерархическими, поэтому склонны к централизации в деловой сфере и высокому социальному неравенству. Для населения этих стран важна принадлежность к успешной социальной группе, поддерживается статусное поведение, избегание неопределенности, нормативное мышление, сильное уважение к традициям. Прослеживается тенденция нетерпимости к изменениям в социуме, что объясняется ресурсно-ориентированной экономикой, слабыми стимулами к технологическим изменениям в производстве. Социальные предприниматели, начиная собственное дело и внедряя инновации, привлекая инвестиции в новое производство, вынуждены решать проблему преодоления высокого уровня коррупции в государственном аппарате и тяжёлых административно-контролирующих барьеров в хозяйственной деятельности путем инициирования упрощения администрирования и обеспечения прозрачности ведения предпринимательства, привлечения общества к социальному диалогу, что, безусловно, положительно влияет на рост качества жизни. Социальные предприниматели стран данного кластера ориентированы на решение преимущественно проблем занятости путем предоставления рабочих мест людям с особыми потребностями. Поэтому

среди социальных предпринимателей инновационное производство продукции, которая решает острые проблемы общества для повышения качества жизни, в настоящее время находится главным образом на этапах зарождения и становления в таких странах.

Украина по результатам проведенной кластеризации вошла в третий кластер, впрочем, с низким уровнем значения показателя СПА – 0,34 и качества жизни – 65,69. Социальное предпринимательство в Украине находится на этапе зарождения. Учитывая перманентное кризисное состояние экономики страны, следует обратить внимание на особенности национальной ментальности, которая в общем благоприятствует активному развитию социального предпринимательства. Так, согласно модели национальной культуры Г. Хофштеде (индикаторы национальной культуры отражены на рис. 1), для отечественных предпринимателей характерно поведение централизованного руководства, коллективного принятия решения, высокого доверия, доброжелательности, поддержки, сплоченности, сдержанности и скромности в работе, отсутствия жесткой конкуренции. Предприниматели более склонны к статусному поведению – достижению признания в обществе, получению одобрительных отзывов социума, чем к стремлению демонстрировать высокие хозяйственные, производственные достижения. Показатель «избегание неопределенности» довольно высокий – 95, но он смягчается жизнерадостностью украинцев, способностью быстро приспосабливаться к изменениям. Поэтому такие черты национального менталитета, как доброжелательность, справедливость, забота о близких благоприятно влияют на развитие социального предпринимательства. Слабая поддержка со стороны государства и инвесторов сейчас активно замещается краудфандингом, что позволяет украинцам объединяться вокруг определенной социальной проблемы и браться за ее решение, основывая социальные предприятия. Глобализация, популяризация изучения английского языка положительно повлияли на развитие грантовой поддержки и коммуникаций с иностранными социальными предпринимателями, которые передают свой опыт ведения бизнеса отечественным предпринимателям. Поэтому есть основания утверждать, что культурный фактор способствует в долгосрочной перспективе развитию в Украине социального предпринимательства и перехода в группу стран второго кластера, что будет влиять на повышение качества жизни, в частности, в таких отраслях как образование, здравоохранение, занятость.



Рис. 1. Измерение национальной культуры Украины по модели Г. Хофштеде
 Источник: построено по данным [12].

Четвертый кластер выделяется значением показателя качества жизни выше среднего наряду с низким уровнем СПА. В странах данного кластера предприниматели высоко ценят продуктивность в работе, толерантность и семейное благосостояние. Предприниматели европейских стран этого кластера, если сравнить со странами Азии, имеют способность к быстрой адаптации традиций к условиям, которые стремительно меняются. В то же время предприниматели этого кластера отличаются стремлением к упорной работе и достижению высоких показателей деятельности, умением решать производственные конфликты путем компромиссов и переговоров, одним из важных стимулов труда выступает возможность управлять собственным временем и гибкость в работе. Так, например, стимулирующие государственные программы поддержки предпринимательства, многоотраслевая структура экономики и стремительное внедрение новых технологий в Германии, Латвии, Малайзии и Бразилии обеспечивают развитие как коммерческого бизнеса, так и социального предпринимательства, деятельность которых в своей совокупности обеспечивает высокий уровень качества жизни. В данном кластере наблюдаются невысокие показатели СПА, что объясняется зарождением социального предпринимательства в данных странах на фоне бурного развития коммерческого предпринимательства и достижением высоких

стандартов качества жизни, в том числе благодаря результатам эффективной инновационной деятельности социальных предпринимателей.

Опираясь на проведенный кластерный анализ, мы утверждаем, что рост СП в значительной мере способствует повышению качества жизни населения, поэтому социально ориентированное государство заинтересовано в оказании помощи и поддержке СП.

Делая ставку на развитие СП в Украине, государство получит от этого ряд неоспоримых преимуществ в виде повышения качества жизни населения, уменьшения безработицы, улучшения социального благосостояния и тому подобное. Однако, несмотря на общую положительную динамику развития СП в Украине, есть ряд проблем и препятствий на пути его развития, которые необходимо решить через совершенствование институциональной среды.

Поэтому вопрос развития СП должен стать одним из приоритетов в работе органов власти на государственном, региональном и местном уровнях путем создания благоприятных условий для социальных предпринимателей, устранения административных барьеров, формирования механизмов финансовой и имущественной поддержки СП.

Выводы. Применение кластеризации методом k-средних для исследования взаимосвязи уровня развития СПА, благоприятности условий для пред-

принимательской деятельности и качества жизни в разных странах позволило нам выявить предпосылки, закономерности и последствия развития СПА, а также сформировать меры государственной поддержки по оживлению СПА как эффективного метода повышения качества жизни.

Доказано, что условия для развития СПА действительно соответствуют уровню развития социального предпринимательства в стране, а культурный фактор в значительной мере формирует поведение социальных предпринимателей. Как показало наше исследование, модель развития СПА в каждой стране предопределяется не только экономическим и политическим положением, но и культурными факторами. Согласно результатам

проведенного кластерного анализа, рост СПА влияет на повышение качества жизни в стране.

Поэтому есть основания утверждать, что государственная политика должна создавать благоприятные условия для роста СПА – и как современного, инновационного метода предотвращения социальных проблем, и как мощного фактора повышения качества жизни в целом. Следовательно, данную особенность надо учитывать при формировании государственной социально-экономической политики и ее реализации для роста качества жизни населения.

REFERENCES

1. Grishnova, O. A, Mishchuk, G. U., (2013). Social innovation in labor sphere: substance, types and features of implementation in Ukraine. *Demography and social economy*, 2 (20), 167-178 [in Ukrainian].
2. Short, J.C., Moss, T.W., Lumpkin, G.T. (2009). Research in Social Entrepreneurship: Past Contributions and Future Opportunities. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 3, 161–194.
3. Hoogendoorn, B., Pennings E., Thurik, R. Ors. (2011). A Conceptual Overview of What We Know about Social Entrepreneurship. *ERIM Report Series Research in Management*, 7, 1–17.
4. Bosma, N., Schøtt, Th., Terjesen, S. A. & Kew, P. (2016). *Global Entrepreneurship Monitor 2015 to 2016: Special Topic Report on Social Entrepreneurship*. Available at: <https://ssrn.com/abstract=2786949>
5. Cherezov, D. S. & Tyukachev, N. A. (2009). Overview of the main methods of classification and clustering of data. *Bulletin VSU. Series: systems analysis and information technology*, 2, 25-29 [in Russian].
6. Bosma, N. & Levie, J. (2010). *Global Entrepreneurship Monitor 2009 Global Report*. Available at: www.gem-consortium.org/about.aspx?page=pub_gem_global_reports
7. *Social Panorama of Latin America 2012*. U.N. Economic Commission for Latin America and the Caribbean (ECLAC). United Nations Publication. Santiago, Chile, 238. Available at: http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/1248/1/S2012960_en.pdf
8. *The best countries to be a social entrepreneur 2016*. Thomson Reuters Foundation. Available at: <http://poll2016.trust.org/>
9. Kislitsyna, O. A. (2015). A new approach to measuring the quality of life – social progress index: Russia’s place in the world ranking. *Problems of Modern Economics: Eurasian inter-regional scientific and analytical journal*, 3, 126 – 129 [in Russian].
10. *Women’s Entrepreneurial Venture Scope 2013*. The Economist and Intelligence Unit. Available at: http://www.expeditionpr.com/wp-content/uploads/2013/08/Womens_Entrepreneurial_Venture_Scope_2013.pdf
11. Porter, M. E., Stern, S. and Green M. (2014). “Social Progress index 2015 Executive summary.” *Social progress imperative*. Available at: https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/pl/Documents/Reports/pl_csr_2015_SOCIAL_PROGRESS_INDEX_FINAL.pdf
12. Hofstede’s Index. Available at: <https://geert-hofstede.com/ukraine.html>

მონობრაზია აქტუალურ თემაზე

ფინანსური კრიზისი და ქართული ლარის

თავგადასავალი

მიმდინარე წელს, ამერიკის შეერთებული შტატების ცნობილმა გამომცემლობა „Nova Publishers” - მა ნიუ – იორკში გამოსცა ქართველი ეკონომისტის, არასამთავრობო ორგანიზაცია „საფინანსო – საინვესტიციო სტრატეგიისა და პოლიტიკის ფონდის” დამფუძნებლის და დირექტორის, საქართველოში პირველი ინგლისური კერძო სკოლის (1992 წ.) დამფუძნებლის და დირექტორის, საქართველოს ეკონომიკურ მეცნიერებათა აკადემიის და ნიუ – იორკის მეცნიერებათა აკადემიის ნამდვილი წევრის, ქალბატონ ლამარა ქოქიაურის პოპულარული მონობრაზია „ფინანსური კრიზისი და ქართული ლარის თავგადასავალი.”

ეკონომიკის მეცნიერებათა დოქტორის, პროფესორ ლამარა ქოქიაურის მონობრაზია „ფინანსური კრიზისი და ქართული ლარის თავგადასავალი” ორიგინალური ხასიათის კვლევაა, რომელიც მიძღვნილია ქართული ფულადი ერთეულის აქტუალური თეორიული, პრაქტიკული და ისტორიული საკითხებისადმი. დღეს, საქართველოში, ისე, როგორც არასოდეს, აუცილებელი გახდა ქვეყნის ეკონომიკაში მიმდინარე ცვლილებების შესწავლა, ქართული ლარის კურსის მკვეთრი ვარდნის გამომწვევი ობიექტური და სუბიექტური მიზეზების გამოვლენა და მათი აღმოფხვრა, ქვეყნის ეკონომიკაში შექმნილი ექსტრემალური სიტუაციის შეჩერება და მოსალოდნელი ინფლაციის თავიდან აცილება, ეროვნული ვალუტის გადარჩენის უტყუარი საშუალებებისა და გზების შემუშავება.

კვლევის ავტორის მიზანია ეროვნული ვალუტის მიზეზ – შედეგობრივი ანალიზის, ლარის დევალვაციის გარდაუვალობის დასაბუთების, სწორი მონეტარული და ფისკალური პოლიტიკის შემუშავების, ლარის კურსის დარეგულირების, ქვეყნის ეკონომიკის ზრდის, უცხოური ინვესტიციების გაზრდის, მიმზიდველი საინვესტიციო კლიმატის შექმნისა და მსხვილი საინვესტიციო პროექტების ამოქმედების, ექსპორტის პოტენციალის მატებისა და წახალისების მექანიზმების დახვეწისათვის რეკომენდაციების შემუშავება.

შრომაში კვლევის შედეგები წარმოდგენილია პრობლემის გადაჭრის ეკონომიკური აქსიომების სახით, რომელთა განხორციელება ავტორის აზრით, ხელს შეუწყობს საქართველოს ეკონომიკის განვითარებას, ქართული ფულადი ერთეულის – ლარის გაუფასურების შემცირებასა და გამყარებას.

საქართველოში ბოლო წლების განმავ-

ლობაში ეროვნული ვალუტის გარშემო ატეხილმა აუიოტაჟმა გამოიწვია ქართველი სწავლულ – ეკონომისტთა და მთელი საზოგადოების დაინტერესება ქვეყნის ფულადი ერთეულის – ლარის ბედით, დაიწერა და გამოქვეყნდა უამრავი სტატია, გაჩნდა ლარის დევალვაციის და მოსალოდნელი ინფლაციის შესახებ ლაიფსაუბრობები.

მაგრამ ბევრი კითხვა დარჩა პასუხგაუცემელი, კერძოდ:

- გარდაუვალი და აუცილებელიც ხომ არ იყო ლარის კურსის ვარდნა?

- ხომ არ გვეშინია ეკონომიკაში გაცილებით სერიოზული ცვლილებების აღიარების – რომ ადგილი აქვს საბაზროდ ორიენტირებული ეკონომიკის ტრანსფორმაციას სოციალურად ორიენტირებულში?

- ხომ არ დადგა ეროვნული ვალუტის კურსის ღია ბაზარზე განსაზღვრის დრო?

- საბოლოოდ უკვე გაირკვა, რომ საქართველოში 2013 წლის მიწურულიდან დაწყებული ლარის კურსის ვარდნა, მისგან გამომწვეული შედეგებით, ინფლაცია არის და დევალვაცია?

- რატომ ღიად და უფრო თამამად არ ვლაპარაკობთ ეკონომისტები და არ ვხსნით ქვეყნის საგარეო ვალის ფაქტორის გამოყენების როლის შესახებ ლარის კურსის „ვერ“, შენარჩუნებას?

- რატომ ვეძებთ ლარის დევალვაციის მიზეზებს სუბიექტურ ფაქტორებში და თუ ეროვნულ ბანკმა შეცდომები დაუშვა ლარის კურსის „მკვეთრი“ ვარდნის შეჩერება – არ შეჩერებაში, ეს სხვისი ბრალია? და საერთოდ, შეიძლება კი ბრალეულობის ხსენება – ქვეყნის ეკონომიკის ბედის გადაწყვეტა – არ გადაწყვეტის დროს?

- ყველა ზემოთ თქმულ კითხვის დასმას მე ერთ მარტივად დასმულ შეკითხვას ვამჯობინებდი – რითი ვუშველოთ ლარს, ეკონომიკას, ჩემს ქვეყანას? რა გავაკეთოთ?

პრობლემა რომ აქტუალურია, ეს დასმული ამოცანებიდანაც ჩანს. გადაუდებლად აუცილებელია ქართული ეროვნული ვალუტის კურსის ვარდნის ობიექტური და სუბიექტური მიზეზების გამოვლენა და აღმოფხვრა (და არა გადაბრალება და ზოგჯერ უსაფუძვლო ხელის გაშვება).

სწორედ, პრობლემის სირთულემ, სიმწვავემ, მრავალმხრიობამ, მათი გადაჭრის აუცილებლობამ და შესაძლებლობებმა განაპირობეს ავტორის სამეცნიერო კვლევის არეალში კიდევ ერთხელ მოხვედრილიყო ქართული ფულის გადარჩენის და განმტკიცების თემატიკა.

ვინაიდან მონოგრაფია დაწერილია ინგლისურ ენაზე და მას გაეცნობა მსოფლიოს ფართო საზოგადოებრიობა, ავტორმა საჭიროდ ჩათვალა, წიგნისათვის დაერთო ქართული ეროვნული ვალუტის წარმოშობისა და განვითარების მოკლე ისტორიული ქრონიკები.

მონოგრაფიაში კვლევის შედეგები წარმოდგენილია პრობლემის გადაჭრის ეკონომიკური 10 აქსიომის სახით, რომელთა განხორციელება ხელს შეუწყობს ზოგადად ეკონომიკის მდგრადობას, ქვეყნის მონეტარული და ფისკალური პოლიტიკის სწორ წარმართვას, საინვესტიციო კლიმატის მიმზიდველობის გაუმჯობესებას და ა.შ. წიგნს თვალსაჩინოებისათვის დართული აქვს დიაგრამები, ცხრილები, ძველი ქართული ფულის ნიმუშები, აგრეთვე ბიბლიოგრაფია.

ქვეყნის ფულადი ერთეულის გაჯანსაღების აქსიომები. საქართველოს ეკონომიკას და ქართულ ფულად ერთეულს რთულ გლობალურ და რეგიონალურ გარემოში უწევს მოქმედება. მსოფლიო გლობალიზაციის პირობებში კიდევ უფრო ძლიერდება კვლავწარმოების პროცესის დამოკიდებულება ისეთ საგარეო ფაქტორებზე, როგორებიცაა: საერთაშორისო ვაჭრობის, ექსპორტ-იმპორტის ოპერაციები და რეალური სექტორის განვითარება, უცხოური კაპიტალის ბრუნვა, პოლიტიკური მდგრადობა და ა.შ.

საერთაშორისო ურთიერთობების არასტაბილურმა მდგომარეობამ და სავალუტო კრიზისებმა შესაძლოა ქვეყნების ეკონომიკებზე ძალზე უარყოფითად იმოქმედოს.

ასეც მოხდა საქართველოში. ქართული ფულადი ერთეულის სტაბილურობის გენეზისის შერყევასა და უფრო მეტიც, მოშლაზე ვალუტის კურსის რყევისა და დაცემის თითქმის ყველა ფაქტორმა მოახდინა გავლენა. გამოძინარე აქედან, დღის წესრიგში დგება ქვეყნის ეკონომიკური პოლიტიკის და განსაკუთრებით, ფულად-საკრედიტო სავალუტო პოლიტიკის ტრანსფორმაციის აუცილებლობა.

აქსიომა I. ქვეყნისათვის გადაუდებლად საჭიროა ეკონომიკური ზრდა, რეალური სექტორის განვითარების ფართო მასშტაბები. საქართველოზე მსოფლიო ეკონომიკის მხოლოდ 0,03 პროცენტი და მსოფლიო მოსახლეობის 0,06 პროცენტი მოდის. სხვანაირად რომ ვთქვათ, მოსახლეობის ერთ სულზე საქართველოში დაახლოებით ორჯერ ნაკლები მთლიანი შიდა პროდუქტი იწარმოება, ვიდრე საშუალოდ მსოფლიოში. საქართველოს ეკონომიკური ზრდის ბოლო წლებში ჩამოყალიბებული ტემპით (2012-2015 წ.წ. — 4,6%) ჩვენი ქვეყანა ევროკავშირის უღარიბესი სახელმწიფოს-ბულგარეთის დონეს მოსახლეობის ერთ სულზე წარმოებული მშპ-ით ათი წლის შემდეგაც ვერ მიაღწევს. ამგვარად, აქსიომა I. ეკონომიკური ზრდის დანქარების პრობლემა ეგზისტენციური დატვირთვისაა და მასზე მნიშვნელოვნადაა დამოკიდებული არა მარტო ქართული სახელმწიფოს როლი და წონა მსოფლიოში, არამედ მისი

მდგრადობა შიდა და გარე გამოწვევებისადმი, მისი მოქალაქეების კეთილდღეობის დონე და დინამიკა, და ქართული ფულადი ერთეულის სიმყარე და საერთოდ, არსებობა;

საერთაშორისო ბაზრებზე შექმნილი პანიკა და ქართული ლარი. 2014-2015 წლებში განვითარებულმა მოვლენებმა გლობალურ თუ რეგიონულ დონეებზე გამოწვევების წინაშე დააყენა ქართული ეკონომიკა, ვინაიდან ქართული მცირე და დია ეკონომიკა საკმაოდ მეტად მოწყვლადია საგარეო შოკების მიმართ. ამ მოვლენებმა ძლიერი საგარეო შოკის ფონი შექმნა, რომელიც ნეგატიურად აისახა ქვეყნის ეკონომიკაზე საგარეო შემოსავლების შემოდინების მკვეთრი შემცირების კუთხით.

აქავტორი ხაზგასმით გამოყოფს საერთაშორისო ბაზრებზე შექმნილ სიტუაციებს, რომელსაც საბოლოო ჯამში, მსოფლიოს წამყვან ბირჟებზე საფონდო ინდექსების ჩამოშლა მოჰყვა, მნიშვნელოვნად აისახა ქართულ სავალუტო ბაზარზე, საქართველოს სავალუტო ბაზარზე ატეხილი აჟიოტაჟი ძირითადად განპირობებულია საერთაშორისო ბაზრებზე შექმნილი პანიკით. საქართველოში მნიშვნელოვნად გაიზარდა დოლარზე მოთხოვნა, რამაც გამოიწვია ლარის დაცემა. ეს ძალზე ნეგატიური ტენდენციაა. თუმცა, ასეთი აჟიოტაჟი მოკლევადიანია და საქართველოშიც მოკლე პერიოდში დამთავრდება ეს პროცესი, აჟიოტაჟი პიკს ნიშნავს და სტაბილურობის ნიშნებს უნდა ველოდოთ უახლოეს პერიოდში.

აქ უფრო დაწვრილებით მსოფლიო საფინანსო ბაზარზე მიმდინარე მოვლენების შესახებ. ბოლო წლებში ძალიან საინტერესო ტენდენციები ჰპოვეს ასახვას მსოფლიო ეკონომიკაში. ეს დაკავშირებულია ჩინეთის ეკონომიკის არნახულ ზრდასთან, რომლის თაობაზეც საერთაშორისო სავალუტო ფონდი ჯერ კიდევ 2014 წელს გვამცნობდა, როცა მან პირველმა დააფიქსირა, რომ ეროვნული ეკონომიკის წარმოება ერთ წელიწადში ჩინეთში გახდა 17,6 ტრილიონი დოლარი და ამერიკის მაჩვენებელს მცირედით გადაასწრო. თუმცა ნაწილი ექსპერტების თავს იმით იმშვიდებდა, რომ ეს ზრდა ერთი ნომინალის მეშვეობით მოხდა, მშპ-ს მიხედვით, ხოლო ნომინალური მშპ-ს მიხედვით შეერთებული შტატები ლიდერობდა და ლიდერობს. ეს თავისთავად მსოფლიო ეკონომიკის განვითარების ახალი ტენდენცია იყო და ამან გარკვეული ასახვა ჰპოვა რეგიონული ეკონომიკების განვითარებაზე.

ავტორი ვარაუდობს, რომ ბოლო პერიოდში, როცა მსოფლიოს ეკონომიკის ზრდას განაპირობებდა ჩინეთის ეკონომიკის არნახული ზრდის ტემპი, ამას ბუნებრივია მოყვებოდა გარკვეული ცვლილებები, მათ შორის არაპროგნოზირებადი და ასევე კრიზისული ცალკეულ რეგიონებში. აი ამ კონტექსტშია უნდა განხილული ის რეალობა და მოცემულობა, რომელიც ბოლო პერიოდში ჩამოყალიბდა, რაც უწინარეს ყოვლისა, დაკავშირებული არის, აშშ დოლარის გამყარე

ბასთან ყველა სხვა ძირითად კონვერტირებად ვალუტებთან მიმართებაში, ხოლო მეორეს მხრივ, ნავთობზე ფასების გლობალურ დაცემაში, რაც არის გეოპოლიტიკური ძვრების შედეგი და გარკვეულ დისონანსში მოდის მსოფლიო ეკონომიკის განვითარების ტენდენციებთან. ამავე დროს ჩინეთი იკვეთება, როგორც დასავლური სისტემის ერთ-ერთი პარტნიორი და ამავე დროს კონკურენტი, ამის შედეგია ის რყევები, რომლებიც საერთაშორისო არენაზე ხდება და რომლის ექოც რეგიონებში სულ უფრო მკაფიოდ ისმის. ამ თვალთახედვით ყველაზე მკაფიო მაგალითი იყო ე.წ. „შავი ორშაბათი“ ჩინეთის საფონდო ბირჟებზე, როდესაც იქ მოხდა მანქნეებლების მნიშვნელოვანი დაცემა.

ბუნებრივია, ამას გავლენა აქვს ჩვენს ქვეყანაზეც, მაგრამ მცირე, ვინაიდან ჩვენი ეკონომიკის ინტეგრაციის ხარისხი მსოფლიო ეკონომიკაში არის იმდენად დაბალი, რომ არათუ მყისიერ, არამედ ფუნდამენტურ გავლენას საქართველოს ეკონომიკაში მიმდინარე ტენდენციებზე სერიოზულად და არსებითად ვერ იქონიებს.

აქსიომა 2. მიუხედავად ზემოთქმულისა, საჭიროა გაიზარდოს საქართველოს ეკონომიკის მდგრადობა ქვეყნის წინაშე მდგომი მოსალოდნელი ეკონომიკური საფრთხეების მიმართ. ნავთობის გაიაფება. ღარის გაუფასურების მიზეზებზე მსჯელობისას გასათვალისწინებელია რა გლობალურ და რეგიონალურ გარემოში უწევს ქართულ ეკონომიკას მოქმედება. მასზე მოქმედი გარე მოკებიდან ხაზგასმით უნდა გამოვეყნოთ ნავთობის ფასის მკვეთრი შემცირება. როგორც ნავთობის იმპორტიორი, საქართველო პირდაპირ სარგებელს ნახულობს ნავთობის დაბალი ფასისაგან, რადგან მცირდება იმპორტში დახარჯული ფული, თუმცა ამ სარგებელს ფარავს რუსეთის მძიმე რეცესიისა და რუსული ვალუტის ძლიერი გაუფასურების გავლენა რეგიონზე. ნავთობის ფასების მკვეთრი ვარდნა მძიმედ დააწვა ნავთობ-მომპოვებელ ქვეყნებს რეგიონში, როგორცაა აზერბაიჯანი და ყაზახეთი. ამან გამოიწვია ექსპორტით შემოსული ფულის შემცირება, დაახლოებით 20-25%-ით.

მსოფლიო ბაზარზე ნავთობის ფასი გაიფებას განაგრძობს. მაგალითად, ერთი თვის (2015 წლის ივლისი) მანძილზე ნავთობის ფასი 23,3%-ით შემცირდა. ფასების მსგავსი შემცირების ერთ-ერთი მთავარი მიზეზი ირანისთვის ეკონომიკური სანქციების სრულიად მოხსნაა. როგორც ირანის ნავთობის მინისტრმა ბიჯან ნამდარ ხანგანესმა განაცხადა, ირანი აპირებს ნავთობის მოპოვება გაზარდოს, თუნდაც ეს ფასის შემცირების ხარჯზე მოუხდეს. ირანის პოზიციას ემთხვევა ამერიკის პოზიცია. როგორც შტატების ნავთობის ინსტიტუტები იუწყება, ამ სიტუაციაში ამერიკა არ ფიქრობს მოპოვების შემცირებაზე, მეტიც, ბოლო კვირების მანძილზე მოპოვება ორ მილიონ ბარელზე მეტით გაზარდა.

მართალია, მსოფლიო ბაზარზე უკვე

თვეზე მეტია კლების ტენდენცია ფიქსირდება, მაგრამ ამის მიუხედავად, მსოფლიო ბაზარზე მიმდინარე პროცესები ქართულ საწვავის ბაზარზე არ ისახება. თუ მსოფლიოში ბოლო ერთი თვის მანძილზე ფასი 23,3%-ით შემცირდა, საქართველოში ფასი არცერთ კომპანიას არ შემცირებია, თუ არ ჩავთვლით კომპანია „გალფს“, რომელმაც ფასი მხოლოდ დიზელის საწვავზე შეამცირა 5 თეთრით. რაც შეეხება ეროვნული ვალუტის კურსით აპელირებას, ამ შემთხვევაში ნავთობკომპანიებს ესეც არ გამოადგებათ, იმდენად, რამდენადაც ეროვნული ვალუტა 2 თვეზე მეტი დასტაბილურდა (ოღონდ გაუფასურების მაღალ ნიშნულზე). მსოფლიო ბაზარზე ფასების კლება ბოლო მონაცემებით 23%-ს აღემატება. ქართულ ბაზარზე კი ფასები არ იცვლება.

აქსიომა 3. მსოფლიო გლობალიზაციით გამოწვეული კარდინალური ცვლილებების, ფინანსური და სავალუტო კატაკლიზმების, სოციალურ-ეკონომიკური რისკების რაც შეიძლება ნაკლები დანაკარგებით დაძლევისათვის აუცილებელია გრძელვადიანი სახელმწიფო პროგრამების შემუშავება;

დოლარის პოზიციების გამყარება. 2014 და 2015 წლის პირველ ნახევარში, აშშ-ში პოზიტიური ეკონომიკური ტენდენციების და მოლოდინების პარალელურად, აშშ დოლარმა გამყარება დაიწყო. ამას თან დაერთო აშშ ფედერალური სარეზერვო სისტემის მიერ 2008 წელს დაწყებული რაოდენობრივი შერბილების პოლიტიკიდან გამოსვლის და მონეტარული პოლიტიკის გამკაცრების შესახებ მიღებული გადაწყვეტილების გამოცხადება, რამაც კიდევ უფრო გაამყარა დოლარის პოზიციები.

შედეგად, მსოფლიოს სავალუტო ერთეულების უმრავლესობა მნიშვნელოვანი გაუფასურების ფაქტის წინაშე დადგა. საქართველოსათვის დოლარის გაძლიერება კიდევ უფრო მნიშვნელოვანია იმ კუთხით, რომ სამ ძირითად სავაჭრო პარტნიორ ქვეყანაში (თურქეთი, რუსეთი, უკრაინა) მოხდა ადგილობრივი ვალუტების მნიშვნელოვანი გაუფასურება დოლარის მიმართ, აგრეთვე ზეწოლა მოხდა მათ ეკონომიკურ ტენდენციებზე. ახალი არაა არავისთვის, რომ საქართველოს ეკონომიკა დიდადაა დამოკიდებული მეზობელი ქვეყნების ეკონომიკის სტაბილურობის ხარისხზე. საქართველოში იმპორტირებული საქონლის 52% დსთ-ს ქვეყნებზე მოდის, ასეთ სიტუაციაში ჩვენს ქვეყანაში შემოგვაქვს ეკონომიკური არასტაბილურობა, ინფლაცია და გაუფასურებული ვალუტა სავაჭრო ქვეყნებიდან.

ამრიგად, მთლიანი შიდა პროდუქციის პროგნოზის რისკებში მთავარი ადგილი საგარეო სექტორს უკავია. კერძოდ, გეოპოლიტიკური დაძაბულობის ფონზე, თუკი ეკონომიკური კრიზისი მოსალოდნელზე მეტად გაღრმავდება რეგიონის სავაჭრო პარტნიორ ქვეყნებში ან/და აღნიშნული შოკი მოსალოდნელზე მეტად გადმოეცემა საქართველოს, მაშინ ეკონომიკური ზრდა პროგნოზ-

თან შედარებით შემცირდება. მეორე მხრივ, თუკი ევროპასთან თავისუფალი ვაჭრობის შეთანხმება და მსხვილი საინვესტიციო პროექტები მოსალოდნელზე მეტად აისახება ეკონომიკურ ზრდაზე ან ბიზნეს განვითარება მოსალოდნელზე მეტად გაუმჯობესდება, მაშინ მშპ-ს ზრდა პროგნოზირებულიდან შედარებით მაღალი იქნება.

აქსიომა 4. თუ ქვეყნიდან მეტი ფული გადის, ვიდრე შემოდის, ეს უკვე იწვევს ეკონომიკურ რყევებს. საქართველო ნელ-ნელა უნდა გამოვიდეს დოლარიზაციის სისტემიდან, მაგრამ ბევრს ჰგონია, თუ ქვეყანაში დოლარის მასა შემცირდება, ეს უკეთესი იქნება. ამ შემთხვევაში ჩასატარებელია სერიოზული რეფორმა და არა საქართველოდან დოლარის გატანა. დღეს ჩვენ ფინანსური თვალსაზრისით გვაქვს მასივი ფინანსური ფორმები: მაგალითად, ლარში ხდება ანგარიშსწორება, გადასახადების აკრეფა, გაიცემა ხელფასები, მაგრამ როცა საქმე დანაზოგს ეხება, აქ უკვე დოლარი გვირჩევენია. ვინაიდან ჩვენი ცხოვრება მაინც დოლარზეა მიბმული, მისი მკვერთი შემცირება უარყოფითად მოქმედებს ლარის კურსზე, როგორც ექსპერტები ამბობენ, დოლარიზაციიდან თავის დაღწევა შეიძლება მხოლოდ გარკვეული ფინანსური დაბალანსებით და რაც მთავარია, ადგილობრივი წარმოების განვითარებით.

ეკონომიკის ლარიზაციის დაბალი დონე. 2010 წლიდან ეროვნული ბანკი აქტიურად მუშაობს მონეტარული პოლიტიკის ეფექტიანობის ზრდის მიმართულებით, რომლის ძირითადი შემაფერხებელი ფაქტორი საქართველოში ეკონომიკის ლარიზაციის დაბალი დონეა. მაღალი დოლარიზაციის პირობებში შესუსტებულია საპროცენტო განაკვეთის გადაცემის მექანიზმი, რადგან ეკონომიკისთვის ფულის მიწოდების მნიშვნელოვანი ნაწილი არის უცხოური ვალუტით, რომელზეც საპროცენტო განაკვეთები განისაზღვრება სხვა ქვეყნების ცენტრალური ბანკების მიერ მათ ქვეყნებში არსებული ეკონომიკური ციკლების შესაბამისად და სცილდება ეროვნული ბანკის კონტროლის სფეროს. დაბალი ლარიზაციის პირობებში გაცვლითი კურსის ცვლილება უფრო მეტად გადაეცემა ინფლაციას, რაც აფერხებს გაცვლითი კურსის მოქნილობას. გარდა ამისა, დაბალი ლარიზაციის დროს მნიშვნელოვანია გაცვლითი კურსის რისკი კურსის მერყეობისგან დაუცველი ეკონომიკური აგენტებისთვის, განსაკუთრებით კი ბანკების მსესხებლებისთვის, რომელთა შემოსავლები დენომინირებულია ეროვნული ვალუტით, სესხი კი უცხოური ვალუტით აქვთ აღებული. ასეთ შემთხვევაში იზრდება კომერციული ბანკების პორტფელის საკრედიტო რისკი, რაც კრედიტორების ვალუტების დისბალანსით, ანუ არაპეჯირებული სესხებით არის განპირობებული (ჩურჩინცენდუცედ ჩრედიტ ღისკ). შედეგად, ლარის კურსის ცვლილებას აშშ დოლარის მიმართ შეიძლება სერიოზული გავლენა ჰქონდეს კომერციული

ბანკების საკრედიტო პორტფელზე.

აქსიომა 5. ეროვნული ბანკის ერთ-ერთი ამოცანა სწორედ ლარიზაციის ზრდაა. თუმცა აღსანიშნავია, რომ ლარიზაცია ეს არის ხანგრძლივი პროცესი, ვინაიდან ეკონომიკურ აგენტთა ქცევის შეცვლა მოითხოვს განვითარებული ფინანსური ბაზრისა და მდგრადი ეკონომიკური სტაბილურობის არსებობას წლების განმავლობაში.

აქსიომა 6. გადაუდებელ ამოცანად მიგვაჩნია ექსპორტის ხელშეწყობა, ადგილობრივი წარმოების განვითარება. ლარის წარმოების ზრდით გამყარება ან წარმოების შემცირებით გაუფასურება - არის საქართველოს ეკონომიკის მდგომარეობის ამსახველი რეალური სახე. დადებით გადაწყვეტილებად მიჩნეულია იმპორტის ჩამნაცვლებელი პროდუქციის გამოჩენა ადგილობრივ ბაზარზე. ეს დადებითად იმოქმედებს ლარის კურსზე, რადგან აღარ დაგვიტრდება დამატებითი დოლარი იმპორტირებული პროდუქციის შესაძენად. მითუმეტეს, რთული არ არის სუსტი ეროვნული ვალუტის გამოყენება ადგილობრივი წარმოების გამოსაყენებლად.

საგარეო ვალის ფაქტორი ძალზე საყურადღებოა ზოგადად ეკონომიკის და ეროვნული ფულადი ერთეულის, ჩვენს შემთხვევაში ლარის მდგომარეობის შესაფასებლად. დასამალი არაა, რომ 2008 წლიდან დაწყებული, მისი შემდგომი 4 წლის განმავლობაში ეროვნული ვალუტა დიდწილად ჩამოკიდებული იყო წელიწადში საშუალოდ მილიარდოლარიან ინექციასზე. თუ ამას დავამატებთ ქვეყნის საგარეო ვალის მოცულობის ზრდას, გამოდის, რომ 2012 წლის ჩათვლით, ეროვნული ვალუტის სიმყარე ნაწილობრივ დამოკიდებული იყო საგარეო ვალზე და არა ეკონომიკის რეალურ მდგომარეობაზე, 2013 წლიდან საქართველომ შეწყვიტა ახალი ვალების აღება. ეს ერთგვარი შოკის მატარებელი იყო, ვინაიდან ჩვენ მიჩვეულები ვიყავით, როცა დოლარი მოგვაკლდებოდა, ვიღებდით სესხს და ყველაფერი დარეგულირდებოდა ხოლმე, ლარი მყარად „გვეჭირა“ ხელში. დღეს ეს ფაქტორი მოიხსნა და ლარის კურსი „გაიქცა“, აქ ავტორი აღნიშნავს, რომ ლარის კურსი გათავისუფლდა ხელგონური მუხრუჭებისაგან.

აქსიომა 7. თავისთავად, საქართველოს მიერ საერთაშორისო საფინანსო ორგანიზაციებიდან, უცხოური ქვეყნების მთავრობებისაგან და კომერციული დაპროექტების ინსტიტუტებიდან უცხოურ ვალუტაში დენომინირებული საგარეო ვალის აღება აუცილებელი, გარდაუვალი და შესაძლებელია. მთავარია, სწორად იქნეს განსაზღვრული რა რაოდენობის უცხოური კაპიტალის ათვისება შეუძლია ქვეყანას, რა რაოდენობის ვალის მოსმანხურებაა უზრუნველყოფილი ქვეყნის მთავრობის მიერ, დაცულია თუ არა საგარეო ვალის პარამეტრების შესაბამისი კრიტერიუმები და ყველაზე მთავარი აღებული საგარეო ვალით გამოყენებული უნდა იქნეს მიზნობრივად და

ეფექტიანად.

ინვესტიციები საქართველო ეკონომიკის მდგრად განვითარებაზე გადასვლის უმთავრესი პირობაა. თანაც არამარტო უცხოური ინვესტიციების მოზიდვაა საჭირო, არამედ უმნიშვნელოვანესი საკითხია საინვესტიციო სტრატეგიის განხორციელების მექანიზმის მიმართვა ქვეყნის შიდა ინვესტირებაზე და ახალ საინვესტიციო პროექტებზე, მათ პრაქტიკულ გამოყენებაზე.

ავტორი აღნიშნავს: მაქსიმალისტობას დამწამებენ ამ სიტყვების გამო, მაგრამ მაინც დავწერ: საქართველოში არსებული ფინანსური კრიზისის ფონზე ინვესტიციები მიმჩნია ამ ეტაპზე ქვეყნის ეკონომიკური ზრდის, ეკონომიკური სიძლიერის, თუ გნებავთ, ეკონომიკური გადაარჩენის, ფინანსური თუ სოციალური პრობლემების გადაჭრის ერთადერთი თუ არა, ერთერთი მთავარი დრაივერი. ამ სიტყვების თითქმის საშუალებას მაძლევს ის ფაქტები, რომ საქართველოში ეკონომიკის განვითარებისათვის შიდა რესურსული ბაზა ძალიან მწირია, ბიუჯეტური რესურსები შეზღუდული, ხოლო ეკონომიკური სუბიექტების დანახოები ინვესტირებისათვის - ძალზე მცირე.

ლარის მისაშველიებლად მთავრობამ მიიღო და ახორციელებს საპრივატიზაციო ობიექტების დაჩქარებულ რეჟიმში რეალიზაციის გეგმას. ასევე შარშან შემოვიდა რეკორდული მოცულობის ინვესტიციები ბოლო შვიდი წლის განმავლობაში. ამ პირობებშიც კი ლარმა გაუფასურება განაგრძო.

უკეთესობისაკენ ორივე ეს წინგადადგმული ნაბიჯი პრობლემის გადაჭრის მხოლოდ მოკლევადიან პერსპექტივაში მოგვარების მცდელობაა. შეუძლებელია, საქართველოში ერთბაშად პრივატიზაციიდან და უცხოური ინვესტირებიდან ინვესტიციების იმხელა ნაკადი შემოვიდეს, რომ ამან ლარის ვარდნა შეაჩეროს.

აქსიომა 8. თანამედროვე პირობებში სახელმწიფოს საინვესტიციო პოლიტიკის გააქტიურება. მდგრად ეკონომიკურ განვითარებაზე საქართველოს ეკონომიკის გადასვლის უმთავრესი პირობაა. ეკონომიკური ზრდის მაჩვენებლის გაუმჯობესებაზე საუბარი შეუძლებელი იქნება, თუ საქართველოში მნიშვნელოვანი საინვესტიციო ბუმი არ შედგა.

ლარის რყევის მკვეთრი ამპლიტუდა მხოლოდ მაშინ გაწონასწორდება, როცა პრივატიზაციიდან და შემოსული ინვესტიციების მილიონობით ნაკადიდან ყოველი თეთრი საქართველოს თითქმის გაჩერებულ რეალური სექტორში დაბანდდება, მატერიალური წარმოების და სოფლის მეურნეობის განვითარებას მოხმარდება, შედეგად ხალხი დასაქმდება, შემოსავლები გაუჩნდება, ადგილობრივი პროდუქციის გამოშვება დაიწყება, იმპორტით აღარ ვიცხოვრებთ, ჩვენსას გავეყიდით და ფულად ნაკადების შემოდინება დაიწყება ექსპორტიდან.

აქსიომა 9. ლარის კურსის მერყეობა შე-

ჩერებულ უნდა იქნეს ერთი მხრივ, გონივრული, საბაზრო მექანიზმებით, მეორე მხრივ კი უნდა განხორციელდეს მნიშვნელოვანი დანაკარგების თავიდან აცილება. უპირველეს ყოვლისა, საჭიროა ინფლაციური მოლოდინების, ნეგატიური მოლოდინების განეიტრალება. აქ კი უკვე საჭიროა მთავრობისა და ეროვნული ბანკის შორის კოორდინირებული მუშაობა.

როდესაც მსოფლიოში ლარის კურსის ზრდის გლობალური ტენდენციაა და საქართველოს ყველა ძირითადი სავაჭრო პარტნიორის ვალუტა დოლარის მიმართ ეცემა, ლარი ვერ დარჩებოდა თავდაპირველ მდგომარეობაში. ეს ისე, ეროვნული ბანკის მონეტარულ პოლიტიკაზე დასკვნის გასაკეთებლად შესაქმნელად ვამბობ. ისე არ ვეთანხმები ასეთ მკვეთრ გამიჯვნას, მაგრამ საქართველოში ეკონომიკის ორ ძირითად რეგულატორს გამოყოფენ: ფულად-საკრედიტო პოლიტიკა-ეროვნული ბანკის პრეროგატივაა, სავალუტო უზრუნველყოფას კი სამთავრობო სტრუქტურებს აქვს დაკისრებული.

ეროვნული ბანკის მონეტარული პოლიტიკა გავლენას ახდენს ეკონომიკაში კრედიტების მიწოდებაზე (ფაქტია მაგრამ კრედიტის გაცემებზე უარყოფითი ვერაფერს ვიტყვით); ეროვნული ბანკის ძირითადი ამოცანა არის ფასების სტაბილურობის უზრუნველყოფა. ამასთანავე ეროვნულმა ბანკმა უნდა უზრუნველყოს ფინანსური სისტემის სტაბილურობა და გამჭვირვალობა და ხელი შეუწყოს ქვეყანაში მდგრად ეკონომიკურ ზრდას ისე, რომ საფრთხე არ შეექმნას მისი ძირითადი ამოცანის შესრულებას. და კიდევ - ეროვნული ბანკი მონეტარული პოლიტიკის განსახლდრისას ინფლაციის თარგეთირების რეჟიმს ეყრდნობა. ინფლაციის თარგეთირების რეჟიმს (რომელიც საქართველოში 2009 წელს ამოქმედდა) წარმატებულად ფუნქციონირება გარკვეულ პირობებს მოიცავს.

მონეტარული პოლიტიკის გადაწყვეტილებების ფორმულირების პროცესში განსაკუთრებული მნიშვნელობა საპროგნოზო ინფლაციას ენიჭება, ვინაიდან ეროვნული ბანკის მიერ მონეტარული პოლიტიკის ინსტრუმენტების ცვლილება ეკონომიკას გადაეცემა გარკვეული დროითი ლაგით და გავლენას ახდენს მომავალ ინფლაციაზე. ეროვნული ბანკის ინფლაციის გრძელვადიანი მიზნობრივი მაჩვენებელი 3 პროცენტს შეადგენს. ამდენად ეროვნული ბანკის სწრაფვა ინფლაციის დადგენილი ნორმისადმი გამართლებულად უნდა ჩაითვალოს.

ეროვნული ბანკის მონეტარული პოლიტიკის ეფექტიანობის ზრდის შემაფერხებელი ფაქტორი საქართველოში ლარიზაციის დაბალი დონეა. მართალია 2014 წლის განმავლობაში დეპოზიტების და სესხების ლარიზაციის მაჩვენებლის ზრდა დაფიქსირდა, თუმცა ლარის კურსის გაცვლითი კურსის მერყევი ხასიათის გამო, ეს ზრდა მოკრძალებული იყო. დეპოზიტების შემთხვევაში ლარიზაციის მაჩვენებელი 1,7 პროცენტით

გაუმჯობესდა და 39,8 პროცენტი შეადგინა; სესხების შემთხვევაში კი 3,3 პროცენტით გაიზარდა 39,2 პროცენტამდე (გაცვლითი კურსის ცვლილების ეფექტის გამორიცხვით).

საქართველოში მოქმედებს მცურავი გაცვლითი კურსის რეჟიმი, რომელიც მიჩნეულია გაცვლითი კურსის ყველაზე ოპტიმალურ რეჟიმად ისეთი მცირე ზომის ღია ეკონომიკებისთვის, როგორც საქართველოა. ასეთი ეკონომიკებისათვის მცურავი გაცვლითი კურსი ასრულებს შოკების შთანთქმავ ფუნქციას. ამ დროს გაცვლითი კურსის ცვლილება ასუსტებს აღნიშნული შოკის ნეგატიურ გავლენას რეალურ ეკონომიკაზე-ეკონომიკურ ზრდასა და ინფლაციაზე.

ამასთან თარგეთირების რეჟიმით განპირობებული გაცვლითი კურსის არსებობა განსაზღვრულია საქართველოს ეროვნული ბანკის მონეტარული პოლიტიკის სტრატეგიით. მცურავი გაცვლითი კურსის პირობებში, გაცვლითი კურსის განსაზღვრა ხდება სავალუტო ბაზარზე არსებული მოთხოვნა-მიწოდების მიხედვით, რომლებზეც, თავის მხრივ, გავლენას ახდენს ფუნდამენტური ეკონომიკური ფაქტორები და ასევე, დროებითი მოვლენები, აღნიშნული რეჟიმის პირობებში სავალუტო ბაზარი ხასიათდება მოკლევადიანი რყევებით. ასეთი რყევები კიდევ უფრო დიდია საქართველოს მსგავს პატარა და ღია ეკონომიკის, მაღალი დოლარიზაციის მქონე ქვეყნებში, რაც უკავშირდება სავალუტო ბაზრის მცირე მოცულობასა და კაპიტალის მერყევენაკადებს. ეროვნული ბანკის სავალუტო პოლიტიკა ითვალისწინებს ინტერვენციას სავალუტო ბაზარზე სავალუტო აუქციონების საშუალებით მხოლოდ გარკვეულ შემთხვევებში: თუ აღვილი აქვს ჭარბი კაპიტალის დროებით შემოდინებას, რომელიც კურსის მკვეთრ მოკლევადიან რყევას გამოიწვევს; საერთაშორისო რეზერვების შესაგნებად; სახელმწიფო საგარეო ოპერაციების დასაბალანსებლად.

დღეს, რატომღაც ყველა, ვინც იცის ისინიც კი, და ვინც ნაკლებად ან საერთოდ არ ერკვევა აღნიშნულ საკითხებში, თითქმის ერთხმად მონეტარული პოლიტიკის ყველა მექანიზმს - თარგეთირება, მცურავი გაცვლითი კურსი,

ინფლაციის უარყოფითი მაჩვენებლის მიზნობრივთან დაახლოება, რეფინანსირების სესხები, ეროვნული ბანკის სადემოზიტო სერტიფიკატები, მთავრობის სახაზინო ვალდებულებები თუ სახაზინო ობლიგაციები, საერთოდ ეროვნული ბანკის საქმიანობის უარყოფით კონტექსტში განიხილავენ. უფრო მეტიც, ეროვნული ბანკის ანტიდეფლაციურ პოლიტიკას ღარის კურსის ვარდნის ხელშემწყობ პოლიტიკად თვლიან.

აქსიომა 10. საბიუჯეტო ხარჯებს უაღრესად მნიშვნელოვანი გავლენა ღარის დეფლაციაზე. აუცილებელია, რომ საბიუჯეტო ხარჯების დისციპლინური მართვა და მათი წლის ბოლომდე თანაბრად გადანაწილება, ასევე მაქსიმალურად შეიკვეცოს მიმდინარე დანახარჯები და ძირითადი ორიენტაცია ქვეყანაში რეალურ ეკონომიკასა და ინფრასტრუქტურის შექმნაზე გაკეთდეს.

შრომაში წარმოდგენილია კვლევის შედეგები, რომლებიც წარმოდგენილია დასახული პრობლემების გადაჭრის ზემო ჩამოთვლილი ეკონომიკური აქსიომების სახით, ხელს შეუწყობს საქართველოს ეკონომიკის აღმავლობას, ქართული ფულადი ერთეულის - ღარის გაუფასურების შეჩერებას და იქნებ გამყარებასაც.

და ბოლოს, ქართული საზოგადოება არცთუ დიდად ვართ განებივრებული საზღვარგარეთ ეკონომიკური ლიტერატურის გამოცემით. დასაფასებელია და მივესალმებით პროფესორ ლამარა ქოქიაურის მონოგრაფიის ამერიკაში გამოქვეყნებას.

ჟურნალ „ინოვაციური ეკონომიკა და მართვა“-ს მთავარი რედაქტორი, ეკონომიკის დოქტორი, პროფესორი **ბადრი გენბაია**
ბათუმის შოთა რუსთაველის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ეკონომიკისა და ბიზნესის ფაკულტეტის დეკანი, ეკონომიკის მეცნიერებათა დოქტორი, პროფესორი **ვლადიმერ დლონტი**

**იუბილარი, უფროსი მეგობარი და
კოლეგა - პროფესორი პარმენ ლემონჯავა - 80**



ჩვენო ძვირფასო მეგობარო გილოცავთ 80 წლის იუბილეს. ჩვენ თქვენს კოლეგებად სწორედ თქვენი და თქვენი თაობის მეცნიერების აქტიური, შემოქმედებითი და მიზანდასახული მოღვაწეობის გაცნობიერებითა და მიბაძვით ჩამოვყალიბდით.

ბატონო პარმენ თქვენ ხომ ადამიანის თვისებებიდან მნიშვნელოვან ადგილს პატიოსნებას, თავმდაბლობას, პრინციპულობას, შრომისმოყვარეობას და მიზანდასახულობას ანიჭებთ, არც კაცური კაცის ფასს ტოვებთ შეუშინევლად.

ჩვენ გაგვაჩნია მყარი საფუძველი საქვეყნოდ, ხმამაღლა განვაცხადოთ, რომ სწორედ ასეთი მრწამსით ხედებით 80 წლის იუბილეს. დარწმუნებული ვართ ასეთივე ენერჯითა და თავმდაბლობით გააგრძელებთ ცხოვრებას და მოღვაწეობას. თქვენი გამორჩეული თვისება ხომ სიყვარული, პატივისცემა და თანადგომაა, რომელსაც განსაკუთრებით ახალგაზრდობასთან ურთიერთობაში ავლენთ.

ბატონო პარმენ გისურვებთ დღეგრძელობას, შემართებულ ყოფას, ოჯახის სიმრავლეს და წარმატებებს სამეცნიერო-პედაგოგიურ საქმიანობაში.

პროფესორი რეზო მანველიძე,
ჟურნალის „ინოვაციური ეკონომიკა და მართვა“ სარედაქციო კოლეგია,
ბათუმის შოთა რუსთაველის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ეკონომიკისა და ბიზნესის
ფაკულტეტის პროფესორ-მასწავლებლები

Certificate ICI Journals Master List

INDEX  COPERNICUS
INTERNATIONAL

Certificates that journal
**INNOVATIVE ECONOMICS
AND MANAGEMENT**

p-ISSN 2449-2418

has been indexed in the
ICI Journals Master List in 2015

1 August 2016

Date



Signature



isbn

ISSN

PARTNERSHIP CERTIFICATE OF THE UNIVERSITY

№ 2204 / 2016A

Hereby the International Academy of Science and Higher Education (IASHE; London, United Kingdom), grateful for the mutually beneficial cooperation, confirms that the

**National institute of economic research
(Director Badri Gechbaia)**

is the official Partner of the IASHE in the field of joint implementation of global scientific and educational projects, as well as programs aimed at promotion of international recognition of national educational qualifications and ensuring professional and academic mobility of students, experts and scientists from different countries.

This Certificate verifies the fact that the "UN" possesses the special status, the powers and the privileges arising from the Partnership agreement with the IASHE, as well as content and the specificity of programs jointly implemented by the indicated parties.

London, United Kingdom
29 / 06 / 2016

On behalf of the Expert Commission
Head of IASHE International Projects
Department Thomas Morgan

Morgan



International Academy of Science and Higher Education
Address: 1 Kings Avenue, Winchmore Hill, London, N21 3NA
Phone: +44 (20) 71939499 / Skype: iashe
<http://iashe.eu/>; <http://gisap.eu/>

ინოვაციური ეკონომიკა და მართვა

INNOVATIVE ECONOMICS AND MANAGEMENT

ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

ჟურნალის ელექტრონული ვერსია შეგიძლიათ იხილოთ ჟურნალის ვებგვერდზე:
www.nier.ge

ელ. ფოსტა: nierbat@gmail.com

ანბისის ქ. 15. ბათუმი. 6010

ტელეფონი: (+995) 593 72-21-15; (+995) 591 98-03-80

The online version of the journal is available on the website:
www.nier.ge

E-mail: nierbat@gmail.com

15 Angisa Sht. Batumi. 6010

Phone: (+995) 593 72-21-15; (+995) 591 98-03-80

კომპიუტერული უზრუნველყოფა - ხვიჩა ყალაბეგაშვილი

ჟურნალი აიწყო და დაიბეჭდა
გამომცემლობა „კალმოსანში“
კონტაქტი:
ელ. ფოსტა: kalmosani@yahoo.com
ტელ: 571 19 19 39; 2 665 965