

ბათუმის შოთა რუსთაველის სახელმწიფო უნივერსიტეტი
სოციალურ მეცნიერებათა, ბიზნესისა და სამართალმცოდნეობის
ფაკულტეტი

ეკონომიკური პოლიტიკისა და ბიზნესის ადმინისტრირების
დეპარტამენტი

ლია ბერიძე

ბიზნესურთიერთობების სრულყოფის, სოციალური
პასუხისმგებლობის ამალგების პრობლემები და მათი
გადაწყვეტის გზები საქართველოში

(ბიზნესის ადმინისტრირების დოქტორის აკადემიური ხარისხის მოსაპოვებლად
წარდგენილი)

დ ი ს ე რ ტ ა ც ი ა

სპეციალობა: ბიზნესის ადმინისტრირება

სამეცნიერო ხელმძღვანელი:

ეკონომიკურ მეცნიერებათა დოქტორი
პროფესორი რეზო მანგულიძე

ბათუმი
2012

თავი I. ეკონომიკურ ურთიერთობათა სისტემა-----9

- 1.1. ეკონომიკური სისტემის ბუნება და ბიზნესზე მოქმედი ფაქტორები---- 9
- 1.2. ბიზნესის სახელმწიფო რეგულირების მექანიზმები ----- 24
- 1.3. ბიზნესის განვითარების შესაძლებლობები საქართველოში----- 40

თავი II. ბიზნესგარემო და მისი ფორმირების თავისებურებები ---- 49

- 2.1. ბიზნესის პოლიტიკური, ეკონომიკური და სამართლებრივი გარემო----- 49
- 2.2. ბუნებრივი გარემო და მომხმარებელი ----- 63
- 2.3. ბიზნესი და საინვესტიციო გარემო----- 75
- 2.4. ბიზნესგარემოს გაუმჯობესების ღონისძიებები და მათი რეალიზაციის გზები----- 93

თავი III. ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა და მისი განმსაზღვრელი ფაქტორები -----112

- 3.1. ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის არსი, ფორმები და თანამედროვე გაგება----- 112
 - 3.2. ბიზნესის ეთიკური პასუხისმგებლობა და საქმიანი ეთიკის საფუძვლები ----- 126
 - 3.3. სახელმწიფოს როლი ბიზნესის ურთიერთობების სრულყოფის საქმეში----- 136
 - 3.4. ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის ამდლების ღონისძიებები და რეალიზაციის გზები თანამედროვე ეტაპზე ----- 149
- დასკვნები და წინადადებები ----- 174**
- გამოყენებული ლიტერატურა----- 181**
- დანართები ----- 192**

შესავალი

თემის აქტუალობა. საქართველოს ეკონომიკის საბაზრო ურთიერთობებზე გადასვლა რთული და მრავალმხრივი პროცესია, რაც მჭიდროდაა დაკავშირებული საბაზრო მექანიზმების ფორმირება - ამოქმედების ტემპთან.

თანამედროვე პირობებში ბიზნესის განმსაზღვრელი მოტივია მეწარმის, პიროვნების იდეის რეალიზაცია, მისი თვითდამკვიდრება და თვითგანვითარება. ამ შემთხვევაში სოციალური მხარე თამაშობს წამყვან როლს, ხოლო წმინდა ეკონომიკური მომენტი მის მიმართ არის დაქვემდებარებული.

ბიზნესი სისტემური ინოვაციური და რისკიანი საქმიანობის შედეგად ახალი იდეის, ახალი სახის პროდუქციის და მომსახურების შექმნას, რეალიზაციის, ახალი ბაზრების ძიების, მომხმარებლისთვის ახალი ფასეულობების შეთავაზებასთან ერთად ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის ამაღლებას გულისხმობს. ამიტომ ბიზნესი ეკონომიკის განვითარებისა და განახლების შინაგანი წყარო და მამოძრავებელი იმპულსია.

ბიზნესის განვითარების მაჩვენებლები ადასტურებს ეკონომიკის ამ სექტორის სერიოზულ პოტენციალსა და სიცოცხლისუნარიანობას ქვეყნის მაშტაბით, რაც ხელს შეუწყობს სოციალური პრობლემების გადაწყვეტას. საერთოდ, ბიზნესი გარკვეულ სოციალურ და პოლიტიკურ გარემოში წარიმართება და მას არ შეუძლია საზოგადოების ინტერესების უგულებელყოფა. სოციალური პასუხისმგებლობის პრინციპების გამოყენება ამაღლებს სამეწარმეო გარემოს სიცოცხლისუნარიანობასა და ეფექტიანობას.

თანამედროვე პირობებში ბიზნესსუბიექტები წარმოადგენენ განსაკუთრებულ სოციალურ ჯგუფს, რომელთაც აქვთ საკუთარი სტრუქტურა და სწორედ ეკონომიკის ერთ-ერთ აქტუალურ პრობლემას წარმოადგენს ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის ამაღლების პრობლემები.

ბოლო წლებში ბიზნესის მხარდაჭერის სახელმწიფო პოლიტიკის განხორციელების მიმდინარეობის ანალიზი გვიჩვენებს, რომ სამეწარმეო საქმიანობას უფრო მიზანმიმართული მხარდაჭერა აქვს, რაც აისახა შესაბამის საკანონმდებლო და ნორმატიულ აქტებში, საპროგრამო დოკუმენტში. ცვლილება მოხდა მეწარმეობის მხარდაჭერის საფინანსო-ეკონომიკურ, ინფორმაციულ და ინფრასტრუქტურის ფორმირების სფეროში.

ნაშრომი წარმოადგენს საქართველოში ბიზნესურთიერთობების სრულყოფის, სოციალური პასუხისმგებლობის ამადლების პრობლემების და მათი გადაწყვეტის გზებთან დაკავშირებულ აქტუალური საკითხების განხილვას.

კვლევის მიზანი და ამოცანები. წინამდებარე გამოკვლევის მთავარი მიზანია ბიზნესის ურთიერთობების, სოციალური პასუხისმგებლობის პრობლემების შესწავლა, მათი ფორმირებისა და განვითარების პროგრესული მიმართულებების შემუშავება და პრაქტიკული მეთოდების სისტემური განვითარება. ამ მიზნიდან გამომდინარე სადისერტაციო ნაშრომის ძირითადი ამოცანებია:

განესაზღვროთ ეკონომიკური კატეგორიის - “ბიზნესურთიერთობების სრულყოფის, სოციალური პასუხისმგებლობის ამადლების პრობლემები და მათი გადაწყვეტის გზები საქართველოში” - არსი და შინაარსი, შევისწავლოთ მისი თეორიული ასპექტები, მოვახდინოთ ბიზნეს საქმიანობის მექანიზმის ორგანიზაციის მონიტორინგი;

დავაზუსტოთ ეკონომიკური სისტემის ბუნება და ბიზნესზე მოქმედი ფაქტორები; განვიხილოთ ბიზნესის სახელმწიფო რეგულირების მექანიზმის ძირითადი მიმართულებები;

შევისწავლოთ ბიზნეს სფეროს პოლიტიკური, ეკონომიკური და სამართლებრივი უზრუნველყოფა;

დავაზუსტოთ ბიზნესის საინვესტიციო და ბუნებრივი გარემოს გაუმჯობესების ღონისძიებები და მათი რეალიზაციის გზები; ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის არსი, ფორმები და თანამედროვე გაგება.

შევაფასოთ სახელმწიფოს როლი ბიზნესის პასუხისმგებლობის ხარისხის ამადლებაში; ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის ამადლების ღონისძიებები და რეალიზაციის გზები თანამედროვე ეტაპზე.

პრობლემის შესწავლის მდგომარეობა. ბიზნესურთიერთობების, სოციალური პასუხისმგებლობის პრობლემებმა სხვადასხვა ფორმით ასახვა ჰპოვეს მეცნიერულ გამოკვლევებში, აღნიშნულ საკითხებზე გამოკვლევები აქვთ როგორც ქართველ, ისე უცხოელ ცნობილ მეცნიერ - ეკონომისტებს, პრაქტიკოსებს, წარმატებულ ბიზნესმენებს. მათ შორის აღსანიშნავია: თ.შენგელია რ. გველესიანი, რ.ბასარია, გ. ერქომაიშვილი, რ.გოგოხია, ვ.ზურაბიშვილი, რ.კაკულია, ვ.მელქაძე, ე.მექვაბიშვილი, ი.მესხია, ვ.პაპავა, ა.სილაგაძე, გ.ხელაია, ლ.ჩიქავა, ა.ჯიბუტი, ბ.ზარნაძე, ნ.თურნავა, ე.ბუხვალდი, ლ.აბალკინი, ა.ორლოვი, ნ.კ. სიროპოლისი

და სხვათა ნაშრომები. მათ შექმნეს სათანადო თეორიული და მეთოდოლოგიური ბაზა ქვეყნის განვითარების ზოგადი პრობლემატიკის, მათ შორის ბიზნეს გარემოს და ბიზნესის სოციალურ პრობლემებთან დაკავშირებული მრავალი ასპექტის მეცნიერული და პრაქტიკული შეფასების თვალსაზრისით.

მიგვაჩნია, რომ თეორიული და მეთოდოლოგიური საკითხი, რომელიც ეხება ეკონომიკურ სისტემებში ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის პრობლემების ანალიზის მეთოდოლოგიას, შეფასების მეთოდებს, მოდელირებასა და პროგნოზირებას, არაა ბოლომდე შესწავლილი, ხოლო რიგ დებულებებს აქვს საკამათო ხასიათი. სწორედ, ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის პრობლემატური საკითხების გააზრებისა და მისი განვითარების სტრატეგიის ოპტიმალური ვარიანტების შემუშავებისადმი მისწრაფებამ განსაზღვრა სადისერტაციო თემის მიზნები და ამოცანები. არსებული მიდგომები, ტენდენციები და შეფასებები, საფუძვლად დაედება ჩვენს კვლევას.

კვლევის თეორიული და მეთოდოლოგიური საფუძვლები. კვლევის თეორიულ საფუძველს წარმოადგენს ეკონომიკური კატეგორიები, საბაზრო ეკონომიკის, ბიზნესგარემოს, ბიზნესის სოციალური და ეთიკური პასუხისმგებლობის, ამ მიმართულებით არსებული კონცეფციების და სხვა აქტუალური საკითხების შესახებ სხვადასხვა ავტორთა სამეცნიერო გამოკვლევები და გამოყენებითი ხასიათის ნაშრომები.

საკვალიფიკაციო ნაშრომის ინფორმაციული წყაროა საქართველოს სტატისტიკის დეპარტამენტის, საქართველოს ეკონომიკური განვითარების სამინისტროს მონაცემები, სხვადასხვა სამეცნიერო ლიტერატურა, აგრეთვე ინტერნეტ მასალები და ენციკლოპედიები, ბიზნეს სფეროში მომუშავე სამეცნიერო-კვლევითი ინსტიტუტების სამეცნიერო შრომები. თემის ცალკეული საკითხების დამუშავების პროცესში გამოყენებულ იქნა გამოცდილი ექსპერტების, მეწარმეთა და მომხმარებელთა გამოკითხვის მასალები.

კვლევის მეცნიერული სიახლე. ნაშრომში წარმოდგენილია ბიზნესის ურთიერთობების სრულყოფის, სოციალური პასუხისმგებლობის ამაღლების პრობლემები საბაზრო ეკონომიკის პირობებში. სიახლეთა შორის აღსანიშნავია შემდეგი:

- ეკონომიკური სისტემის ბუნებიდან გამომდინარე დასაბუთებულია წარმოების მეხუთე ფაქტორად სახელმწიფოს ეკონომიკური უნარის აღიარების აუცილებლობა;

- წარმოდგენილია მოსაზრება მეწარმეობისა და ბიზნესის, ძირითადი თავისებურებებისა და განმასხვავებელი ნიშნების შესახებ.

- განსაზღვრულია ბიზნესის განვითარების ეტაპები და მათი თავისებურებები, ბიზნესზე მოქმედი ფაქტორების ფორმირების საფუძველები;

- დასაბუთებულია ბიზნესის მდგრადი განვითარების უპირატესობები ეკონომიკური, პოლიტიკური და ეკოლოგიური ფაქტორების ურთიერთდაბალანსირების პირობებში;

- გაანალიზებულია ეკონომიკური საქმიანობის სახელმწიფო რეგულირების სხვადასხვა ბერკეტები და დასაბუთებულია სოციალური პასუხისმგებლობის როლი და მნიშვნელობა ბიზნესის განვითარებაში;

- დასაბუთებულია სახელმწიფოსა და ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის სფეროში ურთიერთთანამშრომლობის საჭიროება;

- შემუშავებულია ბიზნესგარემოს გაუმჯობესების სრულყოფის დონისძიებები და რეალიზაციის გზები;

- ბიზნესგარემოს გაუმჯობესების პრიორიტეტულ ფაქტორებად განხილულია სახელმწიფოს ინსტიტუციონალური მექანიზმების ოპტიმიზაცია, მასთან კერძო სექტორის (ბიზნესის) პარტნიორული ურთიერთობების ლეგალიზაცია;

- ქვეყნის განვითარების პოლიტიკური, ეკონომიკური, სამართლებრივი ფაქტორების ანალიზის საფუძველზე განისაზღვრა ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის ამადლების პრიორიტეტული მიმართულებები;

- დასაბუთებულია აჭარის ავტონომიურ რესპუბლიკაში ბიზნესის განვითარების პრიორიტეტულ მიმართულებებად აღიარებული ტურიზმის მშენებლობის, მრეწველობის და ენერგეტიკის სექტორების მნიშვნელობა სოციალური პასუხისმგებლობის ამადლების საქმეში.

- გამოკვლეულია ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის პრინციპების სრულყოფილი რეალიზაციის ხელშემშლელი ფაქტორები და შემუშავებულია მათი აღმოფხვრის გზები;

- დასაბუთებულია ბიზნესის ეთიკის პოსტულატების დაცვის აუცილებლობა ბიზნესის განვითარებისა და სოციალური პასუხისმგებლობის ამაღლების საქმეში;

- გამოკითხვის მეთოდით გამოვლენილია საქართველოში ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის ამაღლების როლი და მნიშვნელობა ბიზნესისა და სამოქალაქო საზოგადოების განვითარების საქმეში;

- განსაზღვრულია სახელმწიფოს მარეგულირებელი როლი და მნიშვნელობა ქვეყნის მოსახლეობის სოციალური და ეკონომიკური პირობების სტაბილიზაციის უზრუნველყოფის საქმეში;

- განსაზღვრულია ბიზნესსექტორის განვითარების მთავარი პრობლემები და მათი გადაჭრის გზები;

- დასაბუთებულია ბიზნესის როლი და მნიშვნელობა მოსახლეობის სოციალური პრობლემების გადაჭრის საქმეში;

- შემუშავებულია რეკომენდაციები ბიზნესის ცალკეული სფეროების თავისებურებების გათვალისწინებით სოციალური პასუხისმგებლობის ამაღლების ძირითადი მიმართულებების თაობაზე;

- შემუშავებულია სოციალური დაცვის სისტემის ფორმირების კონცეფცია. რომელიც მოიცავს – სამუშაო გარემოს და ადამიანის უფლებების დაცვას, ჯანმრთელობის დაცვასა და საპენსიო უზრუნველყოფას, გარემოს დაცვას, განათლების, კულტურის და სპორტის სფეროებს;

ნაშრომის თეორიული და პრაქტიკული მნიშვნელობა. საზოგადოების ტრანსფორმაციის პირობებში ბიზნესის ურთიერთობების სრულყოფის, სოციალური პასუხისმგებლობის ამაღლების და ბიზნეს გარემოს განვითარების მოდელის ფორმირების მიზნით შემუშავებული ძირითადი დებულებები და მიდგომები შეიძლება გამოვიყენოთ:

- როგორც მეთოდოლოგიური საფუძველი ბიზნეს გარემოს ფორმირების დროს;
- სახელმწიფოს და ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის პრობლემების მართვის თეორიისა და პრაქტიკის საკითხების გადასაწყვეტად;
- საფინანსო, სოციალური და ეკონომიკური დაგეგმვის ძირითადი მიმართულებების განსაზღვრის მიზნით;

- გამოკვლევის მასალები და მეთოდოლოგიური მიდგომები გამოიყენება რსუ-ს სოციალურ მეცნიერებათა, ბიზნესისა და სამართალმცოდნეობის ფაკულტეტის ეკონომიკური პოლიტიკისა და ბიზნესის ადმინისტრირების დეპარტამენტში დისციპლინის „ბიზნესის საფუძვლები“ სწავლებისას.

ნაშრომის აპრობაცია. სადისერტაციო კვლევის ძირითადი დებულებები, წინადადებები და რეკომენდაციები გამოქვეყნებულია რეფერირებად ჟურნალებსა და სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენციის მასალებში. რეკომენდაციების მნიშვნელოვანი ნაწილი მიეწოდა და განხილულ იქნა სამეცნიერო-პრაქტიკულ კონფერენციებსა და ბიზნესფორუმებზე.

ნაშრომის სტრუქტურა და შინაარსი. სადისერტაციო ნაშრომი მოიცავს ნაბეჭდ 196 გვერდს. შედგება სამი თავის, ქვეთავებისა და დასკვნებისაგან; თან ერთვის გამოყენებული ლიტერატურის სია და დანართები.

თავი I. ეკონომიკურ ურთიერთობათა სისტემა

1.1. ეკონომიკური სისტემის ბუნება და ბიზნესზე მოქმედი ფაქტორები

ეკონომიკურ სისტემაში მოიაზრება ზოგადი წესების ის ერთიანობა, რომელსაც საზოგადოება მოთხოვნილებების დაკმაყოფილების მიზნით იყენებს რესურსების განაწილების პროცესში. ყველა ცალკე აღებულ ქვეყანაში გამოიყენება რესურსების განაწილების ინდივიდუალური, განსაკუთრებული წესი. ამასთან, ეკონომიკურ სისტემებს გააჩნიათ საერთო ნიშნები და ისინი აისახებიან ერთი და იმავე ცნებებში, როგორცაა – ეკონომიკური სისტემის ტიპები და წარმოების ფაქტორები.

თანამედროვე მსოფლიოში ფუნქციონირებს ინდუსტრიულადელი, ინდუსტრიული და პოსტინდუსტრიული ეკონომიკურ სისტემათა ტრიადა.

პოსტინდუსტრიული საზოგადოების არსებობასთან დაკავშირებულია ეკონომიკური სისტემების თეორიის ჩამოყალიბება, რომელიც ორი ძირითადი მიმართულებისაგან შედგება: პირველი მიმართულების მიმდევრები ცივილიზაციის შექმნის პერიოდს განიხილავენ ეკონომიკური სისტემების თვალსაზრისით, ხოლო მეორე მიმართულების მიმდევრები – სოციალურ-ეკონომიკური სისტემის თვალსაზრისით.

ეკონომიკური სისტემების თეორიის ზოგიერთი მკვლევარი, რომლებსაც მიეკუთვნება ჯ.კ. ჰელბერტი, რ. ტემენი, მ. ალფ, ვ. ოიკენი, ა. ლინდბეკი, პ. რეგორი, რ. სტიუარტი, ხ. ზაიდელი, და სხვები „ეკონომიკური სისტემის“ ცნება განსხვავებულად ესმით, რაც განაპირობებს სხვადასხვა მიდგომებს.

პირველი მიდგომა ჯ. ჰელბერტის აზრით, ტრადიციულია და ორიენტირებულია მატერიალურ კეთილდღეობაზე, მოსახლეობის მოთხოვნილებების უკეთ დაკმაყოფილებაზე. ჯ. ჰელბერტი ტრადიციული გაგებით „ეკონომიკური სისტემა“-ს ანალიზის დროს მიუთითებს მიზნობრივ დანიშნულებაზე, რაც იმაში მდგომარეობს რომ „შეიქმნას მატერიალური კეთილდღეობები და ის მომსახურეობები, რომლებიც ადამიანებს სჭირდება“. მისი აზრით, ასეთი მიდგომა გამარტივებულია, რის გამოც იგი გამოყოფს ორ მომენტს: პირველი, სამრეწველო კორპორაციები და სხვა მსხვილი საწარმოები ბევრ ეკონომიკურ ამოცანას წყვეტენ საკუთარი ინტერესებიდან გამომდინარე. მეორე მიდგომა ემყარება იმ

ელემენტების კომბინაციას და ურთიერთმოქმედებას, რომლებიც უზრუნველყოფენ ეკონომიკური სისტემის ეფექტიანობას. კერძოდ, ვ. ხოლესკოვსკის აზრით, ეკონომიკური სისტემა წარმოადგენს „ურთიერთდაკავშირებული და ფუნქციონირებადი ელემენტების (რესურსების, მონაწილეების, ინსტიტუტების და სხვა) კომბინაციას“.

რ. ნურევის განმარტებით, ეკონომიკური სისტემა არის „ეკონომიკური ელემენტების ერთობლიობა, რომელიც ქმნის გარკვეულ მთლიანობას, საზოგადოების ეკონომიკურ სტრუქტურას, წარმოების, განაწილების, გაცვლის და მატერიალური კეთილდღეობის მოხმარების სფეროში დამყარებული ურთიერთობების ერთიანობას“. (დანელია... 2008:25)

ეკონომიკური სისტემების კვლევის მეორე მიმართულებების მიმდევრებს მიეკუთვნებიან ა. ბუზგალინი, ა. კოლგანოვი და სხვები, რომლებიც ეკონომიკური პროგრესის პერიოდიზაციას განსაზღვრავენ სოციალურ-ეკონომიკური სისტემის თვალსაზრისით. მათი აზრით, ეკონომიკური სისტემა არის „წარმოებითი ურთიერთობების სისტემა, რომელიც ისტორიულადაა განსაზღვრული და ლოკალიზებულია სოციალურ-ეკონომიკურ დროში და სივრცეში.“

ეკონომიკური სისტემების მკვლევართა აზრით, არ არსებობს ერთიანი შეხედულება ეკონომიკური სისტემის ძირითადი მახასიათებლების შესახებ. ჩვენის აზრით კი, ეკონომიკური სისტემის ძირითადი მახასიათებლები და მათი შესაძლო ვარიანტები ყველაზე უკეთ აქვთ წარმოდგენილი პ. გრეგორს და რ. სტიუარტს. (დანელია... 2008:25)

თანამედროვე პირობებში ოპტიმალური ეკონომიკური სისტემა მოიცავს ძირითადი მახასიათებლების სხვადასხვა მოდიფიკაციებს. პრიორიტეტულია ორგანიზაციული სტრუქტურა შერეული ფორმების სახით. განზოგადოებული სახით ეკონომიკური სისტემების ტიპოლოგია განისაზღვრება მთლიანად საზოგადოების, ცალკეული სისტემის და მისი ქვესახეობების დონეზე.

ცალკეული ეკონომიკური სისტემის ტიპოლოგია გულისხმობს მის შიგნით სხვადასხვა მოდიფიკაციების გამოყოფას. მაგალითად, ინდუსტრიულ ეკონომიკურ სისტემაში ჩამოყალიბდა ისეთი სახესხვაობები, როგორცაა: გეგმიანი ეკონომიკა, საბაზრო ეკონომიკა, შერეული ეკონომიკა.

ქართველი მეცნიერები სხვადასხვა ასპექტით განიხილავენ ეკონომიკურ სისტემებს. მაგალითად თ. შენგელია თავის შრომებში აღნიშნავს, რომ ყველა

ეკონომიკური სისტემის საფუძველი, მათი ფუნქციონირების თავისებურებათა მიუხედავად, ერთი და იგივე ფუნდამენტური ღირებულებებია. კერძოდ, თუ როგორ გამოიყენება შეზღუდული რესურსები საზოგადოების მოთხოვნილებათა დაკმაყოფილების მიზნით? რა სახეობის საქონელი და მომსახურება უნდა იქნეს წარმოებული? ვინ აწარმოებს მათ? როგორ ნაწილდება ეს საქონელი და მომსახურება საზოგადოების წევრებს შორის? ამ შეკითხვებზე პასუხების სხვადასხვა ვარიანტი განსაზღვრავს ეკონომიკური სისტემის სამ ძირითად ტიპს. მათ შორის არსებული სხვაობის დადგენის საუკეთესო ხერხი არის თავისუფლების იმ ხარისხის განსაზღვრა, რომელსაც თავიანთი საკუთარი ეკონომიკური ინტერესების დაკმაყოფილებისა და წარმოების ფაქტორების მოპოვების თვალსაზრისით უქმნიან ეს სისტემები ინდივიდებს. (შენგელია 2008:38)

პროფ. რ. გოგოხია შემდეგნაირად განასხვავებს მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყანაში დღემდე აპრობირებულ ეკონომიკურ სისტემებს: რესურსებზე საკუთრების ფორმებით და ეკონომიკური საქმიანობის კოორდინაციისა და მართვის წესით. ამ ასპექტებით განსხვავდება: (ადეიშვილი...1998:96)

- წმინდა კაპიტალიზმი, ანუ თავისუფალი კონკურენციის კაპიტალიზმი, რომლისთვისაც ძირითადად დამახასიათებელია მატერიალური რესურსებზე კერძო საკუთრება. მისი პრინციპია სახელმწიფოს ჩაურევლობა ეკონომიკაში;

- მბრძანებლურ-ადმინისტრაციული ეკონომიკური სისტემა, რაც წმინდა კაპიტალიზმს უპირისპირდება და ხასიათდება ყველა მატერიალურ რესურსზე კვაზისაზოგადოებრივი საკუთრებითა და ცენტრალიზირებული დაგეგმვის მეშვეობით ეკონომიკურ საკითხებზე გადაწყვეტილებათა „კოლექტიური“ მიღებით;

- ტრადიციული, ანუ ადათ-წესებზე დამყარებული ეკონომიკური სისტემა, რომლის დროსაც პროგრესის და ნოვაციების დანერგვა მკვეთრად შეზღუდულია, ვინაიდან ეს ეწინააღმდეგება ტრადიციებს და საფრთხეს უქმნის სისტემის სტაბილურობას.

- საბაზრო სისტემა, რომელიც წარმატებით ფუნქციონირებს განვითარებულ სახელმწიფოებში. ეკონომიკური სისტემების კლასიფიკაციის დროს ხაზი უნდა გაესვას იმ გარემოებას, რომ არ არსებობს ეკონომიკური პრობლემების გადაწყვეტის ერთმნიშვნელოვანი, ანუ საყოველთაოდ აღიარებული გზა. რეალური ეკონომიკური პრობლემების გადასაჭრელად სხვადასხვა საზოგადოება სხვადასხვა ინსტიტუტს იყენებს.

სხვადასხვა ქვეყანაში ეროვნული ეკონომიკის განვითარების მრავალსაუკუნოვანი ისტორიის მანძილზე ხდებოდა ეკონომიკის მართვის გარკვეული სისტემის ჩამოყალიბება, მაგრამ განვითარების მაღალი დონით წინ წავიდნენ ის ქვეყნები, სადაც დამკვიდრდა საქონლის, მომსახურების, წარმოებისა და ეკონომიკის საბაზრო სისტემა.

საბაზრო ეკონომიკა არის სოციალურ-ეკონომიკური სისტემა, რომელშიც გადაწყვეტილებები წარმოების, რესურსების განაწილებისა და საქონლის რეალიზაციის შესახებ მიიღება იმ ფასების შესაბამისად, რომელიც ყალიბდება მოთხოვნა მიწოდების საფუძველზე.

საბაზრო ეკონომიკა ძირითადად ეყრდნობა კერძო საკუთრებას, მეწარმეობისა და არჩევანის თავისუფლების პრინციპებს. ძირითადი შემადგენელი ნაწილი ბაზრის სისტემის არსებობა და მასში მოთხოვნა-მიწოდების პრინციპის დარეგულირებაა, რომელიც კერძო საკუთრებისა და სასაქონლო ურთიერთობების საფუძველზე ყალიბდება.

ფასები და კონკურენცია წარმოადგენს საბაზრო ეკონომიკის მაკოორდინირებელ მექანიზმებს, რომლებიც უზრუნველყოფენ ბაზრების თვითრეგულირებას. ამასთან, დასაშვებია შეზღუდული ფორმით სახელმწიფოს ჩარევაც. (ლომსაძე-კუჭავა 2006:14)

საბაზრო ეკონომიკის განვითარებას ხელი ვერ შეუშალა ზოგიერთ ქვეყნებში „საბაზრო-გეგმური ეკონომიკის“ მსგავსი მოდელების უპირატესობების დასაბუთების მცდელობამ. საბაზრო მექანიზმებმა პრაქტიკულად გზა ვერ გაიკვლიეს ყველა განვითარებად ქვეყანაში მიუხედავად სახელმწიფო მოწყობის ტიპების მრავალგვარობისა – საპრეზიდენტო და საპარლამენტო რესპუბლიკებიდან დაწყებული მონარქიული რეჟიმებით დამთავრებული.

საბაზრო სისტემის მთავარი ფუნქცია არის ეროვნული ეკონომიკის ეფექტიანი ფუნქციონირებისათვის პირობების შექმნა, რომლის დროსაც ადგილი აქვს წარმოების ფაქტორების ყველაზე რაციონალურ შერწყმას, გამოყენების ისეთ პირობებს, როდესაც ხდება საზოგადოების მოთხოვნილებების ოპტიმალური დაკმაყოფილება მატერიალური სიმდიდრით და მომსახურებით.

ამრიგად, საბაზრო სისტემა, მისი უპირატესობების მიუხედავად, არ არის საზოგადოებრივი სტრუქტურა, რომელსაც ექნებოდა დამოუკიდებელი მიზანი. საბაზრო სისტემა არის სპეციფიკური საშუალება საზოგადოების წინაშე მდგარი

ეკონომიკური ამოცანების გადასაწყვეტად, რომელიც საზოგადოებას აძლევს უფლებას უკეთესად გამოიყენოს არსებული რესურსები, მუდმივად გადალახოს მათი შეზღუდულობა, სრულყოს ისინი და მიიზიდოს ახალი საწარმოო რესურსები. საბაზრო სისტემა არასდროს ყოფილა სტატიკური, იგი წარმოების განვითარებასთან ერთად განიცდიდა სრულყოფას. იმავდროულად იცვლებოდა მეწარმეობის პირობებიც. (პევენერი 1993:83)

არც თუ ისე დიდი ხნის წინათ საქართველოში, ისევე როგორც სხვა პოსტსაბჭოთა ქვეყნებში, გაბატონებული იყო მარქსისტული ეკონომიკური თეორია, რომელიც უარყოფდა წარმოების ზოგიერთ ფაქტორს, ხოლო ამ იდეოლოგიის პარალელურად მთელ ცივილიზებულ მსოფლიოში ვითარდებოდა ეკონომიკური მსოფლმხედველობა, რომელსაც წარმოების ფაქტორების თეორია ედო საფუძვლად.

წარმოების ფაქტორები საყოველთაო კლასიფიკაციით იყოფა ოთხ ჯგუფად: (ვანიშვილი 2009:18)

1. წარმოების პროცესში ჩართული ბუნებრივი რესურსები, მაგალითად მიწა.
2. კაპიტალი ანუ ადამიანის შრომით შექმნილი მატერიალური რესურსები.
3. შრომითი რესურსების ის ნაწილი, რომელიც დასაქმებულია წარმოების პროცესში.
4. სამეწარმეო უნარი.

წარმოების ფაქტორებად მიწის და კაპიტალის აღიარება ეკუთვნის XVII საუკუნის ინგლისელ ეკონომისტ რიჩარდ კანტილიონს, წარმოების მესამე ფაქტორის – შრომის აღიარება ფრანგ ეკონომისტ ჟან ბატისტ სეის (ხოლო მეოთხე ფაქტორის – სამეწარმეო საქმიანობა, მეწარმული უნარი - აღიარება ამერიკელ ეკონომისტ ჯეიმს კლარკს.(დუდუშაური.... 2004:8,9)

ზოგიერთი ეკონომისტი ასევე გამოყოფს წარმოების მეხუთე ფაქტორად სახელმწიფოს ეკონომიკურ უნარს. (პაპავა 2003:188)

ჩვენის აზრით სახელმწიფო ასრულებს რა ზოგიერთ აუცილებელ მარეგულირებელ ფუნქციას, დიდ ზეგავლენას ახდენს საწარმოო პროცესზე. იგი წყვეტს ბიზნესის ფუნქციონირებისათვის ისეთ მნიშვნელოვან საკითხებს, როგორცაა თავისუფალი კონკურენციის უზრუნველყოფა, საწარმოო სტანდარტების პირობების შემუშავება, განხორციელება და ა. შ. გარდა ამისა, საზოგადოების

საერთო ინტერესებიდან გამომდინარე, სახელმწიფო არეგულირებს ბიზნესის ფუნქციონირებას ქვეყნის მაშტაბით, განსაზღვრავს სამუშაო დროის მაქსიმუმს, ხელფასის მინიმუმს და სხვა მნიშვნელოვან საკითხებს.

წარმოების თითოეულ ფაქტორს თავისი შინაარსი აქვს: „მიწის“ ცნების ქვეშ იგულისხმება ყველა ბუნებრივი რესურსი და არა მხოლოდ საკუთრივ მიწა. აქვე იგულისხმება წყალი, ჰაერი, ტყე, ფაუნა, წიაღისეული და ა.შ. „კაპიტალის“ ცნების ქვეშ იგულისხმება წარმოების ყველა საშუალება – მანქანა, მოწყობილობა, შენობა-ნაგებობა, სატრანსპორტო საშუალებები, მასალა-ნედლეული და ა.შ., რომლებიც საქონლის წარმოების და შემდეგ მისი მომხმარებლისათვის მისაწოდებლად გამოიყენება. „შრომის“ ცნების ქვეშ იგულისხმება ადამიანების ფიზიკურ და გონებრივ შესაძლებლობათა ერთობლიობა, რომელსაც ისინი საქონლის წარმოების და მისი გაყიდვის პროცესში იყენებენ. „მეწარმეობის უნარი“, ანუ წარმოების მეოთხე ფაქტორი, იმ სულიერ თვისებათა ერთობლიობაა, რომელიც საქმის წარმატებით დასრულებას სჭირდება. გერმანელი მეცნიერი ვ. ზომბარტი მასში გულისხმობს „სულიერ თავისუფლებას და სულიერ ენერჯიას, ნებისყოფას, ორგანიზატორულ უნარს, მოლაპარაკებების სწორად წარმართვის ცოდნას და კლიენტების დარწმუნების უნარს, გამბედაობა-შეუპოვრობას და რისკისადმი მზადყოფნას“. (ზომბარტი 1994:116)

სამეწარმეო უნარს წარმოების პროცესში სპეციფიკური როლი აკისრია. იგი სამი წინაფაქტორის შეერთების ინიციატორი და მოძრაობაში მომყვანია, ამ პროცესში ხდება გადაწყვეტილების მიღება, ვლინდება ინიციატივები და ხდება რისკების მართვა.

რაც შეეხება ქართველი მეცნიერის ვ. პაპავას მიერ შემოთავაზებულ მეხუთე ფაქტორს – სახელმწიფოს ეკონომიკურ უნარს, მისი შინაარსი სახელმწიფოს მიერ ეკონომიკის მაკორდინირებელ-მარეგულირებელი როლის შესრულების ხარისხში გამოიხატება.

წარმოების თითოეული ფაქტორი თავის წილ ეკონომიკურ ეფექტს (შედგეს) ქმნის და შემოსავალშიც გულისხმობს შესაბამისი წილის არსებობას. მაგრამ თანამედროვე წარმოება ისეთი რთული სისტემაა, რომ მას წარმოების ფაქტორთა ტრადიციული თეორია სრულყოფილად ვეღარ ახასიათებს. ხედველობაში გვაქვს წარმოების ტექნიკურ-ტექნოლოგიური სირთულე. ზოგიერთ წარმოებაში უმეტესწილად ფაქტორთა ერთი ნაწილი გამოიყენება და შედეგსაც

(ეფექტსაც) უპირატესად ისინი ქმნიან, ზოგიერთ წარმოებაში კი პირიქით – ფაქტორთა მეორე ნაწილი.

წარმოების პროცესში ჩართული თითოეული სახეობის რესურსის როლი და მნიშვნელობა იცვლებოდა ინდუსტრიულამდელიდან ინდუსტრიულზე და ამ უკანასკნელიდან პოსტინდუსტრიულ ტექნოლოგიაზე გადასვლის კვალობაზე. ინდუსტრიულამდელ საზოგადოებაში პრიორიტეტულ როლს ასრულებდა ბუნებრივი და შრომითი რესურსები, ხოლო პოსტინდუსტრიულში პრიორიტეტული რესურსების როლში გვევლინება ინტელექტუალური და ინფორმაციული რესურსები.

საბაზრო სისტემა თავისი უმკაცრესი კონკურენციით მოითხოვს გამუდმებით მიღებულ იქნეს არასტანდარტული, კონკურენტისათვის მოულოდნელი, ეფექტური გადაწყვეტილებები. მოითხოვს არა მხოლოდ რისკზე წასვლას, არამედ უახლოესი და შორეული შედეგების გათვალისწინებას, ზოგჯერ არასტანდარტული ზომების მიღებას. სწორედ, საბაზრო ეკონომიკური სისტემის არსებითი და განუყოფელი ნაწილია ბიზნესი. ის პროდუქციისა და მომსახურების, წარმოებისა და გასაღების ორგანიზაციის კომპლექსური სისტემაა, რომელიც ორიენტირებულია კონკრეტული მომხმარებლის მოთხოვნილებათა დაკმაყოფილებასა და მოგების მიღებაზე.

ჩვენის აზრით მეწარმეობა არის შედარებით დამოუკიდებელი მმართველობითი საქმიანობის უმაღლესი საფეხური. მეწარმეები წარმოადგენენ განსაკუთრებულ სოციალურ ჯგუფს, სტრატას ე.ი. ჩვენ საქმე გვაქვს შრომის დანაწილების ახალ ეტაპთან.

ისტორიულად მეწარმეობის თეორიის ჩამოყალიბების საწყისად ეკონომიკურ თეორიის პირველი სკოლა - მერკანტილიზმი ითვლება. თუმცა „მეწარმეობის“ ცნება პირველად რომის სასამართლოში გამოიყენებოდა. იქ იგი განიხილებოდა, როგორც საქმე, საქმიანობა, კომერციული საქმიანობა. „მეწარმე“, როგორც სამეცნიერო ტერმინი კი ცნობილ ფრანგ ეკონომისტ რიჩარდ კანტილიონის სახელთანაა დაკავშირებული. ეს ტერმინი მან პირველად XVIII ს. მეორე ნახევარში გამოქვეყნებულ ნაშრომში - „გამოცდილება ზოგადად ვაჭრობის ბუნების შესახებ“ - გამოიყენა. მოგება და სამეწარმეო შემოსავალი გამიჯნა მან ერთმანეთისაგან. განსაზღვრა საქონლის მოცულობასა და მიმოქცევაში

არსებულ ფულის რაოდენობას შორის დამოკიდებულება. რ. კანტილიონი მეწარმეობას ვაჭრობასთან აიგივებს.

ფრანგმა მეცნიერმა ჟან ბატისტ სეიმ თავის ცნობილ ნაშრომში „პოლიტიკური ეკონომიის ტრაქტატი“ მეწარმის მთავარ ფუნქციად სამი ფაქტორის – შრომა, მიწა და კაპიტალი, კორდინაცია მიიჩნია. მისი აზრით ადამიანი არის ეკონომიკური აგენტი, რომელიც ახდენს წარმოების ფაქტორების კომბინაციას. ხელს უწყობს რა ეკონომიკური რესურსების გადაადგილებას დაბალი მწარმოებლურობიდან მაღალმწარმოებლურ დარგებში. (როსტიაშვილი 2010:15)

ა. მარშალის აზრით, წარმოების ფაქტორების რაციონალური კომბინაცია მენეჯერ-ორგანიზატორის ფუნქციას წარმოადგენს. ამ შემთხვევაში სამეწარმეო შემოსავლის სიდიდე დამოკიდებულია მენეჯერ-ორგანიზატორის მიერ მიღებული გადაწყვეტილებების დასაბუთებულობის დონეზე. (მარშალი 1993:17)

მეწარმეობის შესახებ თეორიის განვითარების ყველაზე თვალსაჩინო წარმომადგენელია ავსტრიელი ეკონომისტი იოზეფ შუმპეტერი. მან მეწარმის ძირითად დამახასიათებელ ნიშნად ინოვაციურობა გამოყო. ი. შუმპეტერი თავის მთავარ ნაშრომში „ეკონომიკური განვითარების თეორია“, იმ დასკვნამდე მივიდა, რომ ეკონომიკური ურთიერთობათა სისტემა განხილული უნდა იქნეს არა სტატიკურ, არამედ დინამიკურ მდგომარეობაში. მისი აზრით მეწარმე არაა აუცილებელი იყოს მესაკუთრე. მან უნდა ეძიოს და გამოიყენოს საბაზრო ურთიერთობების მრავალმხრივი შესაძლებლობები. დანერგოს ბიზნესის ორგანიზაციის ახალი მეთოდები. (შუმპეტერ 1982:345)

ამის შედეგად მან დაადგინა, რომ ეკონომიკის თვითგანვითარების უმთავრესი წყაროა მეწარმე, „რომლის სამეწარმეო მოღვაწეობის კრიტერიუმი და შემოქმედებითი იმპულსი მოგებაა“. (სილაგაძე 2001:76)

თანამედროვე მენეჯმენტის წამყვანი მეცნიერები ამერიკელი ეკონომისტი პ. დრუკერი ერთმანეთისგან განასხვავებს „მეწარმეობის“ და „ბიზნესის“ ცნებებს. პირველს მან მიაკუთვნა შემოქმედებითი, სიახლეების მატარებელი საქმიანობა. ხოლო, მეორეს შაბლონური რუტინული საქმიანობა. იგი წერს, რომ „ყოველი ახალი ბიზნესი მეწარმეობას როდი წარმოადგენს“ (დრუკერი 1992:432)

მეწარმეობის სინონიმად ინგლისურენოვან ლიტერატურაში უპირატესად გამოიყენება “business” – საქმიანობა, ხოლო მეწარმის სინონიმად “businessman” – საქმიანი ადამიანი. (ჩხარტიშვილი 2002:91) სპეციალურ ლიტერატურაში

მეწარმეობის დასახასიათებლად ხშირად გამოიყენება ცნებები „ბიზნესმენი“, „კომერსანტი“, „საქმიანი ადამიანი“ და სხვ. ზოგიერთი ავტორი თვლის, რომ ეს ტერმინები სინონიმებია. მაგ., ჰოსკინგსს მიაჩნია, რომ „იღებენ რა მონაწილეობას საქმეში, ადამიანები ხდებიან საქმოსნები, ბიზნესმენები, მეწარმეები“. (ჰოსკინგსი 1993:28)

ეკონომიკური პროფილის მრავალ გამოცემაში გაიგივებულია „მეწარმეობისა“ და „ბიზნესის“ ცნებები. მაგალითად, წიგნში „სამეწარმეო საქმიანობის საფუძვლები“, მოცემულია ბიზნესის შემდგენელი განმარტება: „ბიზნესი უცხო სიტყვაა, იგი გავრცელებულია მთელ მსოფლიოში. ბიზნესი არის მეწარმეობა, ხოლო ბიზნესმენი – მეწარმე“.

ჩვენ ვფიქრობთ, რომ „მეწარმეობაც“ და „ბიზნესიც“, რა თქმა უნდა, მოგების მიღების მიზნით გაწეული საქმიანობაა, მაგრამ მეწარმეობა ბიზნესის შემადგენელი ნაწილი, მისი განსაკუთრებული სახეა და ნამდვილი მეწარმეობა ბიზნესის განვითარების უმნიშვნელოვანეს ფაქტორად გვევლინება.

ბიზნესი არის საქმიანობა, რომელიც მიმართულია გარკვეული სამომხმარებლო თვისებების მქონე საქონლის (მომსახურების და ა.შ.) წარმოებასა და რეალიზაციაზე მოგების მიღების მიზნით. იგი შეიძლება იყოს კომერციული საქმიანობა, სავაჭრო ოპერაციები, მეწარმეობა, სერვისული სამსახური, მარკეტინგული ურთიერთობები და ა.შ. აღნიშნული საქმიანობით დაკავებულ ადამიანებს ბიზნესმენები ეწოდებათ. „ბიზნესმენი შეიძლება იყოს მეცნიერი, სახელმწიფო მოღვაწე, მეწარმე, ექიმი და ა.შ., რომლებიც ახორციელებენ რაიმე მომგებიან საქმიანობას, რაიმე სახის ღირებულებას. რაც შეეხება სიახლეთა დანერგვას, იგი ბიზნესისთვის თვითმიზანი არ არის, თუმცა საიმედო საშუალებაა დასახული მიზნის მისაღწევად.“ – აღნიშნავს პროფ. გ. ერქომაიშვილი. (ერქომაიშვილი 2007:14)

მეწარმეობა კი გულისხმობს ახალი სახის პროდუქციის შექმნას და რეალიზაციას, ახალი ბაზრების ძიებას და მომხმარებლისთვის ახალი ფასეულობების შეთავაზებას, რაც ჩვეულებრივი ბიზნესისათვის არ არის დამახასიათებელი. მეწარმეობა გულისხმობს ბიზნესში ჩადებული მთელი ქონების, საქმიანი რეპუტაციის, შრომის, დროის გარისკვას. მთელი ძალისხმევა შეიძლება მოგებით, ზემოგებით ან ზარალით დასრულდეს. (სეხნიაშვილი 2008:64)

შედარებით რეალურად მიგვაჩნია პ. დრუკერის შეხედულებები და ვფიქრობთ, რომ მეწარმეობა არის ის საქმიანობა, რომელიც ახალი მოთხოვნების დაკმაყოფილებისკენაა მიმართული. აქვე დაეძენთ, რომ მეწარმეობა, ბიზნესი ჩვენის აზრით არის საბაზრო ეკონომიკაში ადამიანთა მოქმედების სფერო და მათი საქმიანობის წესი. მეწარმეობა სისტემატური ინოვაციური და რისკიანი საქმიანობის შედეგად ახალი იდეის, ახალი სახის პროდუქციის და მომსახურების შექმნას და რეალიზაციას, ახალი ბაზრების ძიებას და მომხმარებლისთვის ახალი ფასეულობების შეთავაზებას გულისხმობს.

მეცნიერებაში „ბიზნესის“ განმარტების სხვადასხვა ინტერპრეტაციებია ცნობილი: (კულიანი 2008:55)

ა. სამოუკინი, ა. შიშოვი: „ბიზნესი ნიშნავს ნებისმიერ საქმეს, რომელსაც მოაქვს მოგება“. (სამოუკინი 1997:36)

ბ. რაიზბერგი: „სამუშაო, საქმიანობა მაშინ წარმოადგენს ბიზნესს, როცა იგი თავის მიზნად მოგების, სარგებლის მიღებას ისახავს“. (რაიზბერგი 1996:10)

გ. ტიუტკოვი, ა. დანილოვი: „ცივილიზებული ბიზნესი ეს არის კერძო პირების, ორგანიზაციების და წარმოების საქმიანობა პროდუქციის წარმოების, საქონლის ყიდვა-გაყიდვის, მომსახურების გაწევის და სხვა სფეროში, რომელიც მათ აძლევს მოგებას“. (დაშკოვი 1995:17)

დ. ბიჭიაშვილი, ლ. ქადაგიშვილი, ლ. ბიჭიაშვილი: „ბიზნესი - არის ინიციატივიანი ადამიანების საქმიანი ურთიერთობების ერთიანობა, რომლის მიზანია მომხმარებელთა მოთხოვნის დაკმაყოფილება და მოგების მიღება“. (ბიჭიაშვილი 2005:36)

ცნობილია, რომ ამერიკულ ინდუსტრიას XIX საუკუნის ბოლოსა და XX საუკუნის დასაწყისში საფუძველი ჩაუყარეს ისეთმა ბიზნესმენებმა, როგორებიც იყვნენ: როკფელერი (ნავთობის ბიზნესი), მორგანი (ფოლადის ბიზნესი და საბანკო საქმე), მელონი (ალუმინის ბიზნესი), ფორდი (საავტომობილო ბიზნესი) და სხვები.

უნდა აღინიშნოს, რომ ბიზნესსუბიექტი, ბიზნესმენტა ჯგუფი და ცალკეული ინდივიდუალური მეწარმე საქმიანობის საკმაოდ ხანგრძლივი დროის მანძილზე მიისწრაფვის გარკვეული შედეგის მისაღწევად, რასაც შეიძლება ბიზნესის მიზნები ვუწოდოთ. ბიზნესის მიზნები შეიძლება იყოს მაგალითად – მოგების მიღება, მომხმარებლებისათვის საჭირო საქონლის მიწოდება და მომს-

ახურების გაწევა, ბიზნესის განვითარებისათვის საჭირო სახსრების დაგროვება, მომხმარებელთა მოთხოვნის ოპტიმალური დაკმაყოფილება, თანამშრომლებისადმი საკუთარი თავის გამოვლენის შესაძლებლობების მიცემა და სხვა ბიზნესის ხასიათის, განვითარების დონის და მდგომარეობის მიხედვით. (ბიჭიაშვილი 2005:38)

რადგანაც ბიზნესის მიზანი მოგების მიღებაა, ამოცანა იქნება იმ ნაბიჯების შემუშავება, დასაბუთება და გადადგმა, რომელიც ბიზნესს მოუტანს მოგებას. ბიზნესის მიზნებიდან ყალიბდებიან ბიზნესის ამოცანები. ბიზნესის სუბიექტს მიზნების განსაზღვრა და ამოცანების დასმა საშუალებას აძლევს უკეთესად მოახდინოს თავის სახსრებისა და ძალების მობილიზება, უფრო შეთანხმებული და შედეგიანი გახადოს თავისი ბიზნესი.

ზოგიერთი მოსაზრებით ბიზნეს ოთხი თვისება ახასიითებს: მიზანშეწონილობა, მთლიანობა, წინააღმდეგობრიობა და აქტიურობა. (სამოუკინი 1997:38)

მიზანშეწონილობა იმას ნიშნავს, რომ ბიზნესი მის ნებისმიერ შიდა ელემენტს შემოსავლის, მოგების მისაღებად რაციონალურ მიმართულებას აძლევს. ბიზნესის უმაღლესი მიზანი, როგორც წესი, თავისუფალი კონკურენციის კანონის მოთხოვნებიდან გამომდინარეობს და იგი თავის მხრივ, კონკრეტულ მიზნებად იყოფა.

მთლიანობა ნიშნავს იმას, რომ ბიზნესი იკავებს ეკონომიკის ყველა სფეროს იმ ზომით, რა ზომითაც იგი სჭირდება მისი უმაღლესი მიზნის, მოგების მიღებას. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, ბიზნესი თავისუფლად შედის იმ სფეროებში, რომლებიც მოცემულ კონკრეტულ შემთხვევაში უზრუნველყოფენ მის სიცოცხლისუნარიანობას. ბიზნესში აკრძალვა და შეზღუდვა დასაშვებია მხოლოდ მინიმალური დოზით. ბიზნესი შეუძლებელია თავისი ძირითადი „ორგანოების“ - კონკურენციის, ინფრასტრუქტურის (ბანკი, ბირჟა და სხვა), საფინანსო სისტემის, საკანონმდებლო ბაზების და ა.შ. გარეშე.

წინააღმდეგობრიობა ნიშნავს იმას, რომ ბიზნესი ყალიბდება წინააღმდეგობების ბაზაზე, რომ წინააღმდეგობები მისი განვითარების წყაროებია. ბიზნესში მრავალგვარი წინააღმდეგობაა. ნორმალურ პირობებში ეს წინააღმდეგობები ხელს უწყობს ბიზნესის განვითარებას, მის განმტკიცებას, თუმცა კომფლიქტურ სიტუაციებში, რომლებიც აღარ ექვემდებარება გონივრულ საზოგადოებრივ კონტროლს, არათუ ამტკიცებენ, არამედ ანგრევენ ბიზნესის სისტემას.

აქტიურობა ნიშნავს იმას, რომ ბიზნესი არის სოციალური მოვლენა, მჭიდროდ დაკავშირებული სოციალურ სისტემასთან, ადამიანთა საქმიანობასთან თითოეულ ბიზნესმენს თავისუფლად შეუძლია აირჩიოს თავისი საქმე, მაგრამ ისე, რომ ზარალი არ მიაყენოს სხვებს. არ შეუძალის ხელი სხვა ბიზნესმენს, არც საქმის არჩევაში და არც მისი ბიზნესის აქტიურ განვითარებაში.

აღსანიშნავია, რომ ნებისმიერ ბიზნესსუბიექტს წარმატების მიღწევისათვის თავისი საქმიანობის სფეროდან გამომდინარე ესაჭიროება გარკვეული პრინციპების დაცვა. მაგალითად, მომხმარებლის ინტერესების გათვალისწინება, მომხმარებლის კმაყოფილების გარანტიის უზრუნველყოფა; მომხმარებლის რეაგირებაზე გათვლილი რეკლამა; ჯანსაღ კონკურენტულ ბრძოლაში ჩართულობა; როგორც მომხმარებლისათვის, ისე თანამშრომლებისათვის წამახალი-სებელი მექანიზმის შემუშავება და განხორციელება; როგორც ბიზნესსუბიექტის ისე პირად წარმატებაზე ზრუნვა და სხვა მრავალი პრინციპების დაცვა, რომელიც კომპანიის წარმატებულ ფუნქციონირებასთან არის დაკავშირებული.

აქვე უნდა აღვნიშნოთ, რომ ბიზნესის მიმართულებებზე, მის ტემპებსა და მაშტაბებზე გავლენას ახდენს ობიექტურ და სუბიექტურ ფაქტორთა ერთობლიობა როგორც გარე, ისე შიდა მოქმედების გზით.

შიდა ფაქტორებს შეიძლება მივაკუთვნოთ ისეთი ფაქტორები, რომლებიც ექვემდებარებიან მართვას. მათ რიცხვშია: ბიზნესსუბიექტის საერთო და კონკრეტული მიზნები, ბიზნესსუბიექტის სტრუქტურა, რესურსები (მუშახელი, მოწყობილობა, ტექნოლოგია, მატერიალური მარაგები) კულტურა და სხვა.

გარე ფაქტორები არ ემორჩილება მართვას. მათ მიეკუთვნება მომწოდებელი, მომხმარებელი, კონკურენტი, ქვეყანაში მოქმედი იურიდიული კანონები, დემოგრაფიული მდგომარეობა, არსებული პოლიტიკური ვითარება და სხვა.

ბიზნესის განხორციელებაში მონაწილეობს სამი წამყვანი პირი: თვით მეწარმე - ის, ვინც ამარაგებს მას ბიზნესის რესურსების წარმოების ფაქტორების სახით; პირები, რომლებიც იძენენ ბიზნესის პროდუქტს (შედგეს) საქონლისა და მომსახურების სახით. საბოლოო ჯამში, ბიზნესის შედეგი არის ის, რომ ბიზნესმენს შეუძლია თავისთვის განსაზღვრული სარგებლის პირობებში დააკმაყოფილოს მოთხოვნილებათა განსაზღვრული წრე საქონელსა და მომსახურებაზე, თავისი საქონლის რეალიზაციითა და მის სანაცვლოდ ფულის მიღებით საქონლის მყიდველებისაგან.

ბიზნესის წარმართვისათვის დიდი მნიშვნელობა გააჩნია აღნიშნული რესურსების შეზღუდულობას. ცნობილია, რომ კაცობრიობის ხელში არის მიწის, კაპიტალის, ფულადი და ადამიანური რესურსების გარკვეული, ზღვრული რაოდენობა. რესურსების შეზღუდულობით გამოირჩევიან მომხმარებლებიც და მწარმოებლებიც. ამიტომაც არის, რომ მათ წინაშე ყოველთვის დგება ეკონომიკური არჩევანის პრობლემა. ამ კონცეფციის არსი დაიყვანება იმაზე, რომ ადამიანებს თავიანთი ფულადი რესურსების ხარჯვის ალტერნატივები გააჩნიათ, ანუ მათ ეს რესურსები შეიძლება წარმართონ ერთი გადაწყვეტილებისათვის მეორეს საზარალოდ. (შენგელია 2008:41)

მატერიალური, შრომითი, ფინანსური და ინფორმაციული რესურსებით უზრუნველყოფის პრობლემა მეტად ფართოა. გათვალისწინებული უნდა იქნეს რესურსების როგორი თანაფარდობა იძლევა მაქსიმალურ შედეგებს. მისი მოხმარება სტაბილურია, როდესაც მაღალია ბიზნესსუბიექტის მიერ რესურსების გამოყენებით მიღებული ზღვრული შემოსავალი, ან მატულობს, როდესაც მოცემული რესურსის ფასი ნაკლებია სხვა ურთიერთშენაცვლებად რესურსთან შედარებით.

შეზღუდულ რესურსებთან ერთად, ეკონომიკური ცხოვრების ერთ-ერთი საფუძველი არის კონკურენცია. ორგანიზაციის მიკროგარემოში კონკურენცია მიმდინარეობს, როგორც ბრძოლა ორ ან მეტ კონკურენტს შორის: ბაზარზე ადგილის დასამკვიდრებლად, მომხმარებლის მოზიდვისათვის, მაღალი მოგებისათვის. მისი შედეგები რეალიზდება მომხმარებლის მიერ აღნიშნულ საქონელსა და მომსახურებაზე განსაზღვრული საფასურის გადახდით.

კონკურენციული გარემო ხდება მოტივატორი მომხმარებლის მიერ გადაწყვეტილების მიღების თვალსაზრისით. აქ აუცილებელი ხდება კონკურენციის სამი შესაძლებელი ვარიანტიდან ერთ-ერთზე კონცენტრირება. ეს ვარიანტებია: 1) კონკურენცია და ფასები. 2) კონკურენცია, ხარისხი და სერვისი. 3) კონკურენცია და ინოვაციები. (შენგელია 2008:42)

შეიძლება ითქვას, რომ შესაბამის კონკურენტულ გარემოს ქმნის ბაზარზე უკვე დამკვიდრებულ კომპანიებს შორის კონკურენცია; მომხმარებლისა და მომწოდებლის შესაძლებლობები, ბაზარზე ახალი ტექნოლოგიით დამზადებული სუბსტიტუტი საგნების გამოჩენის საშიშროება და ასევე, ახალი კონკურენტის შემოღწევა.

კონკურენციული მოტივი მეწარმეებს აიძულებს ეძებონ ახალი, ინოვაციური მიდგომები პროდუქციისა და მომსახურების რეალიზაციის მიზნით, რაც მოგების ზრდის თვალსაზრისით ქმნის დამატებით შესაძლებლობებს. ამდენად, ინოვაციები მოგების ზრდის დამატებით ფაქტორად გვევლინება.

მაიკლ პორტერი თავის წიგნში „საერთაშორისო კონკურენცია“ (1990 წ) გამოყოფს ბაზარზე ახალი კონკურენტების შეღწევისაგან თავის დაცვის ექვს ბარიერს:

- წარმოების მასშტაბების ზრდისას ეკონომიის მიღება, ერთეულ პროდუქციაზე დანახარჯების შემცირების გზით;
- პროდუქციის დიფერენციაცია, ანუ პროდუქციის წარმოების სპეციალიზაციის გადრმავება;
- მომხმარებლის მომსახურების სფეციფიკური ფორმების გამოყენებით კონკურენტის იძულება მსგავს ღონისძიებებში დააბანდოს დამატებითი მსხველი სახსრები;
- კონვერსიის დანახარჯი, რომელიც გულისხმობს მომწოდებლის შეცვლისას მომხმარებლის მიერ ერთდროულად გაწეულ ხარჯს;
- დარგში მუშაობის ლოკალურ უპირატესობათა გამოყენება კონკურენტისთვის დამატებითი ხარჯის დასაკისრებლად. ამ დროს იგი ვერ ისარგებლებს ისეთი უპირატესობით, როგორცაა: ხელსაყრელ პირობებში ნედლეულისა და მასალების ხელმისაწვდომობა; სახელმწიფო სუბსიდიებზე შეკვეთების და უპირატესი დაკმაყოფილება და ა.შ.

აღნიშნული ბარიერების მოქმედება მხოლოდ მაშინ არის ეფექტური, როდესაც რეალურ წინააღმდეგობას ქმნიან ამა თუ იმ კონკურენტისათვის. ამიტომ ჯერ საჭიროა განისაზღვროს ყოველი კონკრეტული კონკურენტისთვის რომელი ბარიერია უფრო მნიშვნელოვანი და შემდეგ გატარდეს მის მიმართ ესა თუ ის ღონისძიება.

ბიზნესის ფაქტორებზე მსჯელობისას უნდა გავითვალისწინოთ დროის ფაქტორიც. ბიზნესოპერაციის ხანგრძლივობა დიდ გავლენას ახდენს მის შედეგნილობაზე. სასურველია, რომ თითოეული ოპერაციის ხანგრძლივობა იყოს მცირე, ეს კი ამცირებს რესურსების დანახარჯებსა და დანაკარგების რისკს. მაგრამ არ შეიძლება დაირღვეს დროითი ტექნოლოგიური რეჟიმი, რასაც შეუძლია

უარყოფითი გავლენა მოახდინოს მომხმარებლისთვის შესათავაზებელი საქონლისა და მომსახურების ხარისხზე. გასათვალისწინებელია, აგრეთვე ის სავალდებულო გადასახდები, რომლებიც ბიზნესმენს შეაქვს სახელმწიფო ბიუჯეტში. ეს არის ფულადი დანახარჯი, თუმცა იგი უშუალოდ არ არის დაკავშირებული ბიზნესის ფაქტორების შექენასთან. გადასახადი შეიძლება ჩაითვალოს ბიზნესმენის მიერ გაღებულ საზღაურად განსაზღვრული საქმიანობის განხორციელების უფლებისათვის, გარკვეულწილად მუქთი ბუნებრივი და სხვა რესურსების გამოყენებისათვის, რომელსაც სახელმწიფო, საზოგადოება სთავაზობენ ბიზნესმენს. ერთდროულად გადასახადი არის გასამრჯელო ბიზნესის სახელმწიფოებრივი მომსახურებისათვის.

სწორედ, სამეწარმეო საქმიანობაში იქმნება ეროვნული სიმდიდრის ძირითადი მასა და იგი ქვეყნის ეკონომიკური ზრდის წყაროს წარმოადგენს. ყველა სახეობის მეწარმეობა დაკავშირებულია რისკთან. მეწარმეები წარუმატებლობის შემთხვევაში იმყოფებიან საფრთხის წინაშე, რომ დაკარგონ როგორც საკუთარი ქონება, ასევე საზოგადოებრივი მდგომარეობა ხოლო წარმატებული მეწარმეები იმკვიდრებენ თავიანთ ღირსეულ ადგილს საზოგადოებასა და ბიზნესში. ეს შესაძლებლობა აიძულებს მათ, საქმის წამოწყების, ან მისი მსვლელობის პროცესში გასწიოს რისკი. მიუხედავად იმისა, რომ ყველა ქვეყნის ეკონომიკა ეყრდნობა ერთი და იგივე წარმოების ფაქტორებს, ამ რესურსების რაოდენობა და ხარისხი სხვადასხვა ქვეყანაში ერთი და იგივე არ არის.

ჩრდილოეთ ამერიკაში არის ნაყოფიერი მიწა, კვალიფიცირებული მუშახელი, განვითარებული საწარმოო ინფრასტრუქტურა, პროგრესული ტექნოლოგიები და ტრადიციულად ჩამოყალიბებული მეწარმეობა. ამიტომაც აშშ ერთ-ერთი ლიდერია მსოფლიოს ეკონომიკურ სისტემაში. საქართველო ამ თვალსაზრისით სასტარტო პოზიციებზე იმყოფება, რაც განაპირობა

საბაზრო ეკონომიკაში ერთ-ერთ და ძირითად გზას თავისუფალი მეწარმეობა და ბიზნესი წარმოადგენს. რადგანაც ბიზნესი საბაზრო ეკონომიკის არსებითი და განუყოფელი ნაწილია, ამიტომ ქვეყანაში ყველა პირობა უნდა შეიქმნას ბიზნესის განვითარებისათვის.

ბიზნესის განვითარების ხელშეწყობის მიზნით, საქართველოში მიღებული იქნა მთელი რიგი კანონები. ეს კანონები თანდათანობით იხვეწება და

სრულყოფილი ხდება შესაბამისად უმჯობესდება ბიზნესის სამართლებრივი გარემო.

ბიზნესის მარეგულირებელი, თუნდაც ყოველმხრივ სრულყოფილი სამართლებრივი ბაზის შექმნა არ არის საკმარისი მომხმარებლის, მთელი საზოგადოების და საწარმოების ინტერესების შესაბამისი ბიზნესის განხორციელებისათვის, რადგანაც ბიზნესის განვითარება მჭიდროდ უკავშირდება დემოგრაფიულ, პოლიტიკურ, სოციალურ, ეკონომიკურ და სხვადასხვა ხასიათის ფაქტორებს.

1.2. ბიზნესის სახელმწიფო რეგულირების მექანიზმები

საზოგადოების ცხოვრების დონის ამაღლება ნებისმიერი პროგრესული სახელმწიფოს მთავარი დანიშნულებაა. ის პირველ რიგში ძლიერი ბიზნესსექტორის არსებობაზეა დამოკიდებული. ეკონომიკური სისტემის ფუნქციონირებისათვის ბუნებრივია სახელმწიფო მოწოდებულია უზრუნველყოს ოპტიმალური პირობები, რაც გამოიხატება სახელმწიფოს მიერ ბიზნესის მხარდაჭერაში, სტიმულირებაში, მარეგულირებელი დონისძიებების შემუშავებაში.

ბიზნესის წარმომქმნელ ფაქტორთაგან შეიძლება რამდენიმე საკვანძო ფაქტორი გამოვყოთ, რომლებმაც ხელი შეუწყო მის წარმოქმნასა და დამკვიდრებას: (ნემსაძე 2008:64)

- ✓ სამოქალაქო საზოგადოებისა და სამართლებრივი სახელმწიფოს წარმოქმნა;
- ✓ პიროვნების იდეის ფორმირება, რომელსაც დაბადებიდან მინიჭებული აქვს გაუსხვისებადი უფლებებისა და თავისუფლებების გარკვეული კომპლექსი. რომლის ინტერესებიც შეიძლება წინააღმდეგობაში მოვიდეს საზოგადოებისა და სახელმწიფო ინტერესებთან;

- ✓ თანამედროვე გაგებით კერძო საკუთრების უფლების ხელშეუხებლობა და მასთან დაკავშირებული ეკონომიკური თავისუფლების ანუ ეკონომიკური არჩევანის თავისუფლების იდეის ჩამოყალიბება და დამკვიდრება;
- ✓ საკუთრების გამიჯვნა სახელმწიფო ძალაუფლებისაგან და შესაბამისად, ეკონომიკური ძალაუფლების-პოლიტიკურისაგან;
- ✓ ერთმანეთისაგან ცხოვრების ეკონომიკური, სოციალური და პოლიტიკური სფეროების გამიჯვნა;
- ✓ საბაზრო ეკონომიკის წარმოქმნა და განვითარება და ა.შ.

საბაზრო ეკონომიკის პირობებში ბიზნესსექტორს მნიშვნელოვანი როლი ეკისრება ქვეყანაში კონკურენტული გარემოს ჩამოყალიბებაში, სოციალური პრობლემების გადაჭრაში, დასაქმების ზრდაში და სიღარიბის დაძლევაში.

საბაზრო ეკონომიკის ქვეყნების გამოცდილება ადასტურებს, რომ ბაზარს შეუძლია ნორმალური ფუნქციონირება მხოლოდ იმ შემთხვევაში, თუ პარალელურად ქვეყანაში შეიქმნება მოსახლეობის სოციალური დაცვის საიმედო მექანიზმი, რომელიც თავის მხრივ ხელს შეუწყობს ბიზნესსუბიექტებს საქმიანობა აწარმოონ სტაბილურ გარემოში.

სოციალური დაცვის მექანიზმის არარსებობა ამცირებს მეურნეობის ეფექტიანობას, ეცემა წარმოება, იზრდება უმუშევრობა და მოსახლეობის ფართო ფენების ცხოვრების დონე. ეს კი აისახება სამომხმარებლო ბაზარზე გადახდისუნარიანობის შემცირებაში, რაც ბიზნესის განვითარების ერთ-ერთი აუცილებელი ელემენტია.

ცხადია, რომ სოციალური პოლიტიკის გატარება შეუძლებელია მთლიანად ბიზნესსექტორში, ბიზნესს შეუძლია ეფექტიანი ფუნქციონირების შემთხვევაში უზრუნველყოს დასაქმების დონის ამაღლება და ამით ხელი შეუწყოს, როგორც საკუთარი ბიზნესის განვითარებას, ასევე სახელმწიფოს სოციალური პოლიტიკის გატარებას.

სწორედ საქართველოში საბაზრო პრინციპების რეალიზაციის შესაბამისად გამოვეყავით ბიზნესის განვითარების ეტაპები და ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის ხარისხის ცვლილებების თავისებურებები. კერძოდ:

I – ეტაპი. განსახელმწიფოებრიობა. (1990-1995 წლები).

საბაზრო ეკონომიკაზე გარდამავალ პერიოდში ეკონომიკური რეფორმის ერთ-ერთ მნიშვნელოვან მიმართულებად იქცა საკუთრებითი ურთიერთობების ტრანსფორმაცია, განსახელმწიფოებრიობა, რომლის მიზანს წარმოადგენდა საბაზრო ურთიერთობების მოთხოვნათა შესაბამისად საკუთრებისა და მეურნეობრიობის მრავალფეროვნების დამკვიდრება, მატერიალური წარმოებისა და მომსახურების სფეროს ფორმირება, მწარმოებლური შრომის მოტივაციის შექმნა და ქვეყნის ფინანსური მდგომარეობის გაჯანსაღება.

მეოცე საუკუნის 90-იანი წლები ხასიათდებოდა მეტი მოქნილობით, საწარმოო და ბიზნეს პროცესების ინტენსიფიკაციით. გამოირჩეოდა სახელმწიფო საკუთრების წილისა და როლის შემცირებით, მცირე და საშუალო ბიზნესის მზარდი მნიშვნელობით, რომლებიც ქმნიან პირობებს პირადი ინიციატივის უკეთ გამოსავლენად.

სწორედ, 1990 - იანი წლების დასაწყისიდან საქართველოში პიროვნების ეკონომიკური თავისუფლების ამაღლების და ეკონომიკაში კერძო სექტორის განვითარების მიზნით, განხორციელდა განსახელმწიფოებრიობის და პრივატიზაციის პროცესი, სახელმწიფო ქონების ვაუჩერიზაცია. ასევე, ფასებისა და საგარეო ურთიერთობების ლიბერალიზაცია, რამაც ხელი შეუწყო მეწარმეობის ფორმირების პროცესს. პრივატიზაცია განიხილებოდა როგორც განსახელმწიფოებრიობის ძირითადი ფორმა და ეკონომიკური რეფორმების ცენტრალური რგოლი.

აღმოსავლეთ ევროპის ყველა ქვეყანაში კერძო სექტორის საქმიანობაზე მოხსნილი იყო შეზღუდვები, მოქმედებდა კანონები, რომლებიც კერძო ბიზნესსუბიექტებს სახელმწიფო საწარმოების მსგავსად თანაბარ პირობებში აყენებდნენ. მაგალითად, აღმოსავლეთ გერმანიაში 20000 მცირე საწარმოდან თითქმის ყველა – რესტორნების, სასტუმროების, კინოთეატრების და საცალო ვაჭრობის ობიექტების ჩათვლით გაიყიდა 1991 წლის პირველ ნახევარში, მათი უმეტესობა შესყიდული იქნა ადგილობრივი მაცხოვრებლების მიერ.

რეფორმების საწყის ეტაპზე პოლონეთში პრივატიზირებული იქნა საცალო ვაჭრობის ობიექტების თითქმის 70%, დაახლოებით 60 ათასი სახელმწიფო მაღაზია. ზოგიერთი შეფასების მიხედვით, 1992 წლის დასაწყისისათვის პოლონეთში დაფუძნებული იყო 1,5 მლნ ინდივიდუალური საწარმო და 40000 კორპორირებული ფირმა, უნგრეთში კი 300000 ინდივიდუალური საწარმო და 30 ათასი

კორპორირებული ფირმა. ქვეყანაში სწრაფი სვლით მიდიოდა რესტორნების, მომსახურების სფეროს და მცირე საწარმოების პრივატიზაცია. (ბახტაძე 2006:33)

საქართველოში პრივატიზაციის პროცესში საწყის ეტაპზე არ არსებობდა შესაბამისი კანონმდებლობა, საჭირო ინსტიტუციონალური სტრუქტურები, რამაც უარყოფითად იმოქმედა ქვეყნის საფინანსო-ეკონომიკურ მდგომარეობაზე, არსებული პოტენციალის გამოყენებაზე, ბიზნესის განვითარებაზე.

პირველ ეტაპზე პრივატიზებული იქნა ვაჭრობის, მრეწველობის, მშენებლობის, სოფლის მეურნეობის და სხვა დარგების წვრილი საწარმოები, აგრეთვე დაბალრენტაბელური და ზარალიანი ობიექტები, რამაც აშკარად ბიძგი მისცა ბიზნესის განვითარებას, მესაკუთრეთა ფენის ჩამოყალიბებას.

აღსანიშნავია, რომ ამ პერიოდში სახელმწიფო ქონების გარკვეული ნაწილი პრივატიზებას არ დაექვემდებარა, იგი კვლავ სახელმწიფო საკუთრებაში დარჩა. აქ იგულისხმებოდა სახელმწიფო მნიშვნელობის სტრატეგიული საწარმოები. ხოლო დანარჩენი ყველა მცირე, დაბალრენტაბელური და სახელმწიფო დოტაციაზე მყოფი საწარმოები, მათი სატრანსპორტო საშუალებები და სხვა, პირველ ეტაპზე გაიყდა მოქმედი კანონმდებლობის მიხედვით.

საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლის პირველ ეტაპზე მიღებული იქნა მთელი რიგი კანონები და დადგენილებები, რომლებმაც მეტნაკლებად ხელი შეუწვეს საქართველოში კერძო სექტორის ჩამოყალიბებას და მეწარმეობის განვითარებას. აღსანიშნავია კანონი „სამეწარმეო საქმიანობის საფუძვლების შესახებ“ (1991) და მთავრობის დადგენილებები: „სახელმწიფო საწარმოთა შესახებ დებულების დამტკიცების თაობაზე“ (1992 წ.), „ინდივიდუალური მეწარმეობისა და ინდივიდუალური საწარმოების შესახებ დებულების დამტკიცების თაობაზე“ (1992 წ.), „ადგილობრივი (მუნიციპალური) საწარმოების შესახებ დებულების დამტკიცების თაობაზე“ (1993 წ.) (ნახ №1.2.1.) (ჭითანავა 2008:412)

აღნიშნული კანონების და დადგენილებების გაუქმება განაპირობა 1994 წელს „მეწარმეთა შესახებ“ კანონის მიღებამ. ეს კანონი ადგენს საწარმოთა ორგანიზაციულ-სამართლებრივ ფორმებს და ახდენს მათი დაფუძნების რეგლამენტირებას. საქართველოს სინამდვილეში იგი არის პირველი კანონი, რომელიც არეგულირებს მეწარმეობის სამართლებრივ მხარეს.

**კერძო სექტორის ჩამოყალიბების და მეწარმეობის განვითარების ხელშემწყობი
კანონები და ნორმატიული აქტები 1990 – 2005 წლები**

	ნორმატიული აქტები
1991 წელი კანონი	„სამეწარმეო საქმიანობის საფუძვლების შესახებ“ (გაუქმდა 1994 წ.)
1992 წელი მთავრობის დადგენილება	„სახელმწიფო საწარმოთა შესახებ დებულების დამტკიცების თაობაზე“ (გაუქმდა 1994 წ.)
1992 წელი მთავრობის დადგენილება	„ფასიანი ქაღალდების შესახებ დროებითი დებულების დამტკიცების თაობაზე“ (გაუქმდა 1994 წ.)
1992 წელი მთავრობის დადგენილება	„ინდივიდუალური მეწარმეობისა და ინდივიდუალური საწარმოების შესახებ დებულების დამტკიცების თაობაზე“ (გაუქმდა 1994 წ.)
1993 წელი მთავრობის დადგენილება	„ადგილობრივი (მუნიციპალური) საწარმოების შესახებ დებულების დამტკიცების თაობაზე“ (გაუქმდა 1994 წ.)
1993 წელი მთავრობის დადგენილება	„შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოების შესახებ დებულების დამტკიცების თაობაზე“ (გაუქმდა 1994 წ.)
1994 წელი კანონი	„მეწარმეთა შესახებ“
1999 წელი კანონი	„მცირე საწარმოთა მხარდაჭერის შესახებ“
2001 წელი კანონი	„სამეწარმეო საქმიანობის კონტროლის შესახებ“
2002 წელი კანონი	„სამეწარმეო საქმიანობის ლიცენზიისა და ნებართვის გაცემის საფუძვლების შესახებ“
2002 წელი კანონი	„სალიზინგო საქმიანობის ხელშეწყობის შესახებ“

1999 წელს, სახელმწიფო სექტორის მცირე საწარმოთა პრივატიზების თითქმის დამთავრების შემდგომ, მიღებული იქნა კანონი „მცირე საწარმოთა მხარდაჭერის შესახებ“ ამჟამად გარდა, „მეწარმეთა შესახებ“ კანონისა, სამეწარმეო საქმიანობის განვითარებას და სამართლებრივ დარეგულირებას ხელს უწყობს სისხლის სამართლის კოდექსი და სამოქალაქო სამართლის კოდექსი, კანონები: „სამეწარმეო საქმიანობის კონტროლის შესახებ“ (2001), სამეწარმეო საქმიანობის ლიცენზიისა და ნებართვის გაცემის საფუძვლების შესახებ (2002 წ.) და სხვა ნორმატიული აქტები.

მიუხედავად იმისა, რომ ბიზნესის განვითარება წლების განმავლობაში არ იყო თავისუფალი და შესაბამისად მათი მონაწილეობა მოსახლეობის სოციალურ დაცვაში მნიშვნელოვან როლს ვერ ასრულებდა გარდა დასაქმებისა, მაინც ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის თვალსაზრისით პირველ ეტაპზე მოსახლეობის ნაწილი გახდა საკუთრების მფლობელი, შეიძინეს საწარმოო საშუალებების გარკვეული ნაწილი.

მაგალითად, საქართველოში სახელმწიფო ქონების მართვის სამინისტროს მონაცემებით სახელმწიფო ქონების ერთი ნაწილი საპრივატიზებო ბარათების („ვაუჩერების“) მეშვეობით მოსახლეობაზე უფასოდ გადაცემის შედეგად „პრივატიზებული“ იქნა დაახლოებით 150 მლნ დოლარის ღირებულების სახელმწიფო ქონება, ანუ ქვეყნის ქონების მთლიანი ღირებულების 30%-ი. პრივატიზების პირველ ეტაპზე სრულიად გამართლებული იყო საპრივატიზებო ბარათების, ეგრეთწოდებული „ვაუჩერების“ შემოღება, რამაც საზოგადოების გარკვეულ ფენებს ქონების მნიშვნელოვანი ნაწილის ადვილად შექენის საშუალება მისცა.

ჩვენის აზრით, პრივატიზაციის მთავარი მიზანი იყო კერძო მესაკუთრეთა ფენის შექმნა, რომელიც თავის მხრივ ხელს შეუწყობდა სოციალურად ორიენტირებულ საბაზრო ეკონომიკის ჩამოყალიბებას, საწარმოთა მუშაობის ეფექტურობის ამაღლებას, საკუთრების პრივატიზირების შედეგად მიღებული სახსრებით სოციალური ინფრასტრუქტურის განვითარების და აქედან გამომდინარე, ფინანსური სტაბილიზაციის მიღწევას და ქვეყნის ეკონომიკაში უცხოური ინვესტიციების მოზიდვას.

II – ეტაპი. კერძო სექტორის ჩამოყალიბება და განვითარების შესაძლებლობები. (1995 - 2000 წლები).

1995 წლიდან დაიწყო მასობრივი პრივატიზება. წელიწადში პრივატიზების ყველა ფორმის გამოყენების გზით კერძო საკუთრებაში გადავიდა 11492 საწარმო. მათ შორის: კონკურსის - 27%; ლიკვიდაციის - 15%; იჯარა გამოსყიდვის - 1%; პირდაპირი მიყიდვის - 28% და აუქციონის გზით - 29%. მნიშვნელოვანი გახდა უცხოური ინვესტიციების მოზიდვის, სახელმწიფოს ხელში დარჩენილი ქონების მართვის ეფექტიანობის ამაღლების, ბიუჯეტში დამატებითი თანხების მოზიდვის, ქვეყანაში ინსტიტუციური ცვლილებებისათვის კონსტრუქციული მხარდაჭერის და პრივატიზების პროცესში ჩამოყალიბებული მესაკუთრეთა და მეწარმეთა ხელისშეწყობის საკითხები. (ჯოხაძე 2008.:53)

საქართველოში 2001 წლის 1 იანვარის მდგომარეობით პრივატიზირებული იყო 16665 ობიექტი. აქედან სააქციო საზოგადოებებად დაფუძნდა 1244, ხოლო საკონტროლო პაკეტი პრივატიზებული იქნა 840-ზე მეტ სააქციო საზოგადოებაში. ელექტროენერგეტიკული სექტორის ობიექტების პრივატიზება განხორციელდა სტრატეგიულ ინვესტიციებზე მსოფლიო ბანკის წარმომადგენელთა (საინვესტიციო ბანკის) დახმარებით. პირველ რიგში განისაზღვრა სააქციო საზოგადოება „თელასის აქციათა პაკეტის 75%-ის პრივატიზება პოტენციურ ინვესტორზე.

შემუშავდა 30 მგვტ სიმძლავრეზე უფრო მაღალი სიმძლავრის ჰესების პრივატიზების ფორმა და წესი. დაფუძნებული სააქციო საზოგადოებებიდან გაიყიდა ლაჯანურჰესის, ტყიბულის, შაორის, ხრამი I-ის, ხრამი II-ის, თბილსრესის, ვარციხის კასკადის, რიონჰესის, გუმათის, თბილისის თბოქსელის აქციები.

ასევე, პრივატიზირებული იქნა სახელმწიფო კომპანია „საქენერგო-გენერაციის“ მცირე ელექტროსადგურები. საწარმოო გაერთიანება „საქენერგორემონტის“ რეორგანიზაციის შედეგად დაფუძნებული სააქციო საზოგადოებები: „საქენერგორემონტი“, „საქენერგოტექრემონტი“, „ცენტრალური სარემონტო ქარხანა“, „თბილსრესრემონტი“, „მექანიზაციის სამმართველო“ და სხვა.

განხორციელდა სოფლის მეურნეობისა და კვების მრეწველობის დარგების ობიექტების პრივატიზება. 1999 წლისათვის მთლიანად დასრულდა სოფლის მეურნეობის მომსახურე საწარმოების (საამშენებლო-სარემონტო, მატერიალურ-ტექნიკური მომარაგების ბაზების, მანქანა-ტრაქტორთა პარკის რემონტისა და სატრანსპორტო საწარმოების) პრივატიზება, თუმცა ნაწილი დღემდე უმოქმედოა.

აღნიშნულ ეტაპზე სულ აქციონირებული იქნა 1121 საწარმო, ანუ სააქციო საზოგადოებებად გარდასაქმნელ ობიექტთა 86,8%. რაოდენობის მიხედვით სააქციო საზოგადოებების მეტი წილი შეიქმნა სოფლის მეურნეობისა და კვების მრეწველობაში 28,5%, მშენებლობასა და არქიტექტურაში 19,2%, ხოლო მრეწველობაში 15,6%. კერძო პირებს აქვთ აქციების 66,2%, უცხოელ ინვესტორებს 19,7%, საინვესტიციო ფონდებს 3,8%, იურიდიულ პირებს 10,7%. საგულისხმოა ის ფაქტიც, რომ დაფუძნებული სააქციო საზოგადოების აქციების 51%-ზე მეტი პრივატიზებულ იქნა 850-ზე მეტ საწარმოში, 70%-ზე მეტი 623 საწარმოში, ხოლო 100%-ი 363 საწარმოში. (ჯოხაძე 2008.:55)

აგრალური საკითხის გადაწყვეტის ერთ-ერთ სწორ გზას წარმოადგენდა საქართველოში აგრალური ურთიერთობების ცენტრალური პრობლემის - მიწის რეფორმის განხორციელება. 1999 წლის 1 ივლისის მდგომარეობით მოქალაქეებს საკუთრებაში უფასოდ გადაეცათ 716.3 ათასი ჰექტარი მიწის ფართობი, სახელმწიფო საზღვრებში მოქცეული საქართველოს ტერიტორიის 10,3%. მათ შორის 677,6 ათასი ჰექტარი სასოფლო-სამეურნეო სავარგული, მათი საერთო რაოდენობის 22,7%, აქედან სახნავისა და მრავალწლიანი ნარგავების - 52,6%.

რათქმაუნდა, აღნიშნული პრივატიზაციის პროცესებმა და საქართველოში განხორციელებულმა ინვესტიციებმა გარკვეულწილად დადებითად იმოქმედა კერძო სექტორის ჩამოყალიბებაზე. ამასთან, ბიზნესსექტორმა გარკვეული წვლილი შეიტანა რეგიონებისა და ადგილობრივი საზოგადოების განვითარებასა და მოსახლეობის სოციალური ინტერესების დაცვაში.

III – ეტაპი. უცხოური ინვესტიციების შემოსვლის გააქტიურება და საერთაშორისო ბიზნესის საფუძვლების განვითარება. (2000-2005 წლები).

საქართველოს მთავრობის მიერ დაწყებული რეფორმების პროგრამა ორიენტირებული იყო კორუფციასთან ბრძოლაზე, საქართველოში ბიზნესის პირობების მართვის გაუმჯობესებაზე. ამ პერიოდში ეკონომიკის ყველა სექტორი იმართებოდა მხოლოდ თავისუფალი საბაზრო კანონებით და სახელმწიფო არც ერთ სექტორს არ ანიჭებდა პრიორიტეტს.

2004 წელს დაწყებულმა ფართომასშტაბიანმა პრივატიზაციის პროცესმა ხელი შეუწყო როგორც პირდაპირი უცხოური და ადგილობრივი ინვესტიციების, ასევე, კერძო სექტორის როლის ზრდას ქვეყნის ეკონომიკაში.

მიუხედავად იმისა, რომ საქართველოს ბაზრით მსოფლიოში ცნობილი კომპანიების დაინტერესება სულ უფრო იზრდება, სრულყოფილი მონაცემები საქართველოში წარმოდგენილი უცხოური კომპანიების ფილიალებისა და შვილობილი კომპანიების მოღვაწეობის შესახებ არ არსებობს. UNCTAD – ის 2005 წლის ყოველწლიურ მსოფლიო საინვესტიციო ანგარიშში მითითებულია, რომ ქვეყანაში მოქმედებს უცხოური ტრანსნაციონალური კომპანიების 190 განყოფილება. საქართველოს სტატისტიკის დეპარტამენტის მონაცემებით დღეისათვის საქართველოში 500-ზე მეტი უცხოური კომპანია თუ წარმომადგენლობა ფუნქციონირებს. ვაჭრობის საერთაშორისო ცენტრის მონაცემებით საქართველოში 35 მსხვილი კომპანიის ფილიალი ფუნქციონირებს. (მანველიძე 2009:153)

2004 წლიდან საქართველოს ბაზარზე აქტიურად შემოვიდა არაერთი საერთაშორისო კომპანია. დიდი ბრიტანეთის კომპანიებმა შეიძინეს მაგნიუმის საბადოები და რუსთავის მეტალურგიული კომბინატი. ინგლისური კომპანია Themes Steei – ია, რომელიც თავის მხრივ მფლობელია ქართული კომპანია Enerjy Industry Complex - ის 99%-ის, რომელიც „ქართული ფოლადის“ 100% ფლობს.

ჩეხურმა კომპანიებმა ინვესტიციები განახორციელეს ელექტროგამანაწილებელ ქსელსა და ჰიდროელექტროსადგურებში. ჩეხურმა კომპანია Energo-Pro- მ საქართველოს ორი სადისტრიბუციო ენერჯოკომპანია და ექვსი ჰიდროელექტროსადგური 132 მილიონ აშშ დოლარად შეიძინა. თუმცა, ამის გარდა საქართველოს ენერჯოსექტორში კიდევ 285 მილიონი აშშ დოლარის ჩადებას გეგმავს. შედეგად, კომპანია ქვეყნის ენერჯობაზრის 62,5%-ს გააკონტროლებს.

2008 წლის თებერვალში დანიურმა „გროუპ ჯგუფმა“ და მისმა პარტნიორებმა „ბათუმის ნავთობის ტერმინალი“ და „ბათუმის საზღვაო ნავსადგური“ ყაზახეთის სახელმწიფო კომპანია „ყაზმუნაიგაზს“ მიჰყიდეს. „ყაზმუნაიგაზი“ 100% - ით სახელმწიფო საკუთრებაა. ამ უკანასკნელის შვილობილი კომპანია „ყაზტრანსოილი“ „ყაზტრანსგაზის“ - თბილისის გაზგამანაწილებელი კომპანიის მფლობელია.

2007 წელს „ყაზმუნაიგაზი“ რუმინული კომპანია Rompetrol-ის აქციების 75%-ის მფლობელი გახდა. თავის მხრივ, Rompetrol-ი საქართველოს ბაზარზე შემოვიდა და ბენზინგასამართი სადგურების ქსელი შექმნა. (მანველიძე 2009:157)

ბრიტიშ პეტროლიუმის მიერ განხორციელებული პირველი ინვესტიცია საქართველოში 1999 წლიდან ფუნქციონირებს, რომელიც დასავლეთ მარშრუტის საექსპორტო მილსადენი (WREP) ბაქო-სუფსის მილსადენის სახელითაა ცნობილი. ბაქო-სუფსის მილსადენის მშენებლობის ფარგლებში ასევე მოხდა სუფსის ტერმინალის მშენებლობა. დასავლეთის მარშრუტის საექსპორტო მილსადენით ხორციელდება კასპიის ზღვის ტერიტორიაზე მდებარე ჩირაგის საბადოდან, სანგაჩაღის ტერმინალის გავლით ნავთობის ჩატვირთვა სუფსის ტერმინალში.

ამგვარად, უმნიშვნელოვანესი დადებითი ეფექტი, რომელიც უნდა მოჰყვეს საერთაშორისო კომპანიების საქმიანობას საქართველოში არის მათი წვლილი როგორც ეკონომიკური ზრდის, ასევე სოციალური პასუხისმგებლობის ამაღლებაში.

IV - ეტაპი. ბიზნესის მაშტაბების ზრდა და საკანონმდებლო მარეგულირებელი პაკეტის შემუშავება. (2005-2010 წლები).

2005-2010 წლებში ინსტიტუციურმა რეფორმებმა საქართველოში შექმნა მიზიდველი საინვესტიციო გარემო და თავისუფალი სამეწარმეო საქმიანობის პირობები, რამაც ხელი შეუწყო ბიზნესის განვითარებას.

რეფორმები ძირითადად შეეხო ბიზნესსუბიექტთა რეგისტრაციის გამარტივებას. აქცენტი გაკეთდა ეკონომიკური და ადმინისტრაციული რეგულირების ზედმეტი ხარჯების შემცირებაზე. ბიზნესის დაწყებისათვის ხარჯები და რეგისტრაციის ხანგრძლივობა მნიშვნელოვნად შემცირდა.

2005 წელს ამოქმედდა ლიცენზირების ახალი კანონი, რომელმაც 150 ლიცენზია და ნებართვა დატოვა, საგრძნობლად შემცირდა ლიცენზირების პროცედურა და მისი გაცემის ვადაც.

ბიზნესის სუბიექტებს გაუმარტივდათ ბაზარზე შესვლის ინსტიტუციური პირობები, ბიზნესის დაწყების გამარტივებითა და ხარჯების შემცირებით მკვეთრად გაიზარდა მცირე და საშუალო ბიზნესსუბიექტების რაოდენობა.

თანამედროვე მსოფლიოში საზოგადოებას აინტერესებს არა მხოლოდ ბიზნესსუბიექტის ბიზნეს საქმიანობის საბოლოო შედეგები, არამედ ისიც, თუ როგორ ახორციელებს ბიზნესსუბიექტი თავის საქმიანობას: როგორ იხარჯება ბუნებრივი რესურსები, როგორია დამოკიდებულება დაქირავებული თანამშრომლების მიმართ, როგორ ზეგავლენას ახდენს ბიზნესსუბიექტის საქმიანობა რეგიონისა და ადგილობრივი საზოგადოების განვითარებაზე, რა როლი და ადგილი უჭირავს ბიზნესს მოსახლეობის სოციალური ინტერესების დაცვაში. აღნიშნულ ეტაპზე საქართველოში ბევრი ბიზნესსუბიექტი საკმაოდ დიდ რესურს ხარჯავს ქველმოქმედებასა და სხვადასხვა საზოგადოებრივად სასიკეთო საქმიანობაზე, მაგრამ ქველმოქმედება ხშირად ვერ იძენს სოციალური დაცვის უზრუნველყოფის შინაარსს, სასურველია ბიზნესის მონაწილეობას მიეცეს სისტემური ხასიათი და აგებული იქნას სახელმწიფოსთან ურთიერთთანამშრომლობის პრინციპზე, რადგან თანამედროვე პირობებში სოციალური დაცვის მექანიზმი უნდა შედგებოდეს სახელმწიფო და კერძო სექტორის მიერ ერთობლივად შემუშავებული ღონისძიებებისაგან.

ასევე, აუცილებელია ბიზნესსუბიექტები მოქმედების პროცესში ავლენდეს სოციალური პასუხისმგებლობის მრავალსაფეხურიანობას მისი თანმიმდევრობის დაცვით.

საქართველოში ფონდი „ჰორიზონტის“ მიერ 63 ბიზნეს სუბიექტში ჩატარებული კვლევის საფუძველზე შესაძლებელია ითქვას, რომ კომპანიები მოქმედების პროცესში ავლენენ სოციალური პასუხისმგებლობის მრავალსაფეხურიანობას მისი თანმიმდევრულობის დაცვით, რასაც განსაზღვრავს მათი განვითარების დონე. გამოკითხულ კომპანიათა 78% -ი თანხებს გამოყოფს მუშაკთა კვალიფიკაციის ასამაღლებლად; 88,9 %-ი ახდენს თანამშრომელთა წახალისებას ფულადი პრემიით, დასაჩუქრებით, ხელფასის მომატებით; 19% - აზღვევს თანამშრომელთა სიცოცხლეს, 9.5 %-ი თანამშრომელთა ოჯახის წევრებს, ხოლო კომპანიათა 4.8 %-ი განახორციელებს საპენსიო უზრუნველყოფას; 43.9%-ი ორგანიზებას უკეთებს გასართობ, კულტურულ და სპორტულ პროგრამებს თანამშრომლებისათვის.

ბიზნესსუბიექტების მიერ აღნიშნული სახის სოციალური პასუხისმგებლობის განხორციელების წინაპირობად შესაძლებელია ჩაითვალოს, ერთის მხრივ, როგორც ბიზნესსუბიექტის მიზნით – მოგების მიღებისათვის მუშაკთა სტიმულირება მათი ცოდნის, გამოცდილების და უნარის დროული რეალიზებისათვის ასევე, კვალიფიციური პერსონალის შენარჩუნების მიზნით, და მეორეს მხრივ, ხელს უწყობს ბიზნესსუბიექტში მუშაკთა შრომითი ურთიერთობების ჩამოყალიბებას.

ფონდ „ჰორიზონტის“ კვლევის შედეგები ცხადყოფს, რომ გამოკითხული კომპანიების 70.6%-ი ეხმარება სოციალურად დაუცველ ფენებს განახორციელებს პროექტებს 52.9% კულტურის, 41.2% სპორტის, 37.3 განათლების, 27.5% ჯანმდაცვის სფეროში.

ამასთან, საქართველოს სოციალური პოლიტიკის მთავარი მიმართულების – დასაქმების დონის ამაღლებისათვის სამეწარმეო ინიციატივების მხარდაჭერაა აუცილებელი და ბიზნესის მხრიდან სოციალური დაცვის უზრუნველყოფაში მონაწილეობის მიღების შემხვედრი ღონისძიება ხელშეწყობა.

V - ეტაპი. ბიზნესსექტორი 2011 წელიდან დღემდე.

თანამედროვე ეტაპზე ბიზნესმა რადიკალურად იცვალა სახე. დღეს მსოფლიოს ყველა ქვეყანა ჩართულია ეკონომიკური გლობალიზაციის პროცესში,

რის გამოც ბიზნესი გახდა მოძრავი და დინამიური. იგი ცდილობს შეაღწიოს სხვადასხვა ქვეყანაში, საერთაშორისო ბაზრებში, გახდეს კონკურენტუნარიანი და აიმაღლოს საკუთარი იმიჯი როგორც ქვეყნის შიგნით, ასევე მის გარეთ.

ამასთანავე, მსოფლიო საბაზრო სისტემის ფარგლებში ქვეყნებს შორის ეკონომიკური ურთიერთობები ხორციელდება მწვავე, მუდმივ კონკურენტულ ბრძოლაში თავიანთი წილის გაფართოებისათვის საქონლის, მომსახურების, კაპიტალისა და ფინანსური რესურსების ბაზრებზე.

ბიზნესსექტორის განვითარების IV-V ეტაპები განსაკუთრებულია იმით, რომ შეიქმნა სახელმწიფოსა და საკუთრების პარტნიორული ურთიერთობების საფუძველი, რაც მეტად მნიშვნელოვანია დაბალ შემოსავლიანი ფენების სამედიცინო, სასურსათო და უზრუნველყოფის საქმეში.

სახელმწიფო პოლიტიკას შეუძლია რადიკალური გავლენა მოახდინოს ამა თუ იმ ბიზნესის ან ეკონომიკის მთელი დარგების პერსპექტივაზე. ამიტომ, სახელმწიფოს ქმედებები ბიზნესსუბიექტთა და მათ ცალკეულ წარმომადგენელთა მიერ აღიქმება ადეკვატურად. სახელმწიფო, უფლებამოსილია შეზღუდოს მიდგომა ბაზართან და შემოიღოს უსაფრთხოების არასაბაზრო სტანდარტები.

ბიზნესის, როგორც ეკონომიკური ძალაუფლების მატარებლის და სახელმწიფო სტრუქტურების, როგორც საჯარო ძალაუფლების მატარებლის ნაწილი ფუნქციებისა ერთმანეთს ემთხვევა, ნაწილი მოდის წინააღმდეგობაში ერთმანეთთან, ხოლო ფუნქციების ნაწილი ავსებენ ერთმანეთს.

თუ დავაკვირდებით გარეგნულად სახელმწიფოსა და ბიზნესის მიზნები არ ემთხვევა ერთმანეთს. ბიზნესის მიზანი ატარებს მკაფიოდ გამოხატულ ინდივიდუალურ, კერძო ხასიათს. სახელმწიფოს მიზანი კი საზოგადოებრივ ხასიათს. ბიზნესის ძირითად მიზანს წარმოადგენს მოგების მაქსიმიზაცია. მაშინ როდესაც სახელმწიფოს მთავარი მიზანი ეკონომიკური და სოციალურ-პოლიტიკური სტაბილურობის უზრუნველყოფაა.

ბიზნესის სახელმწიფო რეგულირება წარმოადგენს სახელმწიფოს მიერ ეკონომიკის ნორმალური ფუნქციონირებისა და განვითარებისათვის ორგანიზაციული, სამართლებრივი და პოლიტიკური უზრუნველყოფის სისტემას, რომელიც მოიცავს:

- შემადგენელ ელემენტებს შორის ურთიერთკავშირის მექანიზმს;

- ზოგად მიზანს, რომელიც მდგომარეობს ბიზნესის ფუნქციონირებისათვის ხელსაყრელი გარემოს შექმნაში მაკროეკონომიკურ დონეზე;
- ბიზნეს სექტორის საქმიანობის ნორმატიულ-სამართლებრივი უზრუნველყოფას;
- საგარეო-ეკონომიკური ბიზნეს საქმიანობის რეგულირებისა და მხაედაჭერის სტრუქტურებს;
- ხელსაყრელი სოციალური გარემოს ჩამოყალიბებას, რაც უზრუნველყოფს პოლიტიკურ სტაბილურობასა და ყველა დაინტერესებული მხარისათვის მისაღებ თამაშის წესებს, რომელსაც მხარს უჭერს სახელმწიფო და ა.შ.

ამ მხრივ მნიშვნელოვანია ამერიკელი მკვლევარების ა. ფლითჩერის და ბ. როსის მოსაზრება, რომ „ბიზნესმენტა მსოფლმხედველობა განსხვავდება სამთავრობო მოხელეების შეხედულებებისაგან. პირველნი ორიენტირებულნი არიან ბაზრის შესაძლებლობებზე, მეორენი კი, პირიქით, ერევიან საბაზრო ურთიერთობებში, ცდილობენ რა მათ მორგებას საკუთარ სოციალურ-პოლიტიკურ მოთხოვნებზე. სახელმწიფოს შეუძლია შეზღუდოს ბაზარზე შესვლა, თავს მოახვიოს უსაფრთხოებისა და ხარისხის არასაბაზრო სტანდარტები და დაარღვიოს ბაზრის სტრუქტურა, რათა გადაანაწილოს რესურსები იმათ სასარგებლოთ, ვისაც არ შეუძლია მისი მიღება.“

სახელმწიფო მოწოდებულია უზრუნველყოს მთელი საზოგადოების ინტერესები და გამოხატოს მოსახლეობის საყოველთაო ნება, ბუნებრივია ის შეიმუშავეს და განახორციელებს ისეთ პოლიტიკურ კურსს, რომელიც ყოველთვის და ყველაფერში ვერ დაემთხვევა ცალკეული ბიზნესმენტების, კორპორაციებისა და თუნდაც ეკონომიკის მთელი დარგების ინტერესებს.

საბაზრო სისტემა ყოველთვის დადებითად ვერ რეაგირებს საზოგადოების ობიექტურ მოთხოვნებზე და ყოველთვის არ არის ეფექტური. ამასთან, ვერ უზრუნველყოფს პროდუქციის მწარმოებელთა და მომხმარებელთა ინტერესების სრულ შეთანაწყოებას, ქვეყნის ეკონომიკის მდგრად განვითარებას, ეკონომიკურ და სოციალურ პირობების შექმნას და ბოლოს ვერ უზრუნველყოფს ქვეყნის ბუნებრივი რესურსების რაციონალურ გამოყენებას და დაცვას. ამრიგად, სახელმწიფოს როლი საბაზრო სისტემის ნორმალური ფუნქციონირებისათვის მეტად

მნიშვნელოვანია. სახელმწიფო თავის თავზე იღებს უპირველესად სოციალური და ეკონომიკური პრობლემების მოგვარებას, მწარმოებელთა და მომხმარებელთა ინტერესების დაცვა-შეთანაწყოებას. ამ მიზნით სახელმწიფო უზრუნველყოფს ქვეყნის ეკონომიკის ორგანიზაციულ-სამართლებრივ რეგულირებას, ქვეყანაში კონკურენტული გარემოს შექმნას და სამართლიანი კონკურენციის უზრუნველყოფას.

სახელმწიფო ახორციელებს ეფექტურ საფინანსო - საგადასახადო, სადაზღვევო პოლიტიკას, ანტიმონოპოლურ და ანტიინფლაციურ ღონისძიებებს. თუ რამდენად ეფექტურად ხორციელდება ეკონომიკის სახელმწიფო რეგულირება ქვეყანაში, ამას გვიჩვენებს ეკონომიკური ზრდის ტემპი, დასაქმების დონე, საგადასახდლო ბალანსის მდგომარეობა, ინფლაციის ტემპი და სხვა.

სახელმწიფოს ხელში არსებული ეკონომიკის რეგულირების ბერკეტები ორ ძირითად ჯგუფად იყოფა: ადმინისტრაციული და ეკონომიკური. პირველში ერთიანდება ისეთი ბერკეტები, რომლებიც დამყარებულია ამა თუ იმ საქმიანობის აკრძალვაზე, ნებართვის გაცემაზე და იძულებაზე. პირველი ორი მოქმედებს მაშინ, როცა სახელმწიფო სათანადო ლიცენზიებით ნებას რთავს ან კრძალავს საქმიანობას ამა თუ იმ სფეროში, ხოლო მესამეს მოქმედება ვლინდება მაშინ, როცა სახელმწიფო აიძულებს მეწარმეს წარმოებაში შექმნას გარკვეული პირობები (დააყენოს გამწმენდი საშუალებები ეკოლოგიური წონასწორობის შენარჩუნების მიზნით და სხვა).

ეკონომიკური მეთოდები ორ ძირითად ჯგუფად იყოფა 1. ფულად – საკრედიტო და 2. საბიუჯეტოდ. ფულად საკრედიტოს მიეკუთვნება ა)ეროვნული ბანკის მიერ გამოყენებული დისკონტის პოლიტიკა, ანუ სესხზე დაწესებული პროცენტის რეგულირება, ბ) კომერციული ბანკებისათვის აუცილებელი მინიმალური რეზერვების დადგენა და მისი პერიოდული ცვლა. გ) სახელმწიფოს მიერ ფასიანი ქაღალდების ბაზარზე განხორციელებული ოპერაციები. მაგალითად, სახელმწიფო ვალდებულებებით ვაჭრობა. აღნიშნული ბერკეტებით ხელისუფლება ცდილობს შეცვალოს ფინანსურ ბაზარზე ფულზე მოთხოვნა - მიწოდება.

ეკონომიკური საქმიანობის რეგულირება სხვადასხვა ბერკეტებითა და უპირველეს ყოვლისა ქვეყნის ეკონომიკური განვითარების ადეკვატური,

სახელმწიფოს მიერ შემუშავებული და მიღებული სამართლებრივ-საკანონმდებლო და ნორმატიული აქტებით ხორციელდება. სამართლებრივი ბაზა ეკონომიკაში თვითრეგულირების პრინციპების ჩამოყალიბებისა და განმტკიცების საფუძველია. საამართლებრივი რეგულირების სისტემაში მნიშვნელოვანი ადგილი ანტიმონოპოლურ კანონმდებლობას უჭირავს. ანუ იმ საკანონმდებლო და ნორმატიული აქტების სისტემას, რომელიც ითვალისწინებს ბაზარზე ცალკეული კომპანიების მიერ მონოპოლიური მდგომარეობის აღკვეთასა და კონკურენციის, როგორც ეკონომიკის წამყვანი მექანიზმის დამკვიდრებას. ამ მიმართულებით ჩვენ ქვეყანაში მოქმედებს კონკურენციის სააგენტო რომლის ფუნქციების გაზრდაზე პარლამენტში შეტანილია კანონპროექტი.

ამრიგად, ეკონომიკური საქმიანობის წარმატება მნიშვნელოვნადაა დამოკიდებული სამართლებრივი გზით განმტკიცებული ბიზნესის ხელშეწყობასა და კონკურენციის დაცვის სახელმწიფო მექანიზმებზე. გარდა ამისა, ეკონომიკური საქმიანობის რეგულირება გამოიხატება სახელმწიფოს მხრიდან ფინანსურ ორგანიზაციულ მხარდაჭერაში (სესხები, სუბსიდიები, გრანტების გაცემა, ინფორმაციით უზრუნველყოფა, კადრების მომზადება და ა.შ.) ლიბერალური საგადასახადო პოლიტიკის გატარებით ეკონომიკური ზრდის წახალისებაში. ამის ნათელი მაგალითია ქობულეთში მშენებლობაზე გაწეული შეღავათები, რომელიც მოგვიანებით სათანადო შედეგს მოგვცემს. საბაზრო ინფრასტრუქტურის (საქონლის და საფონდო ბირჟები, ბანკები სადაზღვევო და საინვესტიციო კომპანიები, სარეკლამო კომპანიები, სარეკლამო სააგენტოები, სერვისის სამსახური და ა.შ.) განვითარებაში და სხვა.

ეკონომიკური საქმიანობის ფინანსურ-ეკონომიკური რეგულირება უპირველეს ყოვლისა გადასახადების და მათთან დაკავშირებულ შეღავათებსა და სანქციებს უკავშირდება სახელმწიფო კანონმდებლობის სრულყოფის გზით, ახდენს საკრედიტო განაკვეთებით მანევრირებას, აწესებს დაბეგვრის დიფერენცირებულ პირობებს, ამარტივებს საგადასახადო ადმინისტრირებას და ა.შ.

ეკონომიკური საქმიანობის ფინანსურ-ეკონომიკური რეგულირება გამოიხატება აგრეთვე ეკონომიკური განვითარების სახელმწიფო პროგრამების შედგენაში, მეცნიერული გამოკვლევებისა და პროექტების მაღალი კაპიტალტევადობა, მოსალოდნელი შედეგების სავარაუდო ხასიათი, ზოგიერთი პროექტის განხორციელების

რციელების ხანგრძლივობა მოითხოვს სახელმწიფოს ჩარევას მათ რეალიზაციაში სახელმწიფო დაფინანსებას, გრანტების, შეკვეთების და ა.შ. გზით.

ეკონომიკური საქმიანობის რეგულირების ერთ-ერთი ფორმაა სოციალური რეგულირება, სახელმწიფოს მიერ მოსახლეობის გარკვეული ნაწილის სოციალური დაცვა, მათი უზრუნველყოფა საარსებო მინიმუმით, ღონისძიებების გატარება შრომისუნარიანი მოსახლეობის გაზრდისა და უმუშევრობის დასაშვებ ზღვრამდე შემცირების მიზნით და ა. შ.

იმის გამო, რომ საბაზრო კონიუნქტურა გამუდმებით მერყეობს, სამეწარმეო საქმიანობის შემარფეხებელი ფაქტორები მოითხოვს სახელმწიფოს მხრიდან ისეთი მექანიზმების გამოყენებას, რომლებიც წინ აღუდგება სტიქიურობას და აღკვეთავს ეკონომიკის მდგრადი განვითარების შემაფერხებელ ფუნქციონირებას. ამ თვალსაზრისით ეკონომიკური საქმიანობის რეგულირებაში დიდი მნიშვნელობა ადმინისტრაციულ რეგულირებას ენიჭება. სახელმწიფო ახორციელებს ფასების რეგულირებას სატრანსპორტო მომსახურებაზე, ელექტროწყალ-გაზზე და თბომომარაგების ტარიფებზე. ამასთან, სახელმწიფომ ფასების რეგულირებით ხელი უნდა შეუწყოს თავისუფალი მეწარმეობის განვითარებას.

ექსპორტ-იმპორტის სახელმწიფო რეგულირება გამოიხატება – სატარიფო პოლიტიკით იმპორტზე, საქართველოში საკანონმდებლო ცვლილებების შესაბამისად საიმპორტო ტარიფების 16 სატარიფო განაკვეთი შემცირდა 3 განაკვეთამდე (0,5 და 12 %) აღარ არსებობს სეზონური ტარიფები.

საქართველოს კანონმდებლობის თანახმად ექსპორტი ან რეექსპორტი განთავისუფლებულია იმპორტის გადასახდელისაგან. ექსპორტი საქართველოდან დღე-თი არ იბეგრება.

ქვეყნის კანონმდებლობით საგარეო ვაჭრობაში არ არის გათვალისწინებული რაიმე არასატარიფო შეზღუდვები (ლიცენზირება, კვოტირება, აკრძალვები და სხვა გარდა იმ შემთხვევებისა, როდესაც ეს აუცილებელია ჯანმრთელობის, უსაფრთხოების და გარემოს დაცვისათვის.

ჩვენის აზრით ბიზნესექტორის სახელმწიფო რეგულირებისათვის საჭიროა ქვეყნის განვითარების სწორი ანალიზი, სპეციფიკური პირობების გათვალისწინება და ბიზნესის მომავალი უსაფრთხო განვითარების განსაზღვრა. უნდა მოხდეს სტრატეგიული და ოპერატიული მიზნების რაციონალური კოორდინაცია. ბაზარსა და სახელმწიფოს შორის ორგანული ერთობის დამყარება. სახელმწიფოს

ეკონომიკური პოლიტიკის ცალკეული შემადგენელი ნაწილები სისტემურად, მიზეზ-შედეგობრივად უნდა იყოს დაკავშირებული ერთმანეთთან.

1.3 ბიზნესის განვითარების შესაძლებლობები

საქართველოში

საქართველოს ეკონომიკა დღევანდელ ეტაპზე ორიენტირებულია მსოფლიო ეკონომიკაში ინტეგრაციის გაღრმავებაზე. ამ მიზნით ხორციელდება ეკონომიკის ლიბერალიზაცია და ბიზნესის ხელშემწყობი გარემოს ჩამოყალიბება, რაც პირდაპირ ზემოქმედებას ახდენს კონკურენციის განვითარებასა და ურთიერთდაკავშირებულ საწარმოთა ქსელის განვითარების პროცესზე.

საბაზრო მეურნეობის პრინციპების დანერგვით საქართველოში შეიქმნა მეწარმეობის განვითარების საფუძველი. 90-იანი წლების მეორე ნახევრიდან აღინიშნა სამეწარმეო აქტუალობის გამოცოცხლება და ქვეყანაში მოსახლეობის სოციალური პრობლემების გადაჭრის მიზნით საქართველოს ხელისუფლებამ აქცენტი გააკეთა მეწარმეობის განვითარებაზე, 1996 წელს პარლამენტის მიერ მიღებული სოციალური განვითარების ძირითად მიმართულებების კონცეფციაში მცირე და საშუალო მეწარმეობა აღიარებული იქნა ქვეყნის სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების ძირითად მიმართულებად და მამოძრავებელ ძალად. (თოქმაზიშვილი... 2010:20)

მნიშვნელოვანია ბიზნესის შეფასებისას განისაზღვროს მისი განვითარების ძირითადი მიმართულებები, შესწავლილი და შეფასებული იქნას ბიზნესის პოტენციალი და ქმედითუნარიანობა. ბიზნესის შეფასებას აქვს სახელმწიფოებრივი მნიშვნელობა, იმიტომ, რომ სწორედ ბიზნესის შეფასების საშუალებითაა შესაძლებელი მეწარმეობრივი აქტივობის, ეკონომიკის ზრდის ტემპების და რესურსების, სახელმწიფო ბიუჯეტის დაგეგმვისა და პროგნოზირების, ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის ხარისხის განსაზღვრა.

მიგვაჩნია, რომ ქვეყნისათვის ის სასარგებლო იქნება მხოლოდ იმ შემთხვევაში თუ რეალურად შეფასდება რესურსები, სამეწარმეო უნარი, გეოგრაფიული და ეკონომიკური ფაქტორები და ეს კრიტერიუმები არგუმენტირებული იქნება ინვესტორებისათვის.

ბიზნესის განვითარება და სტრუქტურული სრულყოფა ნებისმიერ ქვეყანაში გარკვეულ პრობლემებს უკავშირდება. ჩვენ შევეცადეთ გამოგვეყო ის მთავარი პრობლემები, რომელიც შეიძლება არსებობდეს ბიზნესურთიერთობებში, კერძოდ:

- საბანკო პროდუქტების სიძვირე და ხელმიუწვდომლობა.

ბიზნესისათვის ფულადი სახსრების მოძიების უნარი ისევე მნიშვნელოვანია, როგორც კარგი ადგილმდებარეობა, ან კარგი მოწყობილობები, მომწოდებლები, ან სათანადო სამუშაო ძალა. ასეთ შემთხვევაში მნიშვნელოვანი ადგილი უჭირავს საბანკო პროდუქტს, რომელიც შეიძლება ითქვას რიგი ფაქტორების გამო ბიზნესისათვის გარკვეულწილად მიუწვდომელი აღმოჩნდეს. საბანკო კრედიტის მაღალი საპროცენტო განაკვეთები მნიშვნელოვნად ამცირებს ბიზნესსექტორის მიერ ახალი ტექნოლოგიების გამოყენებისა და მწარმოებლურობის ამაღლების შესაძლებლობებს.

განსაკუთრებით რთულია აგროსექტორის შენახვა და საბანკო კრედიტები სწორედ სოფლის მეურნეობაში დასაქმებული ადამიანებისათვის არის მიუწვდომელი, რადგან სეზონურობის გამო მისი დაფინანსება გარკვეულ რისკთან არის დაკავშირებული. ფაქტია, რომ ეს მნიშვნელოვნად შეაფერხებს როგორც აგრობიზნესის განვითარებას, ისე ნებისმიერი სახის ბიზნესის განვითარებას, მაშინ როცა ნებისმიერი ქვეყნის ეკონომიკისათვის მთავარი საყრდენი ბიზნესია.

- შრომის ბაზარზე კვალიფიციური კადრების სიმცირე.

ინოვაციური ეკონომიკა წარმოდგენელია მაღალკვალიფიციური და ყოველმხრივ განვითარებული კადრების გარეშე. დაბალკვალიფიციურ მუშაკებს არ ძალუძთ არა მარტო ინოვაციური პროდუქციის წარმოება, ახალი ტექნიკისა და ტექნოლოგიების შექმნა-ათვისება, არამედ შექმნილის რაციონალური გამოყენებაც კი.

ბიზნეს სექტორი განიცდის კვალიფიციური კადრების დეფიციტს. ეს განსაკუთრებით იგრძნობა მენეჯმენტში, რაც ხელს უშლის ბიზნეს სუბიექტებში ღირებულებების ზრდას. განსაკუთრებით დაბალია შრომის მწარმოებლურობა მცირე და საშუალო საწარმოებში და კვალიფიციური კადრებისათვის ეს სფეროები არ არის მიმზიდველი. ჯერჯერობით არ არსებობს ბიზნეს სექტორის მიერ კადრების კვალიფიკაციის ზრდის სტრატეგია. იმის გამო, რომ კადრების გადამზადე-

ბა არ არის საყოველთაო, საწარმოები ძირითადად შრომის ბაზარზე არსებულ რესურსზე არიან ორიენტირებული.

საქართველოს სოციალური, პოლიტიკური და ეკონომიკური განვითარების თანამედროვე პირობებიდან გამომდინარე აუცილებელია მოხდეს ადამიანური კაპიტალის სფეროში განვითარებული ქვეყნების გამოცდილების შესწავლა და გაზიარება.

ასევე, კადრების დაქირავების დროს შეცდომების მინიმალიზაცია და კადრების გადინების შემცირებაა აუცილებელი, რაც მიიღწევა პერსონალის ეფექტური მართვის უზრუნველყოფით, მოდერნიზაციის სტიმულაციით ბიზნეს პროცესების ჩარჩოებში და პასუხისმგებლობით შრომის შედეგებზე. რაც უფრო მაღალია მუშაკთა კვალიფიკაციის დონე, მით უფრო დიდია ეკონომიკური უკუგება, რასაც იღებს საზოგადოება კვალიფიციური შრომის გამოყენების შედეგად.

- ექსპორტის გარკვეული დოზით შეზღუდულობა.

საქართველოში ბიზნესსუბიექტების უმრავლესობა ადგილობრივი მნიშვნელობისაა, მცირეა იმ ბიზნესსუბიექტთა რაოდენობა, რომლებიც ახორციელებენ ექსპორტს.

საქართველოდან ექსპორტის ზრდის ტემპი თითქმის სამჯერ ჩამოუვარდება ქვეყანაში იმპორტირებული პროდუქციის ოდენობას. 2011 წლის იანვარ-ოქტომბრის მონაცემებით საქართველოში სამჯერ მეტი პროდუქცია შემოვიდა, ვიდრე გავიდა. ამ მონაცემებით, იმპორტის მთლიანი სავაჭრო ბრუნვის 76% -ს შეადგენს. სწორედ ამიტომ, სავაჭრო საღებო 2011 წელსაც უარყოფითია, მეტიც – დინამიკაზე დაკვირვებით ეს მონაცემი ყოველწლიურად იზრდება. ეს ზრდა ძირითადად, იმპორტის მატებითაა განპირობებული. (ხალიანი 2011:1)

ასევე, ზოგადად ადგილობრივ წარმოებასა და ექსპორტს მნიშვნელოვან პრობლემებს უქმნის უსაფუძვლოდ გამყარებული ეროვნული ვალუტა. ძვირი ეროვნული ვალუტა ნორმალურ პირობებში აუცილებლად აძვირებს ეროვნულ პროდუქციას. გამყარებული ლარის პირობებში ქართველ მეწარმეს ინფლაციის გარეშეც უძვირდება პროდუქცია, ეს ქართულ ნაწარმს არაკონკურენტუნარიანს ხდის როგორც საერთაშორისო, ისე ადგილობრივ ბაზარზე.

- ბიზნეს კულტურის დაბალი დონე.

სერიოზული პრობლემაა ბიზნესსექტორში დასაქმებულთა სწავლება, კვალიფიკაციის ამაღლება და ა.შ. გარდაქმნას მოითხოვს მეწარმეთა ქცევის

ფსიქოლოგია. რაც უპირველეს ყოვლისა იმით გამოიხატება რომ უმეტესობა საქმიანობას იწყებს ყოველგვარი დასაბუთება-გაანგარიშების გარეშე. მათი ფსიქოლოგია ძირითადად ორიენტირებულია პრინციპზე: „მთავარია დაწყება ხოლო დანარჩენს საქმე გამოაჩენს.“ ასეთი მიდგომით საწარმოს ეფექტიანად ფუნქციონირების ალბათობა ძალიან მცირეა.

- საკუთარი ბაზრის დაცვა უხარისხო პროდუქციისაგან.

ქვეყანაში ბიზნესის განვითარების მნიშვნელოვანი პრობლემაა ჯანმრთელობისათვის უსაფრთხო პროდუქციის წარმოება და ლიცენზირებული იმპორტირებული პროდუქციის ხარისხის შესაბამისობის მონიტორინგი.

სამომხმარებლო ბაზარზე მომხმარებელთა უფლებების დაცვას დიდი მნიშვნელობა უნდა მიენიჭოს. მომხმარებელი ინფორმირებული უნდა იყოს პროდუქციისა და მომსახურების მახასიათებლების შესახებ, მასთან დაკავშირებული სარგებლისა და მოსალოდნელი რისკის შესახებ. დაცული უნდა იყოს მომხმარებელთა უფლებები და ხელი შეეწყოს ცივილური სამომხმარებლო ბაზრის განვითარებას.

- ინოვაციური ტექნოლოგიების არასრულყოფილება.

ბიზნესსუბიექტები ვერ ზრუნავენ ინოვაციური ტექნოლოგიების სრულყოფასა და კონკურენციული უპირატესობის შექმნაზე. საწარმოთა ეფექტიანობა უზრუნველყოფილია არახარისხობრივი მაჩვენებლების სრულყოფით, არამედ ხელფასის ეკონომიით, შრომის პირობების გაუმჯობესებაზე მინიმალური დანახარჯების გაწევით და მოძველებული ტექნოლოგიების გამოყენებით.

მიუხედავად ამისა, თანამედროვე პირობებში ინოვაციური პოლიტიკა იძენს განსაკუთრებულ მნიშვნელობას, სხვადასხვა მიზეზების გამო ხანგრძლივი დროის განმავლობაში საწარმოები ვერ ახორციელებდნენ ტექნოლოგიურ ინოვაციას კონკურენციული უპირატესობის მოსაპოვებლად.

საქართველოში ჯერ კიდევ სათანადო ყურადღება არ მახვილდება ბაზარზე მოქმედების ხაზის შერჩევასა და ინოვაციური სტრატეგიის გამოყენებაზე. ღომელთა მიზანია სამამულო საწარმოებისათვის კონკურენციული უპირატესობის შექმნა. მისი მიღწევა კი შესაძლებელია მართვის მექანიზმის ფორმირებითა და სისტემური გაუმჯობესებით, მართვის ფუნქციების ხარისხიანი შესრულებით, მართვის მატერიალურ – ტექნიკური ბაზის სრულყოფითა და თანამედროვე ტექნოლოგიების გამოყენებით.

- საკუთრების მემკვიდრეობის დაცვა და უზრუნველყოფა.

აღსანიშნავია, რომ ბიზნესის შემდგომი სტიმულირების საუკეთესო შესაძლებლობა არის საზოგადოების, სწორი მენეჯმენტის და ხელისუფლების ერთიანობა. თითოეულის ძალისხმევა არის საჭირო, რათა საბოლოო შედეგის მისაღებად თითოეული ნაბიჯი მაქსიმალურად ეფექტურად იყოს გადადგმული.

რადგანაც სახელმწიფომ ბიზნესგარემოს გაუმჯობესებისათვის უნდა მოახდინოს ნორმატიულ-სამართლებრივი ბაზის ფორმირება; საფინანსო-საკრედიტო და საინვესტიციო მხარდაჭერა; ბიზნეს-ინფრასტრუქტურის ფორმირება; საინფორმაციო, სამეცნიერო-მეთოდოლოგიური და საკადრო უზრუნველყოფა; ბიზნეს-სუბიექტების სოციალური დაცვა და მათი უსაფრთხოებისათვის პირობების შექმნა; საზოგადოებრივი მხარდაჭერის სისტემის ფორმირება და სხვა ძირეული საკითხების გათვალისწინება.

ბიზნესის განვითარების აუცილებელი პირობაა ყველა დარგის მენეჯერებისა და სპეციალისტების მიერ თანამედროვე ბიზნესის მეთოდებისა და ხერხების დაუფლება, რომლის მთავარ მიზანს წარმოადგენს ერთისმხრივ, საბაზრო უნარ-ჩვევების ფორმირება, მეორეს მხრივ ცოდნის მიღება კონკრეტულ ბიზნესზე და მის თავისებურებებზე.

ბიზნესსუბიექტი კარგად უნდა ფლობდეს ბაზრის პირობებს, მაგალითად, მეწარმემ შეიძლება კარგად იცოდეს ბაზრის ერთი მხარე, საქონლის დამზადება, მაგრამ მარკეტინგში, მენეჯმენტში და ბაზარზე რეალიზაციაში კარგად არ იყოს გათვითცნობიერებული.

ბიზნესის წინაშე არსებული პრობლემების გადასაჭრელად ის სისტემურად უნდა ფლობდეს გარე და შიდა სოციალური გარემოს მდგომარეობას.

წარმოების განვითარების და უცხოური ინვესტიციების მოზიდვის მნიშვნელოვანი რეზერვია არსებული საგარეო ვაჭრობის რეჟიმის სრული რეალიზაცია, რომელსაც მიეკუთვნება:

უპირატესი ხელშეწყობის რეჟიმი. საქართველო როგორც ვაჭრობის მსოფლიო ორგანიზაციის წევრი, მისი წესდების შესაბამისად სარგებლობს მისი წევრი 153 ქვეყანასთან სავაჭრო ურთიერთობებში „უპირატესი ხელშეწყობის რეჟიმით“.

პრეფერანციათა განზოგადოებული სისტემა, რაც გულისხმობს ბენეფიციარ ქვეყნებთან იმპორტირებულ საქონელზე საბაზო საიმპორტო ტარიფების შე-

მცირებული განაკვეთების დაწესებას. საქართველო არის: ევროკავშირის, აშშ, იაპონიის, კანადის, შვეიცარიის და ნორვეგიის პრეფერენციათა განზოგადოებული სისტემის ბენეფიციარი.

თავისუფალი ვაჭრობის რეჟიმი გულისხმობს შეთანხმების მონაწილე მხარეებს შორის ვაჭრობის განთავისუფლებას საბაჟო-საიმპორტო გადასახადებისაგან. გარდა ურთიერთშეთანხმებული გამონაკლისებისა, საქართველოს ორმხრივი თავისუფალი ვაჭრობის ხელშეკრულებები გაფორმებული აქვს სხვადასხვა ქვეყნებთან.

საქართველო სარგებლობს ევროკავშირის მიერ მინიჭებული განზოგადოებული პრეფერენციათა გაფართოებული სისტემით **GSP+** რაც ითვალისწინებს საქართველოს ექსპორტის თითქმის უტარიფო დაშვებას ევროკავშირის ბაზარზე. ამ სტატუსის მიღებით საქართველოს შეუძლია ევროკავშირის ქვეყნებში შეიტანოს 7200 –მდე სახეობის პროდუქცია.

გარდა აღნიშნულისა, ევროკავშირი საქართველოს სთავაზობს „ღრმა და ყოვლისმომცველ თავისუფალი ვაჭრობის შესახებ ხელშეკრულებას“ „ყოვლისმომცველი“ გულისხმობს ვაჭრობას ფართო სპექტრით, „ღრმა“ კი გულისხმობს, რომ ტარიფების შემცირების გარდა ხელშეკრულება ითვალისწინებს არასატარიფო ბარიერების შემცირებას და ვაჭრობასთან დაკავშირებული საკითხების ჰარმონიზაციას. ეს ხელშეკრულება - **FTA+** საქართველოს მნიშვნელოვან სარგებლიანობას მოუტანს. კერძოდ, გაეროს განვითარების პროგრამის კვლევის მონაცემებით მშპ 7.6 % გაიზრდება.

FTA+ მიღების შემთხვევაში შესაძლებელი იქნება არასატარიფო ნორმებისა და ტექნიკური რეგლამენტების ჰარმონიზაციით შემცირდეს ევროკავშირში ექსპორტის ბარიერები. არასატარიფო ბარიერების უდიდესი ნაწილი პროდუქციის სტანდარტებს და რეგლამენტებს მოიცავს. ევროკავშირის სტანდარტები მხოლოდ უზნებლობის საკითხებს ეხება, როგორცაა ხორცისა და სოფლის მეურნეობის სხვა პროდუქციის სანიტარული და ფიტოსანიტარული სტანდარტები. პროდუქცია რომელიც ვერ აკმაყოფილებს სავალდებულო სტანდარტებს, ევროკავშირის ბაზარზე არ დაიშვება. ყველა სხვა სტანდარტი ნებაყოფილობითია, თუმცა მისი შესრულება მნიშვნელოვანია. აღნიშნულიდან გამომდინარე, იმისათვის, რომ მივალწიოთ ევროკავშირთან **FTA+**-ით ხელშეკრულების გაფორმებას და არასატარიფო ბარიერების შემცირებას, აუცილებელია

ადგილობრივი წარმოების პროდუქციის ევროკავშირის ნორმებისა და სტანდარტებთან შესაბამისობაში მოყვანა.

მიუხედავად გარკვეული წარმატებისა, რომელიც მირწეული იქნა მაკროეკონომიკური სტაბილიზაციის, ეკონომიკის ზრდის, ბიზნესგარემოს გაუმჯობესებისა და სავაჭრო პოლიტიკის სრულყოფის თვალსაზრისით საქართველოს ეკონომიკა ჯერ კიდევ შორსაა მისი პოტენციალური შესაძლებლობებისაგან.

ეკონომიკის ზრდის მნიშვნელოვანი რეზერვია ტურისტული პოტენციალის გამოყენება. ამის საფუძველს იძლევა უძველესი ისტორია, ხელსაყრელი კლიმატი და ლამაზი ლანდშაფტი. შავი ზღვისპირა და სამთო კურორტების განვითარების შესაძლებლობა. ამ დარგში კარგად გათვლილი პროგრამა მოქმედებს და უახლოეს მომავალში ტურიზმი საქართველოს ერთ-ერთ მნიშვნელოვან საექსპორტო მომსახურეობად გადაიქცევა, რაც სოფლის მეურნეობის და ეკონომიკის სხვა სექტორების მნიშვნელოვან ზრდას განაპირობებს. ამის ნათელი მაგალითია აჭარის რეგიონში მიმდინარე ტურისტული ინფრასტრუქტურის სწრაფი ტემპით განვითარება.

საქართველოს ყველა პირობა გააჩნია იმისათვის, რომ გადაიქცეს საერთაშორისო ტურიზმის ქვეყნად 102 კურორტით, 182 საკურორტო ადგილით, 15000 ისტორიული ძეგლით, რომელთაგან 4 შეტანილია იუნესკოს მსოფლიო საგანძურთა სიაში, არსებული ეროვნული პარკებით, 2400 მინერალური წყაროთი, რომელთა დღე-ღამური მარაგი 130 მლნ ლიტრია, სამკურნალო ტალახებით, კლიმატის მრავალფეროვნებით, მეცნიერების, განათლებისა და კულტურის მაღალი დონით, განთქმული ქართული სტუმარტმოყვარეობით.

საქართველო მრავალი დასახელების საქონლის სატრანზიტო დერეფანს წარმოადგენს. მოსალოდნელია, რომ სატრანზიტო მომსახურება საქართველოს ეკონომიკის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი სეგმენტი გახდეს. მის საფუძველს იძლევა უკვე არსებული ნავთობი და გაზსადენები. ბაქო – ერზრუმის გაზსადენის საშუალებით შესაძლებელია გაზის მიწოდება ევროპისათვის. არსებული პოტენციალის გათვალისწინებით შესაძლებელია ყოველწლიურად 30 მილიარდი კუბურ-ომეტრი გაზის გატარება. ასევე, მოსალოდნელია საავტომობილო და საზღვაო ტვირთბრუნვის მოცულობის ზრდა.

ახლო მომავალში მნიშვნელოვანი როლის შესრულება შეუძლია რკინიგზასაც, რომელიც მრავალი წელია ემსახურება კავკასიისა და ცენტრალური აზიის ქვეყნების ტვირთების ტრანსპორტირებას. ახალქალაქი-ყარსის რკინიგზის საზის მშენებლობის დამთავრებით ამოქმედდება პირდაპირი სარკინიგზო მაგისტრალი, რომელიც ევროპასთან დააკავშირებს ჩინეთსა და ცენტრალური აზიის ქვეყნებს.

ასევე უნდა აღინიშნოს, რომ ქვეყანას საზღვაო ტრანსპორტით მომსახურების დიდი პოტენციალი გააჩნია ორი სტრატეგიული პორტის ბათუმის და ფოთის სახით.

საქართველოს ჰიდროელექტრო პოტენციალი გააჩნია და სავსებით შესაძლებელია მნიშვნელოვანი საექსპორტო საქონელი გახდეს. ამისათვის საჭიროა არსებული ჰიდროელექტრო სადგურების სიმძლავრეების

გამოყენების გაუმჯობესება და 15 ახალი ელექტროსადგურის მშენებლობა, სადაც მკაცრად დაცული იქნა ეკოლოგიური და სხვა ტექნიკური მოთხოვნები. მათ, როგორც განახლებადი ენერჯის წყაროს გლობალური დათბობის პირობებში უდიდესი მნიშვნელობა ენიჭება.

რაც შეეხება აგროსასურსათო სექტორს, იგი უფრო სწრაფი ტემპით უნდა განვითარდეს. საქართველოს ბუნებრივ-კლიმატური პირობები საშუალებას იძლევა არა მარტო უზრუნველყოს ქვეყნის სასურსათო უსაფრთხოება, არამედ რესურსების ყველაზე კონკურენტუნარიან პროდუქტებზე კონკურენციის გზით მოიპოვოს კუთვნილი ადგილი მსოფლიო ბაზარზე. ამასთან, შესამუშავებელია სახელმწიფო მხარდაჭერის პროგრამა, ვაჭრობის მსოფლიო ორგანიზაციის მოთხოვნების გათვალისწინებით.

მნიშვნელოვნად მიგვაჩნია მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარების ხელშეწყობა და სტიმულირება. რომელთა სარგებლიანობა გამოიხატება ჯერ ერთი მომხმარებლისათვის საჭირო საქონლის წარმოებით, მიწოდებით და მომსახურებით და მეორე, მოსახლეობის ხელსაყრელ სამუშაოთა უზრუნველყოფით. ასევე მნიშვნელოვანია ფოთისა და ქუთაისის თავისუფალი ეკონომიკური ზონების შესაძლებლობების მაქსიმალური გამოყენება, რაც უზრუნველყოფს უცხოური ინვესტიციების მოზიდვას, ახალი ტექნოლოგიების ათვისებას, ექსპორტის გაფართოებას, სამუშაო ძალის დასაქმებასა და მათი კვალიფიკაციის ამაღლებას.

ეკონომიკური პოლიტიკის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი სეგმენტი უნდა გახდეს იმპორტშემცველი პროდუქციის განვითარება იმპორტირებული პროდუქტის მნიშვნელოვანი ნაწილი იმ საქონელთა რიცხვს მიეკუთვნება, რომელთა წარმოება ადგილზე შეიძლება და რაც მთავარია, უკეთესი ხარისხით. აღნიშნული პროდუქციის წარმოების გაფართოებით შესაძლებელია მათზე ადგილობრივი მოთხოვნის მთლიანად ან დიდი ნაწილით დაკმაყოფილება და შესაბამისად, ახალი სამუშაო ადგილების შექმნა და სავაჭრო ბალანსის გაუმჯობესება.

ეკონომიკის განვითარებას მნიშვნელოვნად შეუწყობს ხელს ინფრასტრუქტურის გაუმჯობესება, რომელიც სწრაფი ტემპით მიმდინარეობს და ქმნის რეალურ შესაძლებლობებს ნებისმიერი დარგის განვითარებისათვის.

ყოველივე აღნიშნულის რეალიზაცია მნიშვნელოვანწილად ხელს შეუწყობს ქვეყნის ეკონომიკურ განვითარებას, სოციალური უთანაბრობის შერბილებასა და დასაქმების ზრდას. ბიზნესის განვითარებასთან ერთად ამადღდება მისი სოციალური პასუხისმგებლობა, ის კიდევ უფრო ეფექტურად ჩაერთვება ქვეყნის სოციალური პრობლემების მოგვარების საქმეში.

თავი II. ბიზნესგარემო და მისი ფორმირების თავისებურებები

2.1. ბიზნესის პოლიტიკური, ეკონომიკური და სამართლებრივი გარემო

ბიზნესის განვითარებისათვის მნიშვნელოვანია ხელსაყრელი გარემო, რომელიც წარმოადგენს სოციალურ, ტექნოლოგიურ, ეკონომიკურ, პოლიტიკურ, გეოგრაფიულ ფაქტორთა ერთობლიობას და ზემოქმედებს ბიზნესის სტრატეგიებზე, პროცესებსა და განვითარების შესაძლებლობებზე.

ძირითად ფაქტორებს, რომლებიც უდიდეს გავლენას ახდენენ ბიზნესის განვითარებაზე, წარმოადგენს პოლიტიკური, ეკონომიკური და სამართლებრივი სისტემები. პოლიტიკური გარემოს დანიშნულებაა საზოგადოების ინტეგრირება ერთიან სასიცოცხლო ორგანიზმად; ეკონომიკური გარემოს დანიშნულებაა შეზღუდული რესურსების განაწილება კონკურენტებს შორის და დაკავშირებულია ამ რესურსების რეგულირებასა და კოორდინაციასთან; აგრეთვე, ქონების მესაკუთრის განსაზღვრასთან. სამართლებრივი სისტემა არის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ფაქტორი, რომელიც გავლენას ახდენს ბიზნესის საქმიანობაზე.

პოლიტიკური გარემო. თანამედროვე საზოგადოებების უმრავლესობა პრულარისტულია, რაც ნიშნავს, რამოდენიმე იდეოლოგიის თანაარსებობას. იდეოლოგია ეს არის კონცეფციების, თეორიებისა და მიზნების ერთობლიობა, რომელიც ქმნის სოციალურ-პოლიტიკურ პროგრამას.

ნებისმიერი პოლიტიკური სისტემის მთავარ პარამეტრს წარმოადგენს მისი უნარ, შეინარჩუნოს საზოგადოება მთლიანობაში მოწინააღმდეგე იდეოლოგიის ზეგავლენის მიუხედავად.

პოლიტიკური იდეოლოგიები იმდენად მრავალგვარია, რომ მათი ადგილის ზუსტი განსაზღვრა მართვის სისტემაში ძნელია. აქ განმსაზღვრელი არის მმართველობაში და გადაწყვეტილების მიღებაში მოსახლეობის მონაწილეობის დონე. თეორიული მოსაზრებით მმართველობის ორ რადიკალურად ურთიერთსაწინააღმდეგო სისტემებს ტოტალიტარიზმი და დემოკრატია წარმოადგენს. ამ ორი პოლუსიდან გამომდინარე სხვა მმართველობის სისტემები და ისინი ერთმანეთისგან განსხვავდებიან ქვეყნის მართვაში ადამიანური რესურსის მონაწილეობის ხარისხით.

აღსანიშნავია, რომ ბიზნესგარემოს ერთ-ერთ ძირითადი და მნიშვნელოვანი ნაწილი სწორედ პოლიტიკა, რომლის ზეგავლენა სამეწარმეო გარემოზე მნიშვნელოვანია. ერთის მხრივ, ბიზნესი მოქმედებს პოლიტიკაზე, განსაკუთრებით, ეკონომიკურ პოლიტიკაზე, ხოლო მეორეს მხრივ - პოლიტიკა განსაზღვრავს ბიზნესის ქცევის წესებს.

საბჭოთა კავშირის დაშლამ და მის საფუძველზე დამოუკიდებელი სახელმწიფოების აღმოცენებამ ღრმა ტრანსფორმაციული პროცესები გამოიწვია და დღის წესრიგში თვისობრივად ახალი პრობლემები დააყენა, რომლებიც ეკონომიკური მეცნიერების მთელი ისტორიის მანძილზე შემუშავებულ სქემებს სცილდება. აქედან გამომდინარე, პოსტკომუნისტურ ქვეყნებში, მათ შორის საქართველოშიც დაიწყო ახალი ეპოქის გარდამავალი პერიოდი. საქართველოში დაწყებულმა სისტემურმა ტრანსფორმაციულმა პროცესებმა, პოლიტიკურთან ერთად მოიცვა ქვეყნის ეკონომიური, სოციალური, კულტურული და ა.შ სფეროები. გარდამავალი პერიოდის სტრატეგიად ერთმნიშვნელოვნად აღიარებული იქნა შერეული ეკონომიკური სისტემის ფორმირება და საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლა.

ეკონომიკური რეფორმების წარმატება დიდად არის დამოკიდებული იმ მოდელებზე, რომლებიც ქვეყანამ სისტემური გარდაქმნის, ეკონომიკის რეფორმირების საწყის ეტაპზე უნდა აირჩიოს. მსოფლიო პრაქტიკამ ამ თვალსაზრისითაც წინა პლანზე “შოკური თერაპია” და გრანუალისტური ანუ ევოლუციური გზის მოდელები წამოსწია.

ჩვენის აზრით, “შოკური თერაპია” უპირველეს ყოვლისა ტრანსფორმაციული პროცესების დაჩქარებული ტემპით წარმართვას გულისხმობს, რაც შემდეგ პრინციპებს ემყარება: ფასების განთავისუფლებას, საგარეო ვაჭრობის სწრაფ ლიბერალიზაციას, სახელმწიფო ქონების პრივატიზაციას და სახელმწიფოს ეკონომიკური როლის მინიმიზაციას. მისთვის დამახასიათებელია მაღალი დონის რადიკალიზმი, რაც არსებული ეკონომიკის დემონტაჟში და ნგრევაში გამოიხატება.

საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლის ეს გზა არ გულისხმობდა საქართველოს საწარმო პოტენციალის განვითარებასა და ფინანსურ სტაბილიზაციას, მისი მთავარი მიზანი იყო ფასების განთავისუფლება და ვაჭრობის ლიბერალიზაცია.

გრანუალისტური მოდელისათვის დამახასიათებელია სახელმწიფო ინსტიტუტების შეცვლა-განახლება. ეროვნული მეწარმეობის სტიმულირება და წარმოების სტაბილიზაცია, სახელმწიფო მონოპოლიების არსებობა ეკონომიკის საკვანძო სფეროებში და სხვა ეკონომიკური სისტემის ელემენტების გამოყენება ევოლუციური გზით გარდაქმნის საფუძველს წარმოადგენს, რაც გათვლილია საწარმოო პოტენციალის განვითარებაზე, ადგილობრივი წარმოების კონკურენტუნარიანობის ამაღლებაზე.

საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლის აღნიშნული ორი მოდელიდან საქართველომ არჩევანი “შოკურ თერაპიაზე” გააკეთა.

საქართველოში ეკონომიკის ტრანსფორმაციული პროცესები მიღებული შედეგებიდან გამომდინარე, გარდამავალი პერიოდის ეტაპებად დაყოფის შესაძლებლობას იძლევა და შეიძლება სამ ეტაპად დაიყოს: I-ეტაპი მოიცავს 1991-1995 წლებს, II-ეტაპი - 1996-2003 წლებს, ხოლო III-ეტაპი იწყება 2004 წლიდან და გრძელდება დღემდე.

I-ეტაპი როგორც ეკონომიკური რეფორმების საწყისი, ხასიათდება შემდეგი ძირითადი ნიშნებით: პოლიტიკური დამოუკიდებლობის მოპოვების შემდეგ სახელმწიფოებრივი ატრიბუტების არქონის გამო ქვეყანა დადგა ორი ურთულესი ამოცანის წინაშე. “შოკური თერაპიის” განხორციელებასთან ერთად, პარალელურად უნდა ჩამოყალიბებულიყო სახელმწიფო ინსტიტუტები. საქართველოში ამ უკანასკნელის ფაქტობრივი არარსებობა “შოკური თერაპიის” წარუმატებლობის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი მიზეზი გახდა. და მეორე, საკუთარი ფულად-საკრედიტო სისტემის სახელმწიფო ინსტიტუტებისა და ეროვნული ვალუტის არსებობა. საქართველო ჯერ კიდევ სამანეთო ზონაში იყო მოქცეული, რაც ხელს უშლიდა რეფორმის სრულყოფილ განხორციელებას. აშკარად იგრძნობოდა ამ მიმართულებით ცოდნისა და რეფორმისტული სულისკვეთებით გამსჭვალული ადამიანების დეფიციტი. ეკონომიკური რეფორმების წარუმატებელი სტარტის მიზეზი სამოქალაქო ომი და ავტონომიებთან ტერიტორიული კონფლიქტები იყო.

1993 წელს საქართველოში შემოდებული იქნა ფულადი ერთეულის სუროგატი-კუპონი. ეს იყო იძულებითი ნაბიჯი, ვინაიდან რუსეთმა შეწყვიტა რუსული მანეთის ბანკოტების მოწოდება. წარმოების ტემპების სწრაფი დაცემა, საქონლის დეფიციტის მკვეთრი გამწვავება, სახელმწიფო რეგულირების

სისუსტე, ფულის მიმოქცევის უკონტროლობა, ყოველივე ამის შედეგი იყო ჰიპერინფლაცია, სამომხმარებლო ფასების ინდექსის ცვლილება. ეს იყო სამომხმარებლო ფასების ზრდის პიკი. 1995 წლის შემოდგომაზე შემოდებული იქნა ეროვნული ვალუტა ლარი, რომელიც გამოცხადდა ერთადერთ საგადასხდელო საშუალებად. იმავე წელს, აღინიშნა წარმოების ზრდა - 0.4%-ით.

1996 წლიდან დაიწყო ეკონომიკური რეფორმების II-ეტაპი. მიკროეკონომიკური სტაბილიზაციის ლიბერალურ-მონეტარული მოდელი დაედო ქვეყნის ეკონომიკურ პოლიტიკას, რის შედეგადაც დაიწყო სახელმწიფო ბიუჯეტის დეფიციტის შემცირება მკაცრი ფისკალური პოლიტიკის გატარებით, რაც გადასახადების გადიდებაში, საგადასახადო შეღავათების, სახელმწიფო სოციალური ხარჯების და ა.შ შემცირებაში გამოიხატა. ასევე, გამკაცრდა ფულად-საკრედიტო პოლიტიკაც, რაც “ძვირი ფულის” პოლიტიკაში აიხასა. გატარებული ორგანიზაციული და ეკონომიკური ზომების შედეგად დარეგულირდა ინფლაციური პროცესები და 1996-1997 წლებში ეკონომიკის ზრდის მაღალი ტემპი (11%) და ინფლაციის ზომიერი დონე დაფიქსირდა. “ძვირი ფულის” პოლიტიკამ წარმოქმნა ისეთი მნიშვნელოვანი პრობლემები, როგორცაა დაბალი საინვესტიციო და საქმიანი აქტიურობა, გადაუხდელობის კრიზისის გაღრმავება, საგადასახადო ბაზის შემცირება და ა.შ. რაც სახელმწიფო ბიუჯეტის შემცირებაში გამოიხატა. ამ პერიოდში უმოქმედო საწარმოთა რიცხვმა 80%-მიაღწია.

2004 წელს დაიწყო რადიკალური რეფორმების III-ეტაპი, სადაც განსაკუთრებული ყურადღება გამახვილდა ინსტიტუციურ გარდაქმნებზე ადმინისტრაციული და საჯარო სამსახურების რეფორმირებაზე, საგადასახადო კოდექსის დახვეწა-გამარტივებაზე, სასამართლო სისტემის გაუმჯობესებაზე, ფარული ეკონომიკის და კორუფციის ფართო მაშტაბების ლიკვიდაციის ღონისძიებებზე და ა.შ. დაძლეული იქნა ბიუჯეტის დეფიციტი, გამარტივდა ბიზნესსუბიექტების რეგისტრაციის პროცედურა და სხვა.

აღნიშნული პოზიტიური ძვრებისა, საქართველო ჯერ კიდევ სოციალურ-ეკონომიკური და პოლიტიკური პრობლემების წინაშე დგას. საქართველომ ვერ შეძლო ექსპორტზე ორიენტირებული ქვეყანა გამხდარიყო.

მიუხედავად აღნიშნული პოლიტიკური და სოციალურ-ეკონომიკური მდგომარეობისა, საქართველოს აქვს პოტენციალი გადაჭრას მის წინაშე

არსებული რთული პრობლემები. პრიორიტეტული უნდა გახდეს ექსპორტზე ორიენტირებული წარმოების ხელშეწყობა. მოხმარების საქონლის იმპორტთან შედარებით უპირატესობა მიანიჭოს ტექნოლოგიების იმპორტის და ლიზინგის განვითარებას.

ეკონომიკური გარემო. ეკონომიკური სისტემები როგორც წესი კლასიფიცირდება როგორც კაპიტალისტური, სოციალისტური და შერეული. ისინი შეიძლება დაყვით აგრეთვე შემდეგნაირად: რესურსების განაწილებისა და კონტროლის მეთოდის მიხედვით; საბაზრო ეკონომიკა; საკუთრების ტიპის მიხედვით - კერძო საკუთრება ან საზოგადოებრივი საკუთრება; ამ კონცეფციის გაფართოება საკუთრების შერეული ფორმასა და კონტროლის შემოღებაზე საშუალებას იძლევა შეიქმნას ტაქსონომური სისტემა.

წარმოების საშუალებებზე საკუთრების ტიპს აქვს ფართო დიაპაზონი სრულ კერძო საკუთრებიდან დაწყებული სრული საზოგადოებრივი საკუთრებით დამთავრებული. სინამდვილეში უკიდურესი წერტილები ფაქტიურად არსად არ არსებობს.

ქვეყნების უმეტესობას აქვს ეკონომიკის შერეული კატეგორია, რაშიც იგულისხმება სხვადასხვა სახით საზოგადოებრივი და კერძო საკუთრება წარმოების საშუალებებზე. ანალოგიურად ეკონომიკური საქმიანობის კონტროლიც არის შერეული საბაზრო ეკონომიკიდან დაწყებული ერთიანით დამთავრებული. ფაქტიურად კი რეალობა სადღაც მათ შორის არის მოქცეული. თანამედროვე პერიოდში მიმდინარეობს უზარმაზარი ეკონომიკური ცვლილებები.

აღსანიშნავია, რომ ის ეკონომიკური ბიზნესგარემო სადაც ფუნქციონირებს ბიზნესსუბიექტი პირობითად იყოფა ორ ნაწილად: გარე გარემო და შიდა გარემო. ეკონომიკური გარემოს გარე და შიდა სფეროების ანალიზისათვის განსაკუთრებით ეფექტურია ე.წ. SWOT¹-სისტემის გამოყენება. ასეთი ანალიზის სისტემაში პირველ რიგში ცალკე-ცალკე განიხილება ბიზნესსუბიექტის ეკონომიკური საქმიანობის შიდა და გარე გარემო. იხ. ნახ. №2.1.1.

შიდა გარემოს შეფასების დროს დეტალიზებული ანალიზი უკეთდება ბიზნესსუბიექტის საქმიანობის ძლიერ და სუსტ მხარეებს, ხოლო გარე გარემოს შეფასების დროს – პერსპექტივაში წარმოქმნილ პოტენციურ შესაძლებლობებს

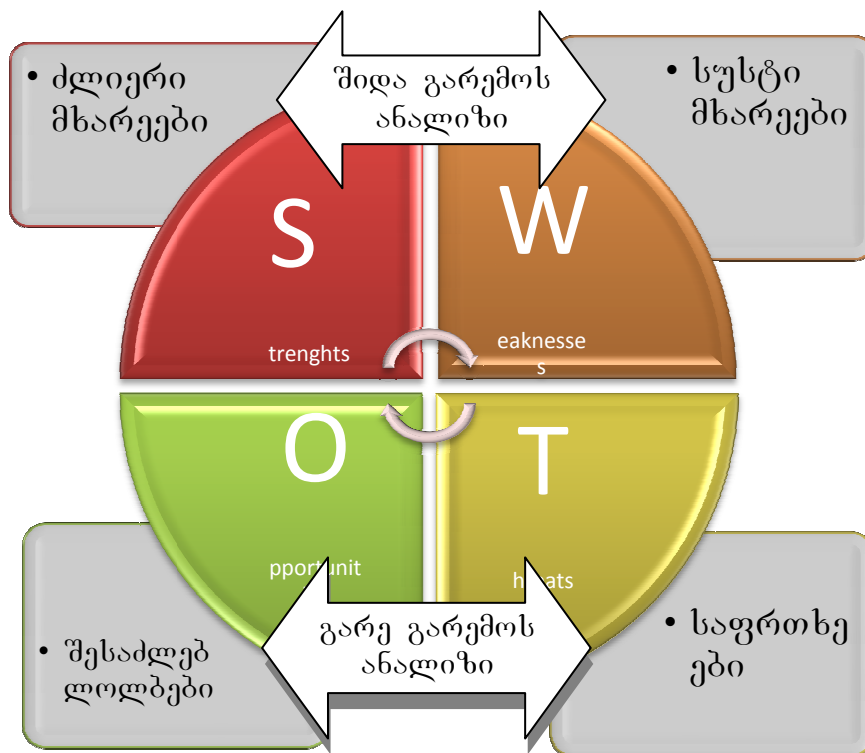
¹ აბრევიატურის მიხედვით იშიფრება შემდეგნაირად: S – strengths –ძლიერი მხარეები, W-weaknesses-სუსტი მხარეები, O-opportunities-შესაძლებლობები, T-threats-საფრთხეები

და საფრთხეებს. შიდა გარემოს ანალიზის დროს ვლინდება ბიზნესსუბიექტის არსებული ეკონომიკური პოტენციალი და თანამდევ ეკონომიკური რისკები, გარე გარემოს ანალიზის დროს კი – სამომავლო ეკონომიკური პოტენციალი და შერსაბამისი ეკონომიკური რისკები. მთლიანობაში SWOT - ანალიზის ჩარჩოებში უნდა მოხდეს როგორც შიდა, ასევე გარე ეკონომიკური გარემოს კომპონენტების ერთმანეთთან შესაბამისობაში მოყვანა.

შიდა ეკონომიკური გარემოს ანალიზის დროს ბიზნეს სუბიექტმა უნდა განსაზღვროს თავისი საქმიანობის ძლიერი და სუსტი მხარეები, კონკურენტებთან შედარებით თავისი უპირატესობა და ნაკლოვანებები სხვადასხვა მიმართულებით. (ბოლქვაძე 2007:19)

ნახ. №2.1.1

ბიზნეს გარემოს ანალიზის SWOT - სისტემა



შიდა ეკონომიკური გარემოს ანალიზის პარალელურად პოტენციური შესაძლებლობებისა და საფრთხეების გამოსავლენად და შესაფასებლად აუცილებელია ბიზნესსუბიექტმა მოახდინოს თავისი გარე ეკონომიკური გარემოს ანალიზი. ბიზნესსუბიექტის საქმიანობის გარე გარემო თავის მხრივ მოიცავს კონკრეტულ გარემოს და გლობალურ გარემოს (ცხრილი №2.1.1) გარე

კონკრეტული გარემო მოიცავს ისეთ ფაქტორებს, რომლებიც პირდაპირ ზემოქმედებენ ფირმის ეკონომიკურ ქცევაზე.

გარე გლობალური გარემოს ელემენტები უშუალოდ არ განსაზღვრავენ ბიზნესსუბიექტის ეკონომიკური ქცევის ძირითად მოტივაციას. გლობალური გარემოს ანალიზის დროს გამოიყენება PEST სისტემა. (P – პოლიტიკურ-სამართლებრივი სფერო; E – ეკონომიკური სფერო; S – სოციალურ-კულტურული სფერო; T- ტექნოლოგიური სფერო;)

ცხრილი.№ 2.1.1

ბიზნეს სუბიექტის საქმიანობის ეკონომიკური გარემოს ელემენტები

	ეკონომიკური გარემო	
შიდა გარემო	გარე – კონკრეტული გარემო	გარე გლობალური გარემო
1. ბაზარზე საქმიანობის გამოცდილება 2. წარმოება 3. მატერიალური ბაზეა 4. სამუშაო ძალა 5. ფინანსური რესურსები 6. მარკეტინგი 7. მენეჯმენტი	1. რესურსთა მიმწოდებლები ა) მატერ. რესურსების მიმწოდებელი ბ) შრომითი რესურსების მიმწოდებლები გ) კაპიტალის მიმწოდებლები 2. მყიდველები ა) პროდუქციის დისტრიბუტორები ბ) საბოლოო მომხმარებლები 3. კონკურენტები ა) რესურსების მიხედვით ბ) საქონლის მიხედვით 4. ტექნოლოგიები ა) ძველი ტექნოლოგიების მოდერნიზაცია ბ) ხალი ტექნოლოგიების დანერგვა	✓ პოლიტიკურ – სამართლებრივი სფერო ✓ ეკონომიკური სფერო ✓ სოციალურ-კულტურული სფერო ✓ ტექნოლოგიური სფერო

პოლიტიკურ-სამართლებრივ სფეროში იგულისხმება ბიზნესსუბიექტის საქმიანობაზე სახელმწიფოს ზემოქმედება პოლიტიკურ და სამართლებრივ ჭრილში. კერძოდ, ფინანსური ბაზრის რეგულირება, უცხოური ინვესტიციების მოზიდვის და სტიმულირების პოლიტიკა, ცალკეული სფეროებისადმი სახელმწიფოს სელექციური მიდგომა, მაღალკვალიფიციური კადრების მომზადება-გადამზადების ხელშეწყობა და სხვა.

ეკონომიკურ სფეროში იგულისხმება ბიზნესსუბიექტის საქმიანობაზე სახელმწიფოს მაკროეკონომიკური პოლიტიკის შედეგების ზემოქმედება. ეს არის ეკონომიკური ზრდის ტემპების, ინფლაციის ტიპის, სავალუტო კურსის დინამიკის, ფულადი აგრეგატების ცვლილებათა ტემპები, უმუშევრობის დონე,

საგადამხდელო ბალანსისა და ბიუჯეტის მდგომარეობა და მდგრადობა ა.შ. (ბოლქვაძე 2007:21).

სოციალურ-კულტურული სფერო მოიცავს შრომისუნარიანი მოსახლეობის დონეს, საერთო დემოგრაფიულ ვითარებას, მოსახლეობის კულტურულ დონეს, მოსახლეობის დამოკიდებულებას საბაზრო რეფორმების გატარების მიმართ.

ტექნოლოგიური სფერო აერთიანებს აღნიშნულ სფეროში არსებულ სიახლეებსა და მიღწევებს, ინოვაციურ გადაწყვეტილებებს, ახალი ფინანსური ინსტრუმენტების ათვისებისა და გამოყენების ტემპებს და ა. შ.

როგორც ავლნიშნეთ, SWOT – ანალიზის მეთოდი შეიძლება გამოვიყენოთ ნებისმიერი ბიზნესსუბიექტის, ცალკეული ქვეყნისა და სხვა ობიექტის მიმართ იმ მიზნით, რომ გამოვლინდეს რეტროსპექტივასა და პერსპექტივაში საკვლევი ერთეულის ძლიერი და სუსტი მხარეები, აგრეთვე გარე და შიდა მუქარები და მათ შორის კავშირი. (მესხია 2012:23)

საქართველოს ეკონომიკის რეტროსპექტიული განვითარებისა და თანამედროვე მდგომარეობის კვლევაში SWOT – ანალიზის მეთოდის გამოყენების შედეგად გამოვლინდა შემდეგი შედეგებით ძლიერი და წარმატებული მხარეები:

- ქვეყანაში ჩამოყალიბდა ეკონომიკური ზრდის საკმაოდ მაღალი ტემპები.
- მიღწეულია ენერგეტიკული უსაფრთხოება.
- რეაბილიტირებული და აშენებულ იქნა ნავთობ და გაზსადენები. აშენდა ახალი ჰესები. სრულყოფილია ენერგეტიკული ინფრასტრუქტურა და ა.შ.;
- გრძელდება ეკონომიკის ლიბერალიზაციის პროცესი.
- გატარდა ანტიკორუფციული ღონისძიებები, რის შედეგადაც

ნიშვნელოვნად გაუმჯობესდა ფისკალური ადმინისტრირება და შემცირდა ეკონომიკის ჩრდილოვანი მაშტაბები, მინიმუმამდე იქნა დაყვანილი კორუფცია ძალოვან, სასამართლო, ადმინისტრაციულ და საჯარო სექტორში. 2011 წლის საერთაშორისო გამოკვლევებით საქართველო „კორუფციის აღქმის ინდექსით“ 64-ე ადგილზე იმყოფება მსოფლიოს ქვეყნებს შორის.

- საბანკო სექტორში უზრუნველყოფილია სტაბილურობა, გაიზარდა ბანკების ლიკვიდობის მაჩვენებლები.
- თანდათანობით იზრდება მოსახლეობის შემოსავლების მოცულობა.
- იზრდება საგარეო სავაჭრო ბრუნვის მოცულობა.
- ყოველწლიურად მატულობს სახელმწიფო და მუნიციპალური ბიუჯეტის მოცულობა. სახელმწიფო ბიუჯეტის შემოსულობებმა 2010 წელს შეადგინა რეგიონებში განსახორციელებელი პროექტების ფონდი, სოფლის განვითარების პროგრამა, რომლებიც მნიშვნელოვან როლს ასრულებენ ქვეყნის ტერიტორიული განვითარების დაჩქარების საქმეში.
- ტურიზმი, ინფრასტრუქტურა და სოფლის მეურნეობა აღიარებული იქნა პრიორიტეტულ მიმართულებად და დაიწყო ამ კუთხით სახელმწიფო პროგრამების პრაქტიკული რეალიზაცია.
- წარმატებით მიმდინარეობს ეკონომიკური ზონების ფორმირების პროცესი.

SWOT – ანალიზის მეორე კომპონენტის კვლევის შედეგად გამოვლენილი საქართველოს ეკონომიკის განვითარების სუსტი მხარეები შეიძლება ჩამოყალიბდეს შემდეგნაირად:

უმუშევრობის მაღალი დონე და მისი შემცირების მიმართულებით გატარებული ღონისძიებების არაეფექტიანობა; სოფლის მეურნეობის დარგის ჩამორჩენილობა; მთლიანი სახერლმწიფო ვალის მაღალი ტემპით ზრდა; პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების მოცულობის შემცირების ტენდენცია; ექსპორტ-იმპორტის უარყოფითი სალდო; სიღარიბის ზღვარს ქვემოთ მყოფი მოსახლეობის რიცხოვნობის ზრდა; რეგიონული განვითარების დონეებს შორის არსებული უთანაბრობის გაღრმავება;

ამდენად, **SWOT** – ანალიზის მეთოდით ჩატარებული ანალიზისა და შეფასებიდან გამომდინარე, საქართველოში უახლოეს მომავალში თუ არ განხორციელდება გამოვლენილი სუსტი მხარეების საწინააღმდეგო პრევენციული ღონისძიებები, ისინი შეიძლება გადაიზარდონ საფრთხეებში.

მსოფლიოში განხორციელებულმა ეკონომიკური ხასიათის მოვლენებმა ბოლო ათი წლის მანძილზე კიდევ ერთხელ დაადასტურეს პოლიტიკოსთა მხრიდან სოლიდური და საპასუხისმგებლო ადმინისტრირების აუცილებლობა ეკონომიკური მიღწევების დასაქმებისა და სოციალურ სფეროში.

განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია ფინანსური სისტემის რეგულირების და კორპორატიული მართვის რეფორმები, შრომისა და საქონლის კარგად ფუნქციონირებადი ბაზრები და სტაბილური მაკროეკონომიკური გარემო. ეკონომიკური რეფორმების და კონკურენტუნარიანობის სხვადასხვა ფაქტორების არსებობაა შესაძლებელი, რომელთა გარკვეული ნაწილი არ ექვემდებარება სახელმწიფოების კონტროლს. მაგალითად, გლობალური მასშტაბში საპროცენტო განაკვეთების მოულოდნელი აწევა, ან მსოფლიო მოთხოვნილებების უეცარი დაწევა.

თუმცა, შიგა ეროვნული ეკონომიის კომპეტენციაშია ნეგატიური პირობების გადაწყვეტა, რაც მოიცავს მთავრობის უნარსა და ვალდებულებებს, კერძო სექტორისადმი მის დამოკიდებულებას.

აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ გასული საუკუნის 60-იანი წლებიდან დაწყებული მრავალი ქვეყნის ეკონომიკა იმყოფებოდა ძლიერი სახელმწიფო კონტროლის ქვეშ. სახელმწიფოს ჩარევა ართულებდა კერძო სექტორის დროულ რეაქციას მსოფლიო ეკონომიკაში მიმდინარე მუდმივად ცვალებად ტენდენციებზე, ამცირებდა მოქნილობას და საბაზრო მექანიზმების ეფექტიანობის ხარისხს. (ასათიანი 2009:28)

მაგალითად, 80-90 წლებში კანადაში ეკონომიკაში მთავრობის ძლიერმა ჩარევამ, შეამცირა საერთაშორისო ბაზარზე საწარმოების კონკურენტუნარიანობის შესაძლებლობანი და დასაქმების მაღალი დონის შენარჩუნება.

რაც შეეხებათ, სოციალისტურ ქვეყნებს რეტროსპექტიულად შეიძლება ირთქვას რომ ცენტრალიზებული დაგეგმვის სისტემის კრახი მოხდა არა იმდენად პოლიტიკური რევოლუციის გამო, რამდენადაც არასიცოცხლისუნარიანი ეკონომიკის რღვევის შედეგად.

მაგრამ მაინც გარკვეულწილად პოლიტიკური რეფორმების განხორციელების კომპლექსაურმა ამოცანებმა და კერძო სექტორის განვითარებამ განსაზღვრა შემსუბუქებული მიმართვით საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლა.

საკმაოდ რთული პროცესია ეკონომიკური და პოლიტიკური რეფორმების განხორციელება, რომლის მოსამზადებლად აუცილებელია ბაზრის განვითარება ან კერძო სექტორის მონაწილეობის მხარდასაჭერად ახალი ინსტიტუციების ერთდროული განვითარება.

განვითარების გაძლიერებისათვის მნიშვნელოვანი პროცესია მაკროეკონომიკური ბალანსის შენარჩუნება. ქვეყნის ლიდერებს სჭირდებათ ეკონომიკურად ზოგადი სურათი, რათა შეამცირონ ინფლაცია; მათ ფრთხილად უნდა განახორციელონ ეკონომიკური სტაბილიზაცია ეროვნული დაგროვების ინვესტიციებისა და მწარმოებლურობის ღონისძიებების გამოყენებით.

სამართლებრივი გარემო. ერთ-ერთი ფაქტორი, რომელიც ზეგავლენას ახედებს ბიზნესსუბიექტების საქმიანობაზე არის ქვეყნის სამართლებრივი სისტემა. ბიზნეს სუბიექტის ხელმძღვანელობას წარმოდგენა უნდა ჰქონდეთ იმ ქვეყნის სამართლებრივ სისტემაზე, სადაც უხდებათ მოქმედება, რადგან ცალკეულ სახელმწიფოთა სამართლებრივი ორგანიზაცია განიცდის პოლიტიკური წყობის ზემოქმედებას და არსებითად განსხვავდება ამა თუ იმ სახელმწიფოში მოქმედი სამართლებრივი სისტემებისა, მსოფლიოს ქვეყნებს შორის სამართლებრივ ურთიერთდამოკიდებულების მიხედვით.

სამეწარმეო სამართალი და ზოგადად, სამართლის სხვა ნორმები, ბევრად არის დამოკიდებული საზოგადოების განვითარებისა და შესაბამისად, ბიზნესის ცივილურობის დონეზე. ამდენად, ბიზნესსა და სამართალს შორის მყარდება ორმხრივი ურთიერთობა ერთისმხრივ, სამართალი აწესრიგებს, არეგულირებს ბიზნესს, მეორეს მხრივ კი ბიზნესი ახდენს სამართლებრივი ნორმების სრულყოფასა და განვითარებას. (შენგელია 2008:61)

ბიზნესსუბიექტებს შორის დამყარებული ურთიერთობანი უნდა გამოძლინარეობდნენ მისი სამართლებრივი რეგულირების ძირითადი პრინციპებიდან. ურთიერთობანი შეიძლება დამყარდეს იმ ჩარჩოებში და საფუძვლებზე, რომლებსაც ადგენენ კანონები. ამდენად, ბიზნესის საკანონმდებლო ბაზა ქმნის მის სამართლებრივ სივრცეს, რომელშიც ერთიანდება ბიზნესთან დაკავშირებული კანონები.

რაც შეეხება საერთაშორისო სამართლის კონცეფციას, ერთ შემთხვევაში შეიძლება იყოს ისეთი ფართო რომ შეიძლება შეიცავდეს ნებისმიერ კანონს, რომელიც გავლენას მოახდენს საერთაშორისო საქმიანობაზე, მეორე შემთხვევაში შეიძლება იყოს ისეთი ვიწრო, რომ შეიძლება შეეხოს მხოლოდ ხელშეკრულებებს, რომელიც არეგულირებენ ქვეყნებს შორის საქონელბრუნვის საკითხებს, საწარმოო ფაქტორებსა და კაპიტალს. ამ ურთიერთობებზე ახდენენ გავლენას ნაციონალური კანონმდებლობები და საერთაშორისო ხელშეკრულებები,

რომლებიც ეხებიან მაგალითად ტარიფებსა და ვაჭრობას, თავისუფალ ვაჭრობას ორ ქვეყანას შორის. მაგალითად, ამერიკის შეერთებულ შტატებსა და კანადას შორის დადებული შეთანხმება წარმოადგენს ხელშეკრულებას მეგობრული ურთიერთობის ვაჭრობისა და ნავიგაციის თაობაზე. ისინი ეხებიან შემდეგ საკითხებს: ცალკეული პირების ქვეყანაში შემოსვლას; საქონლის მოძრაობას (ტარიფები ექსპორტ-იმპორტზე და სხვა არასატარიფო ბრუნვები); ნავიგაციას და ტვირთების გადაზიდვას; კაპიტალის მოძრაობას; საკუთრების მოძრაობას; პიროვნებისა და ქონების დაცვას; საშუალებების გადაგზავნას. ამგვარად, ხელშეკრულებები არა მარტო აიოლებენ საერთაშორისო ვაჭრობას, არამედ ეხმარებიან პრობლემების გადაჭრაში და ამსუბუქებენ ურთიერთობებს ქვეყნებსა და ცალკეულ პიროვნებებს შორის ამ ქვეყნებში. (ჯოლია 2002:160)

ქვეყნის ხელისუფლებას შეუძლია გაზარდოს სამართლებრივი გავლენის სფერო, თუ მოითხოვს რომ ბიზნესსუბიექტებმა, რომლებსაც აქვთ სათაო ოფისები ამ ქვეყნის ტერიტორიაზე, გაითვალისწინონ მისი ნაციონალური კანონმდებლობები იმ ქვეყნებშიც, სადაც ისინი ეწევიან კომერციულ საქმიანობას. ასეთი მოთხოვნები უმეტეს შემთხვევაში ართულებენ ბიზნესის წარმოებას. ამის ნათელ მაგალითს წარმოადგენს ჰონკონგში შექმნილი სიტუაცია, რომელსაც აწყდებიან ის ბიზნეს სუბიექტები, რომლებიც ეწევიან საერთაშორისო ოპერაციებს. ჰონკონგის სამართლებრივი სისტემა დაფუძნებული იყო ინგლისურ ჩვეულებრივ სამართალზე, მაგრამ როდესაც ჰონკონგის ადმინისტრაციული სისტემები ლიკვიდირებული იქნა, ბიზნესის წარმოება ხდება ჩინური კანონმდებლობით. ხანგრძლივი დროის განმავლობაში ფირმები იყვნენ რთულ მდგომარეობაში, რადგანაც არ იცნობდნენ ახალ კანონმდებლობას და ვერ გეგმავდნენ თავიანთ საქმიანობას.

სხვადასხვა სახელმწიფოს ეროვნული კანონმდებლობა განსხვავებულია ერთმანეთისაგან. საერთაშორისო სამართალი კი არეგულირებს სუვერენულ სახელმწიფოთა ურთიერთობებს საქონლის, წარმოების ფაქტორებისა და კაპიტალის მოძრაობის საკითხებს.

საერთაშორისო ვაჭრობის სამართლის უნიფიკაციასა და ჰარმონიზაციაში განსაკუთრებულ როლს თამაშობენ საერთაშორისო სავაჭრო პალატა, გაერო-ს საერთაშორისო ვაჭრობის სამართლის კომისია და ვაჭრობის მსოფლიო ორგანიზაცია. საერთაშორისო სავაჭრო პალატის მიერ შემუშავებული კოდექსები ხელს

უწყობენ საერთაშორისო ბიზნესში ერთიანი წესების, აგრეთვე საქმიანი ურთიერთობების გარკვეული სტანდარტებისა და ნორმების დამკვიდრებას. ბიზნესში საერთაშორისო კოდექსების გამოყენებით იზრდება მეწარმეთა პასუხისმგებლობა მომხმარებელთა და მთლიანად საზოგადოების წინაშე, გამოირიცხება კონკურენციის არაკეთილსინდისიერი მეთოდები, კანონიერ ფარგლებში რეგულირდება სამეწარმეო საქმიანობა. საერთაშორისო სავაჭრო პალატის მიერ შემუშავებული კოდექსი საქმიანი აქტივობის თვითრეგულირების მნიშვნელოვანი ელემენტია.

საერთაშორისო სამართლის უნიფიკაციაში მნიშვნელოვანი წვლილი შეაქვს გაერო-ს საერთაშორისო ვაჭრობის სამართლის კომისიას. მის მიერ შემუშავებული დოკუმენტებიდან აღსანიშნავია კონვენცია ტვირთების საზღვაო გადაზიდვების შესახებ, საარბიტრაჟო რეგლამენტი და ა.შ.

კონსტიტუციის თანახმად საქართველოს კანონმდებლობა სრულ შესაბამისობაში უნდა იყოს საერთაშორისო რეგულატორულ სისტემასთან. მათ შორის ის ნორმებიც, რომლებიც ბიზნესის სფეროს განახლებას ეხება.

როგორც ავღნიშნეთ, ბიზნესგარემოს ერთ-ერთი განმსაზღვრელი ფაქტორია სამართლებრივი უზრუნველყოფა. მნიშვნელოვანი კანონები, რომლებიც საქართველოში უშუალოდ ბიზნესგარემოს და საინვესტიციო საქმიანობას არეგულირებს თანდათანობით იხვეწება და სრულყოფილი ხდება. შესაბამისად, უმჯობესდება ბიზნესის სამართლებრივი გარემო. ასეთი კანონების რიცხვს მიეკუთვნება საქართველოს კანონი მეწარმეთა შესახებ; საქართველოს კანონი კონკურენციის სააგენტოს შესახებ; საქართველოს კანონი რეკლამის შესახებ; საქართველოს კანონი მომხმარებელთა უფლებების დაცვის შესახებ; საქართველოს კანონი სასაქონლო ნიშნების შესახებ; საქართველოს კანონი სალიცენზიო მოსაკრებლების და ლიცენზიების შესახებ და ა.შ. (ბიზნესის..2005)

ბიზნესის მარეგულირებელ იურიდიულ სფეროში შედის კონსტიტუციური ნორმები, სამართლებრივი სისტემა, სხვადასხვა სამთავრობო ქვედანაყოფის იურისდიქცია, სპეციფიკური კანონები, რომლებიც ეხება ორგანიზაციების ფორმირებას, დაბეგვრასა და კონტროლს.

ბიზნესის მარეგულირებელი ყველა სამართლებრივი აქტი ქვეყნის კონსტიტუციაზეა დამყარებული, თუმცა ცალკეულ შემთხვევებში სახელმწიფოს უზენაესი კანონის მოთხოვნა დარღვეულია. ქვეყნის კონსტიტუციის შესაბამისად არის შექმნილი საქართველოს სამართლებრივი სისტემა. ქვეყანაში მოქმედებს

სამოქალაქო სამართლის სისტემა, რომელიც ემყარება სამოქალაქო სამართლის კოდექსში თავმოყრილი, დეტალურად დამუშავებული სამართლის ნორმებს.

ხშირად ინვესტორები არ ფლობენ სრულ და სწორ ინფორმაციას რეციპიენტ ქვეყნის ბიზნესგარემოს შესახებ. ამ მიზნით ამუშავებენ სპეციალურ საინფორმაციო ბუკლეტს, რომელშიც აღწერილია ქვეყნის ყველა საინვესტიციო პირობა. უცხოელი ბიზნესმენები ანგარიშს უწევენ რეციპიენტ სახელმწიფოს მეზობელ ქვეყანაში შექმნილ პოლიტიკურ და ეკონომიკურ მდგომარეობას. ეროვნული მეურნეობის ეკონომიკური ზრდის ტემპების დასახქარებლად საჭიროა სახელმწიფომ მასტიმულირებელი ზეგავლენა მოახდინოს უცხოური ინვესტიციების მოზიდვაზე.

როგორც მოგვესახება ბიზნესგარემოს ფორმირების ერთ-ერთი მამოძრავებელი ძალა ინვესტიციებია და საქართველოს ტერიტორიაზე როგორც უცხოური, ასევე ადგილობრივი ინვესტიციების განხორციელების სამართლებრივი საფუძვლებსა და მათი დაცვის გარანტიებს განსაზღვრავს საქართველოს კანონი საინვესტიციო საქმიანობის ხელშეწყობისა და გარანტიების შესახებ, რომლის მიხედვითაც უცხოელი და ადგილობრივი ინვესტორები ერთნაირი უფლებებით სარგებლობენ. კერძოდ სამეწარმეო საქმიანობის განხორციელებისას უცხოელი ინვესტორის უფლებები და გარანტიები არ შეიძლება იყოს იმ უფლებებსა და გარანტიებზე ნაკლები, რომლითაც სარგებლობს საქართველოს ფიზიკური და იურიდიული პირი. (მანველიძე 2009:136)

ჩვენის აზრით, საქართველო კვლავ აგრძელებს ლიბერალური ეკონომიკისათვის საკანონმდებლო ბაზის სრულყოფის ღონისძიებების გატარებას, რომელიც ხელს შეუწყობს ხელსაყრელი ბიზნესგარემოს შექმნას. მათ შორის მნიშვნელოვანია ლიბერალური საგადასახადო რეჟიმის სრულყოფის ღონისძიებები.

საქართველოში დაინერგა მნიშვნელოვანი პროცედურული და ინსტიტუციური სიახლენი, საგადასახადო დავების განხილვის გამარტივებული სისტემა, რაც კიდევ უფრო მიმზიდველს გახდის ქვეყანას მეწარმეებისა და უცხოელი ინვესტორებისათვის. დაგეგმილია საგადასახადო სისტემის შემდგომი ლიბერალიზაცია. ბოლო წლებში საქართველოს ხელისუფლება მნიშვნელოვან ნაბიჯებს დგამს ქვეყანაში ბიზნესგარემოს გასაუმჯობესებლად. (მანველიძე 2009:136)

ლიცენზირებისა და ნებართვების სისტემის რეფორმირების შედეგად, ლიცენზირებისა და ნებართვების რაოდენობა 84 პროცენტითაა შემცირებული. დღეისათვის, ლიცენზიები და ნებართვები საჭიროა მხოლოდ მაღალი რისკის შემცველი პროდუქციისა და მომსახურების, ბუნებრივი რესურსების გამოყენებისა და სპეციფიკური საქმიანობის წარმოებისათვის.

ასევე, მნიშვნელოვნად გამარტივდა საბაჟო პროცედურები. საბაჟო ტარიფების რეფორმის შედეგად გამარტივდა და შემცირდა საგარეო ვაჭრობასთან დაკავშირებული ხარჯები. საბაჟო გადასახადები დაწესებულია მხოლოდ ზოგიერთი სახის სასოფლო-სამეურნეო პროდუქციაზე და სამშენებლო მასალებზე. გარდა ამისა, ქვეყანაში არ მოქმედებს რაოდენობრივი შეზღუდვები (ქვოტები) იმპორტსა და ექსპორტზე

ჩვენის აზრით, ბიზნესის მარეგულირებელი, საკანონმდებლო ბაზის შექმნა არ არის საკმარისი მომხმარებლების, მთელი საზოგადოების და ბიზნესსუბიექტების ინტერესების განხორციელებისათვის. ბიზნესსაქმიანობაში მნიშვნელოვანია სოციალური პასუხისმგებლობა, მისი რეალიზაციის შესაძლებლობა.

2.2. ბუნებრივი გარემო და მომხმარებელი

ბუნებრივი გარემოს დაცვა დაბინძურებისა და დაზიანებისაგან ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი სოციალური პასუხისმგებლობაა. გარემოზე ზემოქმედებს როგორც ნებისმიერი ადამიანის ასევე ბიზნესსუბიექტების საქმიანობაც. ყველაზე მნიშვნელოვანი გლობალური ზემოქმედებაა - კლიმატის ცვლილება. ასევე ყველაზე ხშირად – საერთაშორისო კორპორატიული საქმიანობის ზემოქმედება არის საგულისხმო. თუმცა, რეალობა ოდნავ განსხვავებულია, სითბური გაზების გამოშვების მზარდი რაოდენობის მხრივ მრეწველობის, ტრანსპორტირების დარგებისა და შინამეურნეობების წილი თითქმის თანაბარია. ადამიანის მიერ შექმნილი ნარჩენების შთანთქმა და ასიმილირება შეუძლიათ ეკოსისტემებს გარკვეული ზღვარის ფარგლებში. თუმცა, მეცნიერული ფაქტები მკაფიოდ გვიჩვენებს, რომ ამჟამად ნარჩენების მოცულობა ამ ზღვარს აჭარბებს. აქედან

გამომდინარე, შედეგები შეიძლება იყოს ძალიან მძიმე, შესაძლოა – კატასტროფულიც კი, თუ ყველა ბიზნეს სუბიექტი არ გააგრძელებს პასუხისმგებლობის გრძნობით მოქმედებას. (ინვესტიციები... 2010:1)

აღსანიშნავია, რომ ბიზნესის ეთიკური ნორმებიც უნდა აისახოს ეკოლოგიურ გარემოში. საკუთარი საქმიანობით გარემოზე გამოწვეული უარყოფითი ზემოქმედების შემცირება თითოეულ ბიზნესსუბიექტს შეუძლია გამონაბოლქვის, წარმოების ნარჩენების, ძვირადღირებული და არაგანახლებადი რესურსების მოხმარების შემცირებით. აღნიშნული მოქმედებით ისინი დაადასტურებენ სოციალურ პასუხისმგებლობას, ერთგულებას ეთიკური ქცევის ნორმებისა და მომხმარებლის მიმართ, ამავედროულად მიიღებენ დანაზოგს უფრო ეფექტიანი ოპერაციების შედეგად და კონკურენტული უპირატესობის გაზრდის გზით. ბიზნეს სუბიექტს შეუძლია ზემოქმედების გაუმჯობესება თუ აწარმოებს საქონელსა და მომსახურებას, რომელსაც კონკურენტებთან შედარებით გარემოზე ზემოქმედების უფრო მაღალი დადებითი მაჩვენებელი აქვს. ეს შეიძლება იყოს დიდი უპირატესობა. ბიზნეს სუბიექტებს აგრეთვე შეუძლიათ ბაზრის მონაწილეებთან ურთიერთობების, მაგალითად მათი მიწოდების ქსელში ჩართული ბიზნეს სუბიექტების საშუალებით შეუწყონ ხელი და წაახალისონ სხვა ბიზნეს სუბიექტების მიერ გარემოზე ზემოქმედების გაუმჯობესება.

აგრეთვე მზარდ სექტორს ეკონომიკაში წარმოადგენს, ახალი ტექნოლოგიები საქონლის გაუმჯობესებული მახასიათებლების მისაღწევად, ისე როგორც ნარჩენების მიღების პრევენცია, მათი ხელახლა გამოყენება და გადამუშავება. მაგალითად, ენერგოეფექტური განახლებადი ენერჯის პროდუქციის წარმოება და ენერგოეფექტიანი არქიტექტორული და საინჟინრო პროექტების მიწოდება და ენერგეტიკის მართვის მომსახურება საქართველოში ახალი ბიზნესის განვითარების შესაძლებლობებს წარმოადგენს. მნიშვნელოვანია აგრეთვე ნარჩენი მასალების გადამუშავება და ხელახლა გამოყენება. ამის გარდა, ექსპორტის ბაზრებზე წვდომას სულ უფრო მეტად განსაზღვრავს საწარმოო პროცესები და ხარისხის საერთაშორისო სტანდარტების, მათ შორის, გარემოსდაცვითი სტანდარტების დაკმაყოფილება, ამდენად, კომპანიისათვის მიზანშეწონილია ამ საკითხების მხედველობაში მიღება. (ინვესტიციები...2010:2)

აქვე შეიძლება მოვიყვანოთ რამოდენიმე პრაქტიკული მაგალითი: ორგანული საკვების მწარმოებელი ბიოლოგიური მეურნეობათა ასოციაცია ელკ-

ანასთან დაკავშირებით. ელკანა 1994 წლიდან აერთიანებს 600 წევრს საქართველოს სხვადასხვა რეგიონებიდან; ორგანიზაცია და მისი წევრები მიზნად ისახავენ ბიომეურნეობის მდგრად განვითარებასა და გარემოს დაცვის ხელშეწყობას. 1996 წლიდან ელკანა ორგანული სოფლის მეურნეობის მოძრაობის საერთაშორისო ფედერაციის (IFOAM) წევრია. ელკანას წევრი ფერმერები აწარმოებენ ბიოპროდუქციას – სასოფლო-სამეურნეო პროდუქციას, რომელიც მოყვანილია ბიომეურნეობის პირობებში ორგანული მეთოდების გამოყენებით. პროდუქცია მოიცავს ლობიოს და ბარდას, ალკოჰოლურ სასმელებს, კონსერვებს, ღვინოს, თხილს თაფლს და ხილს. მდგრადი ბიოლოგიური მეურნეობის განვითარების ხელშეწყობის და სოფლის მოსახლეობის სოციალურ-ეკონომიკური პირობების გაუმჯობესებას, აგრეთვე გარემოს დაცვას. ელკანას პარტნიორია საცალო გაყიდვების სფეროში, შპს „ბელელი“ ახორციელებს ელკანას მითითებების მიხედვით წარმოებული ბიოპროდუქციის გასაღებასა და რეალიზაციას. (ინვესტიციები... 2010:1)

ჯანმრთელობა, უსაფრთხოება და გარემოზე ზემოქმედების მართვა შეიძლება ითქვას სხვადასხვა ბიზნეს სუბიექტების მიზანია, მაგრამ ჩვენ ყურადღებას გავამახვილებთ ს/ს „ვისოლ პეტროლეუმ“ - ის ჯგუფის მაგალითზე, რომელიც საქართველოში ერთ-ერთი უდიდესი ბიზნესჯგუფი და ენერჯოსექტორის წამყვანი მოთამაშეა, ის ახდენს ნავთობპროდუქტების მიწოდებასა და მომსახურებას ქვეყანაში უმსხვილესი ბენზინგასამართი სადგურების ქსელის მეშვეობით. ვისოლში 2000-ზე მეტი ადამიანია დასაქმებული; კომპანია საქართველოს ნავთობის სექტორში უდიდესი დამსაქმებელია.

ჯანმრთელობა, უსაფრთხოება და გარემოზე ზემოქმედების მართვა ერთია ვისოლის კორპორატიული სოციალური პასუხისმგებლობის პოლიტიკის ექვსი სფეროდან. ამ სფეროში პოლიტიკის განხორციელების ფარგლებში ვისოლის ტერმინალები და მისი ბენზინგასამართი სადგურები აშენებულია უსაფრთხოების საერთაშორისო სტანდარტების შესაბამისად და მომხმარებელს სთავაზობს გარემოსათვის უვნებელ შეკუმშულ ბუნებრივ აირს. ვისოლი ტრადიციულად აღნიშნავს გარემოს დაცვის საერთაშორისო დღეს ივნისის თვეში და ჯანმრთელი ცხოვრების წესის წამახალისებელ აქციას ეწევა, ახორციელებს ინვესტიციებს სპორტულ ინფრასტრუქტურაში, განსაკუთრებით ბავშვებისათვის გამიზნულ საშუალებებში. უნდა აღინიშნოს, რომ კომპანიამ

საქართველოში განახორციელა ინვესტიცია ოთხი სპორტული კომპლექსის მშენებლობისათვის, რომლებიც ყოველთვიურად 3000 ბავშვზე მეტის ჯანსაღ ცხოვრებაზე ზრუნავენ. სპორტული ღონისძიებები გაეროს განვითარების პროგრამასთან (UNDP) და ბუნებრივი რესურსების სამინისტროსთან თანამშრომლობის გზით ტარდება. 2010 წლის აპრილში, დედამიწის საერთაშორისო დღის აღნიშვნის ფარგლებში ვისოლის თანამშრომლებმა მონაწილეობა მიიღეს ხეების დარგვის ღონისძიებაში. (ინვესტიციები...2010:2)

ამასთან ერთად, თანამედროვე ცივილიზებული ბიზნესსამყარო გადადის ეკოლოგიური ზედამხედველობის პირდაპირი მეთოდებიდან, საბაზრო მართვის მექანიზმებზე ეკოლოგიური კვოტების გაყიდვის მიზნით. მაგალითად, აშშ-ი ცალკეულ ბიზნესსუბიექტებს მიეცათ ეკოლოგიური დაბინძურების უფლება. ბიზნეს სუბიექტებს ეკოლოგიური ზედამხედველობის ორგანოები უმტკიცებენ დასაშვები დაბინძურების კვოტებს, რომლებიც დამოკიდებულია ბიზნესსუბიექტების წარმოების ტიპზე და მაშტაბებზე. თუ ბიზნესსუბიექტი ნებაყოფილობით ამცირებს ეკოლოგიური დაბინძურების დონეს ამ ლიმიტზე დაბლა, მას ეძლევა შესაძლებლობა კვოტის დარჩენილი ნაწილი მიყიდოს სხვა ბიზნეს სუბიექტს. (შენგელია 2008:93)

დღეისათვის პრიორიტეტული მიმართულება არის არა მხოლოდ ეკოლოგიური დაბინძურების შედეგებზე რეაგირება, არამედ დაბინძურების მიზეზების გამოვლენა, რომელსაც ბიზნესსუბიექტები იყენებენ, რაც ალტერნატიული, ეკოლოგიურად სუფთა ტექნოლოგიების დანერგვით მიიღწევა.

როდესაც ბუნებრივ გარემოზე ვსაუბრობთ, მიზანშეწონილად მიგვაჩნია ყურადღება გავამახვილოთ მწვანე ეკონომიკაზე, რომელიც გაერთიანებული ერების ორგანიზაციის ფარგლებში არსებული გარემოს პროგრამის თანახმად, ადამიანის კეთილდღეობისა და სოციალური თანასწორობის მთავარი შედეგია, როდესაც მნიშვნელოვნად მცირდება გარემო რისკები და ეკოლოგიური დანაკლისები.

მწვანე ეკონომიკა არის ეკონომიკური განვითარების ის მოდელი, რომელიც დამყარებულია მდგრად განვითარებასა და ეკოლოგიური ეკონომიკის ცოდნაზე. ის ეკონომიკის სხვ დარგებისაგან იმით განსხვავდება, რომ პირდაპირ აფასებს ქვეყნის ბუნებრივ კაპიტალს, რომელსაც აქვს ეკონომიკური ღირებულება. მწვანე ეკონომიკა ქმნის მწვანე სამუშაო ადგილებს, უზრუნველყოფს

რეალურ, მდგრად ეკონომიკურ განვითარებას და ამცირებს გარემოს დაბინძურებას, გლობალურ დათბობას, გარემოს დეგრადაციას და აფერხებს რესურსების გამოლევის საშიშროებას. ბიზნეს სტიმულს აძლევს და მოტივაციას უქმნის, აწარმოოს მწვანე პროდუქტი და მომსახურება.

კლასიკური ეკონომიკის თანახმად, იგი განიხილება როგორც მეცნიერების კომპონენტი. კერძოდ, მიიჩნევა, რომ ტრადიციულად მიწა, როგორც წარმოების ერთ-ერთი ფაქტორი მოიცავს ბუნებრივ კაპიტალს და დაკავშირებულია წარმოების მეორე ფაქტორთან, შრომასთან. განსაკუთრებით აღსანიშნავია, რომ 2010 წელს ბრეტონ ვუდსის სისტემის მთავარმა ინსტიტუტებმა, მსოფლიო ბანკმა და სავალუტო ფონდმა დიდი დაინტერესება გამოხატეს მსოფლიო ბიომრავალფეროვნების შეფასების მიმართ, რაც მის აქტიურ დაფინანსებას გულისხმობს. (მწვანე...2010:1)

მწვანე ეკონომიკა სახელმწიფოსა და კერძო სექტორს ერთმანეთისგან არ მიჯნავს. იგი ცდილობს მოქმედოს ეკონომიკური გადაწყვეტილების პოზიტიური ალტერნატივა. მწვანე ეკონომიკის მთავარი რეგულატორი არა სახელმწიფო ან კერძო ბიზნესია, არამედ საზოგადოება, რომელიც ირჩევს და თავად მართავს მას.

მწვანე ეკონომიკა შემდეგ ძირითად სექტორებს მოიცავს: განახლებად ენერჯიას (მზის, ქარის საზღვაო, მათ შორის ტალღების, ბიოგაზის და სითბური უჯრედების ენერჯია); მწვანე შენობებს (ენერჯიეს მწვანე მოდიფიკატორები, მწვანე პროდუქტები და მასალები); სუფთა ტრანსპორტი (ალტერნატიული საწვავი, საზოგადოებრივი ტრანსპორტი და სხვა); წყლის მენეჯმენტს (წყლის და წვიმის გამწმენდი სისტემები, შიდა წყლის ლანდაშაფტი); ნარჩენების მენეჯმენტს (უტილიზაცია, მუნიციპალური ნარჩენი მასალების გამოყენება, ნიადაგის ნაყოფიერების გაუმჯობესება); მიწის მენეჯმენტი (ორგანული სოფლის მეურნეობა, ურბანული ტყეები და პარკები, ტყეების განაშენიანება);

მწვანე ეკონომიკის ინიციატივა შეიქმნა, გაერთიანებული ერების ორგანიზაციის გარემოს პროგრამის ფარგლებში 2008 წელს. რომლის მიზანია მწვანე სექტორში მიმდინარე საინვესტიციო და რეფორმების პოლიტიკის მაკროეკონომიკური ანალიზი. (მწვანე...2010:4)

ჩვენი აზრით, მოცემული ინიციატივა ხელს შეუწყობს ეკონომიკურ ზრდას, სამუშაო ადგილების შექმნას, სოციალურ თანასწორობასა და სიღარიბის შემცირებას.

მოცემული ინიციატივის ფარგლებში მიმდინარე წლისათვის დაგეგმილია რამდენიმე სახის საქმიანობა, კერძოდ: მწვანე ეკონომიკის ანგარიშის მომზადება, სადაც გაანალიზებული იქნება მწვანე სექტორში ჩადებული ინვესტიციების შედეგების გავლენა მაკროეკონომიკასა, მდგრად განვითარებასა და სიღარიბის შემცირებაზე; ასევე საკონსულტაციო მომსახურების განხორციელება მწვანე ეკონომიკის კომპონენტების გაუმჯობესების მიზნით;

შეიძლება განვითარებად ქვეყნებში მწვანე ეკონომიკის წარმატებით განხორციელების რამოდენიმე მაგალითი მოვიყვანოთ. კერძოდ: ჩინეთში წარმატებულად ხორციელდება განახლებადი ენერჯის წყაროების მოძიება. ამ სფეროში მნიშვნელოვანი მოცულობის ინვესტიციები იქნა მიმართული. (მწვანე...2010:5) გეგმის თანახმად, ჩინეთის მთავრობა იმედოვნებს, რომ 2020 წელს ძირითადი ენერჯის დაახლოებით 16 პროცენტს სწორედ რომ განახლებადი წყაროებიდან აწარმოებს.

უნდა აღინიშნოს რომ მწვანე ეკონომიკა აქტიურად ვრცელდება მთელ მსოფლიოში, აუცილებელია ყველა ქვეყანა აქტიურად ჩაებას ამ უწყვეტ პროცესში. აშშ-სთან ერთად, ევროკავშირი და ჩინეთი სისტემატიურად ახორციელებენ ამ პროცესს. ჩინეთში 2010 წელს 34 მილიარდი აშშ დოლარი ჩაიდო სუფთა ენერჯის დასაფინანსებლად. შესაბამისად, ჩინეთმა წინ გაუსწრო აშშ-ს განახლებად ენერგოტექნოლოგიურებში ჩადებული ინვესტიციების მოცულობით და მსოფლიოში პირველი ადგილი დაიკავა. (მწვანე...2010:5)

გლობალური ეკონომიკური კრიზისის დროს, გაეროს გლობალური პროგრამის ფარგლებში, სახელმწიფოებს რეკომენდაცია გაეწიათ მოეხდინათ ეკონომიკური ტრანსფორმაცია მწვანე ეკონომიკისაკენ. შეიქმნა ეკონომიკური სტიმულირების პაკეტი, რაც რამდენიმე კომპონენტს ითვალისწინებს: განახლებად ენერჯიაზე გადასვლა, მდგრადი სატრანსპორტო საშუალებების გაზრდა, მდგრადი სოფლის მეურნეობის, ორგანული წარმოების მხარდაჭერა, ეკოლოგიური ინფრასტრუქტურის გაუმჯობესება.

ბიზნესსუბიექტების მიერ გარემოზე ზემოქმედების მართვის გაუმჯობესების შედეგად შეიძლება გაუმჯობესდეს ჰაერის, ნიადაგის და წყლის ხარისხი ან შემცირდეს ხმაური, ნარჩენების პრობლემები, რომლებიც ბიზნესსუბიექტების საწარმოო ინფრასტრუქტურის მახლობლად მცხოვრებ

მოსახლეობას აწუხებს, და მთლიანობაში გაუმჯობესდეს მრავალი ადამიანის ცხოვრების ხარისხი.

საქართველოში გარემოსდაცვით საკითხებში აქტიურად არის ჩართული სააქციო საზოგადოება მადნეული. გარემოს დაცვის სამინისტროს მიერ 2007 წლის 10 თებერვლის მემორანდუმის თანახმად, წარმოდგენილი იქნა გარემოსდაცვითი ღონისძიებები, რომლის განხორციელებაშიც კომპანიამ აქტიური მონაწილეობა მიიღო. 2007 წელს კომპანიამ გააკეთა სამეცნიერო კვლევითი ლაბორატორია, ლაბორატორიის მიზანია გარემო პირობების დამაბინძურებელი ფაქტორების მაქსიმალურად თავიდან აცილება და აღმოფხვრა. აღნიშნული ლაბორატორიული კვლევები და სამუშაოები დადებითად იქნა შეფასებული გარემოს დაცვის სამინისტროს, ეკოლოგიის ექსპერტისა და (TUV) და საერთაშორისო საფინანსო კორპორაციის (IFC) მიერ. ასევე მუდმივად ახორციელებენ მონიტორინგს მიმდინარე ეკოლოგიური პრობლემების უზრუნველყოფის აქტივობაზე.

გარემოზე ბიზნესსუბიექტის საქმიანობით გამოწვეული ზემოქმედების მართვა ბრითიშ პეტროლიუმის (Bp) ბიზნესის წარმოების განუყოფელი ნაწილია.

საქართველოში ეკოკომპენსაციის მიზნით განახორციელა სათაფლიის სახელმწიფო ნაკრძალის ინფრასტრუქტურის გაუმჯობესების პროექტის დაფინანსება, რაც ითვალისწინებდა კულტურულ-სარეკრეაციო და დამხმარე ობიექტების კეთილმოწყობის სამუშაოების ჩატარებას საერთაშორისო პალეონტოლოგიური მნიშვნელობის მქონე დაცულ ტერიტორიაზე.

2010 წელში Bp –ის მიერ ნავთობსადენის კოლიანას მონაკვეთზე მდებარე ნავთობის ჩამოსაცლელი რეზერვუარის ტერიტორიაზე და მეორადი შემაკავებელი ტერიტორიის ირგვლივ განხორციელდა ლანდაშაფტის ჰარმონიზაციისა და ბიოაღდგენის სამუშაოები. რაც თავის მხრივ გამოიხატება ბუნებრივ და სოციალურ გარემოზე ზემოქმედების შეფასებით.

ბუნებრივი რესურსების რაციონალურ გამოყენებისა და ადგილობრივი მოსახლეობის კეთილდღეობის ზრდის მიზნით Bp-ი საქართველოს მთავრობასთან შეთანხმების საფუძველზე ახორციელებს ეკოკომპენსაციის ინიციატივას, რომელიც ითვალისწინებს ბახმაროს საკურორტო ზონის ტყეების აღდგენასა და განახლების პროგრამას.

Bp-ის მიერ შემუშავებულია „კელური ბუნების გადარჩენის ღონისძიებათა გეგმა“ რომელიც ითვალისწინებს დაღვრაზე რეაგირების ქმედითი პროცედურ-

ების ისეთი ინიციატივებს რომლებიც ველური ბუნების ნავთობით დაბინძურებას იწვევს.

ასევე Bp-ი ახორციელებს 2010 წლიდან გარემოს დაცვით ინიციატივას - „ეკო-პრემიების“ პროგრამის ფარგლებში, აღნიშნულ პროგრამას ადმინისტრირებას უწევს „ვეროვიზიის თანამშრომლობის ფონდი“. აღნიშნული ინიციატივა Bp-ის და მისი პარტნიორების მიერ სამი წლის განმავლობაში 900 ათასი დოლარით დაფინანსდა, პროგრამის ფარგლებში განხორციელებული და განსახორციელებელი პროექტები სტიმული იქნება ბუნებრივი რესურსების რაციონალურად მოხმარების, ადგილობრივი მოსახლეობის კეთილდღეობაზე ზრუნვის პარალელურად.

საქართველოს კონსტიტუციის 37-ე მუხლში მითითებულია “ყველას აქვს უფლება ცხოვრობდეს ჯამრთელობისთვის უვნებელ გარემოში სარგებლობდეს ბუნებრივი და კულტურული გარემოთი. ყველა ვალდებულია გაუფრთხილდეს ბუნებრივ და კულტურულ გარემოს”. ამ მოთხოვნის ძირითადი პრინციპი აისახა კანონში “გარემოს დაცვის შესახებ”, რომელიც წარმოადგენს საქართველოს გარემოსდაცვითი კანონმდებლობის ერთიანი სისტემის ფორმირების სამართლებრივ საფუძველს და მოითხოვს, რომ ნებისმიერი საქმიანობის განხორციელების დროს საქმიანობის სუბიექტმა იხელმძღვანელოს შემდეგი პრინციპებით:

- რისკის შემცირების პრინციპი: საქმიანობის სუბიექტი ვალდებულია თავის საქმიანობის განხორციელებისას მიიღოს სათანადო ზომები გარემოსა და ადამიანის ჯამრთელობაზე მავნე ზემოქმედების რისკის თავიდან ასაცილებლად.

- პრიორიტეტულობის პრინციპი: ქმედება, რომელმაც შეიძლება უარყოფითი ზეგავლენა მოახდინოს გარემოსა და ადამიანის ჯამრთელობაზე, უნდა შეიცვალოს სხვა ნაკლებრისკიანი, თუმცა უფრო ძვირადღირებული ქმედებით.

- ნარჩენების მინიმიზაციის პრინციპი: საქმიანობის განხორციელებისას უპიურატესობა ენიჭება ისეთ ტექნოლოგიას, რომელიც უზრუნველყოფს ნარჩენების მინიმიზაციას.

- ბიოლოგიური მრავალფეროვნების შენარჩუნების პრინციპი: საქმიანობა არ უნდა იწვევდეს ბიომრავალფეროვნების შეუქცევად დეგრადაციას.

- რესტიტუციის (აღდგენის) პრინციპი: საქმიანობის განხორციელების შემდეგ დეგრადირებული გარემო აღდგენილი უნდა იქნეს პირველდელ მდგომარეობასთან მიახლოებული სახით.

- ფასიანი ბუნებათსარგებლობის პრინციპი: საქმიანობის სუბიექტისათვის მიწის, წყლის, ტყის, ფლორის, ფაუნის, წიაღისა და წიაღისეული რესურსებით სარგებლობა ფასიანია.

- პრინციპი “დამბინძურებელი იხდის”: საქმიანობის სუბიექტი ვალდებულია აანაზღაუროს გარემოსათვის მიყენებული ზიანი.

მწარმოებლისა და მომხმარებლის მიერ გარემოს დაბინძურების შემცირებისა და ბუნებრივი რესურსების რაციონალურად გამოყენების სტიმულირების მიზნით გამოიყენებოდა სხვადასხვა ეკონომიკური ინსტრუმენტები.

გარემოსდაცვითი საკითხები მნიშვნელოვნად დაკავშირებულია სოციალური პასუხისმგებლობასთან, ჩვენს მიერ ჩატარებული კვლევის შედეგად გამოვლინდა რომ ბიზნესსუბიექტთა უმრავლესობა თავიანთი უშუალო საქმიანობის გარდა მნიშვნელოვნად მიიჩნევენ მონაწილეობის მიღებას საზოგადოების სოციალურ-ეკონომიკური პრობლემების მოგვარებაში და გარემოს დაცვაში (65 %). მცირეა იმ რესპოდენტთა წილი (35%) ვისაც ნეგატიური დამოკიდებულება აქვს აღნიშნულთან დაკავშირებით.

საზოგადოების გააქტიურებამ, ეკოლოგიური დაცვის საკითხებთან დაკავშირებით აამაღლა ბიზნესმენტთა პასუხისმგებლობა მომხმარებელთა უფლებების დაცვის სფეროში.

აღსანიშნავია ისიც, რომ ჯერკიდევ 1972 წელს პარიზის სამიტზე, სადაც ევროკომისიას გარემოს დაცვის პროგრამის შემუშავება დაევადა, აგრეთვე მომხმარებლის დაცვის პროგრამის შემუშავებაც გადაწყდა. 1975 წლისთვის მომზადდა და 1975 წლის 14 აპრილის რეზოლუციით დამტკიცდა მომხმარებლის დაცვის პრინციპები, პროგრამის მიზნები და მიმართულებები. (პეპანაშვილი...2010:185)

რეზოლუციის მიხედვით, პოლიტიკის აუცილებლობა განაპირობა პროდუქციის მწარმოებელსა და მომხმარებლის ძალების გათანაბრების საჭიროებამ. ბაზრის გაფართოებამ „მომხმარებელი, რომელიც წარსულში მხოლოდ მცირე ადგილობრივ ბაზარზე იძენდა საქონელს, უზარმაზარი ბაზრის მცირე ნაწილაკად აქცია, რომელშიც იგი ხშირად არასასურველი სარეკლამო კამპანიების და მწარმოებელთა და გამავრცელებელთა კარგად ორგანიზებული

ჯგუფების ზეწოლის სამიზნე ხდება. მწარმოებლებს და ნაწარმის გამავრცელებლებს ხშირად გაცილებით მეტი შესაძლებლობა აქვთ განსაზღვრონ ბაზრის პირობები, ვიდრე მომხმარებელს. მას ხელს უწყობს მათი გაერთიანება, კარტელები, კონკურენციის თვითშეზღუდვა.“

შედგება, „მომხმარებელი სათანადოდ ვეღარ ასრულებს ბაზრის დამბალანსებელი ფაქტორის როლს.“ რეზოლუციის მიხედვით მთავრობების, ამ შემთხვევაში კი თანამეგობრობის, ჩარევა ღია ბაზარში მომხმარებელთა ინდივიდუალური და ჯგუფური ინტერესების დასაცვადაა საჭირო. „ცხოვრების ხარისხის გაუმჯობესება თანამეგობრობის ერთერთი მიზანია და მასში იგულისხმება მომხმარებლის ჯანმრთელობის, უსაფრთხოებისა და ეკონომიკური ინტერესების დაცვა.“ სწორედ ამ მიზნის მისაღწევად არის საჭირო მომხმარებლის დაცვისა და ინფორმირების პოლიტიკის თანამეგობრობის დონეზე გატარება.

აღნიშნულ პოლიტიკას მომხმარებლის შემდეგი ძირითადი უფლებების დაცულობა უნდა უზრუნველყოს:

- უფლება ჯანმრთელობისა და უსაფრთხოების დაცვაზე;
- უფლება ეკონომიკური ინტერესების დაცვაზე და ზიანის გამოსწორებაზე;
- უფლება ინფორმაციისა და ცოდნის მიღებაზე და მისი აზრის გათვალისწინებაზე;

მომხმარებლის ჯანმრთელობისა და უსაფრთხოების დაცვაში იგულისხმებოდა, შეთავაზებული პროდუქციის ან მომსახურების, მომხმარებლისთვის უსაფრთხოება. გარდა ამისა, ბიზნეს სუბიექტს უნდა ეზრუნა, მომხმარებლის ინფორმირებაზე ყველა იმ საგარაუდო რისკის შესახებ, „რომელთა წინასწარ განჭვრეტა შესაძლებელი იყო“.

მომხმარებელთა უფლებების დაცვისა და ცივილური სამომხმარებლო ბაზრის განვითარების ხელშეწყობის მიზნით 2010 წელს საქართველოში შეიქმნა არასამეწარმეო (არაკომერციული) იურიდიული პირი „საქართველოს მომხმარებელთა მეგზური“. არსებული ორგანიზაცია ხელს უწყობს მომხმარებლის და მეწარმის უფლებების დაცვას, რაც თავის მხრივს იქნება ჯანსაღი კონკურენციის ხელშემწყობი ფაქტორია, მომხმარებელთა უფლებების დაცვის შესაძლებლობების გაფართოებისა და მიღწევის საფუძველია.

ორგანიზაცია ხელმძღვანელობს საქართველოს კანონით „მომხმარებელთა უფლებების დაცვის შესახებ“ და სხვა საკანონმდებლო აქტებით, რომლითაც დადგენილი მოთხოვნები უზრუნველყოფენ მომხმარებელთა და მეწარმეთა კანონიერი უფლებების დაცვას. (მომხმარებლის...2010)

რაც შეეხება მომხმარებლის ეკონომიკური ინტერესების დაცვას, აქ იგულისხმებოდა მომხმარებლის დაცვა დამაბნეველი რეკლამისაგან, პროდუქციის გამავრცელებელთა გაუმართლებელი ზეწოლისგან; საკმარისი არჩევანის არსებობის აუცილებლობა; დაცვა საქონლის ან მომსახურების დეფექტის შემთხვევაში. გარდა ამისა, „მომხმარებელთა ინდივიდუალური და ჯგუფური ინტერესების დასაკმაყოფილებლად“ მოთხოვნილი იყო მომხმარებლისთვის დახმარება ნარჩენების თავიდან მოცილებაში. კერძოდ, სამიზნე პრობლემები ამ მიმართულებით იყო: შესაფუთი მასალები; ნაწარმის მოხმარების ხანგრძლივობა; ხმარებიდან გამოსული ნაწარმის უტილიზაციის შესაძლებლობანი.

მომხმარებლის ინფორმირებულობა. მომხმარებელს უნდა გააჩნდეს საკმარისი ინფორმაცია იმისათვის, რომ შეძლოს შეაფასოს პროდუქციის მომსახურების ბუნება, ხარისხი, რაოდენობა და ფასი; შეადაროს ერთმანეთს მსგავსი პროდუქტები და აირჩიოს მისთვის საუკეთესო; თავისი სურვილისამებრ უსაფრთხოდ გამოიყენოს შეძენილი პროდუქტი/მომსახურება; ყველაზე მნიშვნელოვანი ინსტრუმენტი ამისათვის არის ნაწარმის ეტიკეტი - იგი უნდა იყოს მკაფიო, გასაგები, სანდო და შეიცავდეს მომხმარებლისთვის საჭირო ყველა ინფორმაციას. აღნიშნული პროგრამა და მისი განხორციელება რიგ საკითხებში უახლოვდება გარემოს დაცვით პროგრამებს. (მომხმარებელთა.. 2011)

მომხმარებლის ჯანმრთელობის დაცვის მიზნით საკვები პროდუქტებისთვის დადგენილი მოთხოვნების ჰარმონიზაცია ჯერ კიდევ 60-იანი წლებიდან დაიწყო. 1962 წლის 2645 დირექტივით დადგინდა საკვებში საღებავებად დაშვებულ ნივთიერებათა ჩამონათვალი (შემდეგ შეიცვალა 94/36/EC დირექტივით), 64/54/C დირექტივით - საკვებში დაშვებული კონსერვანტების ჩამონათვალი (შემდგომ შეიცვალა 95/2/ C დირექტივით), 94/35/ C დირექტივით - დაშვებული საკვების დამატებობლების ჩამონათვალი, 89/107/ C დირექტივით - ყველა სხვა საკვები დანამატების ჩამონათვალი. საინტერესოა, რომ ამ დირექტივათა დღეს მოქმედ ვერსიებში გარკვეულ ნივთიერებათა აკრძალვის პარალელურად ყურადღება გამახვილებულია მათი შემცველობის შესახებ

მომხმარებლის ინფორმირებაზე, რათა ამ უკანასკნელმა თავად გააკეთოს არჩევანი მეტად და ნაკლებად მანვე დანამატების შემცველ საკვებს შორის.(პეპანაშვილი...2010:187)

ასევე, მნიშვნელოვანია მომხმარებელთა დამოკიდებულება სხვადასხვა საქონლსა ან მომსახურებაზე. მომხმარებელთა დამოკიდებულებას მკვლევარები მათი გამოკითხვით ან მათი ქცევიდან გამომდინარე ადგენენ. მაგალითად, თუ მომხმარებელი ყოველთვის უპირატესობას ანიჭებს „Nokia“-ს მობილურ ტელეფონს და სხვებსაც მისი შექენის რეკომენდაციას უწევს, შეიძლება დავასკვნათ, რომ მომხმარებელს პოზიტიური დამოკიდებულება აქვს ამ ბრენდის მობილური ტელეფონების მიმართ.

ფსიქოლოგებმა დამოკიდებულების და ქმედებას შორის ურთიერთობების ასახსნელად შეიმუშავეს დამოკიდებულების სამკომპონენტოანი მოდელი, რომლის მიხედვითაც დამოკიდებულება ყალიბდება შემეცნების, ეფექტის და ქმედების ურთიერთობის საფუძველზე. (ლილუაშვილი 2009:61)

მომხმარებლებს რწმენა უყალიბდებათ როგორც ინფორმაციის, ასევე საკუთარი გამოცდილების საფუძველზე. რწმენა აყალიბებს მომხმარებლის მოლოდინს პროდუქტის, ბრენდის ან მომავლის შესახებ. მაგალითად, მომხმარებლის უნარი, გაწიოს ხარჯი ძვირად ღირებული პროდუქტის შესასძენად, დამოკიდებულია მის შემოსავალზე და ფინანსურ აქტივობაზე, სურვილი კი მის რწმენაზე ფინანსური მომავლის შესახებ. როგორც წესი, მომხმარებლები უფრო კომფორტულად გრძნობენ თავს, როდესაც მათი ფინანსური მომავალი ოპტიმისტურია, ხოლო მომავალი პესიმისტური, პროდუქტის ყიდვის შესახებ ზრახვა შეიძლება მომავლისათვის გადაიტანონ.

ასევე, შეიძლება მომხმარებლებს ურთიერთდაკავშირებული რწმენაც ჰქონდეთ. ეს ხშირად ხდება მაშინ, როდესაც პროდუქტის შესახებ არსებული ინფორმაცია არ არის სრული. მაგალითად, არსებობს პროდუქტის ფასისა და ხარისხის ურთიერთდაკავშირებული რწმენები, რომლის მიხედვით მომხმარებელი პროდუქტის ფასს მის ხარისხთან აიგივებს, მომხმარებლებს სწამთ, რომ მაღალფასიანი პროდუქტები უფრო ხარისხიანია ვიდრე დაბალფასიანი.

ურთიერთდაკავშირებული რწმენები შეიძლება რეკლამითაც შეიქმნას. მაგალითად, შედარებითი რეკლამის დროს აჩვენებენ ბრენდის უპირატესობას გარკვეული მაჩვენებლების მიხედვით.

ცნობილია რომ შეგრძნებები, რომლებიც მომხმარებელს უჩნდება პროდუქტის მოხმარების პროცესში გავლენას ახდენს „მომხმარებლის შემდგომ შეფასებაზე“. (ლილუაშვილი 2009:62)

ასევე, მნიშვნელოვანია გაერთიანებული ერების ორგანიზაციის გენერალური ანსამბლეს რეზოლუციით აღიარებული მომხმარებელთა რვა ძირითადი პრინციპის - უსაფრთხოების, ინფორმირებულობის, არჩევანის, მოსმენის, ანაზღაურების, განათლების, ჯანსაღი გარემოსა და ძირითადი საჭიროებათა დაკმაყოფილების აქტივობის ხელშეწყობა.

მსოფლიოს ქვეყნებში ცნობილია ისეთი ორგანიზაციები, რომლებიც თავიანთ ყოველდღიურ საქმიანობაში ეწევიან მომხმარებელთა არა მარტო უფლებების დაცვას, არამედ იმ ფაქტების გამოვლენას, რომლებიც დაკავშირებულია მომხმარებელთა უფლებების დარღვევასთან. ასევე ბიზნესსუბიექტებს რომლებსაც გრძელვადიანი ხედვა აქვთ, უკვე მიიღეს ზომები გარემოზე ზემოქმედების შესამცირებლად, ამით მოახდინეს სოციალური პასუხისმგებლობის დემონსტრირება და წვლილი შეიტანეს სამომავლო განვითარებასა და მდგრადობაში.

2.3. ბიზნესი და საინვესტიციო გარემო

ქვეყანაში მიმდინარე ეკონომიკური რეფორმების სისტემაში მნიშვნელოვანი ადგილი სტრუქტურულ გარდაქმნებს და მეცნიერულ – ტექნიკური პროგრესის მიღწევების დანერგვას უკავია, რაც ქვეყნის შემდგომი წარმატებული განვითარების მთავარი პირობაა.

სპეციალისტთა უმრავლესობა ეთანხმება იმ მოსაზრებას, რომ პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები მნიშვნელოვან როლს თამაშობს ეკონომიკის რესტრუქტურისაში და მათი ნაკადების ზრდა ეკონომიკური პოლიტიკის მნიშვნელოვან ამოცანას წარმოადგენს. ამდენად, განვითარებადი და გარდამავალი ეკონომიკის ქვეყნების რეფორმირების უმნიშვნელოვანესი პრობლემა ინვესტიციების მოზიდვაა, რამდენადაც ამ ქვეყნების ეკონომიკის უმეტესი დარგებისათვის დამახასიათებელია მნიშვნელოვანი ტექნოლოგიური ჩამორჩენა, შრომის ნაყოფ-

იერების და შრომის ანაზღაურების დაბალი დონე, შემოსავლების სიმცირე, რაც განაპირობებს დანაზოგების და ინვესტიციების სიმცირეს. ამიტომ, ამ ქვეყნებისათვის აუცილებელია უცხოური კაპიტალი, რომელიც შეძლებდა ახალი ტექნოლოგიების და მართვის თანამედროვე მეთოდების დანერგვას და შიდა ინვესტიციების წახალისებას.

თანამედროვე პირობებში უცხოური ინვესტიციების მოზიდვის პოლიტიკა მოიცავს ორ მხარეს: შიდა – ინვესტიციებთან უშუალოდ დაკავშირებულ პოლიტიკას და ვაჭრობის ლიბერალიზაციას და გარე – მაკროეკონომიკურ პოლიტიკას, უპირველესად კი ფულად, სავალუტო და საგადასახადო პოლიტიკას. ამდენად, აუცილებელია განვასხვავოთ მაკრო და მიკრო ეკონომიკური ასპექტები. კერძოდ, მაკროეკონომიკური ასპექტები სახელმწიფო ეკონომიკური პოლიტიკის პრობლემებსა და ობიექტურ ეკონომიკურ პროექტებს განიხილავს, როგორც თავის საბოლოო მიზნის, მაშინ, როდესაც მიკროეკონომიკური ასპექტები ანალიზებს კერძო ინვესტიციების საქმიანობას და მასზე სახელმწიფოს ეკონომიკური პოლიტიკის ზემოქმედებას.

სახელმწიფოს მიერ განხორციელებულ საინვესტიციო პოლიტიკას უდიდესი როლი ენიჭება საინვესტიციო გარემოს ფორმირებაში. სახელმწიფოს საინვესტიციო პოლიტიკა უნდა ითვალისწინებდეს შემდეგ მიმართულებებს:

- ინვესტიციებისათვის ხელსაყრელ გარემოს შექმნას, რომელიც ხელს შეუწყობს კერძო სექტორის საინვესტიციო აქტივობის ზრდას;
- უცხოური და ადგილობრივი ინვესტიციების მოზიდვას საწარმოთა რეკონსტრუქციის მიზნით;
- საციცოცხლოდ მნიშვნელოვანი საწარმოების და სოციალური სფეროს სახელმწიფო მხარდაჭერას.

ხელსაყრელი ინვესტიციური კლიმატის სოციალურ-ეკონომიკური და პოლიტიკური-სამართლებრივი ურთიერთობების ფართო სისტემაა, რომლებიც მართვის მიკრო და მაკრო დონეზე ყალიბდება მასთან დაკავშირებული პროცესების ზეგავლენით და ხელს უწყობს მყარი ინვესტიციური მოტივების წარმოშობას.

ინვესტიციური გარემოს შემადგენელი ფაქტორები შეიძლება შემდეგნაირად დავაჯგუფოთ:

პოლიტიკური – რაც ინვესტიციების პოლიტიკის რისკებთან არის დაკავშირებული;

სამართლებრივი- რომელშიც ასახულია საკუთრებითი ურთიერთობა;

ეკონომიკური – რომელიც მოიცავს ეროვნული ეკონომიკის მდგომარეობის მაკროეკონომიკურ მაჩვენებლებს.

ხელსაყრელი ინვესტიციური კლიმატის ფორმირება შემდეგი პრობლემების გადაჭრაზეა დამოკიდებული:

მაკროეკონომიკური სტაბილურობის მიღწევა და ეკონომიკური პოლიტიკის შესაბამისი ფორმირება, ასევე ეკონომიკაზე სახელმწიფო ზემოქმედება და საბაზრო კონკურენციის ფორმირება;

ცივილიზებული სამართლებრივი სივრცის შექმნა, რომელიც გამყარებულია საბაზრო ეკონომიკის კანონებით;

სახელმწიფოს ფისკალური პოლიტიკის მასტიმულირებელი მიმართულებებზე გადასვლა.

უცხოური ინვესტიციების მოზიდვა ქვეყნის ინვესტიციური ბაზრის ფორმირების აუცილებელი პირობაა. მხოლოდ ეს უზრუნველყოფს ეროვნული ეკონომიკის რეალურ ჩართვას მსოფლიო მეურნეობაში. ამასთან გასათვალისწინებელია საზღვარგარეთულ ინვესტიციებთან დაკავშირებული ძირითადი წინააღმდეგობა. კერძოდ, ერთის მხრივ საზღვარგარეთულ ინვესტიციებზე მწვავე მოთხოვნა და მეორეს მხრივ კი საბაზრო ძალების მოქმედებით შეიძლება ჩვენი ქვეყანა დასავლეთის სანედლეულო დანამატად იქცეს. ამ წინააღმდეგობის დაძლევისათვის უნდა შემუშავდეს უცხოური ინვესტიციების მოზიდვის დასაბუთებული სტრატეგია, რომელშიც გათვალისწინებული იქნება მსხვილი სტრატეგიული მნიშვნელობის მქონე ინვესტიციების მოზიდვის მოტივაციური მექანიზმი, რომლის შემადგენელი ნაწილებია: უცხოური ინვესტიციებისათვის მისაღები ეკონომიკური პირობები, სამართლებრივი და ადმინისტრაციული რეჟიმი. ამასთან დაკავშირებით მთავარი პრობლემაა:

- არჩევანის გაკეთება საწარმოების შექმნის სარეგისტრაციო და ნებისდამრთველი სისტემებს შორის;
- შეღავათების და შეზღუდვების შეხამება;
- მოლაპარაკებების, კონკურსების და ტენდერებისათვის პარტნიორების არჩევის კრიტერიუმები;

უცხოური ინვესტიციების მოზიდვა მჭიდროდ უნდა დაუკავშირდეს, როგორც ეროვნულ ინტერესებს, ისე უცხოელი ინვესტორების დისკრიმინაციის დაუმკობლობას. სტრატეგიული ინვესტორების ინტერესებთან შესამეხებით ეროვნული ეკონომიკის უსაფრთხოების უზრუნველყოფა უნდა მოხდეს უცხოური ინვესტიციების მოზიდვის სტრატეგიის ყველა კომპონენტში: მიზნებში, პრინციპებში, სამეურნეო მექანიზმში, პრიორიტეტულ მიმართულებებში, რეალიზაციის ეტაპებზე და ა.შ.

უცხოური ინვესტიციების მოზიდვის ძირითადი მიზნებია:

- გარკვეული სახეობის საქონელზე არსებული მოთხოვნილების უფრო სრული დაკმაყოფილება;
- ეროვნულ მეურნეობაში მოწინავე ტექნოლოგიის, ტექნიკის და მმართველობითი გამოცდილების შემოტანა;
- დამატებითი მატერიალური და ფინანსური რესურსების მიღება საკუთარი ეკონომიკური პოტენციალის გასაუმჯობესებლად;
- საექსპორტო პოტენციალის გადიდება;
- არარაციონალური იმპორტის შემცირება;
- საშინაო ბაზრის, საბაზრო ინფრასტრუქტურის და კომუნიკაციის განვითარება;
- მოსახლეობის დასაქმების ამაღლება და შემოსავლების ზრდა;

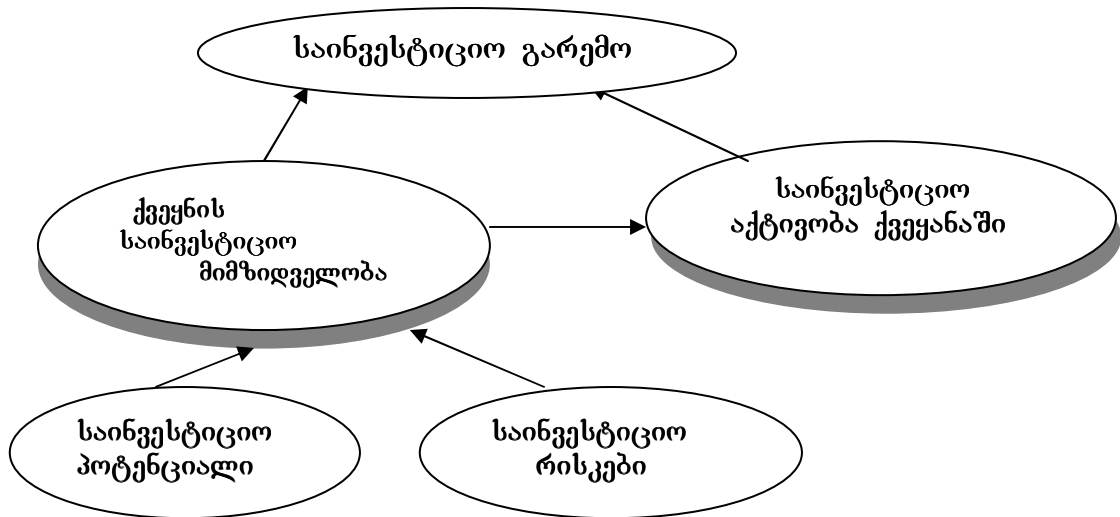
ყველაზე გავრცელებული მიდგომით საინვესტიციო აქტივობა გულისხმობს ქვეყნის ეკონომიკაში გრძელვადიანი, სარისკო დაბანდებების განხორციელების დინამიკურ პროცესს, რომელიც აქტიურად ზემოქმედებს, როგორც ეკონომიკურ, ასევე სოციალურ სფეროებზე და ამ პროცესის წარმატებულობა განსაზღვრავს საზოგადოებრივი პროგრესის ყველა სასიცოცხლო ასპექტს, სახელმწიფოს ეკონომიკური განვითარების დინამიკას. (გელაშვილი 2001:176)

აღსანიშნავია, რომ არსებითი ხასიათის ურთიერთდამოკიდებულება შეიმჩნევა ქვეყნის საინვესტიციო აქტივობასა და საინვესტიციო მიმზიდველობის ფორმირებას შორის. განზოგადოებულ ფაქტორულ მახასიათებელს წარმოადგენს საინვესტიციო მიმზიდველობა, ხოლო საინვესტიციო აქტივობა კი მისგან გამომდინარე შედეგობრივი მახასიათებელია.

ჩვენ მიგვაჩნია, რომ საინვესტიციო გარემოს ქმნიან საინვესტიციო აქტივობა და საინვესტიციო მიმზიდველობა. აღნიშნული ერთობლიობა შეიძლება წარმოვადგინოთ შემდეგი სქემით (ნახ.№2.3.1), (ლალიძე 2008:33)

ნახ. №2.3.1.

ქვეყნის საინვესტიციო გარემოს ფორმირების პროცესი



საინვესტიციო გარემო არა მარტო წარმოადგენს სოციალური – ეკონომიკური, ორგანიზაციული, სამართლებრივი, პოლიტიკური, სოციალურ – კულტურული, ეკოლოგიური წანამძღვრების ერთობლიობას, არამედ განსაზღვრავს ინვესტირების მიზანშეწონილობას. გამოყოფენ საინვესტიციო გარემოზე მოქმედ ობიექტურ ფაქტორებს, რომლებსაც განეკუთვნება: მაკროეკონომიკური ფაქტორები; ბუნებრივ-რესურსული პოტენციალი; საინვესტიციო პოტენციალი; საფინანსო-საკრედიტო პოტენციალი; ინფრასტრუქტურული პოტენციალი; სამეცნიერო-ტექნოლოგიური და ინოვაციური პოტენციალი; საკადრო პოტენციალი; საბაზრო გარემოს ფაქტორები; სოციალური და სოციალურ-კულტურული ფაქტორები. (დანართი №1) (რაევსკი 2006:158)

საინვესტიციო გარემოს მიმართ მიდგომები ფართო გაგებით სამ ძირითად მახასიათებლამდე შეიძლება დავიყვანოთ. კერძოდ, ეს მიდგომები ეკონომიკური ლიტერატურაში ცნობილია: ვიწრო, გაფართოებული (მრავალფაქტორიანი) და რისკული მიდგომის სახელით. (საქს...1996:620)

პირველი ანუ ვიწრო შეხედულების მიხედვით საინვესტიციო გარემოს ყველაზე მნიშვნელოვან მახასიათებლებად გამოდის:

- მშპ-ის დინამიკა;
- ეროვნული შემოსავლის და სამრეწველო პროდუქციის მოცულობა;
- ეროვნული შემოსავლის განაწილებაში დაგროვებისა და მოხმარების პროპორციები;
- საინვესტიციო საქმიანობის მარეგულირებელი კანონმდებლობა;
- ცალკეული საინვესტიციო ბაზრების განვითარებულობა.

რაც შეეხება მეორე მიდგომას, რომელიც გაფართოებულს, მრავალფაქტორულს სახელითაა ცნობილი, იგი საინვესტიციო გარემოს შეფასებისას შემდეგ ფაქტორებს ეფუძნება:

- ეკონომიკური პოტენციალის დახასიათება;
- მეურნეობრიობის საერთო (ეკოლოგიური უსაფრთხოება, მატერიალური წარმოების დარგების განვითარებულობა, გაცვეთილი ფონდების წილი, სამშენებლო ბაზის განვითარების დონე) პირობები;
- საბაზრო სტრუქტურების განვითარებულობა;
- პოლიტიკური (ფაქტორები მოსახლეობის ნდობის დონე ხელისუფლებისადმი, სოციალური სტაბილურობის დონე) ფაქტორები;
- სოციალური და სოციო-კულტურული (მოსახლეობის ცხოვრების დონე, სამედიცინო მომსახურების დონე, დამნაშავეობის დონე, შრომის ანაზღაურების რეალური დონე) ფაქტორები;
- ორგანიზაციულ-სამართლებრივი (ხელისუფლების დამოკიდებულება უცხოელ ინვესტორებთან, გადაწყვეტილებათა მიღების ოპერატიულობა, ინფორმაციისადმი ხელმისაწვდომობა, სამრეწველო საქონლის, კაპიტალის, შრომის გადაადგილების დონე, მეწარმეთა საქმიანი უნარი და ეთიკა) ფაქტორები;
- ფინანსური (ბიუჯეტის შემოსავლები, მოსახლეობის ერთ სულზე არასაბიუჯეტო ფონდების მოცულობა, კრედიტისადმი ხელმისაწვდომობა, საბანკო პროცენტის განაკვეთი, ანაბრების მოცულობა მოსახლეობის ერთ სულზე) ფაქტორები.

რაც შეეხება მესამე მიდგომას, რომელიც რისკულის სახელითაა ცნობილი, მისი მიმდევრები საინვესტიციო კლიმატის შეფასებისთვის ორ ძირითად კრიტერიუმებს იყენებენ: საინვესტიციო პოტენციალი საინვესტიციო რისკების და სოციალურ-ეკონომიკური პოტენციალის მდგომარეობა.

ცხადია, რომ აღნიშნული მაჩვენებლებიდან თითოეული, თავის მხრივ განსხვავებულ და მრავალფეროვან ფაქტორებზეა დამოკიდებული, რომელთაგან ზოგიერთის ფორმალიზება ვერ ხერხდება.

ჩვენი აზრით, საინვესტიციო გარემოს შეფასებისას და დახასიათებისას, აუცილებელია სამივე მიდგომის გათვალისწინება, შემდგომ კი მეცნიერული აბსტრაქციისა და ანალიზის, ასევე მეცნიერულ კვლევის სხვა მეთოდების გამოყენებით მიღებული მონაცემების სრულყოფა.

რაც შეეხება საქართველოს გამოცდილებას, ამ მიმართულებით მნიშვნელოვანია ქართველი მეცნიერების ე. ბარათაშვილის, თ. შენგელიას, ზ. ვაშაკის, გველესიანის, ჯ.ზარანდიას და კ. ციმიბტიას მიერ რეგიონების კონკურენტუნარიანობის შეფასების ფარგლებში რეგიონის ინვესტიციური უპირატესობის ინდექსთა გათვლის საფუძველზე კონკრეტული ინდექსის საშუალებით რეგიონის საინვესტიციო კლიმატის დახასიათებისადმი არსებული მიდგომა. ამ მეთოდის არსი მდგომარეობს იმაში, რომ სხვადასხვა მაჩვენებელთა ბაზაზე, რომელთა შორის ერთ-ერთს რეგიონის ინვესტიციური უპირატესობის ინდექსი წარმოადგენს, ფასდება რეგიონების კონკურენტუნარიანობის დონე. ამ დროს რეგიონის ინვესტიციურ უპირატესობის მაჩვენებლად რეგიონის მოსახლეობის ერთ სულზე ინვესტიციების მოცულობა გამოდის. 2005 წლისთვის ამ მეთოდით გათვლილი ინდექსების მიხედვით საქართველოს რეგიონების ინვესტიციური უპირატესობის ინდექსები შემდეგნაირად იყო წარმოდგენილი: ქ. თბილისი – 1, სამეგრელო-ზემო სვანეთის მხარე – 0,93, ქვემო ქართლის მხარე – 0,72, აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკა – 0,53, მცხეთა-მთიანეთის მხარე – 0,32, იმერეთის მხარე – 0,14, რაჭა-ლეჩხუმისა და ქვემო სვანეთის მხარე – 0,11, შიდა ქართლის მხარე – 0,06, კახეთის მხარე და სამცხე-ჯავახეთის მხარე – 0,03, ხოლო გურიის მხარე – 0. (ბარათაშვილი 2008:65)

უცხოური ინვესტიციების მოზიდვის სუსტი ეროვნული სტრატეგია ასევე ახდენს ზეგავლენას ზემოაღნიშნულ პრობლემებზე. პირველ რიგში ეს არის ნათლად ჩამოუყალიბებელი კონკრეტული საინვესტიციო ბაზრები; ქვეყნის, როგორც ინვესტირების ადგილის ცუდი იმიჯი; სუსტი ფისკალური სტიმულები და უცხოური ინვესტიციების მხარდაჭერის ზედმეტად რთული და ჩახლართული პროცესი.

უცხოური ინვესტიციების მოზიდვისა და შენარჩუნების პრობლემა ასევე საკმაოდ მწვავედ დგას განვითარებული ქვეყნებისთვისაც. დაახლოებით 20000 საწარმოსა და ფირმის საქმიანობის შესწავლამ (2000წ) ექსპერტებს დაანახვა, რომ მათი 25% მომავალში სიტუაციის გაუარესებას ელოდა და მართლებიც აღმოჩნდნენ. კომპანიების რაოდენობა, რომლებიც გეგმავდნენ თანამშრომელთა რაოდენობის შემცირებას, გაიზარდა 21% - დან 26% - მდე, ზოგიერთი კომპანია კი საერთოდ გეგმავდა გერმანიიდან წასვლას. მაგალითად, კომპანია “სონი“-მ თავისი ტელევიზორების საამწყოობო ქარხანა მაღალი შრომითი დანახარჯების გამო გერმანიიდან დიდ ბრიტანეთში გადაიტანა. (ასათიანი...2009:61)

კომპრომისებისადმი წინააღმდეგობა “დაეხმარა” საფრანგეთს მოეპოვებინა “ევროპაში ბიზნესისათვის ყველაზე უფრო რთული ქვეყნის” სახელი. (ცხრილი №2.3.1.)

გერმანიიდან კაპიტალის გადინება დღესაც მიმდინარეობს და განსაკუთრებით ისეთ ქვეყნებში, სადაც შესაძლებელია გადასახადების გადახდის შემდეგ უფრო მეტი შემოსავლების მიღება. ცხრილი №2.3.1. მონაცემების მიხედვით ირკვევა, რომ დიდ ბრიტანეთი მიიჩნევა სამომავლოდ ბიზნესის საწარმოებლად საჭირო პოლიტიკური კლიმატის მქონე ყველაზე უფრო მიმზიდველ რეგიონად. (ასათიანი...2009:62)

ცხრილი №2.3.1.

ბიზნესის მიმზიდველობა ევროპული ქვეყნების მიხედვით

რთულია ბიზნესის წარმოება	%	ბიზნესის წარმოების პერსპექტივები	%
საფრანგეთი	29	დიდი ბრიტანეთი	48
გერმანია	22	გერმანია	35
იტალია	20	ესპანეთი	24
დიდი ბრიტანეთი	22	ჰოლანდია	23
ესპანეთი	10	საფრანგეთი	21

წყარო: ასათიანი 2009:62

ამიერკავკასიის რეგიონის ქვეყნებში – აზერბაიჯანი, სომხეთი და საქართველო პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების ნაკადი თვალშისაცემია,

განსაკუთრებით უკანასკნელ პერიოდში (ცხრილი № 2.3.2.) თუმცა, მსოფლიო ეკონომიკურმა კრიზისმა 2008-2009 მონაცემებზე ჰპოვა ასახვა. (მანველიძე 2009:132)

ცხრილი №2.3.2

პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების დინამიკა ამიერკავკასიის რეგიონის ქვეყნებში

წლები	საქართველო ²	სომხეთი ³	აზერბაიჯანი ⁴
1995			69.256
1996			301.52
1997		51.9	481.2
1998		232.4	522.41
1999		135.1	426.64
2000	131.2	190.1	456.75
2001	109.8	122.5	659.79
2002	167.4	217.5	1.404.81
2003	340.0	299.6	2.563.2
2004	499.1	305.6	3.238.92
2005	452.752	400.4	3.298.05
2006	117.077	628.1	2.666.48
2007	175.243	845.4	2.275.06
2008	1564.0	1000.9	1.793.06
2009	226.1 (ნახევარი წლის მონაცემები)	250.0 (ნახევარი წლის მონაცემები)	2532.8 (ნახევარი წლის მონაცემები)

წყარო: საქართველოს სტატისტიკის დეპარტამენტი, (მანველიძე 2009:132)

სომხეთში კრიზისი განაპირობა ვაჭრობის და თანხების გადმო-რიცხვის შემცირებამ, საქართველოში პუი-ების ნაკადების დაკლებამ, რაც მნი-შვნელოვანწილად გაპირობებულია 2008 წლის აგვისტოს მოვლენებით, ხოლო აზერბაიჯანში კრიზისმა გამოხატულება ჰპოვა ექსპორტის შემცირების, ნავთობის მოცულობის და ფასების დაკლების გამო.

² საქართველოს სტატისტიკის დეპარტამენტი

³ მონაცემები აღებულია სომხეთის განვითარების სააგენტოდან

⁴ სტატისტიკა აზერბაიჯანის ეკონომიკური განვითარების სამინისტროს ინფორმაციით.

უნდა აღინიშნოს, რომ საინვესტიციო პროცესების განვითარება განპირობებულია როგორც შემაფერხებელი, ისე მასტიმულირებელი და გავლენის მქონე ფაქტორებით.

შემაფერხებელ ფაქტორებში შეიძლება გამოიყოს საინვესტიციო რესურსების უკმარისობა, მაღალი საინვესტიციო რისკი, სახელმწიფოთშორისი ურთიერთობების თავისებურებები, არასრულყოფილი საკანონმდებლო სისტემა, ეკონომიკური და პოლიტიკური არასტაბილურობა. ხოლო მასტიმულირებელ ფაქტორებში შეიძლება დავასახელოთ ისტორიულად არსებული ურთიერთობები, ტერიტორიული სიახლოვე, ბუნებრივი და შრომითი რესურსებით უზრუნველყოფა, გეოგრაფიული მდებარეობა, ბაზრის პოტენციური ტევადობა და ა.შ.

შეიძლება აღინიშნოს რომ, ეფექტურად შიდაკაპიტალდაბანდება ინვესტიციებში ვერ ხერხდება ფინანსური სისტემის ოპტიმალური განვითარების არარსებობის პირობებში, რასაც ამჟამად ადგილი აქვს ამიერკავკასიის რეგიონის ქვეყნებში, რის გამოც პირდაპირი და პორტფელური ინვესტიციები თამაშობენ მნიშვნელოვან როლს ეკონომიკური განვითარების ფინანსირებაში. (მანველიძე 2009:133)

როგორც ირკვევა ინვესტიციების დარგობრივ სტრუქტურაში მომსახურების სფერო დომინირებს საინვესტიციო პოტენციალის შეფასებისას და მეტი კაპიტალის მოსაზიდად შესაბამისი პოლიტიკის განსაზღვრისათვის მნიშვნელოვანია იმ ბიზნესსუბიექტების მოტივაციის გაანალიზება, რომლებიც საქართველოში აბანდებენ კაპიტალს, რადგან აბსოლუტური ციფრები ხშირად არასწორ შეხედულებებს გვიქმნიან და მცდარ გადაწყვეტილებამდე მივყავართ.

მაგალითად, მნიშვნელოვანია აღინიშნოს, რომ 2003 წლიდან დაწყებული ინვესტიციების უდიდესი ნაწილი ჯერ ბაქო-თბილისი-ჯეიჰანის ნავთობსადენის, მოგვიანებით კი შაჰ-დენიზის გაზსადენის მშენებლობას უკავშირდება. საერთაშორისო კორპორაციის წილმა 2005 წლის საინვესტიციო ნაკადების 75% შეადგინა, ხოლო 2007 წელს 50%, როგორც ჩანს, ინვესტიციები ძირითადად მილსადენებში მიმდინარეობდა.

კიდევ ერთი ფაქტორი რომელიც ინვესტიციების სტრუქტურის ანალიზის დროს უნდა იქნეს მხედველობაში მიღებული ის არის, რომ ინვესტიციები მიმდინარეობდა ქსელურ ინდუსტრიაში (ტელეკომუნიკაციები, ელექტროენერჯის წარმოება, განაწილება, პორტები, ნავთობტერმინალები), უძრავ ქონებაში

(სასტუმროები), მძიმე მრეწველობა ან ნედლეულის მოპოვებაში (მარგანეტი, სასუქი, სპილენძი, ცემენტი). პრივატიზაციის შედეგად მიღებული საინვესტიციო ნაკადები თავისი ბუნებრივით ერთჯერადია და მათა ასევე მოჰყვება შემდეგი მსხვილი კაპიტალდაბანდებები. (ცხრილი №2.3.3)

უძრავი ქონება, მრეწველობა, და ნედლეულის მოპოვება შედარებით ნაკლებად უწყობს ხელს ეკონომიკის ზრდას ვინაიდან ისინი არ ზრდიან საწარმოო სიმძლავრეებს და დასაქმებას.

ცხრილი №2.3.3

პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების დინამიკა

ეკონომიკის სექტორი	2007 წელი		2008 წელი		სხვაობა 2007 წელთან შედარებით
	მლნ. აშშ დოლარი	%	მლნ. აშშ დოლარი	%	
სოფლის მეურნეობა, თევსჭერა	15.5	0.8	7.8	0.5	-7.7
რეწველობა	398.2	19.8	207.3	13.4	-190.9
ნერგეტიკა	362.6	18.0	294.8	18.8	-67.0
მშენებლობა	171.9	8.5	56.7	3.6	-115.2
ტრანსპორტი და კავშირგაბმულობა	416.7	20.7	422.7	27.0	+6.9
უძრავი ქონება	30.5	1.5	277.8	17.8	+247.3
დანარჩენი მომსახურეობა	382.8	19.0	283.1	18.1	-99.7
ბანკი	136.9	6.8	8.5	0.5	-128.4
არარეზიდენტი ფიზიკური და იურიდიული პირების მიერ შესყიდული უძრავი ქონება	99.6	4.9	4.9	0.3	-94.7
სულ	2014.7	100.0	1563.9	100.0	451.1

წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნულსამსახური, „საქსტატი“.

უძრავ ქონებასა და ქსელურ ინფრასტრუქტურაში განხორციელებული კაპიტალდაბანდებები გავლენას ახდენენ ქვეყნის ინფრასტრუქტურაზე, მაგრამ წარმოების თვალსაზრისით ნაკლებ ეფექტურია. აღნიშნულიდან გამომდინარე შეიძლება ითქვას, რომ ამჟამად საქართველოში შემოსული საინვესტიციო ნაკადები ფრაგმენტული და ნაკლებად მდგრადია. საშუალოვადიან პერსპექტივაში მათ

უნდა დაემატოს კაპიტალდაბანდებები ისეთ წარმოებაში, რომლებიც დასაქმებასა და ექსპორტის ზრდას შეუწყობს ხელს. პოზიციური ცვლილებები შეინიშნება კვების მრეწველობაში (დვინო მინერალური წყლები) ინვესტიციების გარკვეული შემთხვევები აღინიშნება საფეიქრო მრეწველობაში. საერთოდ კი, საქართველომ ვერ შეძლო კაპიტალის მოზიდვა მაღალტექნოლოგიურ წარმოებაში.

პირდაპირ უცხოურ ინვესტიციებთან ერთად პორტფელური ინვესტიციების მოზიდვის ხელშემწყობი ფაქტორია ფასიანი ქაღალდების მეორადი ბაზარი. ფასიანი ქაღალდების ბაზრის ძირითადი ფუნქციაა კაპიტალის მოზიდვა ანუ ფიზიკური და იურიდიული პირების დანაზოგების და ინვესტიციების წარმართვა ყოველდღიური და გრძელვადიანი მოთხოვნების დასაკმაყოფილებლად. აქციებისა და ობლიგაციების საჯარო შეთავაზება საწარმოების გაფართოების და მოდერნიზების, ახალი ტექნოლოგიების დანერგვისა და ახალი სამუშაო ადგილების შექმნის საშუალებას იძლევა.

მსოფლიო ენერგეტიკული ბაზრების დიდ ინტერესს იწვევს საქართველოს სტრატეგიული მდებარეობა, რომელიც უზრუნველყოფს ნავთობის მილსადენებით ტრანსპორტირებისათვის მეტად ეფექტიან და უმოკლესს გზას კასპიის, ცენტრალური აზიის ქვეყნებისა და აზერბაიჯანიდან შავ ზღვამდე. საქართველო ესაზღვრება იმ ქვეყნებს, რომლებიც ფლობენ ნავთობისა და გაზის უდიდეს მარაგებს. კერძოდ რუსეთსა და კასპიის ქვეყნებს; მეორე მხრივ იგი ესაზღვრება თურქეთს, რომელიც ენერგო რესურსების მნიშვნელოვანი მომხმარებელია. აქედან გამომდინარე, საქართველო განსაკუთრებულ ინტერესს იწვევს როგორც ნავთობისა და გაზის მომპოვებელი, ისე აღნიშნული პროექტის შემსყიდველი ქვეყნების მხრიდან. აღმოსავლეთ-დასავლეთის მიმართულებით სატრანსპორტო კავშირების განვითარებისათვის რეგიონს გააჩნია სატრანსპორტო გადაზიდვების განვითარების ისეთი მნიშვნელოვანი პოტენციალი, როგორცაა სარკინიგზო და საავტომობილო ინფრასტრუქტურა, რომლებიც დაკავშირებულია შავი ზღვის პორტებთან. (მანველიძე 2009:136)

საქართველოში საინვესტიციო საქმიანობას არეგულირებს 1996 წელს მიღებული კანონი „საინვესტიციო საქმიანობის ხელშეწყობისა და გარანტიების შესახებ“, 2006 წლის კანონი „ინვესტიციების სახელმწიფო მხარდაჭერის შესახებ“ და 2002 წლის კანონი „საქართველოს ეროვნულ საინვესტიციო

სააგენტოს შესახებ“, გარდა აღნიშნულისა არსებობს კანონები პრივატიზაციის, მიწების შესყიდვის, ნებართვის და ლიცენზირების შესახებ, რომლებიც ეხება ინვესტირებას. 1996 წლის კანონი ინვესტიციების შესახებ აწესებს ერთნაირ რეჟიმს, როგორც ადგილობრივი, ისე უცხოელი ინვესტორებისათვის. კერძოდ, მოგების რეპატრიციის უფლებას, უარყოფითად მოქმედი საკანონმდებლო ცვლილებებისაგან დაცვის 10 წლიან გარანტიას, დაგების მოგვარების საერთაშორისო პრაქტიკის გამოყენების შესაძლებლობას.

2006 წლის კანონში „ინვესტიციების სახელმწიფო მხარდაჭერის შესახებ“ ითვალისწინებს ინვესტიციების ხელშეწყობის პროცედურების დახვეწას, ამ კანონის მიხედვით საქართველოს ეროვნული საინვესტიციო სააგენტო ინვესტორების წარმომადგენელი უნდა იყოს ადმინისტრაციული ორგანოებისაგან ნებართვების მიღების პროცესში. აქვე განსაზღვრულია პირდაპირი მიყიდვის პროცედურა, რაც დააჩქარებს პრივატიზაციის პროცესს. სააგენტოს უმთავრესი ფუნქციაა საინვესტიციო კლიმატის გაუმჯობესების ისეთი ღონისძიებების კოორდინირება და მართვა როგორცაა, გაუმჯობესებული ადმინისტრაციული სტრუქტურები, დაბეგვრა, ვაჭრობა, კონკურენცია, ადამიანური რესურსების განათლება და მომზადება, ანტიკორუფციული ღონისძიებები.

სააგენტომ უნდა ჩამოაყალიბოს ურთიერთკავშირის მექანიზმი ხელისუფლებასა და ბიზნეს შორის. ამ მიმართულებით გარკვეული ნაბიჯები უკვე გადაიდგა. ბიზნესის საინფორმაციო ცენტრმა და საინვესტიციო სააგენტომ ევროპის რეკონსტრუქციისა და განვითარების ბანკის ხელშეწყობით დააფუძნეს საინვესტიციო საბჭო ამგვარი საქმიანობა მოიცავს როგორც ეკონომიკის კერძო სექტორის კვალიფიციურ მიმოხილვას, პოლიტიკურ და საკანონმდებლო წინადადებების მომზადებას, ისე ქვეყნის საინვესტიციო შესაძლებლობების ლობირებას.

ბიზნესის საინფორმაციო ცენტრის ფუნქციონირება მნიშვნელოვანი ნაბიჯია ინვესტორის დახმარებისა და მომსახურების გაუმჯობესების საქმეში. ცენტრი ინვესტორს სთავაზობს ფართო სპექტრს, რაც მას საინვესტიციო გადაწყვეტილებების გაანალიზებაში, ბიზნესის დაფუძნებასა და სიცოცხლისუნარიანობის შენარჩუნებაში დაეხმარება, ეს მომსახურება გულისხმობს ინფორმაციების უზრუნველყოფას, ნებართვის მიღებას, დახმარებას სამუშაო ადგილებისა და პარტნიორების მოძიებაში.

საქართველოს მთავრობის მიერ საინვესტიციო გარემოს გაუმჯობესებისა და კერძო ინვესტიციების მოზიდვისათვის მნიშვნელოვანია 2004 წელს დაწყებული ფართომასშტაბიანი პრივატიზაციის პროცესი, რომლის უმთავრესი მიზანია სახელმწიფო საკუთრებაში დარჩენილი ობიექტების განსახელმწიფოებრიობა ქვეყნის ეკონომიკური განვითარების სტიმულირებისათვის, კერძო სექტორის ზრდისა და განვითარებისათვის, ადგილობრივი და უცხოური ინვესტიციების მოზიდვისათვის, ქვეყანაში არესბული რესურსების სრულად ათვისებისათვის და ა.შ. პრივატიზაციის პოლიტიკამ ხელი შეუწყო, როგორც პირდაპირი უცხოური და ადგილობრივი ინვესტიციების, ასევე კერძო სექტორის როლის ზრდას ქვეყნის ეკონომიკაში.

ამრიგად, უახლოეს წლებში მოსალოდნელი ეკონომიკური ზრდა მაღალი იქნება იმ სფეროებში სადაც საქართველოს გააჩნია შედარებით უპირატესობები. საქართველომ კი გადადგა მნიშვნელოვანი ნაბიჯები ზოგადად საინვესტიციო კლიმატის გასაუმჯობესებლად, მაგრამ მიუხედავად ამისა, ჩვენი აზრით, კვლავ რჩება სფერო, სადაც გარკვეული ხარვეზები შეიმჩნევა. ეს განსაკუთრებით ეხება ეფექტიანი და მიუკერძოებელი სასამართლო სისტემის ჩამოყალიბებას, კორუფციასთან ბრძოლას და ბიზნესთან დაკავშირებული ადმინისტრაციების (საგადასახადო, საბაჟო და სხვა ინსპექციები) რეფორმირებას.

უცხოური ინვესტიციების მოზიდვა და რაციონალური გამოყენება საქართველოში ეკონომიკური რეფორმის ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი პრობლემაა. საქართველოს ეკონომიკაში უცხოური ინვესტიციების ნაკადი საერთო მაშტაბთან შედარებით უმნიშვნელოა. 2007 წელს ინვესტიციების მაღალი შემოდინება იყო. რის შემდეგაც კლების ტენდენცია შეინიშნება. მსოფლიო ეკონომიკურმა კრიზისმა და ქვეყნის არასტაბილურმა პოლიტიკურმა გარემომ გავლენა იქონია პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების ნაკადებზე ქვეყანაში. (დანართი №2)

ასევე, საინტერესოა საქართველოში განხორციელებული პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები ქვეყნების მიხედვით (დანართი №3) ცხრილის ანალიზის საფუძველზე შეგვიძლია დავასკვნათ რომ საქართველოში შემოსული უცხოური ინვესტიციების მთელ მოცულობაში მეტი წილი 2007 წელს მოდის ნიდერლანდებზე, 2008 წელს არაბეთის გაერთიანებულ ემირატებზე, ხოლო 2009 წელს ლიდერობენ გაერთიანებული სამეფო, თურქეთი, არაბეთის

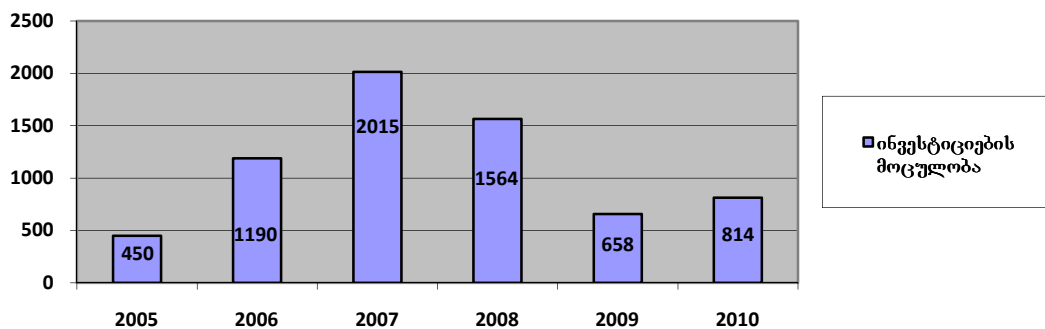
გაერთიანებული საამიროები, ნიდერლანდები და ჩეხეთი. წინა წლების ანალოგიურ პერიოდთან შედარებით მნიშვნელოვნად შემცირდა ევროკავშირის ქვეყნებიდან საქართველოში შემოსული პირდაპირი ინვესტიციები, რაც მსოფლიოში განვითარებული კრიზისითაა გამოწვეული. თუმცა დასავლეთ ევროპული ინვესტიციების ნაკადის შემცირების მიზეზი მხოლოდ ეს არ შეიძლება იყოს. უკანასკნელ ხანს ქვეყანაში აზიური ქვეყნების საინვესტიციო ნაკადები იზრდება.

სპეციალისტთა უმრავლესობა ეთანხმება იმ მოსაზრებას, რომ პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები მნიშვნელოვან როლს თამაშობს ეკონომიკის რესტრუქტურისაციაში და მათი ნაკადების ზრდა ეკონომიკური პოლიტიკის მნიშვნელოვან ამოცანას წარმოადგენს.

ამის ნათელ მაგალითს წარმოადგენს ის ფაქტი, რომ 2010 წელს საქართველოში განხორციელებული პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების მოცულობამ 814 მლნ. აშშ დოლარი შეადგინა, რაც 24 პროცენტით აღემატება 2009 წლის მონაცემებს. (დიაგრამა №2.3.1)

დიაგრამა №2.3.1

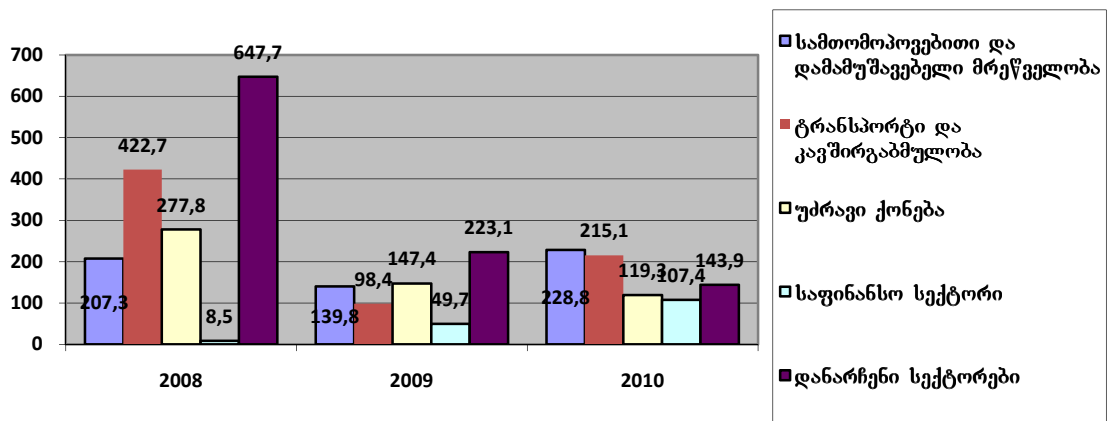
**პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები საქართველოში 2005-2010 წწ.
(მლნ. აშშ დოლარი)**



წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნულსამსახური, „საქსტატი“.

ანალიზი გვიჩვენებს, რომ 2008-2010 წლებში უცხოელ ინვესტორებისათვის ქვეყნის ეკონომიკის დარგებს შორის ყველაზე მიმზიდველი იყო სამთომომპოვებითი და დამამუშავებელი მრეწველობა, ტრანსპორტი და კავშირგაბმულობა საფინანსო სექტორი, უძრავი ქონება და ენერჯეტიკა. (დიაგრამა №2.3.2)

პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების მოცულობა ეკონომიკის
სექტორების მიხედვით 2008-2010 წწ (მლნ. აშშ დოლარი)



წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნულსამსახური, „საქსტატი“.

2010 წელს განხორციელებული პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების მიხედვით პირველ ადგილზე აშშ იმყოფება 17 პროცენტით, მეორეზე - თურქეთი 11 პროცენტით, მესამეზე - ნიდერლანდები 9 პროცენტით, ხოლო მომდევნო პოზიციებს გაერთიანებული სამეფო, აზერბაიჯანი და არაბეთის გაერთიანებული ემირატები იკავებენ დაახლოებით 7-7 პროცენტით.

მსოფლიო ბანკის კვლევის მიხედვით, რაც უფრო თავისუფალია ქვეყნის ეკონომიკა, მით უფრო მეტია პირდაპირი უცხოური ინვესტიცია შემოვა. ოგიკურია, რომ მკაცრი კანონები და ხისტი რეგულირება ინვესტიციების შემოსვლას აფერხებს. ამასთანავე, აუცილებელია ქვეყანაში გამართულად ფუნქციონირებდნენ ისეთი ინსტიტუტები, როგორცაა სასამართლო და საარბიტრაჟო ორგანოები.

საქართველომ ეკონომიკური სირთულეები წარმატებით დაძლია ქვეყანაში შექმნილი სირთულეებისა და მსოფლიო ფინანსური კრიზისის მიუხედავად, მთავრობის ლიბერალური ეკონომიკური პოლიტიკის შედეგად.

ამის დასტურია ის, რომ საქართველოში განხორციელებული უცხოური ინვესტიციები ტურიზმის ენერგეტიკის მშენებლობის უძრავი ქონების ტრანსპორტის კავშირგაბმულობის და საფინანსო სექტორში თითქმის თანაბრად იყო გადანაწილებული, სულ 553 მილიონი ინვესტიცია შემოვიდა. აღნიშნული რეიტინგებით ქვეყნის ცნობადობა საკმაოდ ამაღლდა, საერთაშორისო

არენაზე ქვეყნის ამაღლებული იმიჯი საშუალებას მოგვცემს 2010 წელთან შედარებით, მეტი ინვესტიცია მოიზიდოს საქართველოში.

აქვე აღინიშნოს უნდა, რომ დღესდღეობით ქვეყნის საინვესტიციო გარემო მეტად მიმზიდველია, რაც დაასტურდება ავტორიტეტული საერთაშორისო კვლევების ანგარიშებიდან გამომდინარეც, ამის დასტურია ისიც, რომ 2011 წლის I კვარტალში (წინასწარი მონაცემებით) საქართველოში 174 მილ აშს დოლარის პირდაპირი უცხოური ინვესტიცია განხორციელდა, რაც 2.3-ჯერ აღემატება 2010 წლის შესაბამისი პერიოდის მონაცემებს და 45%-ით მეტია 2010 წლის მე-4 კვარტლის მონაცემებთან შედარებით. (ბოჭორიშვილი 2011:1)

მთლიანი პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების 90 პროცენტი ეკონომიკის 4 უმსხვილეს სექტორზე გადანაწილდა. აქედან 48 პროცენტი - მრეწველობაზე, 2 პროცენტი-საფინანსო სექტორზე, 12 პროცენტი-ენერჯეტიკასა და 8 პროცენტი მშენებლობის სექტორზე მოდის. პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები 67 პროცენტი ევროკავშირის ქვეყნებიდან განხორციელდა.

როგორც ავლნიშნეთ, გაზრდილია ინვესტორთა დაინტერესება საქართველოს მიმართ, ეს მრავალი ფაქტორითაა გამოწვეული ასევე მნიშვნელოვანია ისიც, რომ საინვესტიციო სააგენტოს ეფექტური და შედეგიანი მუშაობისათვის უპირველესი ნაბიჯი პრიორიტეტული სექტორების დაფიქსირებაა. ინვესტიციების მოსაზიდად ინვესტორთა დაინტერესება სწორედ პრიორიტეტული სექტორების ხარჯზე ხდება. სააგენტოს სტრატეგიის თანახმად, რესურსები ძირითადად მხოლოდ ამ სექტორებში ინვესტიციის მოზიდვაზე უნდა იყოს მიმართული.

ამასთანავე, უახლოეს პერიოდში საქართველოში საინვესტიციო სტრატეგია მიმართული უნდა იყოს ახალი ტექნოლოგიური დონის მიღწევისკენ. ამასთან ტექნოლოგიური დონის მიღწევის შესაძლებლობები სხვადასხვა დარგისთვის განსხვავებულია. მნიშვნელოვანია სტრატეგიული ინვესტიციების მიმართვა საექსპორტო უნარის მქონე დარგებისკენ, რისთვისაც აუცილებელია გრძელვადიან პერსპექტივაზე გათვლით მსგავს დარგებში ინვესტირების მყარი სამართლებრივი და საგადასახადო რეჟიმის ჩამოყალიბება, რომელიც დადგენილი ხელსაყრელი პირობების ხანგრძლივადიანი პერიოდის განმავლობაში სტაბილურობაზე იქნება დაფუძნებული.

მეორე მნიშვნელოვანი მიმართულება ისეთ დარგებზე აქცენტირებაა, რომლებსაც მაღალი სამეცნიერო-ტექნოლოგიური პოტენციალი გააჩნიათ და აქეთ უნარი მოკლევადიან პერიოდში უზრუნველყონ კონკურენტუნარიანი პროდუქციის წარმოება. აღნიშნულ დარგებში დასახული პოლიტიკის მიღწევის მექანიზმებს შეადგენს: საექსპორტო საქონლის პატენტირებისა და სერტიფიცირების ფინანსირება;

შეღავათიანი კრედიტების მიღების გარანტია საექსპორტო საქონელზე კონტრაქტების სანაცვლოდ; ტექნოლოგიური სიახლეების სახელმწიფოებრივი წახალისების უზრუნველყოფა. აღნიშნული დარგების გვერდით საინვესტიციო აქტივობისა და ეკონომიკურ განვითარების უზრუნველყოფის თვალსაზრისით მნიშვნელოვანია სოციალურად მნიშვნელოვანი მოთხოვნილებების დამაკმაყოფილებელი დარგები. ასევე ის დარგებიც რომლებიც ტექნოლოგიური ჩამოხრენილობით ხასიათდებიან. აღნიშნული დარგების მიმართ საინვესტიციო პოლიტიკამ უნდა უზრუნველყოს საერთაშორისო ნორმების შესაბამისად დამცავ იმპორტზე ტარიფების შემოღება და სერტიფიცირება. ასევე, ღონისძიებების განხორციელება, რომლებიც უზრუნველყოფენ დანახარჯების შემცირებას და პროდუქციის კონკურენტუნარიანობის ამაღლებას. მოცემულ დარგებში საინვესტიციო პოლიტიკის ძირითადი მიმართულება უნდა გახდეს ისეთი უცხოური ინვესტიციების სტიმულირება, რომლებიც ახალ მენეჯმენტურ გამოცდილებასა და ტექნოლოგიების შემოტანაზეა ორიენტირებული.

საქართველოს მისწრაფება ევრო-ატლანტიკური ინტეგრაციისაკენ დღის წესრიგში აყენებს ეკონომიკური ზრდის ისეთი მოდელის ფორმირებას, რომელიც ხელს შეუწყობს ერთის მხრივ, პუი-ს მოზიდვას, ხოლო, მეორეს მხრივ, ექსპორტზე ორიენტირებული წარმოების განვითარებას. ბიზნეს გარემოს ლიბერალიზაცია წარმოადგენს ქვეყნის ეკონომიკური პოტენციალის უკეთ გამოყენების აუცილებელ, მაგრამ არასაკმარის პირობას. საქართველოს მთავრობამ წარმოადგინა დაჩქარებული ეკონომიკური განვითარების საკმაოდ ამბიციური პროგრამა. ამ პროგრამით ხაზგასმულია პუი-ს მნიშვნელობა და, შესაბამისად, მთავრობამ წარმოადგინა ულტრალიბერალური ეკონომიკური რეჟიმი. ეკონომიკური პოლიტიკა კონცენტრირებულია ბიზნესის კეთების ყველა ადმინისტრაციული ბარიერის მოხსნასა და ამდენად, პუი-ს მოზიდვაზე.

აღსანიშნავია, ამ მიმართულებით არსებობს გარკვეული მიღწევები, კერძოდ, მსოფლიო ბანკმა დაასახელა საქართველო, როგორც პირველი რეფორმატორი ქვეყანა, ხოლო საქრთაშორისო საფინანსო კორპორაციამ საქართველოს მიანიჭა მე-18 ადგილი მსოფლიო ბიზნესის კეთების თავისუფლების მხრივ. ამავდროულად, საქართველოს მთავრობამ განახორციელა სპეციალური ღონისძიებები ევროპის სახელმწიფოებსა და აშშ-ში, რათა მოეზიდა მეტი ინვესტორი. მიუხედავად ამისა, მიღწეული შედეგები საკამათოა.

2.4 ბიზნესგარემოს გაუმჯობესების ღონისძიებები და მათი რეალიზაციის გზები

ბიზნესში წარმატება ითხოვს საზოგადოებრივი აზრის შესწავლას, ქვეყანაში და რეგიონში მიმდინარე სოციალური, ეკონომიკური ტენდენციებისადმი დამოკიდებულების ანალიზს. ბიზნესის კლასიკური განსაზღვრა ფორმულირდება როგორც „მეწარმეობითი მოღვაწეობა, მიმართული მოგების მისაღებად“. აქედან გამომდინარე, მნიშვნელოვანია ცალკეული ადამიანის, ბიზნეს სუბიექტის ურთიერთქმედების პროცესისა და მასზე მოქმედ გარემო ფაქტორების შესწავლა.

ჩვენის აზრით, ბიზნესის სასიცოცხლო ციკლის მონაწილეები არიან არა მხოლოდ ცალკეული ინდივიდები - უშუალოდ ამა თუ იმ ფირმის თანამშრომლები, არამედ სახელმწიფო, ხელისუფლების სხვადასხვა განშტოებებით, „ბაზარი“ - კონკურენტი ფირმების ერთობლიობა და საზოგადოება მთლიანობაში, როგორც პროდუქციის საბოლოო მომხმარებელი.

დღევანდელ სწრაფად ცვალებად გარემოში ბიზნესის მოქნილობა და ცვლილებების განხორციელების უნარი უფრო მეტად მნიშვნელოვანი გახდა, ვიდრე თვითონ ამ ცვლილებების შინაარსი. გადამწყვეტ მნიშვნელობას იძენს ბიზნესის სუბიექტების მიერ ერთბაშად მიღებული და აღსრულებული საკითხები (რაოდენობა, ხარისხი და ურთიერთკორდინირებულობა). ის ბიზნეს სუბიექტები, რომლებიც უფრო მეტად გადაწყვეტილებას იღებენ და აღასრულებენ, ახერხებენ ფეხდაფეხ გაყვანს დროს და გაასწრონ კონკურენტებს, გახდნენ უფრო საინტერესო მომხმარებლებისათვის და უფრო საჭირო საზოგადოებისათვის.

ასეთ პირობებში, ბიზნესისათვის მნიშვნელოვანია სოციალური, ტექნოლოგიური, ეკონომიკური და პოლიტიკური გარემო, რომელიც ზემოქმედებს ბიზნესსუბიექტის გადაწყვეტილებებზე, სტრატეგიებზე, პროცესებსა და საბოლოო ჯამში განსაზღვრავს ბიზნესის განვითარების შესაძლებლობებს.

საერთაშორისო ორგანიზაციების, ადგილობრივი ექპერტებისა და ქართველი მეწარმეების პოზიცია საერთოა იმასთან დაკავშირებით, რომ უკანასკნელი წლების განმავლობაში საქართველოში ბიზნესგარემო მნიშვნელოვნად უმჯობესდება. ზოგადად, ბიზნესის კეთება საქართველოში შედარებით გამარტივებულია. ბიზნესგარემოს შეფასებისას აუცილებლად უნდა გავითვალისწინოთ მიმზიდველობა უცხოელი ინვესტორებისათვის. მსხვილი ფინანსური რესურსების მოზიდვისათვის, პირველ რიგში, აუცილებელია სტაბილურობის უზრუნველყოფა.

რამდენად დაბალიც არ უნდა იყოს გადასახადების განაკვეთი, თუ ქვეყანაში არ იქნება სტაბილური საკანონმდებლო და პოლიტიკური გარემო, შეუძლებელი იქნება ვისაუბროთ განვითარებულ და მიმზიდველ გარემოზე.

საქართველოს ბიზნესგარემოს განვითარება დადებითი ტენდენციით ხასიათდება, რაც ძირითადად გამოწვეულია საკანონმდებლო რეფორმებით (საგადასახადო, საბაჟო, ლიცენზიები და ნებართვები და სხვა). აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ აუცილებელია საკანონმდებლო სფეროს პროცედურული ნაწილების მეტი დახვეწა/გამარტივება და შესაბამისი ინფორმირებულობის დონის გაზრდა. (ბიზნესგარემო...2008:102)

ქვეყნის ეკონომიკის წარმატების უზრუნველყოფისათვის, განსაკუთრებული როლი, ბუნებრივია სახელმწიფოს აკისრია, თუმცა წარმატების მისაღწევად მნიშვნელოვანია გარემოს გაუმჯობესებაში წვლილი შეიტანოს და ძალისხმევა გასწიოს საზოგადოების სხვა სექტორებმაც – მასმედია, არასამთავრობო ორგანიზაციებმა და უშუალოდ კერძო სექტორმა. (ბიზნესგარემო...2008:105)

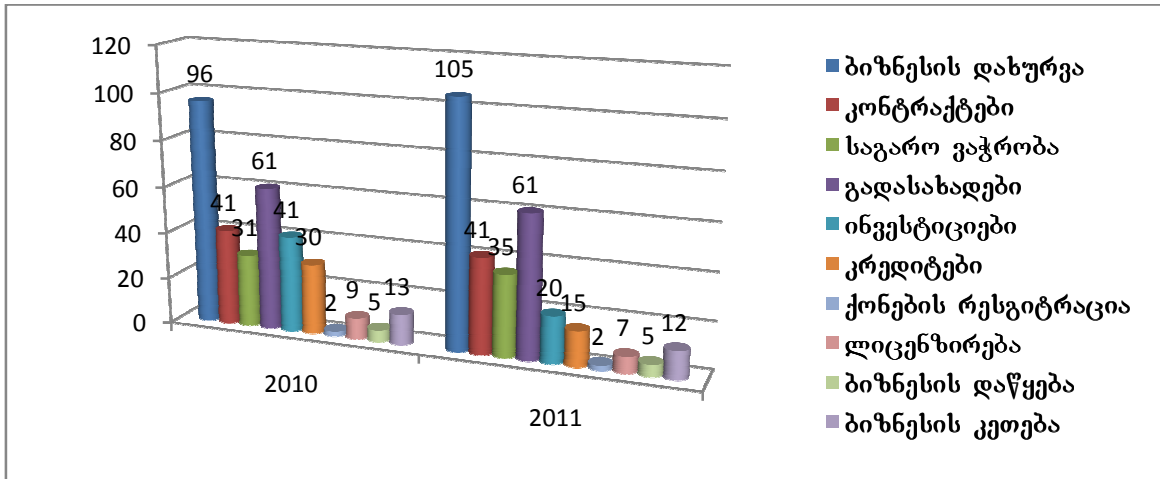
აღსანიშნავია, რომ საქართველოში 2004 წლიდან დაიწყო რადიკალური სოციალური, პოლიტიკური და ინსტიტუციონალური ცვლილებები. ახალი ადმინისტრაციის ძირითადი მიზნები მოიცავდა ფისკალური დისციპლინის დამყარებას, ეკონომიკის სამართლებრივი საფუძვლების აღდგენას, ჩრდილოვანი ეკონომიკის შემცირებას. ამ ცვლილებებმა გავლენა მოახდინა ქვეყნის ეკონომიკურ და სოციალურ ცხოვრებაზე. (თოქმაზიშვილი...2011:13)

ასევე, საქართველოში ბოლო წლებში საგრძნობლად გაუმჯობესდა და საკმაოდ დაბალ დონეს მიაღწია საერთაშორისო გამჭვირვალობის კორუფციის აღქმის ინდექსმა (CPI). კორუფციასთან წინააღმდეგ ბრძოლის შეფასებისას 2005 წელს ქვეყანა იყო 130-ე ადგილზე 159 სახელმწიფოს შორის. 2009 წელს საქართველო იკავებს 66-ე ადგილს 180 ქვეყანას შორის. 2010 წლის გლობალური კორუფციის ბარომეტრის (GCB) მიხედვით, საქართველომ მსოფლიოში კორუფციის დონის შემცირების ყველაზე მაღალ მაჩვენებელს მიაღწია. ისეთი მაჩვენებელით, როგორცაა საზოგადოების დამოკიდებულება სახელმწიფოს მიერ კორუფციის წინააღმდეგ ბრძოლის ეფექტურობაზე, საქართველომ მსოფლიოში მეორე ადგილი დაიკავა. (თოქმაზიშვილი.....2011:14)

კორუფციასთან ბრძოლამ და ინსტიტუციონალურმა რეფორმებმა დადებითად იმოქმედა ქვეყანაში ფინანსური წესრიგის დამყარებაზე. ამის შედეგად საგადასახადო შემოსავლები მნიშვნელოვნად გაზარდა და საბიუჯეტო კრიზისი გადაილახა. მნიშვნელოვანია ისიც, რომ 2004 წლის შემდეგ პრივატიზაციის ახალი სტრატეგია გამოცხადდა. შედეგად სახელმწიფოს მიერ დაახლოებით 1800 საწარმო, როგორც მცირე, საშუალო და მსხვილი, ასევე სტრატეგიული მნიშვნელობის ობიექტები, დაექვემდებარა პრივატიზაციას. ახალმა რეფორმებმა გაითვალისწინა ის სირთულეები, რომლებსაც საქართველოს ხელისუფლება წააწყდა თავდაპირველად საშუალო და მსხვილი საწარმოების პრივატიზაციის დროს და თავის თავზე აიღო საპრივატიზაციო საწარმოების რესტრუქტურისა და გაკოტრების პროცედურებზე პასუხისმგებლობა. (დანართი №4)

ზემოთ აღნიშნული გარემოებები თავისთავად მოქმედებდა ბიზნესგარემოზე, მაგრამ აქვე უნდა აღინიშნოს ის მნიშვნელოვანი რეფორმები, რაც 2003 წლის ნოემბრის შემდგომ პერიოდში მოხდა ქვეყანაში კონკრეტულად ბიზნეს გარემოს გასაუმჯობესებლად. ამ რეფორმებმა მაღალი შეფასება დაიმსახურა საერთაშორისო ორგანიზაციებში. ბიზნეს რეფორმების განვითარებაში მიღწეულ პროგრესს გამოხატავს მსოფლიო ბანკის/ საერთაშორისო ფინანსური კორპორაციის (IFC) მიერ გაკეთებული მაღალი შეფასება. მსოფლიო ბანკის 2008 წლის მოხსენების თანახმად - ბიზნესის კეთება საქართველომ მე-18 ადგილი დაიკავა. 2011 წლის მოხსენების თანახმად კი მე-12 ადგილზე გადაინაცვლა (დიაგრამა №2.4.1).

ბიზნესი კეთების სიმარტივე საქართველოში, 2010-2011



წყარო: საქართველოში ვაჭრობის განვითარებისათვის საჭიროებების შეფასება.

დიაგრამის ანალიზი გვიჩვენებს, რომ საქართველოში ბოლო 2 წლის განმავლობაში ბიზნესგარემოში საკმაოდ მნიშვნელოვანი ცვლილებები განხორციელდა და ქვეყანამ გააუმჯობესა თავისი მდგომარეობა შემდეგ სფეროებში: კრედიტის მიღება, ინვესტიციების დაცვა. საქართველოს რეიტინგი უცვლელი დარჩა ისეთ სფეროებში, როგორცაა ქონების რეგისტრაცია, გადასახადების გადახდა, კონტრაქტები, მშენებლობაზე ნებართვა და ლიცენზიები.

ჩვენის აზრით ბიზნესგარემოს გაუმჯობესების საფუძველი საქართველოში კანონმდებლობის რადიკალური სრულყოფაა. ცვლილებები განხორციელდა მას შემდეგ, რაც მიღებული იქნა ახალი საგადასახადო კოდექსი (2005 წლის იანვარში). საგადასახადო კოდექსმა მნიშვნელოვნად გაამარტივა გადასახადების გადახდა. კოდექსმა გააუქმა 12 გადასახადი 21-დან გადასახადების აკრეფის პრაქტიკა პარალელურად გაუმჯობესდა, ხოლო 2011 წლის 1 იანვარიდან ახალი საგადასახადო კოდექსი იქნა მიღებული. რომლის მთავარი პრიორიტეტები არის უკეთესი ბიზნეს გარემოს ფორმირება, მეწარმეების უკეთესად დაცვა და ბიზნესის სფეროში არსებული დაბრკოლებების აღმოფხვრა. (თოქმაზიშვილი...2011:16)

ძირითადი საგადასახადო რეფორმები შეიძლება შეჯამდეს შემდეგნაირად:

- დაწესდა დღგ-ის გადამხდელთა საგაღმდებლო რეგისტრაცია იმ მეწარმეთათვის, რომელთა ბრუნვა აღემატება 100 ათასს ლარს;
- გაუქმდა მინიმალური საგადასახადო ბრუნვის აუცილებლობა ნებაყოფილობითი რეგისტრაციისათვის.
- სამართლიანი კონკურენციის სტიმულირებისათვის საქონლისა და მომსახურების გარკვეულ ნაწილზე დღგ შემცირდა. შედგა დღგ-ის გადახდის გრაფიკი. საგადასახადო კოდექსით საექსპორტო სამომხმარებლო საქონელზე ნულოვანი დღგ დაწესდა. ნულოვანი ტარიფი გავრცელდა ტრანსპორტირებასა და სხვა სერვისებზე, რომლებიც დაკავშირებული იყო საერთაშორისო ტვირთისა და მგზავრების გადაყვანასთან, იმ ტურისტულ ცენტრებზე, რომლებიც ემსახურებოდნენ უცხოელ ტურისტებს, უცხოელი მეწარმეების მიერ საქართველოს ტერიტორიაზე ფიქსირებული კაპიტალის რეაბილიტაციაზე.

ახალი საგადასახადო კოდექსის მიხედვით შემოღებული იქნა “საგადასახადო ომბუდსმენის” ინსტიტუტი. ომბუდსმენის ინსტიტუტის დაარსება საგადასახადო კოდექსის მნიშვნელოვანი სიახლე იყო. კანონის თანახმად, საგადასახადო ომბუდსმენი უზრუნველყოფს წლიურ ანგარიშებს გადამხდელის უფლებების დაცვის მიზნით საფინანსო და საბიუჯეტო კომიტეტებში. ამ ინსტიტუტის მთავარი მისია არის ის, რომ დაიცვას გადამხდელის უფლებები, აღადგინოს გაუქმებული უფლებები და ითანამშრომლოს საზოგადოებრივ და კერძო სექტორთან.

საქართველოში ბიზნესის ახალი კლასიფიკაცია მოიცავს: მიკრო, მცირე, საშუალო და მსხვილ ბიზნესს. მიკრო ბიზნესს შეადგენს ინდივიდუალური მეწარმეები დასაქმებულების გარეშე.

მოქმედი საგადასახადო კოდექსი ასევე მოიცავს რამოდენიმე ახალ პრინციპსა და მარეგულირებელ ნორმებს, რომლებიც მიზნად ისახავენ ბიზნესის წარმოების ხელშეწყობას საქართველოში. კონკრეტულად კი: გადამხდელი შესაძლებელია გათავისუფლდეს სანქციისაგან თუ გადასახადის გადამხდელის ქმედება გამოწვეულია შეცდომით/ არცოდნით და მიზნად არ ისახავდა გადასახადების გადახდისაგან თავის არიდებას; პატიოსანი გადამხდელის წახალისება დამატებითი მომსახურებით/შეღავათებით. გადამხდელის ინტერესების დაცვა

ხორციელდება პირადი საგადასახადო აგენტის მიერ, რომელიც კლიენტს კონსულტირებას უწევს. (თოქმაზიშვილი...2011:16)

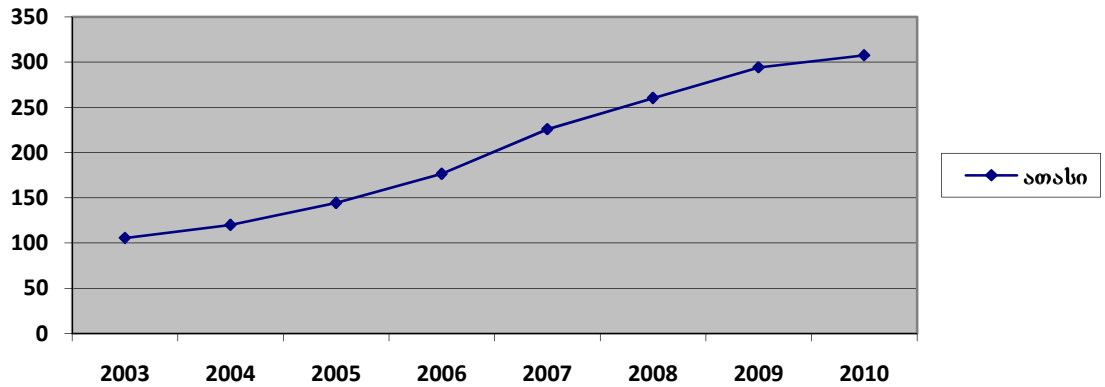
შემოდებული იქნა სხვადასხვა ელექტრონული სერვისები (ელექტრონული დეკლარაციები, **GPRS** სისტემით აღჭურვილი ახალი სალარო აპარატები, შემოსავლების სამსახურის ვებ-პორტალი) მომხმარებლისათვის მომსახურების სიტემის გაუმჯობესების მიზნით.

2005 წელიდან რაციონალიზებული იქნა ლიცენზიის პროცედურები და შემცირდა მისი გაცემისათვის სავალდებულო პერიოდი. შესაბამისად, ბიზნესში ჩარევის სახელმწიფო ინტერვენციის ბერკეტები მკვეთრად შეიზღუდა. საქართველოში მკვეთრად გაიზარდა მშენებლობის წარმართვისათვის ნებართვის მოხონებლთა რიცხვი. საკმაოდ გამარტივდა მშენებლობის ექსპლოატაციაში შესვლის ნებართვების გაცემა სპეციალური კომისიების გაუქმებით და ნებართვის გაცემის პერიოდი შემცირდა 45 დან 30 დღემდე. წყლის მიმწოდებლები და ელექტროდენის მომმარაგებლები გაერთიანდნენ ერთ ადმინისტრაციულ ერთეულში. გაადვილდა მათ მიერ დოკუმენტების მომზადების პროცესიც. ყოველივე ამის შედეგად სამშენებლო ლიცენზიის გაცემის პერიოდი შემცირდა 227 დღიდან 98 დღემდე. (თოქმაზიშვილი...2011:17)

საქართველოს სტრატეგია ორიენტირებული გახდა იმ მარეგულირებელი მექანიზმების შეზღუდვაზე, რომელიც ზრდიდა კორუფციას და ბიუროკრატias. ეს რეფორმები მიზნად ისახავდა ბიზნესის რეგისტრაციისათვის პროცედურების გაადვილებას და ეკონომიკურ და ადმინისტრაციულ რეგულირებასთან დაკავშირებული ხარჯების შემცირებას. ეს ინსტიტუციონალური რეფორმები ვაჭრობისათვის ხელსაყრელ გარემოს ქმნიდა. პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები ასტიმულირებდა სამეწარმეო აქტივობას, რომელიც თავის მხრივ, ხელს უწყობდა მშპ -ს ზრდას. 2010 წლის პირველი აპრილის მდგომარეობით, საქართველოში რეგისტრირებული ეკონომიკური სუბიექტების რაოდენობა 307628-ით განისაზღვრა. 2003-2009 წლებში საქართველოში რეგისტრირებული ეკონომიკური სუბიექტების რაოდენობა 188595 ერთეულით (179%) გაიზარდა. (გრაფიკი №2.4.1).

კვლევის პროცესში საინტერესო იყო ის თუ როგორ აფასებენ ბიზნეს სუბიექტების წარმომადგენლები საქართველოში დღეისათვის არსებულ ბიზნეს გარემოს და მისი განვითარების დინამიკას.

რეგისტრირებული ეკონომიკური სუბიექტები, 2003-2010წწ

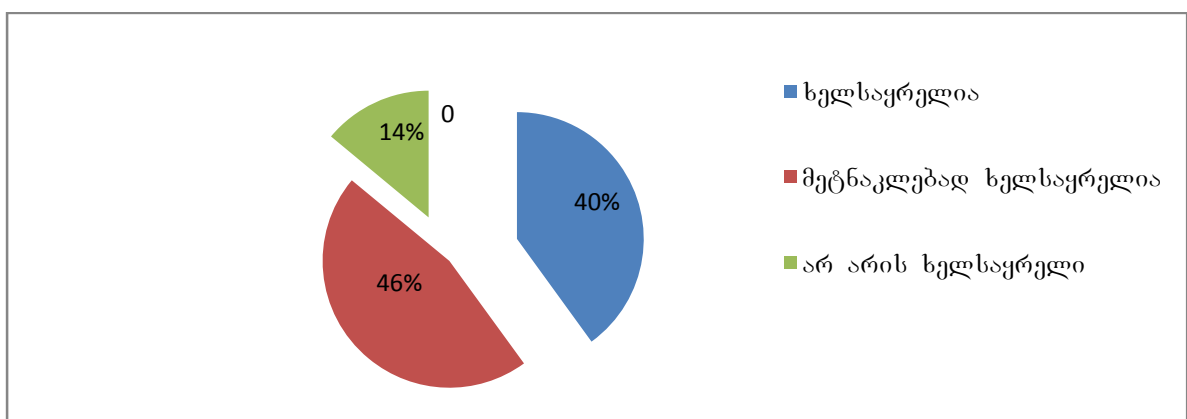


წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნულსამსახური, „საქსტატი“.

ჩვენს მიერ აჭარის ავტონომიურ რესპუბლიკაში ჩატარებული კვლევის შედეგები ცხადყოფს, რომ დღეს ბიზნესსუბიექტების დამოკიდებულება არსებული ბიზნესგარემოს მიმართ საკმაოდ დადებითია. გამოკითხულთა თითქმის 40% მიიჩნევს, რომ ბიზნესის განვითარებისათვის ხელსაყრელი გარემოა, 46% მიიჩნევს, რომ მეტნაკლებად ხელსაყრელი გარემო, 14% უარყოფითად აფასებს არსებულ ბიზნეს გარემოს. (დიაგრამა №2.4.2)

დიაგრამა №2.4.2

საქართველოში დღეისათვის არსებულ ბიზნესგარემო

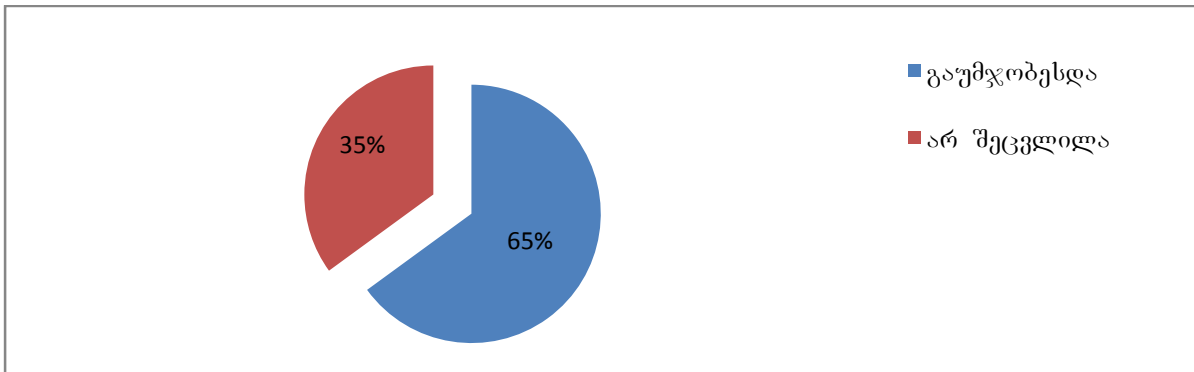


წყარო: ავტორის მიერ ჩატარებული კვლევის მასალები.

რესპოდენტთა უმრავლესობის აზრით (65%) ბოლო 5 წლის განმავლობაში ბიზნეს გარემო საქართველოში გაუმჯობესდა, ხოლო 35%-ის აზრით არ შეცვლილა, (დიაგრამა №2.4.3).

დიაგრამა №2.4.3

ბიზნესგარემოს მიმზიდველობის ხარისხის დინამიკა საქართველოში უკანასკნელი 5 წლის განმავლობაში



წყარო: ავტორის მიერ ჩატარებული კვლევის მასალები.

მიუხედავად საგადასახადო განაკვეთის შემცირებისა, სახელმწიფო ბიუჯეტი მკვეთრად გაიზარდა. ამან საშუალება მისცა ხელისუფლებას სერიოზული რეფორმები გაეტარებინა სოციალურ სექტორში, განეხილათ ინფრასტრუქტურა, გაუმჯობესებინა ადამიანური განვითარების მაჩვენებლები და საბიუჯეტო ღონისძიებები მდგრადად და გამჭვირვალედ წარემართა ისეთი სფეროებისაკენ, როგორცაა ჯანდაცვა, განათლება და სოციალური დაცვა. ეს ღონისძიებები გრძელვადიანი მდგრადი განვითარების პირობებს ქმნიდა.

უნდა აღინიშნოს, რომ მიუხედავად მიღწევებისა ბიზნესის კეთებაში, ეროვნული ეკონომიკის კონკურენტუნარიანობა კვლავ დაბალი იყო მსოფლიო ეკონომიკის ფორუმის მიხედვით, საქართველო არის მხოლოდ 90-ე ადგილზე მსოფლიოს 133 ქვეყანას შორის.

2009-2010 წლებში საქართველოს რეიტინგი შემდგომია 72-ე ადგილი ინსტიტუტებისა და ინფრასტრუქტურის ეფექტური განვითარებისათვის; 117-ე ადგილი მაკროეკონომიკური სტაბილურობისათვის; 78-ე ადგილი ჯანდაცვისა და დაწყებითი განათლების სექტორში; 84-ე ადგილი უმაღლესი განათლებისა და პროფესიული გადამზადებისათვის; 74-ე ადგილი სასაქონლო ბაზრის ეფექტურობისათვის; 17-ე ადგილი შრომის ბაზრის ეფექტურობისათვის; 95-ე ადგილი ფინანსური ბაზარზე სიძნელეებისათვის; მე-100 ადგილი ტექნოლოგიური

მიღწევებისათვის; 101-ე ადგილი ბაზრის გაფართოებისათვის; 113-ე ადგილი ბიზნესის განვითარებისათვის; 119-ე ადგილი ინოვაციებისათვის.

ეს ციფრები გვიჩვენებს ქვეყნის უპირატესობებს, არსებული რესურსების ოპტიმალური გამოყენების მდგომარეობას, მატერიალურ და განსაკუთრებით ინტელექტუალურ სფეროებში, მწარმოებლურობის გაზრდას და სხვა. როგორც ჩანს, ინსტიტუციონალური რეფორმები არ იყო საკმარისი საქართველოში ბიზნესის კონკურენტუნარიანობის მკვეთრად გაუმჯობესებისათვის.

ჩვენის აზრით მნიშვნელოვანი წინსვლა იქნა მიღწეული ბიზნეს გარემოს რეფორმის განხორციელების პროცესში. ეს პროგრესი საგრძნობი იყო განსაკუთრებით გლობალურ ფინანსურ კრიზისამდე. შესასძლებელია მოკლედ განვიხილოთ ძირითადი ეკონომიკური სექტორების განვითარება.

2004-2008 წლებში მაკროეკონომიკური და ინსტიტუციონალური რეფორმების შედეგად, საინვესტიციო გარემო გაუმჯობესდა, ხოლო საშუალო წლიური მშპს ზრდამ მიაღწია 9.3 პროცენტს. (ცხრილი 2.4.1). 2008 წლის მეორე ნახევარში წლიური მშპ-ს ზრდა დაეცა მკვეთრად 2.3 პროცენტამდე. ეკონომიკის დაცემაზე იმოქმედა 2008 წლის აგვისტოში განვითარებულმა მოვლენებმა, რომელსაც დაემატა გლობალური ფინანსური კრიზისი და არსებული საგარეო საფრთხეები.

ცხრილი № 2.4.1

მთლიანი შიდა პროდუქტი

ძირითადი დარგების	2004	2005	2006	2007	2008	2009
მშპ მიმდინარე ფასებში მლნ. ლარი	9824.3	11620.9	13789.9	16993.8	19074.9	17986.0
მრეწველობაში მუდმივ 2003 წლის ფასებში, მლნ. ლარი	9065.9	9935.6	10868.0	12208.8	12491.4	12019.7
მშენებლმშპ-ს რეალური ზრდა, პროცენტი	105.9	109.6	109.4	112.3	102.3	96.2
მშპ დეფლატორი, პროცენტი	108.4	107.9	108.5	109.7	109.7	98.0
მშპ ერთ სულზე (მიმდინარე ფასებში), ლარი	2276.7	2689.1	3133.1	3866.9	4352.9	4101.3
მშპ ერთ სულზე (მიმდინარე ფასებში), აშშ დოლარი	1187.6	1483.5	1763.5	2314.6	2921.1	2455.2
მშპ მიმდინარე ფასებში, მლნ. აშშ დოლარი	5124.7	6411.0	7761.7	10171.9	128000.5	10767.1

წყარო: მეწარმეობა საქართველოში, 2009. საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

მაგრამ აღნიშნული პროცესები მნიშვნელოვნად შეაფერხა გლობალურმა ფინანსურმა კრიზისმა და 2008 წლის აგვისტოს მოვლენებმა, რაც ნათლად ჩანს ცხრილი №2.4.2 –ის მონაცემებით.

ეკონომიკური განვითარება ემყარებოდა როგორც კერძო, ასევე საზოგადოებრივ სექტორებში მოხმარებისა და ინვესტიციების მნიშვნელოვნად ზრდას. მშპ-ს ანალიზმა აჩვენა, რომ მოხმარება და ინვესტიციები ერთიანი პროპორციით იზრდებოდა. თუმცა 2007 წელს მოხმარების წილი მთლიან მშპ-ში აჭარბებდა ინვესტიციებს თითქმის 3 - ჯერ. 2009 წელს სხვაობა მოხმარებასა და ინვესტიციებს შორის კიდევ უფრო გაღრმავდა და ინვესტიციების დონე 2003 წლის დონეზე უფრო დაბლა დაეცა. 2009 წელს ინვესტიციების შემცირება იყო მშპ-ს დაცემის მთავარი მიზეზი. თუმცა ვარდნა კომპენსირებული იყო წმინდა ექსპორტის ზრდით.

საქართველოში ყოველთვის საკვანძო სექტორი იყო სოფლის მეურნეობა, 1996 წლიდან მისი წილი მშპ-ში მცირდებოდა წლიდან წლამდე. 2009 წელს სოფლის მეურნეობის წილმა მშპ-ში მიაღწია 9.4 პროცენტს, მაშინ როდესაც 2003 წელს იყო 20.6 პროცენტი.

ცხრილი №2.4.2

**ეკონომიკის ზრდა ძირითადი დარგების მიხედვით, 2003-2009
(პროცენტებში)**

ძირითადი დარგების	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
სოფლის მეურნეობა	100	92.1	103.2	91.1	94.1	89.9	83.8
მრეწველობა	100	103.42	114.5	132.2	152.0	151.7	148.0
მშენებლობა	100	135.9	155.0	169.3	192.9	171.5	166.0
ვაჭრობა	100	108.2	118.3	141.7	155.3	173.6	145.3
ტრანსპორტი და კავშირგაბმულობა	100	107.1	118.2	137.7	152.2	149.4	167.9
სასტუმროები და რესტორნები	100	103.5	120.7	133.3	148.5	155.7	148.9

წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნულ სამსახური, „საქსტატი“.

მიუხედავად ამისა საქართველოში აგრარული სექტორის განვითარებისათვის რიგი ღონისძიებები განხორციელდა, შემოტანილი იქნა ახალი ტექნიკა, შეიქმნა აგროსერვის ცენტრები, ფართო მაშტაბით მიმდინარეობს მეღიორაცი-

ული სამუშაოები, პირველად სასოფლო-სამეურნეო პროდუქციის მოწოდება განთავისუფლდა დღგ-ს გადასახადიდან, მოგების გადასახადი 0%-ია პირველად სასოფლო სამეურნეო პროდუქციაზე, თუ წლის განმავლობაში შემოსავლის ბრუნვა არ აღემატება 200 000 ლარს, ქონების გადასახადი ახლადათვისებულ სასოფლო-სამეურნეო მიწებზე პირველი 5 წლისათვის – 0%-ია და სხვა.

აჭარის ავტონომიურ რესპუბლიკაში, რეგიონის ეკონომიკური განვითარების სტრატეგიის მიხედვით გათვალისწინებულია 1200 ჰა-მდე ჩაის პლანტაციის აღდგენა-რეაბილიტაცია.

ამჟამად რეგიონში ჩაის ფოთლის წარმოება-გადამუშავებას ახორციელებენ შემდეგი კომპანიები: შპს „აგროფირმა ქობულეთი“, შპს „აგროექსპორტი“ შპს „აჭარის ინვესტ ჩაი“, შპს „ჩაქვის ჩაი 2007“, შპს „ემირი“ და შპს „იაგო“. 2011 წლიდან ხელვაჩაურის მუნიციპალიტეტში მოქმედებს ჩაის გადამამუშავებელი ახალი საწარმო შპს „ნაზირი და კომპანია“ ძირითადად რეალიზაციის ბაზარი არის ადგილობრივი, ზოგიერთ კომპანიას მონღოლეთში, ყაზახეთსა და უკრაინაში გააქვს დაფასოებული ჩაი. აღნიშნულ კომპანიებში ჩაის წარმოებაში სულ დასაქმებულია 220 ადამიანი.

რაც შეეხება საკონსერვო მრეწველობას აჭარის რეგიონში ციტრუსისა და სხვა ხილის საკონსერვო გადამამუშავებას და დახარისხება-დაფასობას ახორციელებენ შპს „ხილის კომპანია ნარინჯი“ შპს „ციტრო“, შპს „ქართული მანდარინი“ და შპს „აგროექსპორტი“ აღნიშნულ კომპანიებში სულ დასაქმებულია 26 ადამიანი. (აჭარის .. 2011:2)

ძირითად სამრეწველო პროდუქციას მიეკუთვნება სამთო მოპოვება, ქიმიური ნივთიერებები, კვების პროდუქტები. საქართველოში განვითარებულია ქვანახშირის მოპოვება. მთავარი საქსპორტო პროდუქტებია მანგანუმი და სხვა ფერადი ლითონები, მინერალური სასუქები, სინთეტიკური ბოჭკოვანი პროდუქტები, ფარმაცევტული ნაწარმი და სხვ.

საქართველოში ენერგო სექტორი არის სტრატეგიულად მნიშვნელოვანი დარგი, თუმცა მისი წილი სამრეწველო წარმოებაში შემცირდა სხვა სექტორებში ზრდის მაღალი ტემპების გამო. ხელისუფლება დიდ ძალისხმევას ახმარს ინვესტიციების მოსაზიდად გაზის მიწოდების ქსელში და ელექტრო სადგურებში ტექნიკური პირობების გასაუმჯობესებლად.

2003-2007 წლებში დადებითი ზრდა შეინიშნებოდა ეკონომიკის ყველა სექტორში. სწრაფად გაიზარდა მომსახურების წილი (განსაკუთრებით ფინანსური შუამავლობის) მშპ-ში, რომელიც მის თითქმის ნახევარს შეადგენს. ვაჭრობა არის ეკონომიკის ერთ-ერთი ყველაზე მსხვილი სექტორი, რომელსაც 15.1 პროცენტი უკავია მშპ-ში. მისი წილი მშპ-ში მკვეთრად გაიზარდა 2008 წელს, რაც განპირობებული იყო ნავთობით საცალო ვაჭრობისა და ავტომანქანებისა და მისი სათადარიგო ნაწილებით ვაჭრობის ზრდით. სწრაფი ზრდა შეინიშნებოდა გადამუშავებული კვების პროდუქტების მიწოდებაში, ავეჯისა და საოჯახო ინვენტარის, ასევე მსუბუქი ავტომობილების საბითუმო ვაჭრობაში. 2009 წელს ვაჭრობა შემცირდა წინა წლებთან შედარებით.

სამშენებლო სექტორი ასევე სწრაფად იზრდებოდა, მიუხედავად იმისა, რომ მასში ნავთობსადენის მშენებლობას საკმაოდ მცირე წილი უკავია. იგი გახდა ერთ-ერთი მთავარი სექტორი ზრდის მაღალი ტემპებით. 2009 წელს ტრანსპორტის სექტორი საგზაო და სარკინიგზო ტვირთების შეფერხებების შედეგად გაუარესდა, რაც განპირობებული იყო ეკონომიკური კრიზისითა და 2008 წლის აგვისტოს ომით.

მიუხედავად ბიზნესგარემოს გაუმჯობესების ტენდენციებისა, საქართველოს ბიზნესგარემო კვლავაც მრავალი მნიშვნელოვანი გამოწვევის წინაშე დგას, რომელთა წარმატებით მიღწევისათვის აუცილებელია სახელმწიფოსა და კერძო სექტორს შორის გამართული დიალოგის პრაქტიკის დანერგვა. აუცილებელია საკანონმდებლო ბაზის კიდევ უფრო დახვეწა და მისი მარტივად აღქმის უზურნველყოფა.

ასევე საკმაოდ დაბალია მეწარმეობრივი უნარები, რაც ბუნებრივია თუ გავითვალისწინებთ, რომ ქვეყანაში საბაზრო ეკონომიკის პრინციპების არსებობას არც თუ ისე ხანგრძლივი ისტორია აქვს. პრობლემატურია შრომის ბაზარი – ერთი მხრივ, მაღალია უმუშევრობის დონე, მეორე მხრივ კი, დამქირავებელს ძალიან უჭირს სასურველი კადრის მოძიება და დაქირავება. ისევ გამოცდილების, ტექნოლოგიის, საჭირო ბიზნესუნარების ან/და უბრალოდ ინფორმაციის არქონის გამო მრავალი ბიზნეს სუბიექტები ვერ ახერხებს ვერც ადგილობრივ ბაზრებზე ადგილის დამკვიდრებას და, მით უმეტეს, ვერც საერთაშორისო ბაზრებზე გასვლას.

როგორც უკვე აღნიშნეთ საკანონმდებლო გარემო და ინფორმირებულობის დონე ბიზნეს მარეგულირებელი კანონმდებლობა მნიშვნელოვნად გაუმჯობესდა და გაცილებით ლიბერალური გახდა.

გაუმჯობესების პროცესმა მოითხოვა კანონების ხშირი ცვალებადობა. ასევე, ბიზნესგარემოსათვის შესაძლოა პრობლემატური იყოს ქვენორმატიული აქტების სიმრავლე, რომლებიც თავის მხრივ ასევე ხშირად იცვლებიან. ასეთი სიხშირის ცვლილებების შედეგი მეწარმეთა ინფორმირებულობის დაბალი დონეა. აღნიშნული პრობლემა განსაკუთრებით შეეხება მცირე და საშუალო ზომის ბიზნესსუბიექტებისათვის.

ნათელია, რომ კანონები რაც კერძო სექტორის ოპერირებას უწყობს ხელს ძალიან მარტივ და ყველასათვის გასაგებ ენაზე ვერ დაიწერება და ქვენორმატიული აქტებიც აუცილებელია პროცედურული საკითხების რეგულირებისათვის. თუმცა, კერძო სექტორის ინფორმირება მიმდინარე საკანონმდებლო რეფორმებზე აუცილებელია რათა, უზურნველყოფილ იქნას შესაბამისი განმარტებების გაცემა და არ მოხდეს კანონების ინტერპრეტაცია.

უნდა აღინიშნოს, რომ ლიცენზიებისა და ნებართვების შესახებ კანონი კერძო სექტორისათვის საკმაოდ კარგადაა ცნობილი. თუმცა მცირე მეწარმეთა უმეტესობამ არ იცის ექვემდებარება თუ არა მათი საქმიანობა ლიცენზირებას. აღნიშნულ კანონთან მიმართებაში უნდა ითქვას, რომ სფეროს სრულფასოვანი რეგულირებისათვის აუცილებელია დარგობრივი კანონების შემუშავება. ამასთან, რეკომენდირებულია მოხდეს ლიცენზიის გაცემის წესის რეგულირების გადახედვა, რათა მიღწეული იქნას გამჭვირვალებობისა და რესურსების ეფექტიანად გამოყენების მაღალი ხარისხი.

აუცილებელია სახელმწიფო და კერძო სექტორებს შორის დიალოგის პრაქტიკის დანერგვა. იმ პირთა აზრის გონივრული გაზიარება და გათვალისწინება, ვისი საქმიანობაც უნდა დაარეგულიროს ამა თუ იმ კანონმა, მნიშვნელოვნად შეუწყობს ხელს როგორც კანონის მიმართ კეთილგანწყობის ფორმირებას, ასევე კანონის ადალქმედითუნარობას.

ბიზნესის ერთ-ერთი ყველაზე მტკივნეული საკითხია ხელმისაწვდომობა ადამიანურ რესურსებზე. პროფესიონალიზმი პრობლემაა როგორც ტექნიკურ ასევე მენეჯერულ დონეზე. მენეჯერული კვალიფიკაციის მქონე კადრები მეტნაკლებად წარმოდგენილია ბაზარზე, თუმცა სრული კრიზისია ტექნიკური

უნარების პერსონალის კუთხით, რაც ნაწილობრივ გამოწვეულია პროფესიული ტექნიკური სასწავლებლების არარსებობით. მაგალითისთვის, სამშენებლო ბიზნესი განვითარების მაღალი ტემპით გამოირჩევა. მაგრამ ამ სექტორის ბიზნესსუბიექტებს სერიოზული პრობლემები აქვს ისეთ კადრების მოძიებაში როგორებიცაა: ელექტრიკოსი, შემდუღებელი და ა.შ. როგორც წესი, ბაზარზე წარმოდგენილი ამ პროფესიის სამუშაო ძალას ცოდნა და უნარები ტრადიციული მეთოდებით აქვთ მიღებული და არ ფლობენ არანაირ ინფორმაციას თანამედროვე მეთოდების, ტექნოლოგიებისა თუ მასალების შესახებ.

ამდენად, მნიშვნელოვანია დასაქმების პროგრამების ფარგლებში სახელმწიფომ უზურნველყოს პირთა გადამზადების ისეთი მექანიზმი, რომელიც მათ გრძელვადიანი დასაქმების საშუალებას მისცემს. პროფესიული ტექნიკური სასწავლებლების მაღალ დონეზე აღორძინება მნიშვნელოვნად განავითარებდა შრომის ბაზარს. თუმცა, მნიშვნელოვანია, რომ სწორად შეირჩეს ხელობები, რათა კურსდამთავრებულები ფლობდნენ ბაზრის მოთხოვნის ადეკვატურ ხელობასა და უნარებს. შრომის ბაზრის სათანადოდ განვითარებას, ასევე უმუშევართა რეალური რაოდენობის განსაზღვრას ხელს შეუწყობდა დასაქმების ერთიანი სააგენტოს ჩამოყალიბება. ხშირ შემთხვევაში დამსაქმებელს არ გააჩნია უნარები და რესურსები, გამოაცხადოს ვაკანსია. ეს პრობლემა განსაკუთრებით აქტუალურია რეგიონებში.

დღეს, როგორც წესი, ინფორმაციის ძირითადი წყაროებია ინტერნეტი და მას-მედია (ეს უკანასკნელი კი ძირითადად სახელწმიფო სექტორში არსებული ვაკანსიების შესახებ) და, ბუნებრივია, რომ რთულია დამქირავებლისა და სამუშაოს მაძიებლის ერთმანეთთან დაკავშირება.

აუცილებელია ისეთი ინსტიტუტებისა და მექანიზმების შექმნა, რომელიც საბოლოო ჯამში ბიზნესს უზურნველყოფს კვალიფიციური სამუშაო ძალით და იმავდროულად შემცირებს უმუშევრობას. უნდა აღინიშნოს, რომ შრომის ბაზრის განვითარება მნიშვნელოვნადაა დამოკიდებული უმაღლესი და პროფესიული განათლების სისტემებზე. ამდენად, აუცილებელია, რომ საგანამანათლებლო ორგანიზაციებმა გადაწყვეტილება სასწავლო კურსებისა და სპეციალობების შესახებ შრომის ბაზრის მოთხოვნის გათვალისწინებით მიიღონ. (ბიზნესგარემო..208:108)

ჩვეენის აზრით, თანამედროვე მსოფლიოში საზოგადოებას აინტერესებს არა მხოლოდ ბიზნეს სუბიექტების ბიზნეს საქმიანობის საბოლოო შედეგები,

არამედ ისიც, თუ როგორ ახორციელებს ბიზნეს სუბიექტი თავის საქმიანობას: როგორ იხარჯება ბუნებრივი რესურსები, როგორია დამოკიდებულება დაქირავებული თანამშრომლების მიმართ, როგორ ზეგავლენას ახდენს ბიზნეს სუბიექტის საქმიანობა საზოგადოების განვითარებაზე და ა. შ. საზოგადოებრივი კეთილდღეობის მიღწევის საქმეში ბიზნესის გადამწყვეტი როლის გათვალისწინებით, საზოგადოება სულ უფრო მაღალ მოთხოვნებს უყენებს ბიზნეს სუბიექტებს. რათა მათ თავიანთი, საქმიანობა აწარმოონ ეთიკურად, საზოგადოების სოციალური ეკონომიკური და გარემოსდაცვითი ინტერესების გათვალისწინებით.

დამატებით არგუმენტებს არ საჭიროებს ის დებულება, რომ ქვეყნისათვის მნიშვნელოვანია არსებული საექსპორტო პოტენციალის ოპტიმალურად გამოიყენება, შემდგომ კი, მისი გაზრდა. დამატებით კი უნდა აღინიშნოს, რომ საქართველოს სამომხარებლო ბაზარი ნამდვილად ძალიან მცირეა, შედეგად კი ბიზნეს სუბიექტების განვითარებისათვის აუცილებელია საერთაშორისო ბაზრებზე გასვლა. ამასთან, მნიშვნელოვანია, რომ გაიზარდოს მზა პროდუქციის ექსპორტის წილი.

ჩვენ მიგვაჩნია, რომ ბიზნესის დაბალი ტემპებით განვითარების ერთ-ერთი მიზეზი სხვა ფაქტორებთან ერთად არის ის, რომ ბიზნესსუბიექტთა უმრავლესობას ახასიათებს ბაზარზე თვითდამკვიდრებისა და კონკურენტუნარიანობის დაბალი მაჩვენებლები. მათთვის ჯერ კიდევ ხელმიუწვდომელია მნიშვნელოვანი ინფორმაციები, ბაზრებისა და ბაზრობების განვითარების ტენდენციების შესახებ.

აღნიშნულ საკითხებს ბევრ განვითარებულ ქვეყანაში არეგულირებს სახელმწიფო, რასაც მნიშვნელოვანი ეფექტი მოაქვს. საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო ახორციელებს „ექსპორტის წახალისების ქვეპროგრამას“, რომლის ფარგლებშიც ექსპორტზე ორიენტირებულ ბიზნესსუბიექტებს შეუძლიათ შეღავათიანი პირობებით სესხის მიღება. ამგვარი პროგრამების განხორციელება, რათქმაუნდა, ხელს შეუწყობს მოქმედ ექსპორტიორ ბიზნესსუბიექტებს, თუმცა აუცილებელია პარალელურ რეჟიმში გატარდეს ღონისძიება, რომლის შედეგადაც გაიზარდება მეწარმეების საერთაშორისო ბაზრებზე გასვლის შესაძლებლობები; მეტად ხელმისაწვდომი

გახდება ინფორმაცია საერთაშორისო ბაზრების მოთხოვნებისა და პირობების შესახებ. (ბიზნესგარემოს...208:108)

ხშირად ტარდება საერთაშორისო გამოფენები ასევე, არსებობს მრავალი სადილერო ვებ-გვერდი. ამგავარი და სხვა ხელშემწყობი ინფორმაციის ერთიანი ბაზის მომზადება მნიშვნელოვნად შეუწყობდა ხელს ქართველ მეწარმეებს, განსაკუთრებით კი აგარარულ სექტორში, სავაჭრო პარტნიორების მოძიებაში. დამატებით უნდა აღინიშნოს, რომ აუცილებელია კერძო სექტორის პრეფერენციათა განზოგადებული სისტემის შესახებ მეწარმეთა დეტალური ინფორმირებულობის უზრუნველყოფა.

ჩვენის აზრით, საქართველოში არსებობს მზარდი მოთხოვნა საკონსულტაციო მომსახურებაზე. მათ შორის მენეჯმენტის, მარკეტინგის, ფინანსურ-საინვესტიციო, სამართლებრივი და სხვა საკითხებზე. ეს პროცესი უზრუნველყოფს ცოდნისა და ჩვევების სათანადო კავშირს, მეწარმეებს და აზღვევს რისკისაგან, გაამყარებს საგარეო კავშირებს, აამაღლებს ბიზნესკულტურას.

მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყანაში პარტნიორობის და ქვეყნის კეთილდღეობის გაუმჯობესებას, ხელს უწყობს „ბიზნეს-ანგელოზები“ მაღალ ტექნოლოგიებში, ინტელექტში და კრეატიულ აზროვნებაში ინვესტირების მეშვეობით.

პირველად ტერმინი „ბიზნეს-ანგელოზი“ წარმოიშვა „სოლიკონის ველში“, ამერიკის შეერთებულ შტატებში, რომელიც ცნობილია როგორც კომპიუტერებისა და ელექტრონიკის წარმოების მსოფლიო მნიშვნელობის ინდუსტრიული ზონა. „ბიზნეს-ანგელოზები“ ძირითადად თავიანთ კაპიტალს აბანდებენ რისკიან პროექტებში, განსაკუთრებით საწარმოს განვითარების პირველ სტადიაზე. ძირითადად მათი მოტივაციაა პირადი ინტერესი კონკრეტული ტექნოლოგიის მიმართ, რომლის რეალიზაციაც მოიტანს მნიშვნელოვან სოციალურ ეფექტს.

უკანასკნელ პერიოდში „ბიზნეს-ანგელოზების“ საქმიანობის გააქტიურების მიზნით იქმნება სხვადასხვა სახის ქსელები. ასეთი „ბიზნეს-ანგელოზების“ ქსელები ფართოდაა გავრცელებული აშშ-ში, დიდ ბრიტანეთში, საფრანგეთში, ავსტრალიაში და სხვა ქვეყნებში. უმეტეს შემთხვევაში, აღნიშნული ქსელები მოქმედებენ ინტერნეტის მეშვეობით.

ასევე, განსაკუთრებული ყურადღება უნდა დაეთმოს ბიზნეს-ინკუბატორების ქსელს, რომელიც მოწოდებულია უფრო ეფექტური მხარდაჭერა გაუწიოს მცირე მეწარმეებსა და თავად ბიზნეს სუბიექტებს მოღვაწეობის საწყის ეტაპზე. უნდა აღინიშნოს, რომ ბიზნეს ინკუპატორი წარმოადგენს არაკომერციულ, არამოგებაზე ორიენტირებულ იურიდიულ პირს, რომელიც ძირითადი მატერიალური და არამატერიალური რესურსების მიწოდების გზით უზრუნველყოფს ახალდამწყებ და განვითარებადი ბიზნესის სწრაფ აქსელერაციას არსებული ბიზნეს გარემოს პირობებში. (ინკუბატორი...2011:1)

მაშინ, როდესაც მატერიალურ რესურსებში იგულისხმება საოფისე ფართი, ავეჯი, საოფისე ინვენტარი, ტექნიკა, კომუნალური და კომუნიკაციის საშუალებები და სხვა, არამატერიალური რესურსების სახით ინკუბატორი ბიზნეს სუბიექტებს სთავაზობს უფასო კონსულტაციებს ეკონომიკურ, საფინანსო, იურიდიულ და სხვა სფეროებში.

უცხო ქვეყნების პრაქტიკული გამოცდილება ადასტურებს ბიზნესინკუბატორების ინტენსიური გავრცელების მიზანშეწონილებას. ისინი ტექნოპარკებთან ერთად წარმოადგენენ მცირე ბიზნესის მხარდაჭერის ყველაზე ეფექტურ ფორმას. ბიზნეს-ინკუბატორების მთავარი დანიშნულებაა მცირე საწარმოების და დამწყები მეწარმეებისათვის პირველადი დახმარების აღმოჩენა.

საკონკურსო წესით ბიზნესინკუბატორში ერთიანდებიან სხვადასხვა პროფილის 10-20 მცირე ფირმა საკუთარი პროექტების რეალიზაციისათვის. მათ გააჩნიათ საერთო კომერციული ფართი, შერჩევა წარმოებს წარმოდგენილი ბიზნესგეგმების საფუძველზე.

ბიზნესინკუბატორის შტაბი ჩვეულებრივ რამოდენიმე ადამიანისაგან შედგება. მეწარმეებს სთავაზობენ მდივან-რეფერენტის მოსმასურებას. შენობის ფართს ოფისისათვის, საოფისე ტექნიკას - ტელეფონს, ფაქსს, ქსეროქსს, კომპიუტერებს და სხვა. აგრეთვე ფინანსირების სხვადასხვა წყაროებისადმი ხელმისაწვდომობას. აღნიშნულის გარდა, ბიზნესინკუბატორი უზრუნველყოფს მასში გაერთიანებულ ფირმებს კონსალტინგური მომსახურებით, ინფორმაციით, ბიზნეს-ინკუბატორი არსებობს ხელისუფლების ადგილობრივი ორგანოების სახსრებით, მთავრობის სუბსიდიით, მეწარმეთა მიერ გადახდილი საიჯარო გადასახადებით, აგრეთვე „ინკუბატორებიდან“ გამოსული და წარმატებით

ფუნქციონირებადი მცირე საწარმოების მოგების წილის (ან გაყიდვათა მოცულობის) ხარჯზე და სხვა.

თავიდან ბიზნეს-ინკუბატორების დაფუძნება დაკავშირებული იყო ინოვაციურ მოღვაწეობასთან. შემდეგ პრაქტიკამ დაადასტურა, რომ მნიშვნელოვანი შედეგების მიღება საჭიროებს ახალი ტექნოლოგიების დანერგვას, რაც საშუალებას იძლევა ეფექტიანად იქნეს გამოყენებული მცირე საწარმოთა პოტენციური ადგილებზე სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების ამოცანების გადასაწყვეტად.

განვითარებულ ქვეყნებში ბიზნესინკუბატორების წარმატებული საქმიანობა განპირობებულია იმით, რომ ამ სტრუქტურის ჩარჩოებში ხდება მცირე ბიზნესსუბიექტთა ისეთი ფუნქციების კოოპერირება, რომელთა რეალიზაციით დამოკიდებულია საწარმოთა აღორძინების სიმყარე. (როსტიაშვილი 2010:109)

საგულისხმოა, რომ ბიზნეს-ინკუბატორების შექმნა შესაძლებელია სხვადასხვა ორგანიზაციულსამართლებრივი ფორმით, მათ შორის როგორც არაკომერციული არამომგებიანი ორგანიზაციის სახით. შემოსავლები ფორმირდება მათ მიერ გაწეული დანახარჯების შემდეგ (მომუშავე პერსონალის სახელფასო ანაზღაურება, იჯარა, კრედიტებზე გადასახადები და სხვა) მოხმარდეს მცირე ბიზნესსუბიექტების განვითარებას. ბიზნეს-ინკუბატორების დამფუძნებლად შეიძლება გამოვიდნენ: ადგილობრივი ადმინისტრაცია, დასაქმების სამსახურის რეგიონული განყოფილებები, ახალგაზრდული გაერთიანებები და ა.შ.

ყურადღებას იმსახურებს ბიზნესინკუბატორის შექმნის ორგანიზაციულ-მეთოდოლოგიური საკითხები. როგორც პრაქტიკა ადასტურებს ბიზნეს-ინკუბატორების პროექტების უმეტესობის საერთო ნაკლს წარმოადგენს კონცეფციასა და ბიზნეს-გეგმას შორის გამყოფი ზღვრის უქონლობა.

საქართველოში ამ მიმართულებით მოქმედებს კომერციული სტრუქტურები, მათ შორის ერთ-ერთი საყურადღებო სეგმენტია ბიზნესინკუბატორი. ინკუბატორის პროგრამის მონაწილეებს აქვთ პოტენცია შექმნან ახალი სამუშაო ადგილები, განავითარონ შესაბამისი სექტორი, მოახდინონ ახალი ტექნოლოგიების კომერციალიზაცია და ამგვარად, გააძლიერონ როგორც ადგილობრივი, ასევე ქვეყნის ეკონომიკა.

ბათუმის ბიზნეს-ინკუბატორი შეიქმნა გაეროს განვითარების პროგრამის, რუმინეთის მთავრობისა და აჭარის მთავრობის ფინანსური მხარდაჭერით.

ბათუმის ბიზნეს-ინკუბატორის ჩვიდმეტი კომპანიიდან გასული წლის სექტემბერში ოცხმა მათგანმა ინკუბატორი დატოვა, როგორც წარმატებულმა ბიზნეს-სუბიექტებმა და დამკვიდრდენ ბაზარზე. ბიზნეს-ინკუბატორის კომპანიასი პირდაპირ დასაქმებულია 32 ადამიანი, ხოლო წლის განმავლობაში 100-ზე მეტი. 2011 წლის მდგომარეობით კომპანიების ჯამური ბრუნვა 300 ათასი ლარს შეადგენს, აქედან სულ გაცემული ხელფასების რაოდენობა 70 ათასს, ხოლო ბიუჯეტში შენატანი 50 ათას ლარს აღემატება. მაგალითად აშშ-ის ბიზნესინკუბატორების ნაციონალური ასოციაციის ანგარიშის თანახმად ინკუბირებული ბიზნესსუბიექტების 87 პროცენტი დღემდე წარმატებულად ფუნქციონირებს. 1980 წლიდან ინკუბირებულმა ბიზნესსუბიექტებმა შექმნეს დაახლოებით 500 000 სამუშაო ადგილი, ყოველი მეორე სამუშაო ადგილი ხელს უწყობს დამატებით ერთი სამუშაო ადგილის შექმნას.

მიგვაჩნია, რომ ბიზნესინკუბატორები უნდა ფუნქციონირებდეს ბიზნესის ყველა სფეროში, მსხვილ კომერციულ სტრუქტურებში, რომლებიც საჭირო რეკომენდაციებს და მიმართულებებს მისცემენ ბიზნესსუბიექტებს.

თავი III. ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა და მისი განმსაზღვრელი ფაქტორები

3.1 ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის არსი, ფორმები და თანამედროვე გაგება

განვითარებული ქვეყნების მიერ საზოგადოებრივი ცხოვრების ყველა სფეროში მიღწეულმა წარმატებებმა დაგვანახა, რომ საბაზრო მეურნეობა თავისი ბუნებით „სოციალურია“. იგი ემსახურება ადამიანთა ინტერესებსა და მოთხოვნილებებს.

საბაზრო ეკონომიკის სოციალური არსი არის ის, რომ ეკონომიკის ყოველი წარმატება, შრომის ნაყოფიერების ყოველი ზრდა ხალხის საკეთილდღეოდ გამოიყენება. ემსახურება მომხმარებელთა საჭიროების დაკმაყოფილებას. თავისუფალი ეკონომიკისა და საზოგადოებრივი წყობილების ჩამოყალიბებისათვის აუცილებელია, რომ არცერთ ჯგუფს არ მიეცეს უფლება თავისუფლება გაიგოს თავისი შეხედულებით და შემდეგ ის კიდევაც შეზღუდოს. თავისუფალი მეურნეობა შეესაბამება თავისუფალ მეწარმეობას. თავისუფლება ერთიანი და განუყოფელია – პოლიტიკური, სამეურნეო და პიროვნული თავისუფლება რთული დიალექტიკური ერთიანობაა, რომლიდანაც თუნდაც ერთი ნაწილის გამიჯვნით, ყველა დანარჩენი დაიშლება.

საბაზრო ეკონომიკაზე გარდამავალ პერიოდში სახელმწიფო, თავისი არსით, ერთგვარი რეგულატორის როლს ასრულებს, რადგან სახელმწიფომ უნდა უზრუნველყოს მოსახლეობა ყველა უმნიშვნელოვანესი სოციალური და მატერიალური პირობები მისი უკეთესი განვითარებისათვის, მაგრამ რეალობაში ყველაფერი არც ისე მარტივია, როგორც ერთი შეხედვით ჩანს.

სახელმწიფო ქმნის ბაზრის მართვის მექანიზმებს. ბიუჯეტი, რომელიც ფორმირდება გადასახადებიდან, ბაჟიდან, საბაჟო მოსაკრებელიდან და შემოსავლის სხვა წყაროებიდან, რიგი პრობლემების მოგვარებას ხმარდება. სახელმწიფოს განვითარებისათვის აუცილებელია სოციალური ასპექტების გათვალისწინება. და სწორედ, ამ საკითხებთან დაკავშირებით სახელმწიფო შეიმუშავებს მაკონტროლებელ მექანიზმებს, რასაც შეიძლება სოციალური პოლიტიკა ვუწოდოთ. სოციალური პოლიტიკა ეკონომიკის სახელმწიფოებრივი მართვის

ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანეს მიმართულებას წარმოადგენს. იგი სახელმწიფოს შიდა პოლიტიკის ორგანული ნაწილია, რომელიც მისი მოქალაქეებისა და მთლიანად საზოგადოების კეთილდღეობის უზრუნველყოფისა და ყოველმხრივი განვითარებისაკენაა მიმართული.

სოციალური საბაზრო ეკონომიკის ფუძემდებლურ ელემენტს წარმოადგენს სოციალური დაცვის სისტემა ისეთ ცხოვრებისეულ შემთხვევებზე როგორცაა ავადმყოფობა, ინვალიდობა, მრავალშვილიანობა, უმუშევრობა, სიბერე და ა.შ. რომელთაც შეუძლიათ საფრთხე შეუქმნან ღირსეულ ცხოვრებას. ამიტომაც დიდი მნიშვნელობა ენიჭება სოციალური პოლიტიკის პრინციპებისა და ინსტრუმენტების გამოყენებას. სოციალური პოლიტიკის პრინციპებში მოისაზრება: სოციალური დაზღვევა, სოციალური უზრუნველყოფა, სუბსიდირება, მორალური პასუხისმგებლობა და სხვა. სოციალურ პოლიტიკას სამი ძირითადი მიზანი ამოძრავებს ესენია: 1. კეთილდღეობის უზრუნველყოფა. 2. თანაბარი შანსები ყველასათვის და განაწილების სამართლიანობა. 3. სოციალური თავისუფლება. სოციალური პოლიტიკის მიზნების მისაღწევად გამოიყენება ინსტრუმენტების მთელი პალიტრა: საკანონმდებლო აქტები, ფინანსური ინსტრუმენტები და სხვა.

სოციალური პოლიტიკის განმსაზღვრელი და მამოძრავებელი ბერკეტია მატერიალური დოვლათი, რომელიც იქმნება რეალურ საწარმოო სექტორში. უკანასკნელ პერიოდში სამეცნიერო და საქმიან წრეებში აქტიურად განიხილება სოციალური პასუხისმგებლობის გამოვლენის სხვადასხვაგვარი მიმართულებები და ფორმები. უმრავლესობის აზრით, სოციალური პასუხისმგებლობის ძირითად სუბიექტად ითვლება ბიზნესი, სახელმწიფო, საზოგადოება და ადამიანი. უნდა აღინიშნოს, აგრეთვე, ის გარემოება, რომ სოციალური პასუხისმგებლობის აღნიშნული სუბიექტები, მათი ურთიერთდამოკიდებულების გათვალისწინებით, შეიძლება გამოვიდნენ სოციალური პასუხისმგებლობის ობიექტის როლში. გარდა ამისა სოციალური პასუხისმგებლობის ქმედებები შეიძლება გავრცელდეს ბუნებრივ გარემოზე და კულტურულ სფეროზე, რომელთა უშუალო მომხმარებლებს წარმოადგენენ ზემოსხენებული სუბიექტები.

ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა შედარებით რთული მოვლენაა, ვიდრე ეს ერთი შეხედვით ჩანს. ის განიხილება, კონკრეტული ბიზნესის თავისებურებების გათვალისწინებით. თუ ადამიანი განიხილება როგორც სოცი-

ალური პასუხისმგებლობის ობიექტი, მაშინ მის მიმართ პასუხის-მგებლობა შეიძლება ჩამოყალიბებული იქნას შემდეგი მიმართულებით: (ლვოვა..2001: 318)

I – პასუხისმგებლობა წარმოიშობა ადამიანის, როგორც პოტენციური მომხმარებლის ან რეალური თანამშრომლის მიმართ, როცა ის შრომითი საქმიანობითაა დაკავებული. ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა აღნიშნულ შემთხვევაში გამოიხატება შრომითი კანონმდებლობის დაცვაში, უფასო დახმებაში, ნორმალური შრომის ანაზღაურებაში, კარგი შრომითი გარემოს შექმნაში, იმ ადგილმდებარეობის ეკოლოგიაზე ზრუნვაში, სადაც მოქმედებს საწარმო და ა. შ. ხოლო, როცა ადამიანი არ არის შრომითი საქმიანობით დაკავებული, მისგან დამოუკიდებელი მიზეზებით (შეზღუდული ფიზიკური შესაძლებლობები და სხვა,) ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა გამოიხატება შეზღუდული ფიზიკური შესაძლებლობების მქონე მოსახლეობისადმი დახმარებით, სახელმწიფოს მხრიდან მინიმალური სახელმწიფო შედავათების გამოყოფაში (დახმარებები, პენსიები და სხვა). საზოგადოების მხრიდან აღნიშნულ მოსახლეობაზე მხარდაჭერაში. სოციალური პასუხისმგებლობა არ წარმოიშობა იმ შემთხვევაში, თუ ადამიანი არ არის შრომით საქმიანობით დაკავებული მასზე დამოკიდებული მიზეზებით (შრომის სურვილის არარსებობა).

II – პასუხისმგებლობა ადამიანთან როგორც მომხმარებელთან, პირველ რიგში განისაზღვრება თუ რას მოიხმარს. მოცემულ საწარმოში დამზადებული პროდუქციის მომხმარებლისადმი ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა გამოიხატება ხარისხიანი პროდუქციის წარმოებასა და მის რეკლამირებაში. პასუხისმგებლობა სახელმწიფოს მხრიდან განისაზღვრება პროდუქციის ხარისხსა და მომსახურების სახელმწიფო კონტროლში, მედიის საშუალებებით არასწორი რეკლამირების აღკვეთაში.

უნებრივი რესურსების მომხმარებლების შემთხვევაში ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა გამოიხატება ბუნებრივი რესურსების რაციონალურად გამოყენებაში. ეკოლოგიურად სუფთა საწარმოს შექმნაში, თანამედროვე განვითარებითი ტექნოლოგიების გამოყენებაში, გარემოსდაცვითი ღონისძიებების გატარებაში. სახელმწიფოს მხრიდან პასუხისმგებლობა გამოიხატება კანონების შექმნასა და მისი შესრულების კონტროლის გატარებაში, ბუნებრივი რესურსების დაცვისადმი ზრუნვაში.

ხოლო, კულტურის სფეროს მომხმარებლებისადმი ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა გამოიხატება კულტურული ფასეულობების დაცვის, ღონისძიებების ჩატარების და ა.შ ხელშეწყობაში. საზოგადოების მხრიდან პასუხისმგებლობა გამოიხატება ცალკეული ადამიანის კულტურული ფასეულობების დაცვაში, განათლების უზრუნველყოფაში, კულტურის განვითარებაში. ასუხისმგებლობა სახელმწიფოს მხრიდან გამოიხატება კულტურული ფასეულობების შენარჩუნებასა და განვითარებისათვის აუცილებელი პირობების შექმნაში.

იმისდა მიხედვით, თუ რა ფორმებში ვლინდება სოციალური პასუხისმგებლობა, შეიძლება გამოიყოს მისი სხვადასხვაგვარი ფორმები კონკრეტულ სუბიექტებთან მიმართებით: (შადღოვა 2010:92)

- ეკონომიკური პასუხისმგებლობა – ბიზნესისათვის აღნიშნული ვლინდება მაქსიმალური მოგების მიღებაში, წარმოების მდგრად განვითარებაში; სახელმწიფოსათვის ფინანსური რესურსების ეფექტიან გადანაწილებაში, გააზრებულ ეკონომიკურ პოლიტიკაში; ადამიანისათვის, როგორც რაციანალურად მოაზროვნე სუბიექტისათვის, სოციალური პასუხისმგებლობა გამოიხატება მის მოქმედებაში განსაზღვრული სარგებლის მიღებაში.

- სამართლებრივი პასუხისმგებლობა კანონმდებლობის მკაცრი დაცვით გამოიხატება ბიზნესის სოციალურ პასუხისმგებლობაში, სახელმწიფოსათვის პასუხისმგებლობა გამოიხატება გააზრებული კანონების მიღებასა და კანონმდებლობის დაცვაში, ხოლო საზოგადოებისათვის კანონმორჩილებაში.

- ზნეობრივ პასუხისმგებლობად შეიძლება ჩაითვალოს ბიზნესის სოციალურ პასუხისმგებლობაში სოციალურ პრობლემებზე ნებაყოფლობითი გამოხმაურება, რაც მოდის არა კანონმორჩილებიდან, არამედ გულუხვობისაგან (სპონსორობა, მეცენატობა, მოწყალების გაღება). ადამიანის პასუხისმგებლობა გამოიხატება გარშემომყოფებისათვის ზრუნვის გამოხატვაში და ა.შ. ზემოთ აღნიშნულის უარყოფა იწვევს საზოგადოების რღვევას, შედეგად სუსტდება საზოგადოება. როგორც ცნობილია სუსტ საზოგადოებაში სახელმწიფოც სუსტია.

- ეკოლოგიური პასუხისმგებლობა, გამოიხატება პროდუქტის გავრცელებისა და გარემოს დაბინძურების სხვადასხვა (რეგიონალურ, ადგილობრივ) დონეზე. სახელმწიფოს სოციალური პასუხისმგებლობა უპირველეს ყოვლისა, ეს არის, შესაბამისი კანონმდებლობის შემუშავება და მისი შესრულების კონტროლი,

გარემოს დაცვის ღონისძიებების დაფინანსება. საზოგადოების სოციალური პოასუხიმგებლობა არის ბუნებაში ქცევის შესაბამისი კულტურა, თითოეული ადამიანის ბრძოლა იმ გარემოს დაცვისათვის, სადაც ცხოვრობს.

სოციალური პასუხისმგებლობის მოცემული ფორმები დაყოფილია მხოლოდ თეორიულად, რეალურად ისინი ურთიერთდაკავშირებულნი არიან და ერთობლივად ვლინდებიან. გასათვალისწინებელია აგრეთვე ისიც, რომ კონკრეტული სუბიექტის სოციალური პასუხისმგებლობა შეიძლება ვრცელდებოდეს სოციალური პასუხისმგებლობის ყველა ობიექტზე, გამომდინარე აქედან სუბიექტის საქმიანობაში ჩართვის ხარისხით შეიძლება ვიმსჯელოთ მის სრულყოფილებასა და ეფექტიანობაზე მაქსიმალურ, მინიმალურ და ფაქტიურ სოციალურ პასუხისმგებლობაზე.

სახელმწიფოს მაქსიმალური სოციალური პასუხისმგებლობა გამოიხატება მისი ყველა ობიექტისადმი ზრუნვაში, ადამიანისათვის მაქსიმალურ სოციალურ პასუხისმგებლობად ჩაითვლება გარემოს, კულტურის, სახელმწიფოს და ადამიანის წინაშე არსებული პასუხისმგებლობა, ხოლო მინიმალურად – პასუხისმგებლობა ადამიანისა და სახელმწიფოს წინაშე. ადამიანისათვის პასუხისმგებლობა დასაშვებ დონეზე ჩაითვლება თავისი თავისა და სხვა პირის მიმართ. ბიზნესისათვის მაქსიმალური სოციალური პასუხისმგებლობა იქნება ყველა ობიექტის წინაშე პასუხისმგებლობა. მინიმალური - საზოგადოების, სახელმწიფოსა და გარემოს წინაშე. რაც შეეხება პასუხისმგებლობის დასაშვებ დონეს, იგი შეიძლება იყოს მინიმალურზე დაბალი, მაგრამ მიიჩნეოდეს მიზამშეწონილად და არ ვრცელდებოდეს მთელს ბიზნესზე. პასუხისმგებლობა კი გამოიხატებოდეს სახელმწიფოსა და საზოგადოების წინაშე.

იმის გამო, რომ სოციალური პასუხისმგებლობის ეს თუ ის მოქმედებები არ იძლევიან სასურველ შედეგებს სუბიექტების სოციალურ პასუხისმგებლობის მოქმედებათა შედეგიანობის მიხედვით შეიძლება გამოიყოს: რეალური პასუხისმგებლობა - სოციალური პასუხისმგებლობა, რომელიც სუბიექტის მიერ ჩატარებული მოქმედებებით გვაძლევს რეალურ ეფექტს იმ ობიექტებზე რომლის მიმართაც ის იყო ჩატარებული. ფორმალური პასუხისმგებლობა - არის სუბიექტის სოციალური პასუხისმგებლური მოქმედება მიმართული სოციალური პასუხისმგებლობის ობიექტზე, რომელმაც არ მოგვცა სასურველი შედეგი ან საერთოდ უშედეგო იყო.

აქ რეალურ შედეგად უნდა მივიჩნიოთ ის შედეგი რომელიც უნდა დამდგარიყო იმ სოციალური პასუხისმგებლური მოქმედებებით, რაც შეესაბამება სოციალური პასუხისმგებლობის განსაზღვრებას, ხოლო ფორმალური სოციალური პასუხისმგებლობა არის მაშინ, როცა სოციალურ პასუხისმგებლურ ქმედებებში შენიღბულია გარკვეული გამორჩენა (გადასახლებებზე თავის არიდება, შეღავათების მიღება, საზოგადოების ნდობა და სხვ) ან სუბიექტისათვის შედეგი არ არის მნიშვნელოვანი.

ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა განიხილება კონკრეტული ბიზნესსუბიექტების თავისებურებების გათვალისწინებით. ბიზნესსუბიექტების სხვადასხვაგვარი მოდელების არსებობა წარმოშობს სხვადასხვაგვარ და ერთმანეთში გადახლართულ ბიზნესის სოციალურად საპასუხისმგებლო საქმიანობის მიმართულებებსა და ფორმებს.

დღეისათვის არსებულ ბიზნეს სუბიექტთა უამრავ მოდელებს შორის შედარებით აღსანიშნავია შემდეგი: (შადილოვ 2010:94)

1. ნეოკლასიკური მოდელის ბიზნესსუბიექტები არსებული ტექნოლოგიების გამოყენებით, თავისი საწყისი მატერიალური, შრომითი და ფინანსური რესურსებით აწარმოებს იმ ოდენობის და სახეობის პროდუქციას, რის საშუალებასაც აძლევს საკუთარი შესაძლებლობები, ადგენს ისეთ ფასს, რითაც მიიღებს მაქსიმალურ მოგებას, ან თავის საქმიანობის სხვა მნიშვნელოვან მაჩვენებელს. იმ ბიზნესსუბიექტის სოციალური პასუხისმგებლობა რომლებიც დებულობენ მაქსიმალურ მოგებას ქმნიან სამუშაო ადგილებს, აწარმოებენ ხარისხიან პროდუქციას და საზოგადოებრივ მომსახურებებს, ამრავლებენ საზოგადოებრივ სიმდიდრეს და უზრუნველყოფენ დასაქმებას.

2. ინსტიტუციონალური მოდელის ბიზნესსუბიექტის კონცეფცია ემყარება ბიზნესსუბიექტის ინდივიდუალურ და ჯგუფურ მონაწილეთა შესაძლებლობებს, რეალურ და საექვო კონტრაქტებს წარმოების თანამონაწილეებს შორის, იმ ტრადიციებსა და წესებს, რომლებიც განსაზღვრავს მათი მოქმედების ჩარჩოებსა და თავისებურებებს. ბიზნესსუბიექტის ამ მოდელისათვის დამახასიათებელია პასუხისმგებლობის ისეთი ფორმები რომლებიც წარმოიშობა წარმოების შიდა და გარე გარემოს შორის. საქმე ეხება კარგი საქმიანი რეპუტაციის შექმნას. აქ საფუძველს წარმოადგენს ხელშეკრულებები შრომით კოლექტივთან და

კონტრაქტები, რომელთა თავისდროული შესრულებაც წარმოადგენს სოციალურ პასუხისმგებლობას.

3. ევოლუციური მოდელის საწარმოს მოქმედება განისაზღვრება სხვა ბიზნესსუბიექტებთან ურთიერთობით მისი შინაგანი მახასიათებლებით. კერძოდ, იმ დადგენილი წესებით, რომელთა მიხედვითაც ხდება შინაგანი და გარეგანი ზემოქმედებების წინააღმდეგ ღონისძიებების დასახვა. საწარმოს ხელმძღვანელობა ცდილობს რა შეეგუოს სახელმწიფო მენტალიტეტს, იყოს სამეურნეო საქმიანობის კონკურენტუნარიანი მონაწილე. შეიმუშავებს და ნერგავს თავის წესებს და ნორმატივებს თანამშრომლებსა და კონტრაგენტებთან ურთიერთობის სფეროში. ამასთან, ძირითადი ყურადღება ექცევა სხვა საწარმოებთან ურთიერთობებს.

4. მეწარმეობითი ფირმის მოდელი ეყრდნობა ბიზნეს სუბიექტის შესახებ კონცეპტუალურ წარმოდგენას, როგორც მეწარმეობითი ინიციატივის თანმდევი სფეროს და მეწარმის კუთვნილი რესურსების გამოყენებას. მთავარი არის მეწარმის დამოკიდებულება ბიზნესთან. ბიზნესსუბიექტის ამ მოდელისათვის დამახასიათებელია სოციალური პასუხისმგებლური მოქმედება რომელიც გამომდინარეობს შრომითი ურთიერთობიდან. მეწარმისათვის, როგორც ბიზნესსუბიექტის ხელმძღვანელისათვის მთავარია, რომ შრომითი კოლექტივი იყოს მტკიცე (შეკრული), მის წევრებსა და ხელმძღვანელობას შორის იყოს ნდობის მაღალი ხარისხი. გამომდინარე აქედან, მეწარმე მუდმივად უნდა იმუშაოს თავისი თანამშრომლების სოციალური პოლიტიკის შექმნისა და სრულყოფისათვის.

5. „გადარჩენის თეორიის“ მოდელის ბიზნეს სუბიექტი გარდამავალ პერიოდში მუდმივად ცვალებად გარემოს პირობებს ვერ ეგუება. სამეურნეო სისტემის ელემენტებს შორის კავშირი ვერ უზრუნველყოფს მათ სტაბილურ არსებობას, რის გამოც ბიზნესსუბიექტის ძირითადი ამოცანა გადარჩენაა. ასეთ პირობებში წარმოების ხელმძღვანელი ღებულობს გადაწყვეტილებას მიიღოს მოკლევადიანი სარგებელი. ამიტომ რაიმე სოციალურ საპასუხისმგებლო საქმიანობაზე საუბარი შეუძლებელია.

ამგვარად, ბიზნესსუბიექტთა სხვადასხვაგვარი მოდელების არსებობა წარმოშობს ბიზნესის სოციალურად საპასუხისმგებლო საქმიანობის სხვადასხვაგვარ და ერთმანეთში გადახლართულ მიმართულებებს და ფორმებს.

ნეოკლასიკური მოდელის ბიზნესსუბიექტის სოციალურად საპასუხისმგებლო საქმიანობა დამოკიდებულია იმაზე, თუ როგორი ეფექტურობით მუშაობს ბიზნესსუბიექტი. მაქსიმალური მოგების მიღება არ ნიშნავს იმას, რომ ბიზნესსუბიექტის ხელმძღვანელობა მის ნაწილს დახარჯავს საზოგადოების საკეთილდღეოდ.

ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის ხარისხბრივ და ეთიკურ მაჩვენებლებს განვიხილავთ ქვეყანაში არსებული სოციალური და ეკონომიკური პრობლემების გადაწყვეტის მექანიზმების თავისებურებების გათვალისწინებით.

ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა არის სამუშაო ადგილების, ქველმოქმედებისა და საზოგადოების სხვადასხვა ფენის დახმარების სხვადასხვა ფონდის შექმნა, საკუთარი წარმოების გარემოს დაცვის უზრუნველყოფა და სხვა მრავალი, რომლებიც ქვეყანაში სოციალურ სტატუსს იცავს.

ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის მიდგომის დანერგვა ბიზნესსუბიექტების პოლიტიკაში, მენეჯმენტში და პრაქტიკაში, საქართველოსათვის სიახლეა. არ არსებობს სოციალურად პასუხისმგებელი ბიზნესის პრაქტიკის სტანდარტული რეცეპტი - ეს პრაქტიკა სხვადასხვა ბიზნესსუბიექტებისა და ქვეყნების შესაბამისად. ამიტომაც არ არსებობს ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის ერთადერთი, ამომწურავი და უნივერსალური განსაზღვრება. ევროკავშირი ბიზნესის სოციალურ პასუხისმგებლობას ამგვარად განსაზღვრავს: „კონცეფცია, რომლის თანახმადაც კომპანიები ნებაყოფილობით ითვალისწინებენ სოციალურ და გარემოსდაცვით საკითხებს მათ ბიზნეს საქმიანობაში და მათ ურთიერთობაში მათი საქმიანობის შედეგებში დაინტერესებულ ყველა მხარესთან“ (საქართველოში...2007:7)

„ბიზნესლიდერების საერთაშორისო ფორუმი“-ს აზრით, ბიზნესის სოციალურ პასუხისმგებლობაში იგულისხმება ბიზნესის ისეთი წარმართვა, რომელსაც საზოგადოებისათვის სარგებლობა მოაქვს და ხელს უწყობს სოციალურად, ეკონომიკურად და ეკოლოგიურად მდგრად განვითარებას ბიზნესის საზოგადოებაზე პოზიტიური გავლენის მაქსიმიზაციისა და ნეგატიური გავლენის მინიმიზაციის გზით. (ჭითანავა...2008:481)

სისტემური ბიზნეს – ტექნოლოგიების ცენტრი „SATIO“ მიიჩნევს, რომ ბსპ არის ბიზნესის ნებაყოფილობითი წვლილი საზოგადოების განვითარებისათვის სოციალურ, ეკონომიკურ და ეკოლოგიურ სფეროში, რომელიც უშუალოდაა

დაკავშირებული კომპანიის ძირითად საქმიანობასთან და სცილდება კანონით დადგენილ მინიმუმს. (ჭითანავა...2008:481)

ქვეყანაში ბიზნესმა უნდა განსაზღვროს თავისი სოციალური როლი. ამ პროცესის საფუძველს წარმოადგენს ის, რომ ბიზნესმა უნდა გააცნობიეროს თუ როგორ პირობებში იქნება ის მაქსიმალურად დაინტერესებული აღებული სოციალური ვალდებულებების შესრულებაში, მისი როგორი მოქმედება შეიძლება მიჩნეული იქნას სოციალურ პასუხისმგებლობად. ეს კონტექსტი განისაზღვრება ქვეყნის ბიზნესის საერთაშორისო ინტეგრაციით და მსოფლიო პრაქტიკაში შემოსული ტერმინით „სოციალური პასუხისმგებლობა“.

„სოციალური პასუხისმგებლობა“ ეს არის კონცეფცია რომელიც აფუძვნებს რომ ბიზნესი პასუხისმგებელია დაიცვას არა მხოლოდ კანონები, აწარმოოს ხარისხიანი პროდუქტი ან მომსახურება არამედ ნებაყოფილობით ღებულობს თავის თავზე ვალდებულებებს საზოგადოების წინაშე იმუშავოს ხალხის ცხოვრების ხარისხის გაუმჯობესებისათვის, ღებულობს რა ამ სტრატეგიას ბიზნესი აცხადებს იმის შესახებ, რომ მან თავის განვითარებაში მიღწია მომწიფების განსაზღვრულ დონეს.

არსებობს ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის სამი ძირითადი თეორიული დასაბუთება. პირველი გულისხმობს კორპორაციული ეგოიზმის თეორიის ამოქმედებას ე.ი. ბიზნესის ერთადერთი პასუხისმგებლობაა თავისი აქციონერების შემოსავლების გაზრდა. მეორე მოსაზრებაა – კორპორაციული ალტრეიზმის თეორია რომელიც ადგენს, რომ კორპორაციები ვალდებული არიან მნიშვნელოვანი წვლილი შეიტანონ ცხოვრების ხარისხის გაუმჯობესებაში. მესამე პოზიცია წარმოგვიდგება, როგორც ერთ-ერთი ძლიერი „ცენტრალური“ თეორია - „გონივრული ეგოიზმისა“, რომლის თანახმადაც ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა – ეს უბრალოდ არის „კარგი ბიზნესი“, რადგანაც ამცირებს მოგების გრძელვადიან დანაკარგებს. ბიზნესსუბიექტი ხარჯავს რა ფულს სოციალურ და ფილანტროფიულ პროგრამებზე, ამცირებს თავის მიმდინარე მოგებას, მაგრამ გრძელვადიანი პერსპექტივით ქმნის სასურველ სოციალურ გარემოს და შესაბამისად, მყარი მოგების საფუძველს. (ტურკინი 2004:47)

განასხვავებენ ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის შიდა და გარე მიმართულებებს.

ბიზნესის სოციალურ შიდა პასუხისმგებლობას მიეკუთვნება: შრომის უსაფრთხოება, შრომის ანაზღაურების სტიმულირება, თანამშრომელთა დამატებითი სამედიცინო და სოციალური დაზღვევა, ადამიანური რესურსების განვითარება სასწავლო და კვალიფიკაციის ამაღლების პროგრამათა მიხედვით, კრიტიკულ სიტუაციებში მუშაკთათვის დახმარების გაწევა.

ბიზნესის სოციალურ გარე პასუხისმგებლობას მიეკუთვნება: სპონსორობა და ქველმოქმედება, ზრუნვა გარემოს დაცვაზე, ურთიერთქმედება ადგილობრივ საზოგადოებრივ დაჯგუფებებთან და ხელისუფლებასთან, მზადყოფნა კრიზისულ სიტუაციებში მონაწილეობის მისაღებად, საქონლისა და მომსახურების მომხმარებლებს შორის პასუხისმგებლობა.

შეიძლება ყურადღება გავამახვილოთ სოციალური პასუხისმგებლობის ორი მოდელზე: ამერიკული (სოციალური ფუნქციების უმეტესობას კორპორაციები საკუთარ თავზე იღებენ) და ევროპული (სახელმწიფოს დომინირებული როლით). ამერიკულ მოდელში დომინირებს ფილანთროპია, როდესაც კომპანია მოგების ნაწილს დებს საზოგადოებისათვის სასარგებლო ინიციატივებში. ინვესტორის თვალსაზრისით ქველმოქმედებითი საქმიანობა ადასტურებს ბიზნეს-სუბიექტის სოციალური მდგრადობის ფაქტს რაც სხვა თანაბარი პირობების შემთხვევაში ინვესტორისათვის უფრო მეტად მიმზიდველია კაპიტალდაბანებისათვის, ამასთან ერთად ეს მოდელი უფრო მეტ მხარდაჭერას პოულობს მოსახლეობაში, საზოგადოებრივ ორგანიზაციებსა და პერსონალში.

ამერიკული მეწარმეობის ბუნებიდან გამომდინარე, რომელიც სუბიექტთა მაქსიმალურ თავისუფლებას ემყარება, საზოგადოების მრავალი სფერო დღესაც თვითრეგულირებადია. შრომითი ურთიერთობები - „დაქირავებული – დამქირავებელი“ მხარეთა ორმხრივ ხელშეკრულების საგანს წარმოადგენს. კორპორაციების ყველა ინიციატივა ბსპ-ს სფეროში ნებაყოფილობითია.

აშშ-მ საზოგადოების მხარდასაჭერად ბიზნესის მონაწილეობის უამრავი მექანიზმი შეიმუშავა. მაგალითად, მრავალრიცხოვანი კორპორაციული ფონდი, რომელიც ბიზნესის ხარჯზე უამრავი სხვადასხვა სოციალური პრობლემის გადასაჭრელადაა გამიზნული. საყოველთაოდ ცნობილია, რომ ამერიკულ პროფესიულ განათლებას. კერძო სექტორი აფინანსებს (ცხადია, გამოვრიცხავთ იმ ქვეყნებს, სადაც განათლება, ჯანდაცვა და სხვა სოციალურად მნიშვნელოვანი სფერო სახელმწიფოს მიერ ფინანსდება.) ეს უკანასკნელი

ნაწილობრივ აისახება, იმით, რომ ბიზნესი დაინტერესებულია განათლების, საპენსიო და სადაზღვევო სფეროს და სხვა სოციალურად მნიშვნელოვან პროგრამათა ნებაყოფილობითი დაფინანსებით. კორპორაციების პასუხისმგებლობა საზოგადოების წინაშე წახალისებულია სახელმწიფოს მხრიდან გადასახადებზე შეღავათების დაწესებით.

აშშ-სათვის დამახასიათებელია სახელმწიფოს მინიმალური ჩარევა კერძო სექტორში. მიუხედავად ამისა, ხშირად ბიზნესის სისტემატური მონაწილეობით მრავალრიცხოვან არაკომერციულ პროექტებში. ამის კლასიკური მაგალითია ბილი და ელინდა გეითსის ფონდი, რომელიც მთლიანად ფინანსდება ამ ოჯახის პირადი ქონებიდან და მიზნად ისახავს მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყანაში განათლებისა და ჯანდაცვის სისტემის გაუმჯობესებას. (ჭითანავა...2008:509)

მიჩნეულია, რომ ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის ამერიკული მოდელი ყველაზე მდიდარი ტრადიციების მატარებელია.

სოციალური პასუხისმგებლობის ევროპული მოდელი ეს არის სოციალური საქმიანობის კომპანიის დამატებითი ღირებულებების წარმოქმნის საერთო სტრატეგიაში ჩართვა. ასეთი მოდელისას ყველა დაფინანსებული ღონისძიებები მუშაობენ მაქსიმალურ მოგებაზე. ინვესტიციის უფრო მეტად გავრცელებულ ობიექტებს წარმოადგენენ: კომპანიის პერსონალის განვითარება, განათლების საქმეში თანხების ჩადება, სადაც განლაგებულია კომპანიის სამრეწველო სიმძლავრეები, გარემოს დაცვითი საქმიანობა, მეცნიერების და ტექნოლოგიების განვითარება, ქველმოქმედებითი ფინანსირება ბიზნესსუბიექტის თანამშრომელთა მონაწილეობით. (ლიტაჩენკო..2002:148)

საკონსულტაციო კვლევითი ცენტრის **Next Consulting**–ის გამოკვლევით ევროპულ ბიზნესსუბიექტებში სოციალური პასუხისმგებლობის ხარისხი ბევრად მაღალია, ვიდრე ამერიკულ ბიზნესსუბიექტებში და ეს ამ ქვეყანაში არსებული ეკონომიკური სისტემის სპეციფიკით არის გამოწვეული. აღსანიშნავია, რომ ევროპულ ქვეყნებში ყველაზე მაღალი წილი სკანდინავიურ ქვეყნებს უჭირავთ, რომლებიც ცხოვრების და კეთილდღეობის დონით ღიდერები არიან მსოფლიოში. სოციალური პასუხისმგებლობის მქონე ბიზნესსუბიექტების 3/4 ევროპულია, 1/4 ამერიკული.

ანალიტიკოსების შეფასებით მსოფლიოში სოციალურად ორიენტირებული ბიზნესსუბიექტების რაოდენობა კიდევ უფრო გაიზრდება, რადგან გამოცდ-

იღებაც აჩვენებს, რომ წარმატებულთა რიცხვში ხედებიან ის ბიზნესსუბიექტები, რომლებიც არა მხოლოდ საკუთარი ბიზნესით ინტერესდებიან, არამედ უფრო გლობალურ, სოციალურ, ეკონომიკურ და გარემოსდაცვით პრობლემებზე ახდენენ ზეგავლენას.

ევროპულმა სისტემამ განვითარების ყველაზე მძლავრი იმპულსი უკანასკნელი 20-25 წლის მანძილზე მიიღო. ევროპული კორპორაციების პასუხისმგებლობა საზოგადოების წინაშე გაცილებით შეზღუდულია. ის კორპორაციული ქმედება, რომელიც აშშ-ში ტრადიციულად განიხილება, როგორც ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა, ევროპაში როგორც წესი, შესაბამისი სახელმწიფოებრივი ნორმებით, სტანდარტებითა და კანონებით რეგულირდება. და სწორედ ბსპ-ს ევროპული მოდელის ერთ-ერთ ძირითად თავისებურებას მისი სახელმწიფოებრივი რეგულირება წარმოადგენს. ასე მაგალითად, ევროპის მრავალ ქვეყანაში სავალდებულო სამედიცინო დაზღვევა, მუშაკთა ჯანდაცვა, საპენსიო რეგულირება და მთელი რიგი სოციალურად მნიშვნელოვანი საკითხი კანონმდებლობითაა განმტკიცებული. მთლიანობაში ბსპ-ს მრავალი ასპექტის სახელმწიფოებრივი რეგულირება მნიშვნელოვნად აღემატება ჩრდილოამერიკულ სისტემას. (ჭითანავა...2008:509)

ინვესტორის თვალსაზრისით ევროპული მოდელი უფრო მიმზიდველია კომპანიის სოციალური პასუხისმგებლური საქმიანობის შეფასებისას. აქვს შედარებით ხელშესახები შედეგები, რადგანაც ბიზნესსუბიექტის ხარჯები სოციალურ სფეროში იძლევა ხანგრძლივ ეფექტს ადგილობრივ საზოგადოებაზე. ეს მოდელი ხელმისაწვდომია იმ ბიზნესსუბიექტებისათვის, რომლებმაც მიაღწიეს სტაბილური ბიზნესის ხანგრძლივ განსაზღვრულ დონეს. (ტურკინი...2004:47)

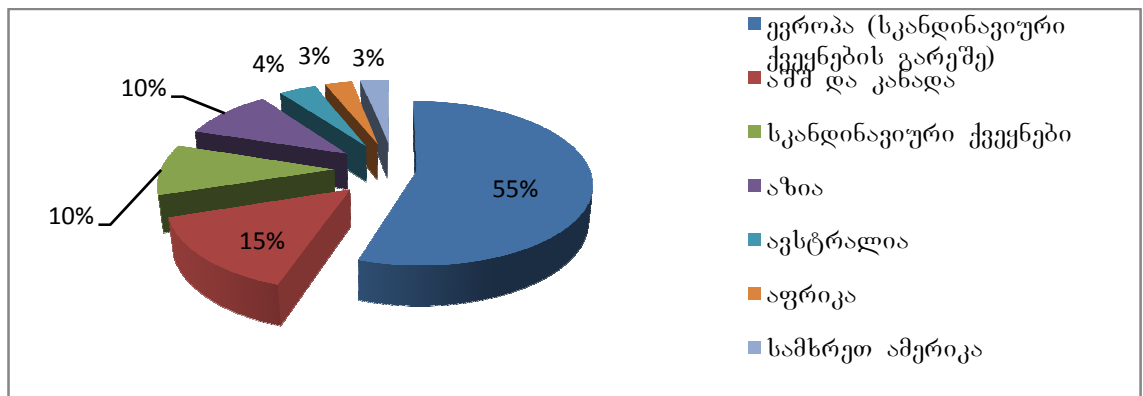
1970-1980-იან წლებში სოციალური პასუხისმგებლობის სუბიექტად ტრანსეროვნული კორპორაციები მოისაზრებოდა. აღნიშნულ წლებში გაეროს დონეზე განიხილეს ტრანსეროვნული კორპორაციების ქცევის კოდექსის შემუშავების საკითხები. 2002 წელს 36 უმსხვილესმა ტრანსეროვნულმა კორპორაციებმა ხელი მოაწერა განაცხადს „კორპორაციულ მოქალაქეობაზე“, რომელშიც აღიარებული იქნა ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის აუცილებლობა. 2003 წელს კი გაეროს ადამიანის უფლებათა კომისიამ მოიწონა „ტეკ-ების პასუხისმგებლობის ნორმების“ კონვენციის პროექტს, რომელის

მიხედვითაც მსხვილ ბიზნესი ვალდებულია განახორციელოს სოციალური პასუხისმგებლობა.

მაგალითად, აშშ-ში კოლუმბიის უნივერსიტეტმა დააწესა პრემია ბიზნესსუბიექტების საუკეთესო სოციალურად პასუხისმგებელი ქმედების გამოვლენაზე. 1984 წელს ამ პრემიით მსოფლიოში ტანსაცმელის უმსხვილესი მწარმოებელი ფირმა „Levy Strauss“ დაჯილდოვდა. 140 საწარმოში დაახლოებით 44 ათასი ადამიანი საქმიანობს. ბიზნესსუბიექტმა თავისი შემოსავლის 2.4 პროცენტი საქველმოქმედო საქმიანობაზე გამოყო. აღნიშნული თანხის ნაწილი დაიხარჯა სოციალურ პროგრამებზე, მაგალითად ობოლთა თავშესაფარის შექმნა არგენტინაში, სასმელი წყლის მიწოდება ფილიპინების მეთევზეთა სოფლებში, სამედიცინო დახმარების ნებაყოფილობითი ბრიგადების შექმნა და სხვა. სოციალური პასუხისმგებლობის მქონე ბიზნესსუბიექტების განაწილება გეოგრაფიულ ჭრილში შემდეგნაირად გამოიყურება (დიაგრამა №3.1.1)

დიაგრამა №3.1.1

მაღალი სოციალური პასუხისმგებლობის მქონე ბიზნესსუბიექტების განაწილება გეოგრაფიულ ჭრილში



წყარო: საკონსულტაციო კვლევითი ცენტრის Next Consulting-ის მასალები

ბიზნესის წარმომადგენლების მხრიდან სოციალური პროგრამების რეალიზაციის შესახებ გადაწყვეტილების მიღების წინ, ხშირად ისმება კითხვა თუ რას აძლევს ეს საკუთრივ ბიზნესს? ფაქტი ერთია – ბიზნესსუბიექტების სოციალურ პროგრამებში სახსრების დაბანდების უშუალო და პირდაპირი შედეგი – ხარჯების ზრდაა.

სოციალური პროექტების განხორციელება აფართოებს ბიზნესგარემოში პარტნიორულ კავშირებს სახელმწიფო მართვის ორგანოებთან, არასამთავრობო ორგანიზაციებთან, რომლებიც ახორციელებენ ანალოგიურ სოციალურ

პროექტებს და ასრულებენ ბიზნესუბიექტის პროგრამებს მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებთან. სწორედ ეს კავშირები და მუდმივად განხორციელებადი სოციალური პოლიტიკა კომპანიის ბიზნესს გაქრდაქმნის სოციალრად პასუხისმგებლურში. აქვე, ამ გარემოში, ბიზნესი პოულობს პარტნიორებს თავიანთი ინტერესების გავლენის მექანიზმის უზრუნველსაყოფად მათ შორის, საკანონმდებლო ინიციატივების კვალობაზე ქმნის პირობებს მუდმივი დიალოგისათვის შესაძლო პარტნიორებთან და გავლენის სფეროს გაფართოებისათვის, ქმნის ახალ ელემენტებს სახელმწიფო მართვის სისტემაში. ჩვენის აზრით, სოციალური პროგრამების განხორციელება იწვევს პოზიტიურ ცვლილებებს ბიზნესსაქმიანობაში.

ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის კონცეფციის კონტექსტში გამოჩნდა ტერმინი „სამმაგი თამაში“, რომელიც განსაზღვრავს კომპანიის ბალანსირებულ სისტემას სამი ურთიერთდაკავშირებული ასპექტის მაჩვენებლებში – ბიზნესის შემოსავლიანობის უზრუნველყოფა, გარემო პირობებზე ზრუნვა და სოციალური პროგრამები. ამ სისტემაში აშკარად გამოირჩევა მდგრადი განვითარების ეკონომიკური, ეკოლოგიური და სოციალური კომპონენტები.

ბიზნესის მდგრადი განვითარება განაპირობებს მისი სოციალური პასუხისმგებლობის მაღალ დონეს. რადგანაც მდგრადი განვითარება ეს არის ეკონომიკური, სოციალური და ეკოლოგიური მდგომარეობის ბალანსი.

ძლიერი ბიზნესუბიექტებისათვის მაქსიმალური მოგების მიღების საფუძველი არ არის მარტო არსებული ხელსაყრელი ბუნებრივი რესურსების გამოყენება და ბიზნესის მოქმედების არეალში მომგებიან მდგომარეობაში ყოფნა, არამედ ხელისუფლების სერიოზული მხარდაჭერაც საჭიროა.

ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის განმსაზღვრელი ფაქტორები შეიძლება ჩამოყალიბებული იქნას შემდეგნაირად:

1. ბიზნესსუბიექტების ხელმძღვანელობის ჩართვა ადგილობრივი საზოგადოების სოციალურ ქსელში.
2. ბიზნესსუბიექტების ეკონომიკური მაჩვენებლები (გადასახადების გადახდა, ანაზღაურების დონე, დროულობა და ა.შ.)
3. წარმოების ტექნოლოგია.
4. ადგილობრივი მოსახლეობის დასაქმების პოლიტიკის მდგომარეობა.
5. ბაზრის მსოფლიო სტანდარტებისადმი ორიენტაცია.

დღევანდელ გლობალიზებულ მსოფლიოში ბიზნესსუბიექტები სულ უფრო და უფრო დიდ გავლენას ახდენენ ეკონომიკურ, ეკოლოგიურ და სოციალურ პროცესებზე. შესაბამისად, სულ უფრო მეტ ყურადღებას იმსახურებს ბიზნესის პასუხისმგებლობა საზოგადოების წინაშე, ანუ ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა.

ჩვენის აზრით, თანამედროვე მსოფლიოში საზოგადოებას აინტერესებს არა მხოლოდ ბიზნესსუბიექტის საქმიანობის საბოლოო შედეგები, არამედ ისიც, თუ როგორ ახორციელებს ბიზნესსუბიექტი თავის საქმიანობას: როგორ იხარჯება ბუნებრივი რესურსები, როგორია დამოკიდებულება დაქირავებული თანამშრომლების მიმართ, როგორ ზეგავლენას ახდენს კომპანიის საქმიანობა რეგიონისა და ადგილობრივი საზოგადოების განვითარებაზე და ა. შ. რომლის გათვალისწინებით, საზოგადოება სულ უფრო მაღალ მოთხოვნებს უყენებს ბიზნესსუბიექტებს, რათა მათ თავიანთი, საქმიანობა აწარმოონ ეთიკურად, საზოგადოების სოციალური ეკონომიკური და გარემოსდაცვითი ინტერესების გათვალისწინებით.

3.2. ბიზნესის ეთიკური პასუხისმგებლობა და საქმიანი ეთიკის საფუძვლები

ბიზნესის ეთიკის პრობლემები თანამედროვე პერიოდში სულ უფრო აქტუალური ხდება. ბიზნესსუბიექტების წევრებისა და მისი პარტნიორების, ასევე ქვეყნებს შორის ნორმალური სავაჭრო და ეკონომიკური ურთიერთობების ჩამოყალიბებისას, აუცილებელია ბიზნეს ეთიკის ასპექტების გათვალისწინება.

ბიზნესსუბიექტების წევრების ურთიერთპატივისცემა და ნდობა დაფუძნებულია სოციალურ პასუხისმგებლობაზე, გამჭვირვალობასა და კარგ მენეჯმენტზე. ე.ი. ბიზნეს ეთიკის პროგრამა განსაზღვრავს ბიზნესსუბიექტების პასუხისმგებლობას.

ბიზნეს ეთიკის დახმარებით მიიღწევა ბიზნესის ორი უმნიშვნელოვანესი მიზანი: ბიზნესსუბიექტების წევრებისა და პარტნიორების მხრიდან მისი წესდებისა და დებულებების დაცვა და მათზე კონტროლი;

ეთიკა ერთ-ერთი უძველესი თეორიული დისციპლინაა. მისი კვლევის ობიექტი მორალია. ტერმინი „ეთიკა“ ზნეობრიობის მოძღვრების აღსანიშნავად ჯერ კიდევ არისტოტელემ გამოიყენა და განსაზღვრა, რომ იგი გვეხმარება იმის შემეცნებაში, თუ რა უნდა ვაკეთოთ და რისგან შევიკავოთ თავი.“

ბიზნესის ეთიკა პროფესიონალური ეთიკის ერთ-ერთი ნაირსახეობაა, ზოგიერთი მკვლევარი და პრაქტიკოსი მიიჩნევს, რომ ეს ცნება განსაზღვრავს ბიზნესის პროფესიონალების ქცევას და პრაქტიკულ საქმიანობას. ზოგიერთი თვლის, რომ ეს არის მორალური სტანდარტების ერთობლიობა, რომელსაც ბევრი აღიარებს, მაგრამ მცირე ნაწილი თუ მისდევს. არიან ისეთებიც, რომლებიც საერთოდ უარყოფენ თვით ბიზნეს ეთიკის არსებობას. (თაკალანძე 2006:86)

ბიზნესის ეთიკა მოიცავს ეთიკის თეორიის და ისეთი მიმართულებების სინთეზს, როგორცაა ორგანიზაციული ქმედება, ეკონომიკა, სტრატეგიული დაგეგმვა, ფინანსები, აღრიცხვა, მარკეტინგი და სხვა. იგი არ არის მორალური სტანდარტების უბრალო ნაკრები, არამედ ბიზნესში დასაქმებული ადამიანის წინაშე მდგარი პრობლემის ანალიზისა და გადაწყვეტის ინსტრუმენტი.

ბიზნესის ეთიკა როგორც მეცნიერება XX საუკუნის 70-იან წლებში აშშ-ში ჩამოყალიბდა, ამ პერიოდში სამეცნიერო პრესასა და საქმიან სამყაროს შორის სულ უფრო მეტად შეიმჩნევა ერთსულოვნება პროფესიონალ ბიზნეს-მენტა „ეთიკური ცნობიერების“ ამაღლების აუცილებლობის თაობაზე.

XX საუკუნის 80-იან წლების დასაწყისში ბიზნესის ეთიკა სპეციალისტების შესწავლის უმნიშვნელოვანესი საგანი გახდა. ბიზნესის ეთიკაზე უამრავი წიგნი გამოიცა და აშშ-ს ბიზნესის სკოლების უმეტესობამ ის თავის სასწავლო პროგრამაში ჩართო. (შენგელია 2008:83)

უნდა აღინიშნოს, რომ ბიზნესის ეთიკა არის ბიზნესის წესებისა და კანონების ერთობლიობა, რომელიც ემყარება საზოგადოებისათვის მისაღებ ფასეულობებს. ფასეულობების ცნება გულისხმობს იმას, რასაც ემორჩილება საზოგადოება, ან ცალკეული ინდივიდი. საზოგადოებრივ ფასეულობებში შედის ისეთი თვისებები როგორცაა: სინდისი, სიმართლე პატივისცემა, სამართლიანობა და ა.შ. კომერციული თვალსაზრისით ეს შეესაბამება საქონლის ხარისხს, მყიდველის დაკმაყოფილებას, პროდუქტის რეკლამირების წესებს, ჯამრთელობისა და უსაფრთხოების დაცვას.

საქმიანი ეთიკა ეფუძნება არა მარტო საკუთარი ბიზნესის, არამედ პარტნიორების, კლიენტების და საზოგადოების ინტერესების პატივისცემას. ეს წესი ვრცელდება აგრეთვე კონკურენტებზე. იკრძალება მათზე ზიანის მიყენება იმ ხერხით, რომელიც სცდება პატიოსანი კონკურენციული ბრძოლის წესების ჩარჩოებს. ეთიკა ითვალისწინებს ბიზნესის მონაწილეთა მაქსიმალურ ოდენობის მიერ სარგებლის მიღებასა და მისი მიღწევის თანაბარი შესაძლებლობების შექმნას.

ბიზნესის ეთიკის საფუძველია მორალური ნორმები, რომლებიც დამყარებულია ქვეყნისა და ხალხის კულტურასა და ტრადიციებზე. ბიზნეს ეთიკას აქვს სოციალური საფუძველიც, რომელიც წარმოადგენს ეთიკური ნორმებისა და ცნებების ერთობლიობას. ბიზნეს ეთიკა მოქმედებს სამ თანადაქვემდებარებულ იერარქიულ დონეზე: (მამედოვი ...2008)

1. მსოფლიო დონე (ჰიპერნორმები). ეს ნორმები ეფუძნებნა საერთო ადამიანურ ფასეულობებს. ეს არის ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა: საზოგადოებრივი კეთილდღეობის ამაღლება, სამუშაო ადგილების შექმნა, კლიენტების თანამშრომლების, აქციონერების და მთლიანად მოსახლეობის ცხოვრების დონის ამაღლებისათვის ბრძოლა, ტექნოლოგიების, წარმოების მეთოდების, მარკეტინგისა და კომუნიკაციების განახლება მოდერნიზაცია; ბიზნესის ნდობის ამაღლება, სამართლებრივი ნორმების დაცვა და კონკურენციის თანაბარი არსებობის უზრუნველყოფა.

განსაკუთრებით აღსანიშნავია ბიზნეს სუბიექტებისა და მეწარმეების ვალდებულებები შემდეგი კატეგორიის პირების მიმართ;

- მიუდევლების, (საქონლისა და მომსახურების მაღალი ხარისხის უზრუნველყოფა, პატიოსანი რეკლამირება, ადამიანური ღირსებების პატივისცემა).

- თანამშრომლების (შრომის ღირსეული პირობების შექმნა და ანაზღაურება, ჯანმრთელობის შრომისუნარიანობის დაცვა, შრომითი მოწყობისადმი თანაბარი პირობების შექმნა).

- მესაკუთრისა და ინვესტორების (დაბანდებული კაპიტალიდან კუთვნილი მოგების გარანტირება, ინფორმაციებზე თავისუფალი ხელმისაწვდომობა, მსოლოდ კანონიერი შეზღუდვებისა და კონკურენციის პირობების დაწესება).

- მომწოდებლების (მათდამი სამართლიანი და წესიერი დამოკიდებულება ფასების დაწესების და ლიცენზირების საქმეში, ზედმეტი იძულებითი სასამა-

როლო განაჩენების აცილება ინფორმაციის გაცვლა და პროცესების დაგეგმვაში მიღწევა, მოწოდებების თავისდროული ანაზღაურება და ა.შ.)

- კონკურენტების (ურთიერთპატივისცემა, თავისუფალი სასაქონლო ბაზრებისა და კაპიტალის განვითარება, კონკურენციაში უპირატესობის მოპოვების არაკეთილსინდისიერ გზებზე უარის თქმა, საკუთრების უფლებისადმი პატივისცემა.)

- ადგილობრივი მოსახლეობის (ადამიანის უფლებების დაცვა, კულტურული ფასეულობებისადმი პატივისცემა, სპონსორული აქციები, კომპანიის მონაწილეობა სამოქალაქო ცხოვრებაში.)

ჰიპერნორმები უმთავრესია ნაციონალური და კორპორაციულ ეთიკური კოდექსებისა და წესების მიმართებაში.

2. მაკროდონის ეთიკური ნორმები მოქმედებენ ნაციონალურ ეკონომიკის ან დარგის ფარგლებში. საუბარია კერძო საკუთრებისა და საბაზრო ეკონომიკის პატივისცემაზე, ინფორმაციის საიმედოობასა და შრომითი ბაზრის უსამართლო დისკრიმინაციის დაუშვებლობაზე.

მაკროეთიკა ბიზნესის ეთიკის ის ნაწილია, რომელიც მორალურ ურთიერთობათა სპეციფიკაში განიხილავს, როგორც საზოგადოების სოციალური და ეკონომიკური სტრუქტურის მაკროსუბიექტებს შორის ურთიერთობას: მთლიანად კორპორაციებს შორის, სახელმწიფოს და საზოგადოებას შორის, აგრეთვე, მის ნაწილებს შორის.

3. მიკროდონის ეთიკური ნორმები ცალკეული ბიზნესსუბიექტების და კლიენტების მიმართებაში მოქმედებენ. ესენია ნდობის პრინციპები და დისკრიმინაციის დაუშვებლობა მომწოდებლებსა და მყიდველებს შორის, პერსონალისა და ადმინისტრაციას შორის, მენეჯერებსა და აქციონერებს შორის და ა.შ. მათი დარღვევა იწვევს სხვადასხვა სახის დანაკარგებს. ზედნადები ხარჯების ზრდას, კონფლიქტურ სიტუაციებს და ა.შ. ამ დონეზე წყდება აგრეთვე მუდმივად მზარდი პრობლემები მართვის ეთიკური ნორმების სფეროში.

პროფესიული ეთიკის განსაკუთრებულ სახის გამოვლინებას წარმოადგენს ეკონომიკური ეთიკა (საქმიანი ეთიკა, ბიზნეს ეთიკა). თანამედროვე პერიოდში ამ პრობლემას ეთმობა განსაკუთრებული ყურადღება. ეკონომიკური ეთიკა უძველესი მეცნიერებაა. მას საფუძველი არისტოტელემ ჩაუყარა. ის ეკონომიკას არ გამოყოფდა ეკონომიკური ეთიკისაგან და თავის შვილს ნიკომასს ურჩევდა

მხოლოდ სიკეთის კეთებას. მისმა პრინციპებმა განვითარება ჰპოვეს კათოლიკური და პროტესტანტული თეოლოგების იდეებსა და კონცეფციებში. რომლებიც ხანგრძლივი დროის განმავლობაში განიხილავდნენ ბიზნეს-ეთიკის პრობლემებს.

ეთიკური პრობლემები ჩვეულებრივ ვლინდება ისეთ საკითხებში, როგორცაა: - უფლება, მოვალეობა და პასუხისმგებლობა, – პრინციპი წესიერება. – ზარალი და მოგება. ეთიკის საგანს წარმოადგენს საკითხი როგორ უნდა ვიცხოვროთ. მისი დედააზრი მდგომარეობს იმაში, რომ ჩვენი მოქმედებები რა გავლენას მოახდენს ჩვენს გარშემომყოფებზე და რას იფიქრებენ სხვები. ეთიკური პრობლემები როგორც წესი ვლინდება ორ დონეზე: პირველი დონე როდესაც უნდა გადაწყვიტო როგორი მოქმედება იქნება სწორი და როგორ შეესაბამება ის შენს ცხოვრების წესს მის პრინციპებს და ფასეულობებს. მეორე, უნდა გაითვალისწინო შენი მოქმედება რა გავლენას მოახდენს სხვების სასიცოცხლო ინტერესებზე.

უფლება, მოვალეობა და პასუხისმგებლობა მნიშვნელოვანი ინსტრუმენტებია ბიზნესის ეთიკური პრობლემის ანალიზისათვის. ისინი უნდა პასუხობდნენ კითხვებს: როგორია მომხმარებლის უფლებები პროდუქციის ხარისხის და უსაფრთხოების საკითხებში? რა მოვალეობები აქვს ბიზნესსუბიექტს თავისი თანამშრომლების წინაშე? რას ნიშნავს იყო პასუხისმგებელი მოსამსახურე და მუშა კომპანიაში.

ბიზნესის ანალიზის ყველა შემთხვევაში ფართოდ გამოიყენება ერთ-ერთი კონცეფცია ეთიკის, როგორც არის ყველა მოქმედებას მოსდევს შედეგი. განვიხილოთ პრობლემა შიდა ინფორმაციის გამოყენება (რომელიც არ ექვემდებარება გახმაურებას). ფასიანი ქაღალდების ბაზარზე ამ ინფორმაციის გახმაურებას მიყვავართ მოგებისა და ზარალის გარკვეულ გადანაწილებასთან. ეს ინფორმაცია აძლევს მოგებას მას ვინც ამ ინფორმაციას იყენებს. ხოლო ისინი ვინც არ ფლობენ ამ ინფორმაციას განიცდიან ზარალს. მაგრამ ამ პრობლემას მოყვება უფრო მნიშვნელოვანი შედეგი თუ საიდუმლო ინფორმაციის გავრცელება მიიღებს ფართო მასშტაბებს ამ შემთხვევაში მოსახლეობა ბაზრის მიმართ დაკარგავს ნდობას და ძნელი წარმოსადგენია ასეთი პრაქტიკის ეკონომიკური შედეგები.

კაპიტალიზმის წარმოშობა მჭიდრო კავშირში იყო პროტესტანტულ რეფორმებთან, შეიძლება ითქვას, რომ პროტესტანტიზმმა შეუწყო ხელი ბიზნეს ეთიკის ჩამოყალიბების შესაძლებლობას. კაპიტალიზმი რომ გაჰყოლოდა შუასაუკუნების კათოლიკურ იდეოლოგიას, რომელიც ამტკიცებდა რომ „ფულის კეთება“ ამორალურია, მაშინ ვერ შეძლებდა დაეწესებინა თავისი მიზნების მიღწევის ზნეობრივი სტანდარტები. კათოლიკები ქადაგებდნენ, რომ ვაჭრობის უმეტესი ფორმა, რომელიც ხორციელდება მოგების მიღების მიზნით, აუცილებლად ამორალურია. პროტესტანტები უარყოფდნენ რა ამ დოგმებს, შესაძლებელი გახადეს ჩამოყალიბებულიყო ბიზნეს ეთიკა. ისინი ამტკიცებდნენ, რომ ბიზნესმენის შრომა შეიძლება ღმერთის მიერ მოწონებული იქნას. ღმერთისა და მოგებისაკენ მისწრაფება არა მარტო შეთანაწყობილი გახდა. ისინი განაპირობდნენ კიდევ ერთმანეთს. ხოლო ფინანსური წარმატება განიხილებოდა როგორც ღმერთის კეთილგანწყობა.

თანამედროვე პერიოდისათვის კარგი ეთიკა გულისხმობს კარგ ბიზნესს. ერთდროულად შეიძლება იყოს ადამიანი სიკეთის მკეთებელი და წარმატებული ბიზნესმენი. კეთილსმყოფლობა წარმატების აუცილებელი პირობაა.

ეთიკურ-ეკონომიკური კონცეფციებიდან ერთ-ერთი პირველი იყო ამერიკელი გ. ფორდის კონცეფცია. ის თვლიდა ბედნიერება და კეთილდღეობა მიიღწევა მხოლოდ კეთილსინდისიერი შრომით, რაშიც გამოიხატება ჯანსაღი ეთიკური აზრი. ფორდისეულ ეკონომიკურ ეთიკაში გამოიხატება აზრი იმის შესახებ, რომ წარმოებული პროდუქტი არის არა მარტო რეალიზებული „საქმიანი თეორია“, არამედ „უფრო მეტი“, მისი მიზანია საგნების სამყაროდან შეიქმნას სიხარულის წყარო. სამუშაო ძალა და მანქანა, ქონება და ფული სასარგებლოა იმდენად, რამდენადაც ისინი განაპირობებენ სასიცოცხლო თავისუფლებას. ფორდის ეთიკო-ეკონომიკური დებულებები თანამედროვე პერიოდშიც ინარჩუნებენ პრაქტიკულ მნიშვნელობას. (ეთიკა...)

ეკონომიკური ეთიკა – ეს არის მეწარმის ქცევის ნორმების ერთობლიობა, მისი მუშაობის სტილის მიმართ კულტურული საზოგადოების მიერ წაყენებული მოთხოვნები, ბიზნესის მონაწილეებს შორის ურთიერთობის ხასიათი, მათი სოციალური სახე. ეს არის ბიზნესმენის ადაპტირება პრაქტიკული საჭიროებებისადმი, საქმიანი ადამიანისადმი ქცევის მორალისა და მუშაობის სტილ-

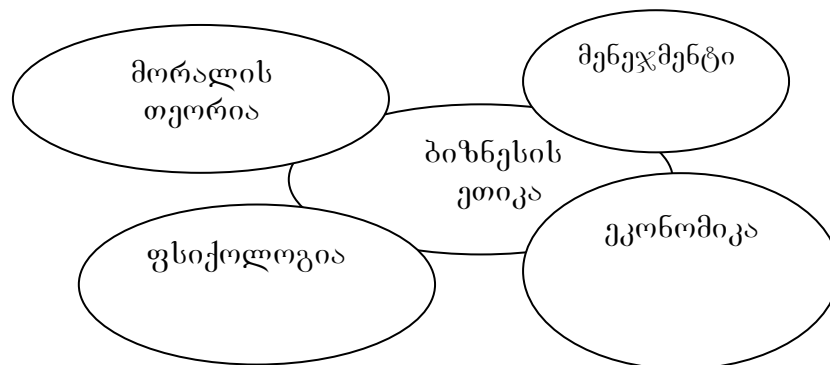
ისადმი, პარტნიორებთან მოლაპარაკების წარმოების, დოკუმენტაციის შედგენის და კონკურენციის პატიოსანი მეთოდების გამოყენების ეთიკა.

ეთიკური ცნობიერების ხარისხის ამაღლების აუცილებლობა განსაკუთრებით თვალსაჩინოა თანამედროვე ბიზნესში მომხდარი ისტორიული ცვლილებების ფონზე: პირველი – კორპორაციულობის დონის ამაღლებისა და მეორე – ინფორმაციული რევოლუციის ფონზე. (შენგელია 2008:83)

ბიზნესის თანამედროვე პროფესიონალები - პასუხისმგებელი არიან ქცევის ეთიკური კანონების ცხოვრებაში გატარებაზე, ეს განაპირობებს კიდევაც ბიზნესის პროფესიონალების მიერ ბიზნესის ეთიკის შესწავლას. როგორც ავლნიშნეთ, ბიზნესის ეთიკა არის სამეცნიერო დისციპლინა, რომელიც საქმიან ცხოვრებაში ეთიკური პრინციპების გამოყენებას შეისწავლის (ნახ. №3.2.1) (თაკალანძე 2006:88)

ნახ. №3.2.1

ბიზნესის ეთიკასა და მეცნიერებების სხვა სფეროს შორის ურთიერთდამოკიდებულება



ბიზნესის ეთიკაში ყველაზე უფრო საყურადღებო საკითხებია ბიზნესსა და უნივერსალურ ეთიკას შორის ურთიერთობები, ორგანიზაციის ეთიკური დონის ამაღლების საშუალებები, რელიგიური და კულტურული ფასეულობების ზეგავლენა ეკონომიკურ ქმედებაზე და სხვა.

მსოფლიო საქმიანი თანასაზოგადოება განსაკუთრებულად ორიენტირებულია მორალურ-ეთიკურ პრინციპებზე. ამ მიმართულებით ერთ-ერთი მნიშვნელოვანია 1994 წელს შევიცარიის ქ. კოში მიღებული დეკლარაცია – კო - „ბიზნესის პრინციპები“. დეკლარაციაში მოცემულია აღმოსავლეთისა და დასავლეთის საქმიანი კულტურების გაერთიანების მცდელობა. მისი

ინიციატორები იყვნენ აშშ-ში, დასავლეთ ევროპის და იაპონიის უმსხვილესი ეროვნული და ტრანსეროვნული კომპანიების ხელმძღვანელები.

აღნიშნულ დეკლარაციაში ბიზნესის ეთიკის ძირითად პრინციპებად გამოყოფილია შემდეგი: ბიზნესის პასუხისმგებლობა; ბიზნესის ეკონომიკური და სოციალური გავლენა; ბიზნესის ეთიკა; სამართლებრივი ნორმების პატივისცემა; მრავალმხრივ სავაჭრო ურთიერთობათა მხარდაჭერა; ზრუნვა გარემოს დაცვაზე; უარის თქმა კანონსაწინააღმდეგო მოქმედებაზე და სხვა. (მესხია...2011:469)

მაღალი ეთიკა სხვადასხვაგვარად და სხვადასხვა სიტუაციებში შეიძლება გამოვლინდეს. რომელიც გრძელვადიანი ინვესტიცია, რომელსაც მაღალი ეთიკა იძლევა, აძლიერებს ორგანიზაციას და იმ საფუძველს, რომელზეც ეს ორგანიზაცია არსებობს. მაღალეთიკური ბიზნესის მაგალითია – დასავლეთის ერთერთი კომპანიის თვითმფრინავი დაზიანდა და კრუიზის ბოლოს, მაიამიში მგზავრები არასახარბიელო მდგომარეობაში აღმოჩნდნენ. კომპანიის ოფიციალურმა წარმომადგენლებმა უზრუნველყვეს მგზავრთა დაბინავება და შემდგომი ტრანსპორტირება. კომპანიის ასეთმა დამოკიდებულებამ დადებითად იმოქმედა მგზავრებზე. ეს არის კარგი მომსახურების, ადამიანური დამოკიდებულების, გუნდური მუშაობის, ადამიანური ურთიერთგაგების და სხვა დადებითი თვისებების შედეგი. და ასევე მაღალეთიკური ბიზნესის მაგალითი. (უვანია...2010:142)

ქვეყანამ, რომელიც ამაყობს თავისუფალი ბაზრებით, თავისუფალი მრეწველობით, თავისუფალი შემოქმედებით, არ შეიძლება იცხოვროს ისე, რომ ბიზნესის ეთიკა მერყეობდეს ფარგლებში – სწორი და არასწორი. ბიზნესს და ერს ორივეს ქმნის ინდივიდები, რომლებმაც ყოველთვის უნდა იხელმძღვანელონ ეთიკური წესებით.

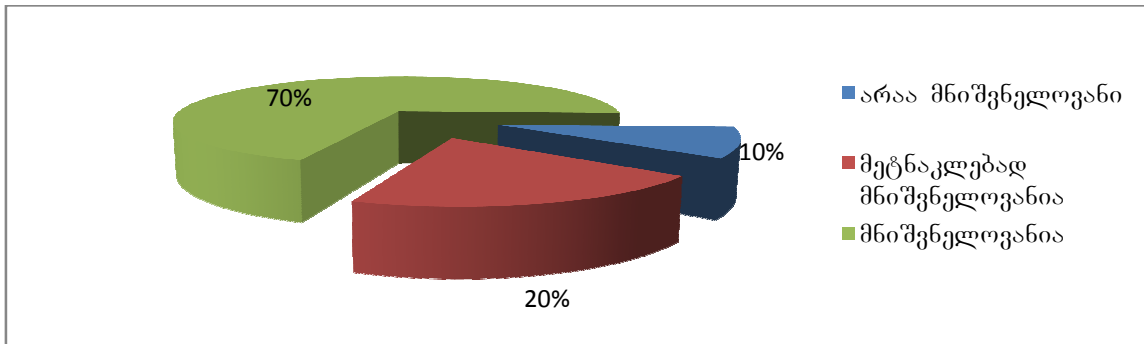
პეტერ დრაკრი, თანამედროვე ბიზნესის მენეჯმენტის ერთ-ერთი ფუძემდებელი, ამბობს „თუ გარკვეული მოქმედება ლეგალურია, ეს კიდევ არ ნიშნავს, რომ ის ეთიკურია“. ეს ძალიან გავრცელებულ გამოთქმად იქცა. რა თქმა უნდა, არ უნდა არსებობდეს განსხვავება ეთიკურსა და ლეგალურს შორის: ყველაფერი ლეგალური იმავდროულად ეთიკური უნდა იყოს. (უვანია...2010:143)

ბიზნესსუბიექტის მისია, მომავლის ხედვა და ეთიკური ფასეულობები მჭიდროდ უკავშირდება სოციალური პასუხისმგებლობის საკითხს. სწორედ ბიზნესსუბიექტის მისიაშია ასახული თუ როგორ ხედავს ბიზნესსუბიექტი

საკუთარ დანიშნულებას და საზოგადოებრივ მნიშვნელობას, რა მიზნების მიღწევას ცდილობს თავისი საქმიანობით და რა გზებით აღწევს ამ მიზნებს, რა ეთიკურ პრინციპებს ეყრდნობა პარტნიორებთან, მომწოდებლებთან, თანამშრომლებთან თუ ზოგადად საზოგადოებასთან ურთიერთობაში, ჩვენს მიერ ჩატარებული კვლევის შედეგად გამოვლინდა რომ ბიზნესსუბიექტების წარმომადგენელთა ნახევარზე მეტი (70%) აუცილებლად მიიჩნევს ბიზნესსუბიექტის მისიის, მომავლის ხედვისა და გარკვეული ეთიკური ფასეულობების არსებობას. მეტნაკლებად აუცილებლად მიიჩნევს 20%, ხოლო 10% ფიქრობს რომ არაა აუცილებელი აღნიშნული განაცხადი გააჩნდეს ბიზნესსუბიექტს. (დიაგრამ №3.2.1)

დიაგრამ №3.2.1

რამდენადაა აუცილებელი ბიზნესსუბიექტს განსაზღვრული ჰქონდეს საზოგადოებაში მისია და ეთიკური ფასეულობები



წყარო: ავტორის მიერ ჩატარებული კვლევა.

როცა ბიზნესი კონკურენტულ გარემოში მიმდინარეობს, ძალიან ძნელია მათდამ ეთიკაზე საუბარი და ეთიკის მაღალ ნორმების დაცვა.

ბიზნესში არსებობს გარკვეული კოდები, ბიზნესის დაუწერელი „კანონები“, რომლებითაც ყოველდღიურად ხელმძღვანელობენ ცივილიზებულ საზოგადოებაში. ეს „კანონები“ მიმართულია ისეთი არაეთიკური ნორმების წინააღმდეგ, როგორცაა კორუფცია, ინტერესთა კონფლიქტი და სხვა.

ცნობილი ამერიკელი მოღვაწე, კლარენს დაროუ, - აღნიშნავს - “ჩვენ არ შეგვიძლია ეთიკის დაკანონება ან სასამართლოში ეთიკურ საკითხებზე მსჯელობა. მაგრამ უნდა შევისისხლებოდეთ, რომ თუ გვინდა ვიყოთ წარმატებული პიროვნებები, უნდა ვიყოთ მაქსიმალურად კრიტიკულები საკუთარი თავის მიმართ მხოლოდ ამ გზით შეიძლება გავხდეთ მაღალი ეთიკის

მაგალითი გარშემომყოფთათვის და, უწინარეს ყოვლისა, სწორედ ამ გზით მოვიპოვოთ ეფექტიანი მიმდევრები“ (ჟვანია...2010:140)

ასევე, ჩვენის აზრით, უნდა აღინიშნოს, რომ ბიზნესის ეთიკაში იგულისხმება საქმიანი ეტიკეტი, რომელიც ყალიბდება კონკრეტული ქვეყნის ტრადიციებისა და ისტორიულად ჩამოყალიბებული პირობების ზეგავლენით. საქმიანი ეტიკეტი ეს არის მუშაობის სტილის, ბიზნესსუბიექტებს შორის ურთიერთობის, ბიზნესმენის იმიჯის ნორმები და სხვა.

ბიზნესის ეთიკა არ შეიძლება წარმოიშვას სუბიექტური სურვილით. მისი ფორმირება რთული და ხანგრძლივი პროცესია. მისი ჩამოყალიბების პირობებს წარმოადგენს: ეკონომიკური და პოლიტიკური თავისუფლება, ძლიერი აღმასრულებელი ხელისუფლება, კანონმდებლობის თავისუფლება, სამართალი.

ჩვენის აზრით, მეწარმის ეთიკური კოდექსის ძირითად პოსტულატებს წარმოადგენს: შრომის სარგებლიანობა, კონკურენციის აუცილებლობა, თანამშრომლობის უპირატესობა, საკუთრების აღიარება, პროფესიონალიზმი, კომპეტენტურობა, კანონები, განათლება, მეცნიერება, ტექნიკა და სხვა.

ნებისმიერი ეთიკური სისტემა დინამიური კონსტრუქციაა, რომელიც ღირებულებების მუდმივ გადაფასებას ეფუძნება. ეს სისტემა კი, საზოგადოების შეხედულებების ტრანსფორმაციასთან ერთად იცვლება. ის, რაც გუშინ ეთიკური იყო, ხვალ შესაძლოა უკვე აღარ იყოს ეთიკური. ნორმებზე დაფუძნებული ეთიკის შექმნის მცდელობები ახლაც მიმდინარეობს, მაგრამ კაცობრიობის მთელი გამოცდილება ადასტურებს, რომ ასეთი რაციონალური კონსტრუქცია აფერხებს საზოგადოების განვითარებას და ინოვაციას ხელს უშლის.

ჩვენის აზრით, ეთიკა არამატერიალური სუბსტანციაა, რომელიც შეიძლება იხრებოდეს ირაციონალურისკენ, მაგრამ ისიც უნდა აღინიშნოს, რომ ერთმხრივ, ეთიკა ეს ბიზნესსუბიექტის ემოციებია, მეორეს მხრივ კი რაციონალური წყობა. ალბათ ამ სისტემის გაერთიანება შეუძლებელია.

უნდა აღინიშნოს, რომ ბიზნესში ეთიკა ესაა კოლექტიური თვითშეგნების ფორმა და ბიზნესი ეთიკური იქნება ზუსტად იმდენად, რამდენადაც მისი თვითშეგნებაა განვითარებული. ასეთი ეთიკური სისტემა გახდება მუდმივად ცვალებადი კოორდინატთა სისტემა, რომელსაც თავად ბიზნესი დაარეგულირებს.

3.3 სახელმწიფოს როლი ბიზნესის ურთიერთობების სრულყოფის საქმეში

უკანასკნელ პერიოდში მეცნიერებისა და პოლიტოლოგების განსაკუთრებულ ყურადღებას იქცევს სახელმწიფოსა და ბიზნესის (კერძო სექტორის) პარტნიორობის საკითხები, რაც იმით აიხსნება რომ, ეკონომიკის რეგულირების თანამედროვე პირობებში სახელმწიფოსა და კერძო სექტორის პარტნიორობის მეთოდები და მექანიზმები სწრაფად ცვალებადი ხდება.

სახელმწიფოს ამოცანაა შექმნას ნორმალური საბაზრო პირობები რომლისთვისაც აუცილებელია 1. შეინარჩუნოს თავისუფალი კონკურენცია. 2. იმ ბაზარზე, სადაც შეუძლებელია კონკურენცია სრულიად განხორციელდეს, შეაფერხოს ძლიერი სამეურნეო ჯგუფების არაკეთილსინდისიერი მოქმედება. 3. ამ მიზნით დააწესოს სახელმწიფოებრივი კონტროლი, აუცილებლობის შემთხვევაში ზემოქმედება მოახდინოს საბაზრო ოპერაციებზე. ე.ი. მთელი ძალისხმევა უნდა მოხმარდეს იმას, რომ კონკურენცია და თავისუფალი ფასები გარანტირებული იყოს შესაბამის კანონით.

დღესაც უმთავრესად აქტუალურად ჟღერს ლ. ერპარდის კონცეფცია ეკონომიკაში სახელმწიფოს როლის შესახებ. იგი თავის გამოსვლებში ხშირად აღნიშნავდა ეკონომიკაში სახელმწიფოს უმაღლეს როლზე „არბიტრის“ სახით. აქ კვლავ დგება სახელმწიფოსა და ეკონომიკას შორის ამოცანების, ფუნქციების განაწილების პრობლემა. ცხადია, სახელმწიფოს ამოცანაში არ შედის ეკონომიკაში უშუალოდ ჩარევა, სანამ ამას თვით ეკონომიკა არ მოითხოვს. ასევე, ეკონომიკამ სახელმწიფო არ უნდა გადააქციოს თავისი ინტერესების გამომხატველად. არსებობს შრომის თავისებური დანაწილება საქმიანობის სფეროთა შემოსაზღვრა საწარმოს საქმიანობით და მეორეს მხრივ სამეურნეო პოლიტიკური საქმიანობით, რაც მთავრობის ამოცანაა. სახელმწიფოს ეკონომიკური პოლიტიკა უნდა ეფუძნებოდეს მთავრობის მიერ შემუშავებულ ინსტრუმენტებისა და მექანიზმების ოპტიმალურ გამოყენებას, რაც საზოგადოებრივი წარმოების განვითარების საფუძველია. (ერპარდი 1996:)

საერთაშორისო გამოცდილებამ აჩვენა, რომ საბაზრო ეკონომიკის განვითარების აუცილებელი პირობაა სახელმწიფო ორგანოებსა და ბიზნესს (კერძო სექტორს) შორის აქტიური ურთიერთქმედება. ამ ურთიერთქმედებამ

თავისი ინსტიტუციონალიზების პროცესში შეიძინა სახელმწიფოსა და კერძო მეწარმეების პარტნიორობის ხასიათი და მიიღო სახელმწიფო-კერძო პარტნიორობის სახელწოდება. (მაღსაზიშვილი 2008:)

ამ საკითხთან დაკავშირებით დიდ ბრიტანეთში არსებული სახელმწიფო – კერძო პარტნიორობის კომპანიის ხელმძღვანელი ჯერარდი აღნიშნავს: „პარტნიორობები იქმნებიან და მოქმედებენ იმ მეურნეობის, სახელმწიფოს და კერძო სექტორის ზღვარზე, რომლებიც არც ნაციონალიზებული არიან და არც პრივატიზირებული. პოლიტიკურად ისინი წარმოადგენენ მესამე გზას, რომლის გამოყენებითაც ხელისუფლებას შეუძლია მოსახლეობას გაუწიოს გარკვეული საზოგადოებრივი მომსახურება“ (ჯერარდი..2001:38)

საყურადღებოა ცნობილი ეკონომისტის ვ.გ. ვარნავსკის მიდგომა, რომელიც სახელმწიფოსა და კერძო სექტორის პარტნიორობას განიხილავს როგორც - „ეკონომიკურ პროცესებში სახელმწიფოს ჩარევისა და კონტროლის გამოვლინებას.“ ამასთან ერთად, ის მოცემულ პარტნიორობას უწოდებს „ინსტიტუციონალურ და ორგანიზებულ ალიანსს სახელმწიფოსა და კერძო სექტორს შორის, რომლის მიზანია მასშტაბური, ნაციონალური და საერთაშორისო, საზოგადოებრივად მნიშვნელოვანი პროექტების რეალიზაცია. დაწყებული მრეწველობის სტრატეგიული ობიექტების და სამეცნიერო განვითარებიდან დამთავრებული საზოგადოებრივი მომსახურების უზრუნველყოფით“. (ვარნავსკი 2002:31)

პოლიტიკურად და ეკონომიკურად ასეთი ურთიერთობები ნიშნავს სახელმწიფო სექტორის ინსტიტუციონალურ ტრანსფორმაციას, რომელიც წარმოადგენს რეფორმირებას, რომელიც დაფუძნებულია სამოქმედო სფეროს ნაწილობრივი პრივატიზაციის გზებზე. ტრადიციულად ეს ყველაფერი სახელმწიფო მართვის ნაწილია.

სახელმწიფო-კერძო პარტნიორობა ფართოდ გამოიყენება, როგორც მექანიზმი ქვეყნის სოციალურ - ეკონომიკური განვითარებისათვის. რატომ მაუნდა ყოველი ასეთი ალიანსი დროებითია. რადგანაც, როგორც წესი, ის იქმნება გარკვეული დროით კონკრეტული პროექტის განსახორციელებლად და წყვეტს არსებობას მისი რეალიზაციის შემდეგ.

ეკონომიკური მიდგომის ფარგლებში სახელმწიფო-კერძო პარტნიორობა შეიძლება შევადაროთ ირიბ პრივატიზებას. საქმე ეხება სახელმწიფოსა

და ბიზნესს შორის უფლებამოსილებათა გადანაწილებას იმ სტრატეგიულ დარგებში, რომელთა პრივატიზებაც სხვადასხვა მიზეზების გამო შეუძლებელია, მაგრამ მისი განვითარებისათვის სახელმწიფოს არ გააჩნია საჭირო ფინანსური ბაზა. (მაღსაზიშვილი 2008:10)

ზემოთაღნიშნულიდან გამომდინარე, სახელმწიფო და კერძო სექტორის პარტნიორობა არის სახელმწიფო და კერძო ბიზნესის ორგანიზაციულ-სამართლებრივი და საფინანსო-ეკონომიკური ურთიერთობებისა და ქმედებების კომპლექსი, რომელიც მიმართულია სახელმწიფოსა და კერძო სექტორის ეკონომიკური და პოლიტიკური მიზნების მიღწევისაკენ.

ამგვარად, სახელმწიფო-კერძო პარტნიორობის განმარტებებზე დაყრდნობით შეიძლება განისაზღვროს მთავარი განსხვავება სახელმწიფო-კერძო პარტნიორულ ურთიერთობებსა და ბიზნეს - ინტერესის წარმომადგენლებს შორის. ურთიერთობის პირველი ტიპი გამოიყენება, როგორც სახელმწიფო ინტერესების რეალიზაციის მექანიზმი, ხოლო მეორე ტიპი, როგორც ბიზნესის ეკონომიკური ინტერესების რეალიზაციის მექანიზმი.

სახელმწიფო-კერძო პარტნიორული ურთიერთობების ჩამოყალიბების მიზანს წარმოადგენს სახელმწიფოს ეკონომიკური პოლიტიკის ეფექტიანობის ზრდა საზოგადოებრივი ცხოვრების სხვადასხვა სფეროში, რომლებიც არ შემოიფარგლება მხოლოდ ეკონომიკური საკითხებით. სახელმწიფო ორგანოებში კერძო ბიზნესის ინტერესების წარმომადგენლობის მიზანია – შეიქმნას ბიზნესისათვის ბაზარზე კონკურენტული გარემო. (ღარიანი 2008:58)

ხელისუფლებისა და ბიზნესის ურთიერთობების ტიპს შორის განსხვავება განისაზღვრება მიზნებითა და გამოყენების სფეროთი, ასევე, როლების გადანაწილებაში ხელისუფლებისა და ბიზნესის წარმომადგენლებზე, როგორც ურთიერთობის ორი მთავარ მონაწილეზე. თუ გამოვიყენებთ შედარების პირველ კრიტერიუმს, უნდა აღვნიშნოთ, რომ სახელმწიფოსა და კერძო სექტორს შორის ურთიერთობის დამყარების ინიციატორად გამოდის სახელმწიფო, მაშინ, როდესაც ბიზნეს – ინტერესები ყალიბდება მეწარმეთა ინიციატივით.

სახელმწიფო-კერძო პარტნიორობის შესწავლისასა მიზანშეწონილია გამოვეყნოთ მისი განვითარების ეტაპის შემდეგი თავისებურებები და მახასიათებლები:

- სახელმწიფოს მხრიდან ინიციატივის ფორმირება და გამოხატვა;

- კერძო ბიზნესზე მოცემული ინიციატივების რეალიზაციის შეთავაზება;
- შეთავაზებული პროექტის რეალიზაციის ჩარჩოებში სახელმწიფოსა და კერძო ბიზნესის პირობებისა და ინტერესების შეთანხმება;
- სახელმწიფო-კერძო პარტნიორობის ფარგლებში აღებული ვალდებულებების შესრულება;
- სახელმწიფო-კერძო სექტორის ურთიერთობისას მიღებული შედეგების ანალიზი და ურთიერთობის ახალი მოდელების შემუშავება;
- სახელმწიფოს მხრიდან ახალი ინიციატივების შემუშავება;

სახელმწიფო-კერძო პარტნიორობის პროცესის ფორმირებისა და რეალიზაციის ორგანიზება ეფუძნება რიგ პრინციპებს, რომელთაგან შეიძლება გამოიყოს შემდეგი: მხარეები წარმოდგენილი უნდა იყვნენ როგორც სახელმწიფო, ასევე კერძო სექტორიდან; მათი ურთიერთობები დაფიქსირებული უნდა იყოს ოფიციალურ დოკუმენტებში (ხელშეკრულებებში, კონტრაქტებში) და ატარებდეს თანაბარ უფლებრივ ხასიათს; მხარეებს უნდა ჰქონდეთ საერთო მიზანი და გარკვეულად განსაზღვრავდნენ სახელმწიფოს ინტერესებს; მხარეებმა უნდა გააერთიანონ ფინანსური რესურსები, გადაინაწილონ დანახარჯები და რისკები, მონაწილეობა მიიღონ მიღწეული შედეგების გამოყენებაში.

ხელისუფლებისა და ბიზნესის ურთიერთობების მეორე კრიტერიუმის რეალიზაციისას ბიზნესინტერესების წარმომადგენლობის მიზნების სახელმწიფო სტრუქტურებში განხორციელებისათვის გამოიყენება ადმინისტრაციული რესურსი (სახელმწიფო ორგანოების მიერ კანონების, გადაწყვეტილებების მიღება და ა.შ), მაშინ როდესაც სახელმწიფო-კერძო პარტნიორობის მიზნების მისაღწევად გამოიყენება კერძო სექტორის ფინანსური რესურსები.

საზოგადოებრივი პროცესის სახელმწიფო და ბიზნესის წარმომადგენლობის ერთობლივი რეგულირებისათვის მსოფლიო პრაქტიკაში ჩამოყალიბდა სახელმწიფო-კერძო პარტნიორობის შემდეგი ფორმები: თანამშრომლობის გრძელვადიანი ხელშეკრულებები; კონკრეტულ მიზნობრივ პროგრამებში მონაწილეობა; აუთსორსინგის მექანიზმის საფუძველზე სახელმწიფო მართვის ფუნქციების ბიზნესის წარმომადგენლებზე გადაცემა.

იმის მიხედვით, თუ კერძო პარტნიორს რა მოცულობით გადაეცემა საკუთრებაზე უფლებამოსილება, როგორია მხარეთა საინვესტიციო ვალდებულებანი, პარტნიორებს შორის რისკების განაწილების პრინციპები, პასუხისმგებლობა

სხვადასხვა სახის სამუშაოს შესრულებაზე, მათ შორის მშენებლობაზე, ექსპლუატაციასა და მართვაზე, გამოიყოფა პარტნიორობის სხვადასხვა მექანიზმები. (ცხადია 2011:2)

1. მექანიზმი BOT (Build, Operate, Transfer) ძირითადად კონცესიების გამოყენება. ინფრასტრუქტურა ობიექტი იქმნება კონცესიონერის ხარჯზე, რომელიც მშენებლობის დამთავრების შემდეგ იღებს აშენებული ობიექტის ექსპლუატაციის უფლებას იმ ვადის განმავლობაში, რაც საკმარისია ჩადებული სახსრების ამოსადებად. ამ ვადის გასვლის შემდეგ ობიექტი სახელმწიფოს უბრუნდება. კონცესიონერი იღებს ობიექტის გამოყენების, მაგრამ არა ფლობის უფლებას, მესაკუთრე სახელმწიფო რჩება.

2. მექანიზმი BOOT (Build, Own, Operate, Transfer) შემთხვევაში კერძო პარტნიორი იღებს არა მარტო გამოყენების, არამედ ობიექტის ფლობის უფლებამოსილებასაც შეთანხმებული ვადის განმავლობაში, რომლის გასვლის შემდეგაც ის გადაეცემა სახელმწიფო ხელისუფლებას.

3. მექანიზმი BTO (Build, Transfer, Operate) გულისხმობს საჯარო ხელისუფლებისათვის ობიექტის გადაცემას მშენებლობის დამთავრებისთანავე. სახელმწიფოს მიერ მიღების შემდეგ ის გადაეცემა კერძო პარტნიორს გამოსაყენებლად, მაგრამ ფლობის უფლების გადაცემის გარეშე.

4. მექანიზმი BOO (Build, Own, Operate) რეალიზების დროს შექმნილი ობიექტი შეთანხმების ვადის ამოწურვის შემდეგ არ გადაეცემა საჯარო ხელისუფლებას, არამედ რჩება ინვესტორის განკარგულებაში.

5. მექანიზმი BOMT-ს (Build, Operate, Maintain, Transfer) შემთხვევაში სპეციალური აქცენტი კეთდება კერძო პარტნიორის პასუხისმგებლობაზე, მის მიერ აგებული ინფრასტრუქტურის ობიექტების შენახვასა და მიმდინარე რემონტზე.

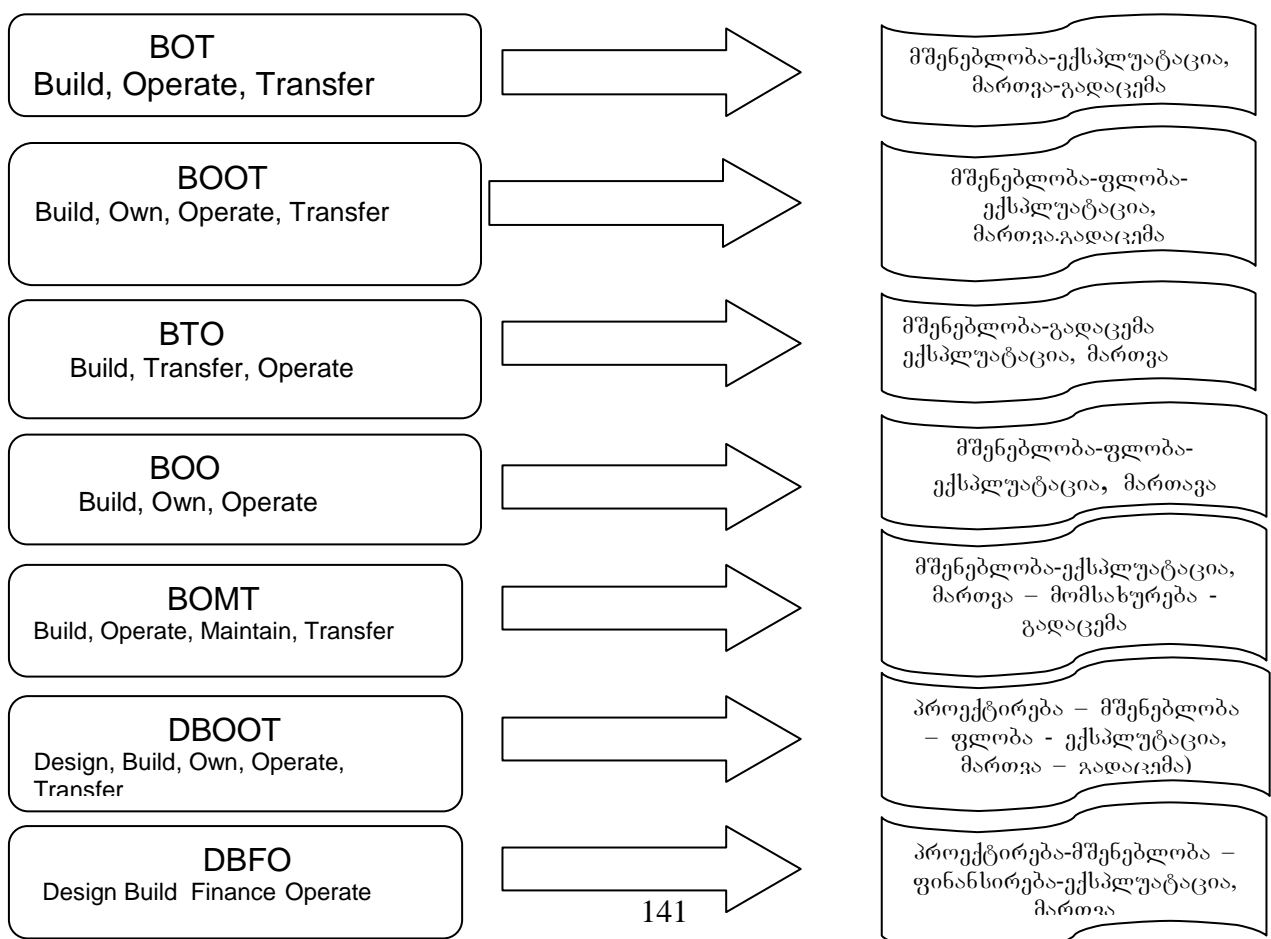
6. მექანიზმი DBOOT-ს (Design, Build, Own, Operate, Transfer) თავისებურება მდგომარეონს კერძო პარტნიორის პასუხისმგებლობაში არა მარტო ინფრასტრუქტურის ობიექტის მშენებლობაზე, არამედ პროექტირებაზეც.

7. მექანიზმი DBFO-ს (Design Build Finance Operate) ტიპის შემთხვევაში გარდა კერძო პარტნიორის პასუხისმგებლობისა პროექტირებაზე, საყურადღებოა მის პასუხისმგებლობა ინფრასტრუქტურის ობიექტების მშენებლობის დაფინანსებაზე. (ნახა. №3.3.1)

საინტერესოა ნიუ იორკის კოლუმბის უნივერსიტეტის მენჯემენტის პიკერის სკოლის დირექტორის მოსაზრება, რომელიც სახელმწიფო (საჯარო) და კერძო პარტნიორობასთან დაკავშირებით აღნიშნავს – „საჯარო - კერძო პარტნიორობა არ ნიშნავს პრივატიზაციას, ეს არ ნიშნავს იმას, რომ თითქოს მთავრობა ამბობდეს, კარგი, ჩვენ ყველაფერს გავცემთ კერძო სექტორს და საბაზრო მაგია ყველაფერს თავისით დაარეგულირებს. ეს დერეგულაციაა, რომელმაც არ იმუშავა ჩემი აზრით, ეს განსხვავდება საჯარო - კერძო პარტნიორობისაგან, რომლებიც მთავრობის მიერ მკაცრად უნდა რეგულირდებოდეს.“

კერძო სექტორი გაუმართლებელ რისკზე წავა, თუ ეცოდინება რომ სახელმწიფო სექტორი ყოველთვის გადაარჩენს მას, მაგრამ ამ ყველაფრისაგან თავის დასაცავად, რამოდენიმე ზომის მიღება შეგვიძლია. მაგალითად, კონტრაქტში წახალისებისა და დასჯის მექანიზმის ჩადება.“ აქვე აღსანიშნავია, რომ სახელმწიფო - კერძო პარტნიორობის მოდელს ბევრი შესაძლებლობები აქვს, მაგრამ ამ მოდელს ყველა დროის საუკეთესო პასუხად არ მიიჩნევენ, ის ზოგჯერ ამართლებს, ზოგჯერ არა. (ცხადია 2011:1)

ნახა. №3.3.1



სახელმწიფო და ბიზნესი დასავლეთში უკვე გახდნენ ისეთი პარტნიორები, რომლებიც არ ხელყოფენ ერთმანეთის ავტონომიურ სფეროებს, ერთმანეთისაგან გარკვეულ დამოუკიდებლობას ინარჩუნებენ.

საქართველოში სახელმწიფოსა და კერძო სექტორის პარტნიორობის მაგალითია – მთავრობის მიერ დაწყებული ჰოსპიტალური სექტორის რეფორმის ეროვნული პროგრამა, რომელიც ითვალისწინებდა „100 ახალი საავადმყოფოს“ მშენებლობას. პროგრამის მთავარი მიზანი არსებული ქსელის ინფრასტრუქტურის განახლება და 100 ახალი მრავალპროფილიანი საავადმყოფოს შექმნა იყო. 2008 წელს საქართველოში განვითარებული მოვლენების და ფინანსური კრიზისის გამო ჰოსპიტალური სექტორის რეფორმაში დასახული ამოცანები დროულად ვერ შესრულდა.

2010 წელს ჰოსპიტალური სექტორის პრივატიზაცია სადაზღვევო კომპანიებისათვის უმწეოთა სამედიცინო დაზღვევის პროგრამას დაუკავშირდა. 2011 წლის დეკემბრიდან 2012 წლის ჩათვლით, საქართველოში აღჭურვილობით, ხელმისაწვდომობაზე და ხარისხზე ორიენტირებული ახალი 40 თანამედროვე საავადმყოფოების ამოქმედება. ხოლო 2013 წლამდე 150 ახალი საავადმყოფო ამოქმედდება.

მაგალითად, სადაზღვევო კომპანია „აღფა“ საქართველოს მთავრობის მიერ შემოთავაზებულ პროგრამაში – ჰოსპიტალური განვითარების გენერალურ გეგმაში აქტიურად ჩაერთო და ორი მრავალპროფილიანი საავადმყოფოს მშენებლობა გადაწყვიტა. ქართლის რეგიონში კლინიკა ოფიციალურად გაიხსნა, რომელიც მრავალპროფილიანია, პროგრამის განსახორციელებლად კომპანია „აღფა“-მ სამი მილიონიანი ინვესტიცია ჩადო. დასაქმებული 150 ადამიანი. აღნიშნული არის სახელმწიფოსა და კერძო სექტორს შორის თანამშრომლობის საუკეთესო მაგალითი. ასევე შეიძლება ითქვას სადაზღვევო კომპანიებზე „აღდაგი ბისიაი“, „იმედი L“ და სხვა სადაზღვევო კომპანიებზე რომლებიც ჩართული არიან მთავრობის მიერ შემოთავაზებული პროგრამის განხორციელებაში.

საქართველოში სახელმწიფოსა და ბიზნესის პარტნიორობასთან დაკავშირებით გარკვეული გამოცდილება არსებობს. ბოლო წლების განმავლობაში მნიშვნელოვანი ეკონომიკური რეფორმები განხორციელდა. აღნიშნული რეფორმები

მიმართული იყო საქართველოში მიმზიდველი სამეწარმეო გარემოს ჩამოყალიბებისკენ, რაც უცხოური ინვესტიციების შემოდინების, ახალი სამუშაო ადგილების შექმნის და ეკონომიკის ყველა დარგში სამეწარმეო აქტივობის ზრდის საფუძველს წარმოადგენს. ინვესტიციების მოზიდვა, სამუშაო ადგილების შექმნა, შეფერხებული პროექტების დასრულება და ეკონომიკური განვითარება სახელმწიფოს მიზანია, აღნიშნული მიზნების განსახორციელებლად და ბიზნესის პასუხისმგებლობის სფეროში სახელმწიფოს როლის ამადლებისათვის 2011 წელს საქართველოს მთავრობის ინიციატივით პარლამენტმა მიიღო ახალი კანონი „სააქციო საზოგადოების საპარტნიორო ფონდის შესახებ“. ხელისუფლება საპარტნიორო ფონდის მეშვეობით, კერძო სექტორთან თანადაფინანსების რეჟიმში შეეცდება უფრო მეტად ხელსაყრელი გარემო შექმნას მეწარმეებისათვის, ადგილობრივი და უცხოელი ინვესტორებისათვის. (საპარტნიორო...2011:1)

მოკლედ განვიხილოთ სააქციო საზოგადოების – საპარტნიორო ფონდის შესახებ საქართველოს კანონი. აღნიშნული „სააქციო საზოგადოების საპარტნიორო ფონდის შესახებ“ კანონის თანახმად სააქციო საზოგადოება „საპარტნიორო ფონდი“ არის „მეწარმეთა შესახებ“ საქართველოს კანონით განსაზღვრული მეწარმე-სუბიექტი, რომელიც სახელმწიფოს წილობრივი მონაწილეობით არის შექმნილი. ფონდის, როგორც მეწარმე სუბიექტის მიზანი მოგების მიღება კი არ არის, არამედ ისეთი საჯარო სამართლებრივი უფლებამოსილებების განხორციელებაა, როგორცაა: სამუშაო ადგილების შექმნა, ინვესტიციების მოზიდვა, შეფერხებული პროექტების დასრულების ხელშეწყობა, განხორციელებული პროექტების განსახელმწიფოებრიობა, ანუ პრივატიზაცია. საპარტნიორო ფონდის მთავარი საქმიანობა კერძო სექტორის მიერ შემოთავაზებული სხვადასხვა პროექტების დაფინანსება და მისი განხორციელებაა. საყურადღებოა ის, რომ კანონის თანახმად, ფონდში პროექტის განხილვა მოხდება იმ შემთხვევაში, თუ პროექტის ღირებულება სოფლის მეურნეობის სფეროში მინიმუმ 5 მილიონი ლარი, ხოლო არასასოფლო სამეურნეო სფეროში მინიმუმ 30 მილიონი ლარი იქნება. (საპარტნიორო...2011:1)

კანონი ხელს შეუწყობს უფრო მეტი ინვესტორის დაინტერესებას ადგილობრივ პროექტებით. ფონდი კერძო სექტორთან ერთად თანადაფინანსებით გამოავლენს და წაახალისებს წარმატებულ პროექტებს, რომელთა დაფინანსება კონკურსის შერჩევის წესით მოხდება. ამასთანავე, პრიორიტეტი მიენიჭება იმ

პროექტებს, რომლებიც ნაკლებ თანადაფინანსებას მოითხოვს. მაგრამ ფონდი არ განიხილავს ისეთ პროექტებს, რომლებიც უშუალოდ შეეხება მომსახურების სფეროს და უძრავ ქონებაში ინვესტირებას.

ჩვენის აზრით, მსოფლიო ფინანსური კრიზისის ფონზე, ნებისმიერი ქვეყნის სახელმწიფოთა მთავრობები იღებენ ისეთ გადაწყვეტილებებს, რომლებიც მიმზიდველი იქნება ინვესტორებისათვის, რაც მათ ამა თუ იმ ქვეყანაში საკუთარი ფინანსების ინვესტირების განხორციელების თაობაზე გადაწყვეტილებას მიაღებინებს. სწორედ, ამიტომ უნდა აღინიშნოს, რომ საქართველოს მთავრობა განაგრძობს ქვეყნის ეკონომიკის სტიმულირებას და ისეთი საკანონმდებლო ბაზის შემუშავებას, რომელიც საინტერესო იქნება ინვესტორებისათვის და საბოლოო ჯამში ხელს შეუწყობს სამუშაო ადგილების შექმნას და ქვეყნის ეკონომიკის სტაბილურობას.

საქართველოს მთავრობის მიერ წარმოდგენილი ფონდის შექმნის იდეა მისაღები და პერსპექტიულია, რადგან გარკვეულ სფეროებში უცხოური ინვესტიციები უფრო გარანტირებულად მაშინ შემოდის, როდესაც წილობრივად სახელმწიფო მონაწილეობს. გასათვალისწინებელია და სადაო საკითხი შეიძლება იყოს პროექტის დაფინანსების პრინციპები და ფონდის დაფინანსების წყარო. მნიშვნელოვანი ფაქტია ის, რომ ფონდმა უნდა დააფინანსოს პროექტები, რომლებიც კერძო სექტორს კონკურენციას არ შეუქმნის. ვფიქრობთ, რომ ფონდმა ინვესტირების დროს მონოპოლიური წარმონაქმნის წარმოშობა მთლიანად უნდა გამორიცხოს.

აღსანიშნავია, რომ საპარტნიორო ფონდი მოიზიდავს და განკარგავს საკუთარ ფინანსურ სახსრებს. ფონდის დაფინანსების წყარო შეიძლება იყოს: საერთაშორისო საფინანსო ინსტიტუტებიდან მოზიდული სახსრები და გრანტები. (სახელმწიფო გრანტების გარდა); სახელმწიფო საკუთრებაში არსებული კომპანიების, კერძო სექტორის თანადაფინანსებით მოზიდული სახსრები; პრივატიზაციის შედეგად საქართველოს სახელმწიფო ბიუჯეტში მიღებული შემოსავლები.

ასევე, შეიძლება აღინიშნოს, რომ სახელმწიფო-კერძო პარტნიორობა არის მსოფლიოს განვითარებული ქვეყნების სახელმწიფოს ეკონომიკური პოლიტიკის ინსტრუმენტი, რომელიც ჩამოყალიბდა ერთის მხრივ სახელმწიფოსა და მეორეს მხრივ სამოქალაქო საზოგადოების ხანგრძლივი ურთიერთქმედების შედეგად. დასავლეთის ქვეყნებში მოხერხდა ხელისუფლებისა და ბიზნესის მეტ-ნაკლებად პარიტეტული ურთიერთობების დამყარება, ამ სახის პარტნიორობის რეგლამენტ-

ირება და მათი ინსტიტუციონალიზაცია ურთიერთქმედების სოციალური და პოლიტიკური ნორმების სახით. ასევე, მსოფლიო პრაქტიკაში არსებული მდიდარი შესაძლებლობების ათვისება საქართველოს გამოადგება ეკონომიკის განვითარების, ხელისუფლებასა და ბიზნესს შორის ცივილიზებულ ურთიერთობების დამკვიდრებაში.

სასურველია განხორციელდეს ბიზნესის მხარდაჭერის შემდეგი ძირითადი მიმართულებების გათვალისწინება:

საბაზრო ინფრასტრუქტურის ფორმირება და განვითარება; საგადასახადო შეღავათების სისტემა, ხელს უწყობს ბიზნესის ლეგალურ განვითარებას; შეღავათიანი მიზნობრივი დაკრედიტება. ფინანსური დახმარების პროგრამები ბიზნესის დაწყების, გაფართოებისა და მოდერნიზაციისათვის, მოწყობილობის და ნედლეულის შესაძენად და ა.შ.; უმუშევრობისადმი დახმარების სახელმწიფო პროგრამები სტიმულს აძლევს მსურველებს საკუთარი საქმის დაწყებაში; მცირე ბიზნესსუბიექტების ინოვაციური მოღვაწეობის და სამეცნიერო-კვლევითი სამუშაოების განვითარების პროგრამები; რეგისტრაციის და ლიცენზირების გამარტივებული წესის შემოღება; საჭირო ინფორმაციის შეგროვება, შენახვა, ანალიზი და პროგნოზირება; სანედლეულო, მატერიალურ-ტექნიკურ და სხვა სახის რესურსებთან მისაწვდომობის შეღავათიანი პირობების შექმნა; თანამშრომლებისა და ხელმძღვანელობის მომზადება და კვალიფიკაციის ამაღლებაში დახმარება; მომზადება სასწავლო კურსების, საინფორმაციო ბიულეტენების, მეთოდური გამოცემების, გამოკვლევების ჩატარება ბიზნესის მართვის პრობლემებზე; სახელმწიფო შესყიდვები კერძო ბიზნესიდან და მხარდაჭერა სახელმწიფო კონტრაქტების მიღებაში; მეწარმეობის ახალი დარგებისა და მიმართულებების განვითარების ხელშეწყობა; მცირე ბიზნესის განვითარების რეგიონული ცენტრების ფართო ქსელი ცენტრალური, ადგილობრივი რესურსების კოორდინაციისათვის. დახმარება საგარეო-ეკონომიკური მოღვაწეობის განხორციელებაში საერთაშორისო ეკონომიკურ ურთიერთობებში: ექსპორტ-იმპორტის, სამეცნიერო-ტექნიკურ, უცხოური ინვესტიციების მოზიდვაში მხარდაჭერა;

ბაზარზე თავისუფალი ბიზნესურთიერთობების უზრუნველყოფა და ჯანსაღი კონკურენტული გარემოს ჩამოყალიბება მნიშვნელოვანწილად განსაზღვრავს ბიზნესისათვის, განსაკუთრებით კი, მცირე და საშუალო ბიზნესების განვითარებისათვის ხელსაყრელი პირობების შექმნის წინაპირობას. ქვეყანაში

დერეგულაციის არაეფექტურობა სისტემამ, ხელი არ უნდა შეუწყოს ეკონომიკისა და ბიზნესის ამა თუ იმ სექტორში სახელმწიფოს მხრიდან არარეგულირებადი მონოპოლიების გაჩენასა და განვითარებას. ეკონომიკური თავისუფლება მხოლოდ ფორმალურ სახეს არ უნდა ატარებდეს, თავისუფალი ბაზარი და ჯანსაღი კონკურენცია მაქსიმალურად უნდა გამორიცხავდეს მონოპოლიზმისა და კარტელური გარიგებების საფრთხეებს.

განსაკუთრებულ მნიშვნელობას იძენს საქართველოს საერთაშორისო ბაზრებზე, განსაკუთრებით კი ევროპულ ბაზრებზე ინტეგრაციის საკითხი. ამ მხრივ, ქვეყნის ეკონომიკური უსაფრთხოების ეფექტური სისტემის ჩამოყალიბებისათვის მეტად მნიშვნელოვანია ევროკავშირის სტრუქტურების მიერ საქართველოსათვის რეკომენდირებული და განსაზღვრული პრიორიტეტული საკითხების სრულად დაკმაყოფილება და გადაწყვეტა. კერძოდ:

ანტიმონოპოლიური რეგულირება - ქვეყანაში ბიზნეს აქტივობის ზრდისა და რეალური ეკონომიკის სექტორის განვითარების აუცილებელი წინაპირობა;

სურსათის უვნებლობა - ჯანსაღი და კონკურენტული პროდუქციის, განსაკუთრებით კი, სურსათის მწარმოებლური ბაზრის განვითარების პირობა და ერთ-ერთი უმთავრესი ხელშემწყობი ფაქტორი;

შრომის კანონმდებლობის ლიბერალიზაცია – კვალიფიციური, ჯანსაღი და კონკურენტუნარიანი შრომითი რესურსისა და პოტენციალის შექმნისა და განვითარების საფუძველი;

სახელმწიფო სტატისტიკური სისტემის რეფორმირება - ის ბაზისი და საფუძველი, რასაც დაეფუძნება თითოეული ეკონომიკური პროგნოზი და ეკონომიკური გათვლა.

გონივრული და შედეგზე ორიენტირებული სახელმწიფოებრივი რეგულირების პოლიტიკის შედეგი უნდა გახდეს მომხმარებელთა ინტერესების სრულფასოვანი დაცვა და ამასთან პარალელურად, ბიზნესის ინტერესების ჰარმონიული განვითარების უზრუნველყოფა. ბიზნესისა და ეკონომიკის წინსვლის აუცილებელ საფუძველს უნდა წარმოადგენდეს მომხმარებლის, მთელი საზოგადოებისა და ამავდროულად, თითოეული ადამიანის სამომხმარებლო და შრომითი უფლებების დაცვა. ამ მიზნით შემუშავებული და დანერგილი უნდა იქნეს კომპენსაციების სპეციალური სისტემა უმუშევართათვის, რაც ერთის მხრივ, სოციალური გარანტიების ერთგვარი რეგულატორის ფუნქციას შეასრულებს და, მეორეს

მხრივ, გარკვეულ ეკონომიკურ ბარიერს შეუქმნის დამსაქმებელს დასაქმებულისთვის შრომითი ხელშეკრულების შეწყვეტისას. ეს პრიორიტეტი სახელმწიფოს მიერ უპირობოდ უნდა იქნეს აღიარებული. მხოლოდ ამ პირობების სრულად დაცვის უზრუნველყოფისა და რეალიზაციის გათვალისწინებით უნდა იქნეს შესაძლებელი ბიზნესის განვითარების ხელშემწყობი გარემოს შექმნა და განვითარება.

ეკონომიკისა და ბიზნესის ამა თუ იმ დარგისა და სფეროს განვითარების სახელმწიფოებრივი ხელშეწყობა უნდა დაეფუძნოს „ეკონომიკისა და ბიზნესის განვითარების მხარდაჭერის სახელმწიფო კონცეფციას“ და რაც, უნდა ითვალისწინებდეს შემდეგ ძირითად მიმართულებებს:

- მეწარმეებისათვის საქმიანობის განვითარებისა და ზრდის, კონკურენტული პროდუქციისა და მომსახურების წარმოებისა და მიწოდებისთვის ხელსაყრელი ბიზნესგარემოს ჩამოყალიბებას;
- თანამედროვე საწარმოო ტექნოლოგიების დანერგვას;
- განახლებადი ენერჯეტიკის პროექტებისა და ეკოლოგიური ბიზნეს პროგრამების დანერგვასა და განხორციელებაში მხარდაჭერას;
- წარმოების, მომსახურების, მარაგების მართვისა და ლოგისტიკის, ასევე ხარისხის დაცვის საერთაშორისო სტანდარტებისა და ნორმების დანერგვას;
- კადრების მომზადება/გადამზადებას და საკადრო რესურსების მართვას;
- სტანდარტების დანერგვა/სრულყოფას;
- ბიზნესუნარებისა და ბიზნესჩვევების ამაღლების ხელშემწყობი გარემოსა და პირობების შექმნას.

ბიზნესის მხარდაჭერისა და განვითარების ხელშემწყობი სახელმწიფო პროგრამები არ უნდა ემსახურობდეს სახელმწიფოს მხრიდან კონკრეტული ბიზნესაქტივობებისა და ბიზნესაქციების განხორციელებას. აღნიშნული პროგრამები უნდა მოიცავდეს განსხვავებულ მიდგომებს მსხვილი, საშუალო და მცირე ბიზნესებისათვის. მათ შორის, საოჯახო მეურნეობებისა თუ ინდივიდუალური მეწარმეებისათვის. სახელმწიფო პროგრამები ასევე, უნდა ითვალისწინებდეს ბიზნესის დარგობრივ, სტრუქტურულ თავისებურებებსა და სპეციფიკას.

უნდა აღინიშნოს, რომ ქვეყნის ეკონომიკის განვითარების მთავარ ძალად უნდა იქცეს მცირე და საშუალო ბიზნესი, რომელიც თავის თავზე აიღებს

საზოგადოების სოციალ-ეკონომიკური რეგულატორის ძირითად ფუნქციას. სახელმწიფო მიდგომები მცირე და საშუალო ბიზნესისადმი უნდა იყოს მარტივი, ყველასათვის გასაგები და ეფუძნებოდეს შემდეგ კონცეპტუალურ მიდგომებს – ბიზნესებისათვის დახმარება სახელმწიფოს მხრიდან პრაქტიკულად არის მათთვის ხელის არშემწეა. სახელმწიფო მინიმალურად უნდა ერეოდეს მის საქმიანობაში. მხოლოდ გადასახადების განაკვეთების შემცირება ვერ გახდება მცირე, ან თუნდაც საშუალო ბიზნესის განვითარების ხელშემწყობი ფაქტორი.

გამარტივებული უნდა იყოს სახელმწიფო ფისკალური (საგადასახადო) ორგანოების ადმინისტრირების მექანიზმები და მცირე საწარმოებში საქმის წარმოების სტანდარტები. ანუ, გადასახადები და საბუღალტრო აღრიცხვა-ანგარიშგება უნდა იყოს მაქსიმალურად გამარტივებული.

ქვეყნის განვითარების მიმდინარე ეტაპზე სასიცოცხლო მნიშვნელობა ენიჭება ბიზნესის დივერსიფიცირებას მისი განვითარებისა და პოტენციის მასშტაბების მიხედვით. საკანონმდებლო დონეზე უნდა გაიმიჯნოს ბიზნესის შემდეგი კატეგორიები:

მსხვილი ბიზნესი – რომელიც დაექვემდებარება დაბეგვრის საბაზო რეჟიმს, სრულფასოვან სახელმწიფოებრივ რეგულირებას და ფინანსური და საბუღალტრო აღრიცხვა-ანგარიშგების სრულყოფილ სტანდარტებს;

საშუალო ბიზნესი – რომელიც დაექვემდებარება დაბეგვრის საბაზო რეჟიმს, გამარტივებულ სახელმწიფოებრივ რეგულირებას და ფინანსური და საბუღალტრო აღრიცხვა-ანგარიშგების გამარტივებულ სტანდარტებს;

მცირე ბიზნესი – რომელიც დაექვემდებარება დაბეგვრის გამარტივებულ რეჟიმს, მაქსიმალურად გამარტივებულ სახელმწიფოებრივ რეგულირებას და ფინანსური და საბუღალტრო აღრიცხვა-ანგარიშგების მინიმალურ სტანდარტებს;

წვრილი ბიზნესი – რომელიც საერთოდ არ დაექვემდებარება დაბეგვრის რეჟიმს და მხოლოდ სიმბოლური სახელმწიფოებრივი რეგულაციის ფარგლებში მოექცევა.

ქვეყნის განვითარების მიმდინარე ეტაპზე წვრილი ბიზნესი უფრო მეტად სოციალური შინაარსისა და ფუნქციის მატარებელად უნდა იქცეს, ვიდრე ფისკალური დატვირთვის. შესაბამისად, წვრილ ბიზნესს განვითარებისა და ზრდის მეტი სტიმული და ხელშემწყობი პირობები უნდა შეექმნას. იმის გათვალისწინებით, რომ წვრილი ბიზნესისადმი სახელმწიფოს ინტერესს უნდა

გააჩნდეს უფრო მეტად სოციალური და არა ფისკალური საფუძველი, წვრილი ბიზნესი ჩვენს ქვეყანაში საერთოდ უნდა განთავისუფლდეს ყველა სახის გადასახადებისაგან იმ მომენტამდე, სანამ წვრილი მეწარმე მცირე მეწარმის კატეგორიაში არ გადავა.

ლოგიკა მარტივია, სახელმწიფო ბაზრებზე და ბაზრობებზე მოვაჭრეების, გარე მოვაჭრეების და დახლზე მოვაჭრეების გადასახადის განთავისუფლებით უფრო მეტ სოციალურ ეფექტს და სარგებელს მიიღებს, ვიდრე მათი დაბეგერის შემთხვევაში მიიღებდა ფისკალურ შედეგს. ეს მარტივი არითმეტიკაა. ამ ხალხის უკან ძირითადად სოციალურად დაუცველი და ეკონომიკურად შეჭირვებული ოჯახები დგას. ხოლო ასეთი მიდგომებით, სახელმწიფო მათ საშუალებას მისცემს ეს სოციალური და ეკონომიკური პრობლემები თავად უფრო ეფექტურად გადაჭრან. ამასთან, თავად გამოკვეთონ საკუთარი წვრილი ბიზნესის განვითარების პრიორიტეტები და მიმართულებები. იმ შემთხვევაში, თუ წვრილი მეწარმე გააფართოვებს თავის ბიზნესს და მაგალითად, პატარა მაღაზიად აქცევს საკუთარ პატარა სავაჭრო დახლს, ან სულაც მცირე წარმოებას წამოიწყებს, ის ავტომატურად წვრილი ბიზნესის კატეგორიიდან გადავა მცირე ბიზნესის კატეგორიაში და ბუნებრივია, ამ შემთხვევაში, მისი საგადასახადო დაბეგერის რეჟიმი და სახელმწიფოსთან მისი ურთიერთმიმართების ფორმებიც შეიცვლება.

3.4. ბიზნესი სოციალური პასუხისმგებლობის ამადლების ღონისძიებები და რეალიზაციის გზები თანამედროვე ეტაპზე

დროთა განმავლობაში ნებისმიერი ბიზნესსუბიექტი აღწევს განვითარების გარკვეულ ეტაპს და მისი სოციალური პასუხისმგებლობაც სხვადასხვანაირად გამოიხატება. საწყის პერიოდში, როცა ბიზნესსუბიექტი ცდილობს გადაჭრას ადაპტაციისა და შემდგომ ფუნქციონირების საკითხები, რათა მოერგოს მუდმივად ცვალებად გარემოს, მისი სოციალური პასუხისმგებლობა, უპირველესყოვლისა სამუშაო ადგილების შექმნით შემოიფარგლება.

ეკონომიკის პირობების თვალსაზრისით უფრო საკეთილდღეო ეტაპზე ბიზნესსუბიექტს უჩნდება სოციალური პასუხისმგებლობის გაზრდის შესაძლებლობა, რათა მოგების ნაწილი მოახმაროს ისეთ სოციალურ პროგრამებს, რომლებიც ითვალისწინებენ სხვადასხვა საზოგადოებრივი ჯგუფების მოთხოვნილებებსა და მოლოდინებს. ამდენად, საზოგადოება უფლებამოსილია ელოდოს ბიზნესისაგან სოციალური პასუხისმგებლობის ამა თუ იმ დონეს ისეთ საკითხებში, როგორცაა გარემოს დაცვა, ტრანსპორტის უსაფრთხოების უზრუნველყოფა, მოსახლეობის სოციალურად დაუცველი ფენების მატერიალური უზრუნველყოფა, ინფრასტრუქტურის გაუმჯობესება და ა.შ.

აბრამ მასლოუს მოტივაციის თეორიის თანახმად, ფასეულობათა პირამიდის საძირკველში არის შედარებით უბრალო ფასეულობები, მაგალითად: მატერიალური. მატერიალური ფასეულობათა დაკმაყოფილების კვალდაკვალ ჩნდება სულიერი. ისეთი, როგორცაა საკუთარი საქმიანობის შედეგებით კმაყოფილება, თვითრეალიზაცია, გარშემომყოფთა მხრივ აღიარების აუცილებლობა. უპირველესად, ჩვეულებრივ, ბიზნეს ორგანიზაციები იწყებენ ყურადღების გამოჩენას საკუთარი თანამშრომლობისადმი, შემდეგ საკუთარი გარემოცვისადმი, მოსახლეობის სხვადასხვა ფენისადმი, ეკოლოგიისადმი მაგალითები შეიძლება იყოს სხვადასხვაგვარი, სკოლებისა და საბავშვო სახლების, შემოქმედებითი კოლექტივების სპონსორული დახმარებით დაწყებული და ხანგრძლივმოქმედი სოციალური პროგრამებით დამთავრებული.

ყოველივე ეს ბიზნესსუბიექტის იმიჯზე აფორმირებს. ბიზნესი უფრო მტკიცე და მყარი ხდება, მათი საქმიანობის ეფექტიანობა იზრდება. დღეს, როცა კონკურენცია ძალზე მაღალია ბიზნესსუბიექტის იმიჯი უკიდურესად მნიშვნელოვანია, რაც წარმოადგენს გადამწყვეტ ფაქტორს მომხმარებლისათვის, რომელსაც სხვადასხვა კომპანიების მიერ შეთავაზებულ ანალოგიურ საქმიანობას და მომსახურებას შორის არჩევანის საშუალება აქვს. სამყაროში, სადაც ბრენდი და რეპუტაცია კომპანიის ყველაზე ღირებული ქონებაა, სოციალური პასუხისმგებლობა კომპანიას ნდობასა და ერთგულებას მოაპოვებინებს, რაც მისი წარმატებული და მდგრადი მომავლის გარანტია.

საზოგადოებისა და ბიზნესის ურთიერთდამოკიდებულება განაპირობებს ბიზნეს სუბიექტების ობიექტურ არჩევანს სოციალურ პროექტებზე ორიენტირებული ეკონომიკური სტრატეგიის სასარგებლოდ. დღეს საყოველთაოდ მიღებ-

ულია აზრი, რომ ყოველი ბიზნესსუბიექტი, რომელიც აღწევს მაღალ ეკონომიკურ შედეგებს, ვაღდებულება შეიტანოს პოზიტიური წვლილი სოციალური პრობლემების გადაჭრაში. ბიზნეს სუბიექტების მიზნებში უნდა აისახოს საზოგადოებრივი მოლოდინი. (ფაჩულია...2009:179)

ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის კონცეფცია მსოფლიოს წამყვანი ორგანიზაციების კორპორაციული კულტურის რელევანტურ ნაწილს წარმოადგენს. ასე მაგალითად, თუკი კომპანია **Economist Intelligence Unit** –ის მიერ 2005 წელს გამოკითხულ 1192 ტოპ მენეჯერიდან მხოლოდ 30% დაასახელა თავიანთი პრიორიტეტების ნუსხაში კორპორაციული პასუხისმგებლობა, 2008 წელს ანალოგიური მაჩვენებელი 60% მიუახლოვდა. გასულ სამ წელიწადშიც შეინიშნება აღნიშნული მაჩვენებლის ზრდა. ყოველი ცხრა დოლარიდან, რომელიც ინვესტირდება კორპორაციულ მენეჯმენტში, ერთი დოლარი ხმარდება პუნქტს - „სოციალური პასუხისმგებლობა“. კომპანია **McKinsey**-მ 2007 წელს წამყვან კორპორაციებში ჩაატარა გამოკითხვები. გამოკითხულ ხელმძღვანელთა 95%-მა აღნიშნა რომ ბიზნესისაგან მოლოდინები საგრძნობლად გაიზარდა წინა წელთან შედარებითაც კი. (ფაჩულია...2009:179)

მსხვილი ბიზნესსუბიექტების მონაწილეობა სოციალური დაცვის სისტემის ფორმირებაში უამრავი გზით ხდება. დღეს მსოფლიო პრაქტიკა ორიენტირებულია სოციალური და ეთიკური ორიენტაციის ბიზნესზე, რომელიც პასუხისმგებელია გარემოს დაცვაზე. დასაქმებულების ჯანმრთელობასა და მოხუცებულობაში მათი ცხოვრების უზრუნველყოფაზე, ადამიანის ჯანმრთელობისათვის უვნებელი, ხარისხიანი პროდუქციის წარმოებაზე და ა.შ. სოციალური და ეთიკური ორიენტაციის ბიზნესის ფორმირებას ხელი უნდა შეუწყოს სახელმწიფომ. თითქმის მთელს მსოფლიოში ბიზნესი მთავრობის მხრიდან, განსაკუთრებით მცირე ბიზნესი ყურადღების საგანს წარმოადგენს. მარტო აშშ-ის ბიუჯეტიდან ყოველწლიურად 4 მილიარდი დოლარი გამოიყოფა მცირე და საშუალო ბიზნესის სუბსიდირებისათვის.

ქვეყანაში სოციალური პოლიტიკის (სრულყოფილი სოციალური დაცვის მექანიზმის ფორმირების და ფუნქციონირების) გატარების უზრუნველყოფას უნდა ემსახურებოდეს ეკონომიკის სამი ინსტიტუტი: სახელმწიფო, საზოგადოება, ბიზნესი. აქ სახელმწიფომ უნდა უზრუნველყოს ბიზნესის რეგულირება და სტიმულირება. სახელმწიფო თავის მხრივ აკვლიანებს სახელმწიფოს

მარეგულირებელი სტრატეგიის, ხოლო ბიზნესს კი – განვითარების მიზნებისა და ამოცანების შემუშავებაში. ბიზნესი არის ინდივიდების ორგანიზებული მცდელობა, უზრუნველყოს საზოგადოება საქონლითა და მომსახურებით მისი მოთხოვნილების შესაბამისად. (ზარნაძე 2008:466)

სოციალური დაცვის სისტემის ფორმირებაში სახელმწიფოს, საზოგადოების და კერძო სექტორის თანაბარი მონაწილეობის რეგულირება შესაძლებელია რაციონალური საგადასახადო პოლიტიკის შემუშავებით. მაგალითად, აშშ-ში მთავრობის შემოსავლის და ხარჯვის მუხლები ისეა აგებული, რომ თითოეული ინდივიდუალური ადამიანიდან დაწყებული, ბიზნესსუბიექტებით დამთავრებული, გადასახადის საშუალებით ავსებს ფედერალური მთავრობის შემოსავალს.

აშშ-ში გადასახადის პროგრესული ფორმა გამოიყენება. ფედერალური მთავრობის შემოსავლები ეს არის, ინდივიდუალური საშემოსავლო გადასახადი, სოციალური დაზრვევის გადასახადი, კორპორაციული საშემოსავლო გადასახადი, აღნიშნული სახით გადასახადების აკრეფა და შესაბამისად, მიზნობრივად მათი ხარჯვა ხელს შეუწყობს მეწარმის, მთავრობის და საზოგადოების თანაბარზომიერ დამოკიდებულებას სოციალური დაცვის სისტემის ფუნქციონირების საქმეში. უფრო მეტიც, ასეთი საგადასახადო სისტემის დროს როგორც მთავრობა, ისე მეწარმე და საზოგადოება თანაბრად მონაწილეობს სოციალური დაცვის სისტემის ფორმირებასა და ფუნქციონირებაში.

ბოლო წლებში საქმიანმა სამყარომ გააცნობიერა, რომ შეუძლებელია ბიზნესმა თავი აარიდოს სოციალურ პასუხისმგებლობას. თანამედროვე ეტაპზე საქართველოს ეკონომიკისათვის საზოგადოების სიცოცხლისუნარიანობის სხვადასხვა სფეროში ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის ექსპენსიის პრობლემა მეტად აქტუალურია.

სოციალური პასუხისმგებლობის კონცეფცია შემდეგ საკითხებს მოიცავს: სამუშაო გარემო და ადამიანის უფლებები – რამდენად შეესაბამება სამუშაო გარემო შრომის კანონმდებლობას, როგორია საკონტრაქტო სისტემა, რამდენადაა დაცული ადამიანის უფლებები; როგორია დასაქმებულთა სოციალური დაცულობა – სიცოცხლის, ჯანმრთელობის დაცვა, საპენსიო უზრუნველყოფა, არსებული ადამიანური რესურსების შესწავლა და განვითარება; გარემოს-დაცვითი საკითხები – რამდენად ხორციელდება არსებული გარემოს კვლევა,

გარემოსდაცვითი პროექტების დაფინანსება; მოსახლეობასთან მიმართება და სოციალური პროექტები – კერძო, სათემო, მუნიციპალური ან სამთავრობო. აქ იგულისხმება ფინანსური, პროდუქტებით, მომსახურებით, ტექნიკით, მატერიალური და ადამიანური რესურსებით დახმარება განათლების, კულტურის, სპორტის, ჯანმრთელობისა და გარემოს დაცვის სფეროებში; ტექნიკური ტრენინგები მოსახლეობისათვის, საცხოვრებელი გარემოს უზრუნველყოფა, ანტიკორუფციული და სიღარიბისაგან თავის დაღწევის პოლიტიკის გატარება.

საზოგადოებაზე ზრუნვის გავრცელებულ ფორმად ბიზნესსუბიექტების მხრიდან ითვლება ქველმოქმედება და ფილანთროპია, რაც ბიზნესსუბიექტების მხრიდან სოციალური სოლიდარობის გამოხატულებაა. დღეისათვის ალბათ ქველმოქმედების ყველაზე პრიორიტეტულ სფეროდ პირველ ადგილზე მდგომი „ეკონომიკურად დაუცველი ჯგუფების საჭიროებაზე ზრუნვა“ მიიჩნევა, რაც რამდენიმე ფაქტორის კომბინაციის შედეგია: პირველ ადგილზეა სოციალურ-ეკონომიკური პრობლემები, დაბალია სოციალური ინვესტიციების, როგორც ქველმოქმედების ალტერნატივებს შესახებ ცნობიერება, და აშკარა სოციალური ინვესტიციის პრაქტიკა შედარებით იშვიათია.

ქველმოქმედების გაგებას ცნობიერების ასპექტში ძალზე ფართო მოქმედების არეალი აქვს. ეს არის ზნეობრივი ქმედებაც, ქველმოქმედის მორალური თვისებებიც, ადამიანთა შორის ზნეობრივი ურთიერთობებიც და საზოგადოებრივი ჯგუფების სოციალურად სამართლიანი საქმიანობა. თუკი თეორიულად გაგაანალიზებთ ქველმოქმედებას, როგორც სიკეთის ერთ-ერთ ფორმას, რომელიც საზოგადოებაში გვხვდება, უკავშირდება სიცოცხლესა და უკვდავების აზრის გაგებას. ამის მტკიცებულებაა ის, რომ ჩვენ დღემდე გვახსოვს მეცენატები, რომელთა საქველმოქმედო საქმიანობამაც ისინი გახადა გარკვეულწილად უკვდავები.

როგორია მიზეზები, მოტივები, რომლებიც უბიძგებენ მეწარმეებს თავიანთი ქონების ნაწილი შესწირონ ქველმოქმედებას. ჩვენის აზრით, ერთ-ერთი მოტივი არის ის რომ საქველმოქმედო საქმიანობას შეუძლია ხელი შეეწყოს რეკლამას, კეთილსასურველი იმიჯის შექმნას, რაც განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია მასობრივ მომხმარებელთან მომუშავე ბიზნესსუბიექტებისათვის. საქმე ისაა, რომ საქველმოქმედო აქცია გაიგება, როგორც დადებითი ზნეობრივი მნიშვნელობის მატარებელი ქმედება, რომელსაც მორალური ცნობიერება აფასებს როგორც

სიკეთეს. ამიტომ მწარმოებელი, რომელიც ქველმოქმედებას ეწევა ფასდება, როგორც სიკეთის მკეთებელი. ნდობას რომ იმსახურებს, ეს კი, თავის მხრივ, ქმნის დადებით რეპუტაციას, რაც ნიშნავს, რომ ზრდის მოთხოვნილებას წარმოებულ პროდუქციაზე, ეს კი ხელს უწყობს მოგების ზრდას.

ქველმოქმედებამ შეიძლება ხელი შეუწყოს აგრეთვე რეპუტაციის განმტკიცებას პარტნიორების თვლაში. პარტნიორებს, რომლებიც ხელავენ, რომ კორპორაცია ეწევა ქველმოქმედებას, დარწმუნებული არიან რომ მისი ფინანსური მდგომარეობა საკმაოდ მყარია, რომ იქ შეკრებილი ადამიანები, რომლებსაც სურთ მაქსიმალური მოგების მიღება, ასევე ფიქრობენ საზოგადოებაზე.

საქართველოში ბიზნესსუბიექტების საქველმოქმედო პრაქტიკის ანალიზი გამოკვეთავს სამ განსხვავებულ მიდგომას, თუ როგორ განსაზღვრავს ბიზნესსუბიექტი საქველმოქმედო საქმიანობის მასშტაბებს და მიმართულებებს.

ბიზნესსუბიექტები ქველმოქმედებას ეწევიან სპონტანურად, შემოსული თხოვნის საფუძველზე, მათ არ გააჩნიათ რაიმე წინასწარ განსაზღვრული პრიორიტეტები, სტრატეგია ან გაწერილი ბიუჯეტი ბიზნესსუბიექტის საქველმოქმედო საქმიანობისათვის. ეს მიდგომა შეიძლება კომპანიის ფულადი რესურსების სიმცირით აიხსნას, ეს ქველმოქმედების უფრო სტიქიურ ფორმად მოიაზრება.

ზოგიერთ შემთხვევაში ბიზნესსუბიექტს გადაწყვეტილი აქვს, რომ წლის განმავლობაში გარკვეულ საქველმოქმედო საქმიანობას გასწევს, წინასწარ გაწერილი აქვს საქველმოქმედო საქმიანობისათვის განკუთვნილი თანხაც, მაგრამ არ აქვს განსაზღვრული პრიორიტეტული მიმართულებები, სფეროები, ანუ არ იცის წინასწარ თუ სად დახარჯავს აღნიშნულ თანხას.

არის შემდგომი მიდგომაც, როდესაც ბიზნესი ცდილობს საქველმოქმედო საქმიანობა გასწიოს ბიზნესსუბიექტის წინასწარ განსაზღვრული პრიორიტეტების და სტრატეგიის საფუძველზე. ასეთ ბიზნესსუბიექტებზე შეიძლება ითქვას, რომ მათ მიერ გაწეული საქველმოქმედო საქმიანობა სცილდება სტიქიური, ერთჯერადი ინიციატივების ფარგლებს და სტრატეგიულ ფილანთროპიას უახლოვდება. რაც შეეხება ქველმოქმედების ფორმებს, საქველმოქმედო საქმიანობას, უმეტესწილად ფულადი დახმარების ხასიათი აქვს. თუმცა ცალკეულ შემთხვევაში ბიზნესსუბიექტები ქველმოქმედების სახით არაფინანსურ დახმარებასაც გაიღებენ ხოლმე. ასეთ შემთხვევაში ბიზნესსუბიექტი ცდილობს საკუთარი საქმიანობის სპეციფიკიდან გამომდინარე გასწიოს ქველმოქმედება

მომსახურებით ან პროდუქციით, რომელსაც თავად აწარმოებს. აქვე შეიძლება აღვნიშნოთ, რომ ბოლო პერიოდში საქართველოში კომპანიებს სოციალური პასუხისმგებლობის ერთ-ერთი მიმართულებით მაინც განუხორციელებიათ რაიმე საზოგადოებრივად სასიკეთო საქმიანობა, თუმცა, ეს აქტივობები, ხშირად არ ეფუძნება ბიზნესსუბიექტის ერთიან, მიზანმიმართულ სოციალურ პოლიტიკას. ხშირად საზოგადოებრივად სასიკეთო საქმიანობას ქველმოქმედების ფორმა უფრო აქვთ, ვიდრე მდგრად შედეგსა და განვითარებაზე ორიენტირებული პროგრამებისა. (ბერიძე 2009:87)

ამგვარად, საქველმოქმედო საქმიანობა ასრულებს დიდ და დადებით როლს საზოგადოებრივ ურთიერთობაში. ქველმოქმედება - განხილული, როგორც სოციალური მთლიანობა, მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს სოციალურ დაძაბულობასა და მის ზნეობრივსა და ფსიქოლოგიურ კლიმატზე. ის თუნდაც ნაწილობრივ ხსნის წინააღმდეგობრივ სიმწვავეს მდიდრებსა და ღარიბებს შორის. ამ წინააღმდეგობის გადაწყვეტა კი ქველმოქმედების მეშვეობით, განსაკუთრებით დელიკატური ფორმით ხდება. მაგრამ ერთ-ერთი მოსაზრების თანახმად ქველმოქმედება, რომელიც რეალურად პრობლემის აღმოფხვრას კი არა ისახავს მიზნად, არამედ მის სიმპტომურ მკურნალობას, საზიანოა, რადგან უბიძგებს საზოგადოებას უსაქმურობისკენ, ხოლო სოციალური პასუხისმგებლობა საზოგადოების განვითარებას და პრობლემების აღმოფხვრას ემსახურება.

ჩვენის აზრით, ბიზნესსუბიექტების მიერ საქველმოქმედო შეწირულობის თანამედროვე გამოცდილება არის მიზანმიმართული. მათ სურთ დაინახონ თავიანთი საქმიანობის შედეგები და ამიტომაც ამჯობინებენ დახმარების გაწევას უშუალოდ მათთვის, ვისაც მათი აზრით, დახმარება რეალურად სჭირდებათ. ყველაზე ხშირად ქველმოქმედების ობიექტებს წარმოადგენენ ობოლი, უნარშეზღუდული ბავშვები და მარტოხელა მოხუცები. ბევრი მეწარმე ამჯობინებს უანგაროდ, ანაზღაურების გარეშე ან ძალიან დიდი ფასდაკლებით წარმოუდგინოს საზოგადოებრივ ორგანიზაციებს საკუთარი მომსახურება და მატერიალური ფასეულობები. (გაჩეჩილაძე 2002:1)

საქველმოქმედო აქციებში მცირე მონაწილეობა აისახება ეკონომიკური სიტუაციის საერთო არამდგრადობით, რაც ითხოვს სარეზერვო საშუალებებს. მიუხედავად ყველაფრისა, ძალიან მნიშვნელოვანია, რომ ბიზნესსუბიექტების წარმომადგენლები მზად არიან მხარი დაუჭირონ პროგრამებს, რომლებიც

გათვლილია მოსახლეობის სოციალურად დაუცველ ფენებზე. საზოგადოებრივი ორგანიზაციები შეიძლება იყვნენ შუამავლები ბიზნესსა და ხელისუფლებას შორის. ასევე, მათ შეუძლიათ ლობიერება გაუწიონ ბიზნესის საქველმოქმედო საქმიანობის ხელშეწყობას. თავად საზოგადოებრივი ორგანიზაციების საქმიანობა ქველმოქმედებით უნდა იყოს განმსჭვალული.

ასევე, გასათვალისწინებელია რომ საქველმოქმედო პროექტების დაგეგმვაში მნიშვნელოვანია ქვეყნაში მოქმედი საგადასახადო სისტემა. ასაკულურ ქვეყნებში ქველმოქმედებაზე გადასახადები საერთოდ გაუქმებულია, ხოლო საქართველოში ბიზნესსექტორს საგადასახადო შეღავათით სარგებლობა მხოლოდ გარკვეულ შემთხვევაში შეუძლია და სწორედ აქ ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა უპირატესად ქველმოქმედების სახით გვევლინება. (გაჩეჩილაძე 2002:1)

ბოლო წლებში დაწყებულ ეკონომიკურ წინსვლას, მოსახლეობის ცხოვრების დონის ზრდას, პერსპექტივაში მიყვავართ ქველმოქმედების ხელშემწყობი პირობების შექმნამდე.

საქართველოში ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის გაცნობიერების და არსებული მდგომარეობის შესწავლის მიზნით უკანასკნელი ოთხი წლის განმავლობაში სხვასახვა ორგანიზაციების მიერ სხვადასახვა კვლევა ჩატარდა, რომელთა მიზანი იყო სოციალური პასუხისმგებლობის შესახებ ცოდნის გაღმავება საქართველოს ბიზნესმენებს, არასამთავრობო ორგანიზაციებსა და საზოგადოების წევრებს შორის; რამდენად ღიაა ბიზნესსექტორი საზოგადოების ინტერესების მიმართ; როგორია საქართველოში ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის მიმართ საზოგადოების დამოკიდებულება და მოლოდინი; აღნიშნული კვლევების მონაცემები შეიძლება საკმაოდ მნიშვნელოვანი აღმოჩნდეს ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის შესახებ საზოგადოების ინფორმირებულობის ამაღლებაში. ასევე, კერძო სექტორის განვითარების დაგეგმვისა და სოციალური პასუხისმგებლობის პროექტების კვლევის მონაცემები მენეჯერებისათვის შეიძლება ერთგვარ გზამკვლევად გამოდგეს.

აქვე აღსანიშნავია ისიც, რომ ევროკავშირსა და ამერიკის შეერთებულ შტატებში კორპორატიული სოციალური პასუხისმგებლობა ბიზნესკულტურის განუყოფელ ნაწილს წარმოადგენს. მისი დანერგვა განვითარებად ქვეყნებშიც მიმდინარეობს. სოციალურად პასუხისმგებელი ბიზნესსუბიექტები ცდილობენ

თავის საქმიანობაში სოციალური, გარემოსდაცვითი და ადამიანის უფლებებთან დაკავშირებული საკითხები გაითვალისწინონ და საზოგადოების გაერთიანებაში თავისი წვლილი შეიტანონ.

აღსანიშნავია, რომ კორპორატიული სოციალური პასუხისმგებლობის გატარების საკითხებთან დაკავშირებით გამოიცა სახელმძღვანელო „სამართლიანად გამარჯვება“. აღნიშნული სახელმძღვანელო საქართველოში არსებულ და საერთაშორისო პრაქტიკას ეყრდნობა. მისი მიზანია ხელი შეუწყოს ქართული ბიზნესსუბიექტების კონკურენტუნარიანობის გაზრდას და ქვეყანაში სოციალური კაპიტალის დაგროვებას.

ჩვენის აზრით, აღნიშნული სახელმძღვანელო საქართველოში მოქმედ ბიზნესსუბიექტებს დაეხმარება შეძლონ მაღალი კორპორატიული სოციალური პასუხისმგებლობის, ბიზნესის მომგებიანობისა და ეფექტურობის შერწყმა.

საქართველოში მაღალი სოციალური პასუხისმგებლობით გამოირჩევა საფინანსო სექტორი. მაგალითად თიბისი ბანკი, რომელიც დაფუძნების დღიდან არა მარტო აქტიურად მონაწილეობს სხვადასხვა საქველმოქმედო, კულტურული და სოციალური პროექტების დაფინანსებაში, არამედ თავადაც იყო არაერთი პროექტის ინიციატორი.

თიბისი ბანკის სტრატეგია სოციალური პასუხისმგებლობის სფეროში მიმართული არის გრძელვადიანი პროექტების მხარსაჭერაზე, რომლებიც ორიენტირებულია გრძელვადიან პერსპექტივაში კონკრეტული შედეგების მიღწევაზე, საზოგადოებრივი, კულტურული და ეროვნული ფასეულობების შენარჩუნებასა და დაცვაზე. აღნიშნულ სტრატეგიას ახორციელებდნენ ძირითადი პრიორიტეტების მიხედვით. კერძოდ, სოციალური პროგრამები; ისტორიული ძეგლების რესტავრაცია; კულტურა და ხელოვნება; საქველმოქმედო ორგანიზაცია თიბისი ფონდი. 2010 წელს თიბისი ბანკმა ქველმოქმედებაზე 800 ათასი ლარი დახარჯა. 2003 წელს დაარსა ყოველწლიური ლიტერატურული კონკურსი „საბა“, საქართველოში „საბას“ დაჯილდოება – წლის ყველაზე მთავარი ლიტერატურული მოვლენაა.

თიბისი ბანკი აგრძელებს ისტორიული და არქიტექტორული ძეგლების დაცვასა და რესტავრაციას. კერძოდ, 2010 წელს დიდი ბრიტანეთისა და ირლანდიის ეპარქიისათვის საკათედრო ტაძარი შეიძინა. განახორციელა ფოკას დედათა მონასტრის რეკონსტრუქცია - კეთილმოწყობა. შეიძინა უდრეხის

მონასტრის, რუის-ურბნისის მამათა მონასტრისათვის ზარები, დააფინანსა ბოლნისის ეპარქიაში ღვთისმშობლის ხარების მონასტრის სამშენებლო სამუშაოები, წმ. ბარბარეს მონასტრის კეთილმოწყობა, თიანეთის და ფშავ-ხევსურეთის ეპარქიაში ტაძრის მშენებლობა; ფოთის ღვთისმშობლის სახელობის საკათედრო ტაძრის მშენებლობა, ლაგოდეხის წმ. ნიკოლოზის სახელობის ეკლესიის მშენებლობა. ხოლო თიბისი ფონდის მიერ 2010 წლის განმავლობაში განხორციელებული პროექტების ჯამურმა ბიუჯეტმა 213 ათასი ლარი შეადგინა. ასევე, ფონდი წლის განმავლობაში აქტიურად აგრძელებდა 2008 წლის აგვისტოს მოვლენების შედეგად დაზარალებულთა დახმარებას. 2010 წელს ფონდის მიერ განხორციელდა შემდეგი პროექტები: - დევნილი ბავშვების მუსიკალური განათლების ხელშეწყობა წეროვანში; პროექტი „ჯანმრთელი თაობა წეროვანში“ - სპორტული სექციის დაფინანსება; ახალგორის კულტურის სახლის მხარდაჭერა; დევნილი ახალგაზრდობის ფსიქო –საოციალური მხარდაჭერა წეროვანში და სხვა მრავალი.

ასევე, სოლიდარობის გამომხატველ აქციებსა და ქველმოქმედებაში აქტიურად არის ჩართული ბანკი რესპუბლიკა. გარდა კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის ფარგლებში გათვალისწინებული რეგულარული ღონისძიებებისა, ბანკი რესპუბლიკა აქტიურად მონაწილეობდა „მოქალაქეობრივ მოვალეობების კვირეულში“, რომელიც „სოსიეტე ქენერალის“ მაშტაბით განხორციელდა. 2009 წელს ბანკის თანამშრომლებმა საკუთარი ნებით გაიღეს სისხლი ღვიკემით დაავადებული ბავშვებისათვის. შეიძინეს ააპარატურა იაშვილის სახელობის საავადმყოფოსათვის, სადაც ეს ბავშვები მკურნალობის ხანგრძლივ კურსს გადიან. ბანკის ფილიალში მოეწყო უნარშეზღუდული ბავშვების ნახატების და ხელოვნების სხვა ნიმუშების გამოფენა.

გარდა ამისა სოციალური პასუხისმგებლობის პრინციპების დაცვით საქველმოქმედო ფონდ „ცისკართან“ ერთად აწყოფს ღონისძიებებს გაჭირვებული ოჯახების და უპატრონო ბავშვთა სახლების დახმარების, ეკლესიების, მონასტრების და კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლების განახლების და აღდგენისათვის

ბანკის ერთერთი ძირითადი პრიორიტეტი ქართული კულტურის ხელშეწყობაა, უკვე მესამე წელია, ბანკი „რესპუბლიკა“ ფინანსურ დახმარებას

უწევს მარჯანიშვილის თეატრს, გენერალური სპონსორის სტატუსით და აფინანსებს რუსთაველის სახელმწიფო თეატრს. თბილისის სახელმწიფო კონსერვატორიის გენერალური სპონსორია. და სხვა მრავალი. მისი ყველა სოციალური და საქველმოქმედო პროგრამა ბანკის გრძელვადიანი კორპორაციულობის სტრატეგიის მიხედვით ხორციელდება.

ერთ-ერთი პრიორიტეტი კომპანია „ავერსის“-თვის ქველმოქმედებაა, რომელიც წლების განმავლობაში ზრუნავს მზრუნველობამოკლებულ ბავშვთა და მოხუცებულთა თავშესაფრების ბენეფიციარებზე, ასევე პრიორიტეტი რჩება მრავალშვილიან ოჯახებზე დახმარება. საქველმოქმედო ფონდ ავერსის და საქართველოს საპატრიარქოს შორის გაფორმებული მემორანდუმის, თანახმად, მღვდელ-მონაზონები და სასულიერო პირები, უფასოდ სარგებლობენ სხვადასხვა სამედიცინო სერვისით.

სოციალური პროექტების განხორციელებაში გამოირჩევა სააქციო საზოგადოება მადნეულის, რომელიც მაღალი აქტივობით მონაწილეობას ღებულობს არაერთ საქველმოქმედო აქციებში. წვლილი შეიტანა ქართული კინოს და თეატრის განვითარება პოპულიზაციაში. სააქციო საზოგადოება მადნეულის სოციალური პასუხისმგებლობა უძველესი ქართული ეკლესიების შენარჩუნება-განახლებაა. კვალიფიციური კადრების აღზრდის მიზნით განათლების სფეროში ინვესტიციები ჩადო, ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტში.

ნავთობპროდუქტების იმპორტიორთა, მწარმოებელთა და მომხმარებელთა კავშირის მიერ 2005 წელს ლუკოილ ჯორჯია ნავთობპროდუქტების იმპორტისა და რეალიზაციის სექტორში ყველაზე ქველმოქმედ ორგანიზაციად იქნა დასახელებული.

ბიზნესსუბიექტის საქველმოქმედო საქმიანობები ფართო სპექტრს მოიცავს. ლუკოილ ჯორჯიამ 2007 წელს ახალი საქველმოქმედო ინიციატივა დაიწყო წალკის რაიონში სოფელ ბერერთის საჯარო სკოლის ავტობუსის საწვწვით მომარაგება. 2006 წელს თბილისი №2 სამშობიარო სახლში გათბობის უახლოესი სისტემა დაამონტაჟა და სხვა.

არა მარტო დიდ ბიზნესს, არამედ მცირე ბიზნესსუბიექტებს რომლებსაც ძალიან მცირე ბიუჯეტი აქვთ ან თუნდაც სულ არ გააჩნიათ ბიუჯეტი ამ საქმიანობისთვის, ასევე სჭირდებათ კორპორატიული სოციალური

პასუხისმგებლობის საკითხებზე მუშაობის დაწყება და ამით რელური ცვლილებების ინიცირება.

კორპორატიული სოციალური პასუხისმგებლობის გათავისებით, ბიზნესსუბიექტები აუმჯობესებენ რისკის მართვას და ამალევენ სტრატეგიულ მიზნებს. ეს პროგრამები უნდა ემსახურებოდეს ყველა მონაწილის ინტერესებს. მათ შორის ბიზნესის ინტერესს მოგების ზრდის მიმართ. ორმხრივი გამარჯვების გზის მოძიება, რაც ბიზნესისა და საზოგადოებისთვის თანაბრად სარგებელიანია წარმოადგენს კორპორატიული სოციალური პასუხისმგებლობის პროექტების წარმატების საფუძველს.

ჩვენის აზრით, საქმიანობაში წარმატების მისაღწევად ბიზნესსუბიექტს სჭირდება საზოგადოების ინფორმირება მისი ბიზნესის სოციალურ და ბუნებრივ გარემოზე ზემოქმედების შესახებ. რადგან ბიზნესსუბიექტების მიერ ინფორმაციის რეგულარული გავრცელება და ანგარიშების მომზადება ცორპორატიული სოციალური პასუხისმგებლობის თემაზე, მისი წარმატების საწინდარია.

საქართველოსათვის შედარებით სიახლეს წარმოადგენს სოციალური პასუხისმგებლობის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ასპექტი – სოციალური ანგარიშების პრაქტიკა. თუმცა, ყოველწლიურად სულ უფრო მეტი ბიზნეს სუბიექტი აქვეყნებს ამგვარ ინფორმაციას თავიანთ ვებ-გვერდებსა და წლიურ ანგარიშებში, რაც დადებით ზეგავლენას ახდენს კორპორაციულ რეპუტაციას და კომპანიის ურთიერთობაზე სხვადასხვა დაინტერესებულ მხარეებთან.

სოციალური ანგარიში საერთაშორისო ბიზნეს-გარემოში ბიზნესსუბიექტის სავიზიტო ბარათია. მასში გაცხადებულია კომპანიის პრიორიტეტები და ფასეულობები, აღწერილია მისი დადებითი შენატანი ეკონომიკის განვითარებასა და საზოგადოების კეთილდღეობის ზრდაში.

არსებითად, სოციალური ანგარიში პასუხს სცემს იმ ძირითად შეკითხვებს, რომლებიც დაინტერესებულ მხარეებსა და ფართო საზოგადოებას შეიძლება გაუჩნდეს ბიზნეს სუბიექტის საქმიანობის შესახებ. დღეს მსოფლიოში მიჩნეულია, რომ ანგარიშგება ბიზნესსუბიექტის სოციალურ პასუხისმგებლობაზე მისი წარმატებულობისა და ეფექტური მენეჯმენტის მაჩვენებელია, რაც განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია ინვესტიციების მოსაზიდად. ანგარიშგების პრაქტიკა დადებით ზეგავლენას ახდენს აგრეთვე

ბიზნესსუბიექტის შიდა მენეჯმენტსა და მისი ფუნქციების კორიზონტალურ ინტეგრაციაზე.

გარდამავალი ეკონომიკის ქვეყნებში ბიზნესის მოტივაცია ბიზნესის პასუხისმგებლობის ჩამოყალიბების შესახებ რამდენადმე განსხვავებულია. ამ შემთხვევაში ბიზნესსუბიექტების მიერ კორპორატიული სოციალური პასუხისმგებლობის განხორციელების ძირითადი მიზეზები რეპუტაცია და საერთაშორისო ბაზარზე ინტეგრირების სურვილია.

ასეთ პირობებშიც კი, ყოველთვის დგება ბიზნესის წინაშე ისეთი პრობლემები, რომლებსაც ვერ გაუმკლავდება მარტო საზოგადოების მხარდაჭერის გარეშე. ბიზნესი კი მხოლოდ მაშინ მიიღებს ასეთ მხარდაჭერას, თუ საზოგადოება მისი საქმიანობის მიმართ დადებითად იქნება განწყობილი. საქართველოში 2007 წელს ჩატარებულმა კვლევამ კორპორატიული სოციალური პასუხისმგებლობის მიმართ საზოგადოების მოლოდინისა და წარმოდგენის შესახებ უჩვენა, რომ რესპოდენტთა 93% თვლიდა რომ გარდა მოგების ზრდისა და კანონმდებლობასთან შესაბამისობისა, ბიზნესმა ნებაყოფილობით უნდა დააკმაყოფილოს სოციალური საჭიროებები და გაითვალისწინოს ისინი გადაწყვეტილების პროცესში.

პასუხისმგებლობაზე დაფუძნებული ბიზნესისა და მართვის სისტემების არსებობა მნიშვნელოვანია ღირებულების საერთაშორისო ჯაჭვებში მონაწილეობისათვის. მისი ნათელი მაგალითია ქართული ბიზნესსუბიექტების წინაშე არსებული სირთულეები დასავლურ ბაზრებზე საქონლის ექსპორტირებისას. განვითარებულ ბაზრებზე მოქმედი ბიზნესსუბიექტები ყურადღებას აქცევენ არა მხოლოდ პარტნიორის პროდუქციის ხარისხსა და უსაფრთხოებას. არამედ მის დამოკიდებულებას გარემოს დაცვის, ადამიანის უფლებების და შრომის მიმართ.

კორპორატიული სოციალური პასუხისმგებლობის ამდღეობა დამოკიდებულია ლიდერებზე. ცოტა ბიზნესსუბიექტს აქვს ბიზნესის და მისი გავლენის გლობალური ხედვა და სურვილი, რომ პირადად მიიღოს მონაწილეობა წინსვლის გზის ძიებაში.

მაგალითად, შეიძლება მოვიყვანოთ ოქროს ბრენდის დაჯილდოება 2009 – საქართველოს სავაჭრო და სამრეწველო პალატის და ამერიკის სავაჭრო პალატის მხარდაჭერით 2010 წლის მარტში. Global Idea-მ და გაზეთმა financial

გამართეს 2009 წლის ოქტოს ბრენდის დაჯილდოების მე-5 ცერემონია, გასული წელის საუკეთესო ბრენდის გამოსავლენად. დაჯილდოვდა სხვადასხვა სექტორში მოქმედი 34 ბიზნესსუბიექტი. ბანკმა რესპუბლიკამ მიიღო სოციალური პასუხისმგებლობის მქონე ბრენდის ჯილდო, ხოლო ჯეოსელმა მიიღო პლანეტის და საყვარელი ბრენდის ჯილდო.

ჩვენის აზრით, დაჯილდოების ცერემონიალის მიზანია ქართული და საქართველოში მოქმედი უცხოური ბიზნესსუბიექტების მოტივირება და სტიმულის მიცემა. რათქმაუნდა ბიზნესის ინტერესები გაიზრდება ამ ჯილდოების მიმართ, რადგან მათ გავლენა აქვთ მომხმარებლის დამოკიდებულებაზე და ბრენდების შესახებ წარმოდგენაზე. აქვე უნდა აღინიშნოს ისიც, რომ ქართული ბიზნესი ვითარდება და მეტად პასუხობს საზოგადოების მოლოდინს.

კვალიფიციური თანამშრომლები ბიზნესის ყველაზე სერიოზული გამოწვევაა. ბიზნესის სამომავლო წარმატებისათვის განათლება და განათლებული ადამიანური რესურსი ყველაზე მნიშვნელოვანი საკითხია. საქართველოში ბიზნესსუბიექტებში ადამიანური რესურსების კომპეტენტურობა ერთერთი მტკივნეული საკითხია. მომავალში ამ სფეროში სისტემური ცვლილებებისათვის საჭირო გახდება უფრო მჭიდრო თანამშრომლობა ბიზნესსა და საგანმანათლებლო დაწესებულებებს შორის. კადრების შენარჩუნებაც არანაკლებ მწვავე პრობლემაა ქართულ ბიზნესსუბიექტებისათვისაც. ბიზნესსუბიექტებს რომლებსაც ადამიანური რესურსების მართვის უკეთესი სისტემა აქვთ და მინიმალურ სამართლებრივ მოთხოვნებზე უკეთეს პირობებს სთავაზობენ თანამშრომლებს, უპირატესობა აქვთ კარგი კადრების მოსამზადად და შესანარჩუნებლად.

საერთაშორისო სარეიტინგო კომპანიის Grant Thornton internacional-ის ჩატარებული კვლევის მიხედვით, რომელიც კომპანიის მიერ კორპორატიული სოციალური პასუხისმგებლობის პრინციპების პრაქტიკაში გამოყენებას იკვლევდა, კორპორატიული სოციალური პასუხისმგებლობის მსოფლიო რეიტინგში საქართველო 26 –ე ადგილზეა.

კვლევის კრიტერიუმებს რამდენიმე საკითხი შეადგენდა, მათ შორის ბიზნესსუბიექტის მიერ თანამშრომელთათვის მოქნილი სამუშაო გრაფიკის შეთავაზება. ასევე, მათ ჯანმრთელობაზე ზრუნვა, საწარმოო ნარჩენებზე კონტროლი, საზოგადოებრივ ღონისძიებებში მონაწილეობა, ქველმოქმედება, სხვა

კომპანიებისათვის ბიზნესის წარმოებაში ხელშეწყობა, ეკოლოგიურად სუფთა საწარმოო ნედლეულის გამოყენება და სხვა. როგორც ირკვევა, სოციალური პასუხისმგებლობის პრინციპების დანერგვით მსოფლიოში პირველ ადგილზე ფილიპინების ბიზნესი დგას. მას მოსდევს ტაილანდი და სამხრეთ აფრიკა. რაც შეეხება მოწინავე ეკონომიკის ქვეყნებს, რეიტინგში ამერიკას მე-13, გერმანიას 28-ე, შვეიცარიას კი მე-20 ადგილი უჭირავს. როგორც ავლნიშნეთ საქართველოს, რეიტინგში 26 ადგილი უჭირავს.

ჩვენის აზრით, ნებისმიერ ბიზნეს ორგანიზაციამ უნდა გაატაროს სოციალური პასუხისმგებლობის ღონისძიებები და მოახდინოს საკუთარი შესაძლებლობების რეალიზაცია თანამედროვე ეტაპზე.

მიზანშეწონილია სოციალური პასუხისმგებლობის ამაღლების მიზნით ბიზნესსაქმიანობაში შემდეგი ძირითადი მიმართულებების გამოყოფა: ბიზნესსაქმიანობაში მონაწილე ყველა მხარის ინტერესების დაცვა, ბიზნესის სწრაფვა სამართლიანობისკენ, პროგრესისკენ და მსოფლიო თანამშრომლობისკენ. მომხმარებელთა კულტურული ტრადიციების გათვალისწინება, მომსახურების მაღალი ხარისხი, შეთავაზებული საქონლისა თუ მომსახურების უსაფრთხოება და ეკოლოგიური სისუფთავე. მასობრივ საინფორმაციო საშუალებებთან ურთიერთობები, რაც შესაძლებლობას მისცემს ბიზნესსუბიექტებს მოახდინონ სოციალური პასუხისმგებლობის პრინციპების რეალიზაციის პოპულარიზაცია, ან პირიქით, მათი გაკრიტიკება, ვინც მოქმედებს აღნიშნული პრინციპების დარღვევით. ასევე, აუცილებელია სახელმწიფო სტრუქტურებთან გამჭვირვალე ურთიერთობა და თანამშრომლობა ისეთ სფეროებში, როგორიცაა: დასაქმება, სოციალური დაცვა, გარემოს დაცვა, საგანმანათლებლო და საკვლევო პროგრამების სპონსორობა, ჯანდაცვა და სხვა;

სოციალური პასუხისმგებლობის პრინციპების განხორციელება ბიზნესსუბიექტების სტრატეგიაში, მენეჯმენტში და პრაქტიკაში საქართველოსათვის სიახლეა. არ არსებობს სოციალურად პასუხისმგებელი ბიზნესის პრაქტიკის სტანდარტული რეცეპტი - ეს პრაქტიკა სხვადასხვაა ცალკეულ ბიზნესსუბიექტებსა და ქვეყანაში.

მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყნებში წლების მანძილზე მიმდინარეობდა დისკუსია თუ როგორი უნდა იყოს ბიზნესის როლი საზოგადოებრივი კეთილდღეობის ამაღლების საქმეში, ბიზნესის ეთიკური ფუნქცია არ არის

მხოლოდ კაპიტალის დაგროვება, გადასახადების გადახდა, სამუშაო ადგილების შექმნა და კანონის ფარგლებში საკუთარი საქმიანობის განვითარება, მათ თავიანთ თავზე მეტი პასუხისმგებლობა უნდა აიღონ იმ საზოგადოების კეთილდღეობაზე, რომელ გარემოშიც ფუნქციონირებენ და მეტად ჩაერიონ საზოგადოების სოციალური პრობლემების გადაჭრაში. აღნიშნულს სტიმულს უნდა აძლევდეს ბიზნესგარემო, რომელიც ეფექტურია სახელმწიფოს მარეგულირებელი როლის ამაღლებით.

ამიტომ მნიშვნელოვანია გამოვიკვლიოთ თუ როგორ აფასებენ ბიზნესექტორის წარმომადგენლები საქართველოში დღეისათვის არსებულ ბიზნესგარემოსა და მისი განვითარების დინამიკას, უკანასკნელი 5 წლის განმავლობაში, საზოგადოებრივად რა სასიკეთო ღონისძიებები განუხორციელებიათ, რა მაშტაბით და რა ფორმით.

აღსანიშნავია, რომ სოციალური პასუხისმგებლობის განხორციელება მოი-აზრებს ორი მხარის, ერთის მხრივ განმახორციელებელი მხარის – ბიზნეს კომპანიების და მეორე მხრივ მიმღები მხარის საზოგადოების ცალკეული ფენების, ჩართულობას. ჩვენი კვლევა მიმართული იყო ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის მიმწოდებელი მხარის ბიზნესსუბიექტის ქცევაზე.

სწორედ, კვლევის ძირითადი მიზანი იყო ბიზნესის სოციალური პასუხისმ-გებლობის მიმართ აჭარის რეგიონში მოქმედი ბიზნესსუბიექტების დამოკიდ-ებულების შესწავლა და ბიზნესსუბიექტების სოციალური პასუხისმგებლობის ელემენტების განხორციელების არსებული გამოცდილების შესწავლა.

ამდენად, კვლევის შედეგად აჭარის რეგიონში მოქმედ ბიზნესსუბიექტ-ების მაგალითზე შევეცადეთ პასუხი გაგვეცა და წარმოგვეჩინა შემდეგი საკითხები:

- დღეისათვის არსებული ბიზნესგარემოს ზოგიერთი ფაქტორი და მისი განვითარების დინამიკა უკანასკნელი 5 წლის განმავლობაში;
- ბიზნესის სოციალურ პასუხისმგებლობას როლი საზოგადოების კეთილ-დღეობაში; ბიზნესსუბიექტებს აქვთ თუ არა მისია და ეთიკური ფასეულობები განსაზღვრული;
- ბიზნესსუბიექტები რამდენად არიან ჩართულები საზოგადოების სოცი-ალურ-ეკონომიკური პრობლემების მოგვარებაში, გარემოსდაცვით საკითხებში

და რამდენად მოქმედებს ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა კომპანიის დადებით იმიჯზე;

- ბიზნესსექტორის კონკრეტული აქტივობა და ფორმა გარემოსდაცვითი, სოციალურ და ეკონომიკური მიმართულებით.

- ახორციელებენ თუ არა სოციალურ პასუხისმგებლობას წინასწარ ჩამოყალიბებული პრიორიტეტის საფუძველზე და აწარმოებენ თუ არა განხორციელებული სოციალური პასუხისმგებლობის მენეჯმენტს, და თუ არიან მზად წვლილი შეიტანონ სოციალური პასუხისმგებლობის განხორციელებაში.

- ბიზნესსექტორში დასაქმების დინამიკა.

- ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის განხორციელებაში რა როლი უჭირავს ლობიზმს და სხვა მნიშვნელოვანი საკითხები.

კვლევა ჩატარდა აჭარის რეგიონში მოქმედ ბიზნესსუბიექტის წარმომადგენელთან. გამოიკვთა ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის სფეროში არსებული ძირითადი ტენდენციები.

კვლევისას გამოყენებული იყო ინტერვიუს მეთოდი. ინტერვიუ მიმდინარეობდა სპეციალური კითხვარების მეშვეობით. გამოყენებული იყო ბიზნესსუბიექტთა მონაცემთა ბაზა. ჩატარდა ინტერვიუ 350 სხვადასხვა საქმიანობის სფეროების ბიზნესსუბიექტის წარმომადგენლებთან.

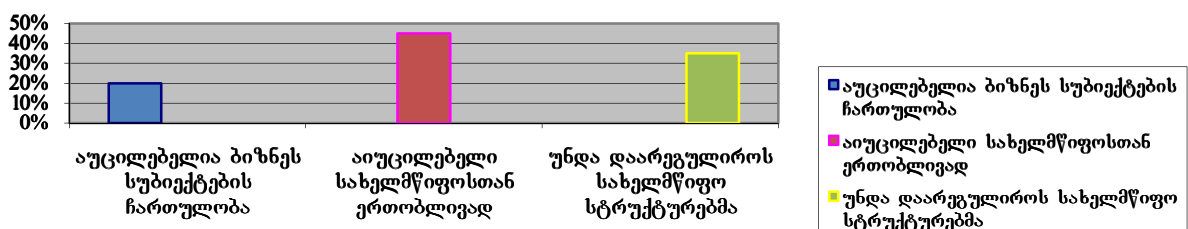
აღსანიშნავია, რომ სოციალური პასუხისმგებლობის დონეს და ქვეყანაში ბიზნესის ცალკეულ სფეროში ეკონომიკის განვითარების დონეს შორის არსებობს გარკვეული კავშირი. ცხადია, წარმატებულ ბიზნესსუბიექტებს შესაძლებლობა აქვთ, რომ მეტი დახარჯონ პიარზე, ქველმოქმედებასა და საზოგადოებისათვის სასიკეთო საქმიანობაზე. ასევე, განვითარებადი, წარმატებული ბიზნესსუბიექტი უფრო მეტად ზრუნავს საკუთარ საზოგადოებრივ იმიჯზე, სხვადასხვა სოციალურ ჯგუფებთან ურთიერთობაზე.

რაც შეეხება ბიზნესსუბიექტების სოციალურ პასუხისმგებლობის როლს საზოგადოების კეთილდღეობის ამაღლებაში, რესპოდენტთა 45% თვლის რომ ეს პირველ რიგში სახელმწიფომ უნდა დაარეგულიროს, ხოლო რესპოდენტთა 20%-ის აზრით ბიზნესსექტორმა სახელმწიფოსთან ერთად უნდა დაარეგულიროს, ხოლო 35% აზრით ბიზნესსექტორია პასუხისმგებელი აღნიშნული საკითხის მოგვარებაში. (გრაფიკი №3.4.1)

აღსანიშნავია, რომ ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა არის არა მხოლოდ საზოგადოების წინაშე მორალური ვალდებულებების შესრულება, არამედ ის კეთილმოყვებულ გავლენას ახდენს უშუალოდ ბიზნესსუბიექტის საქმიანობაზეც. შეიძლება ითქვას, ბიზნესის სოციალური პოლიტიკის შემუშავება, დანერგვა არის ნაბიჯი ბიზნესსუბიექტის აღიარებისაკენ არა მარტო საერთაშორისო ბაზარზე, არამედ საკუთარ ქვეყანაშიც. ის აძლიერებს აქციონერთათვის ბიზნესის მიმზიდველობას, იწვევს ბიზნესსუბიექტის პროდუქციაზე მოთხოვნილების ზრდას, ხელს უწყობს მომხმარებლის შენარჩუნებას, შრომითი რესურსების მოზიდვასა და პერსონალის მეტ ლოიალობას აგრეთვე, ხელისუფლებასთან ურთიერთობის გაუმჯობესებას. რაც უფრო ხელშემწყობი ბიზნესგარემოს შექმნაში აისახება. სწორედ კვლევის შედეგად გამოიკვეთა, რომ ბიზნესსუბიექტის დადებითი იმიჯის ჩამოყალიბებაში მნიშვნელოვანი ადგილი უჭირავს ბიზნესის სოციალურ პასუხისმგებლობის განხორციელებას.

გრაფიკი №3.4.1

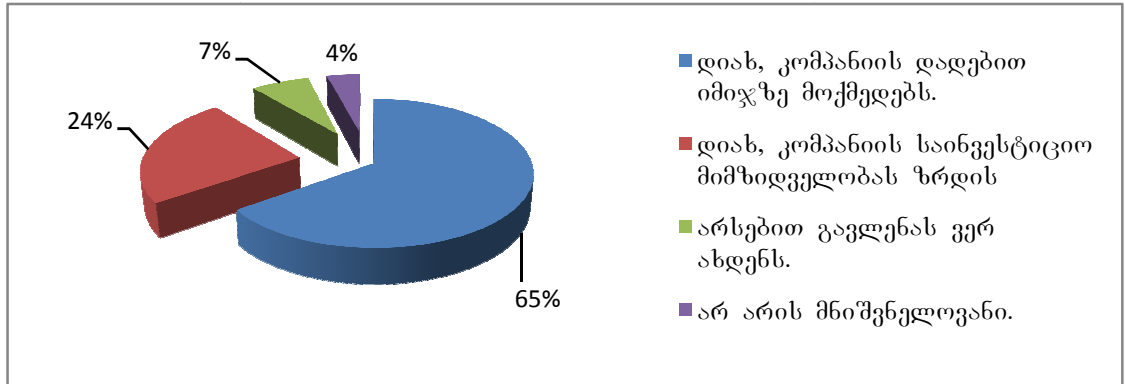
ბიზნესსუბიექტების სოციალური პასუხისმგებლობის როლი საზოგადოებრივ კეთილდღეობაში



წყარო: ავტორის მიერ ჩატარებული კვლევის მასალები

გამოკითხულთა უმრავლესობა (65%) ეთანხმება იმ გარემოებას, რომ სოციალური პასუხისმგებლობის განხორციელება მნიშვნელოვანია კომპანიის დადებითი იმიჯის ჩამოყალიბებისათვის. 24 % აზრით კომპანიის საინვესტიციო მიმზიდველობას ზრდის, 7% აზრით არსებით გავლენას ვერ ახდენს, ხოლო 4% აზრით სოციალური პასუხისმგებლობა არანაირ გავლენას არ ახდენს კომპანიის იმიჯზე. (დიაგრამა №3.4.1)

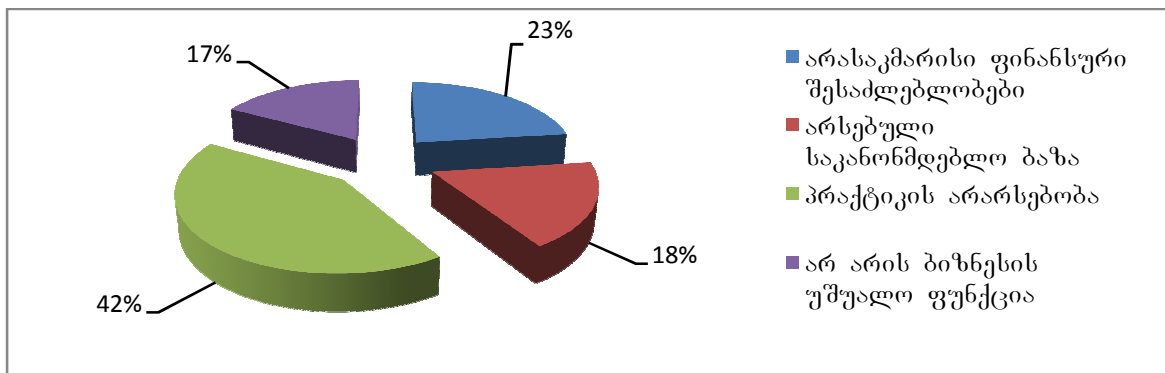
კომპანიის დადებით იმიჯს ჩამოყალიბებაში სოციალური პასუხისმგებლობის მნიშვნელობა



წყარო: ავტორის მიერ ჩატარებული კვლევის მასალები

მართალია, ბიზნესსუბიექტების მენეჯერები აცნობიერებენ ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის დადებით ზეგავლენას მათ საქმიანობაზე, მის მნიშვნელობას ბიზნესსუბიექტის დადებით იმიჯზე. ამასთან, მათი აზრით აღნიშნულის განსახორციელებლად გარკვეული ხელისშემშლელი ფაქტორებიც არსებობს. კერძოდ, ხელისშემშლელ ფაქტორთა შორის დასახელდა მსგავსი პრაქტიკის არასებობა/ნაკლებობა (42%), კანონმდებლობის არარსებობა (18%), არასაკმარისი ფინანსები (23%), არაა ბიზნესის უშუალო ფუნქცია (17%). (დიაგრამა №3.4.2)

ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის პრინციპების რეალიზაციის ხელის შემშლელი ფაქტორები



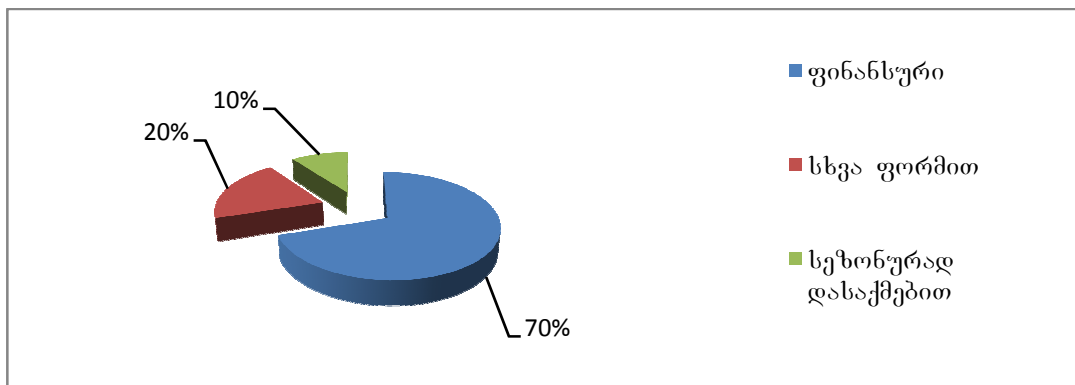
წყარო: ავტორის მიერ ჩატარებული კვლევის მასალები

როგორც კვლევამ აჩვენა, საზოგადოებრივად სასარგებლო საქმიანობის განხორციელებისას ბიზნესსუბიექტების უმრავლესობა სოციალური პასუხისმგებლობის განხორციელების ფორმად ძირითადად მხოლოდ ფინანსურ ნაკადებს მოიაზრებს და ნაკლებად ინფორმირებულია, ან სხვა ფორმით (მაგალითად, საკუთარი პროდუქციის, ტრანსპორტის, შენობა-ნაგებობის დათმობა, სწავლების დაფინანსება, სეზონური დასაქმება და სხვა) განახორციელებს. (დიაგრამა №3.4.3)

მიუხედავად იმისა, რომ ბიზნეს სუბიექტებს მეტ-ნაკლებად განსაზღვრული აქვთ სოციალური პასუხისმგებლობის განხორციელების პრიორიტეტული სფეროები და მიმართულებები, ამ საქმიანობის განხორციელების მენეჯმენტი და მონიტორინგ იშვიათად ან საერთოდ არ ხორციელდება. 60% საერთოდ არ ახსორციელებს სოციალური პასუხისმგებლობის ფარგლებში განხორციელებული აქტივობის მენეჯმენტს, ხოლო 40%-ის აზრით აქტივობის მენეჯმენტი იშვიათად მაგრამ მაინც ხორციელდება.

დიაგრამა №3.4.3

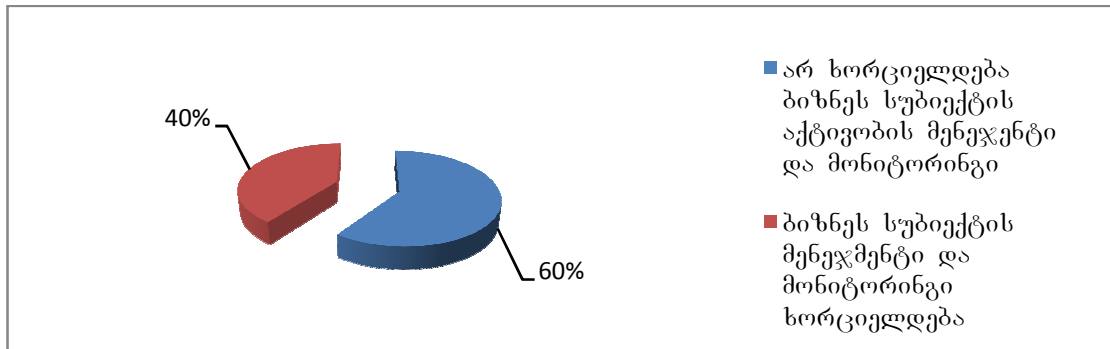
სოციალური პასუხისმგებლობის განხორციელების ფორმები



წყარო: ავტორის მიერ ჩატარებული კვლევის მასალები

მაგალითად, ზოგიერთი ბიზნესსუბიექტის აქტივობის მენეჯმენტს და მონიტორინგს ახორციელებს ბიზნესსუბიექტის ერთერთი განყოფილება, რომელიც დამატებით ფუნქციად ითვისებს. (დიაგრამა №3.4.4)

სოციალური პასუხისმგებლობის ფარგლებში განხორციელებული აქტივობის მენეჯმენტი და მონიტორინგი



წყარო: ავტორის მიერ ჩატარებული კვლევის მასალები

მაგალითად მსოფლიოში მზარდია სოციალური ანგარიშების როლი. 1999 წელს კომპანია Sustain Abiliti-ის მიერ მომზადდა 31 ბიზნესსუბიექტის სოციალური ანგარიში, რომელიც დღესაც სახელმძღვანელო დოკუმენტად ითვლება ბიზნესის სოციალური ანგარიშის შედგენისას. 2001 წელს Sustain Abiliti-ის სიაში უკვე 202 წამყვანი ბიზნესსუბიექტი დაფიქსირდა. 2005 წლისათვის საერთაშორისო ანგარიშების შედგენის გლობალური სტანდარტის GPI – ის სტანდარტების მიხედვით 4000-მდე ანგარიში იქნა მომზადებული. დღეისათვის აღიარებული სტანდარტების მიხედვით მსოფლიოში 10 000 – მეტი ბიზნესსუბიექტი აკეთებს.

რაც შეეხება დასაქმებას, კვლევის შედეგად გამოიკვეთა, რომ დასაქმების მაჩვენებელი ბოლო 5 წლის განმავლობაში უმნიშვნელოდ გაიზარდა (35%), სტაბილურია 45% აზრით, ხოლო 20% აზრით შემცირდა.

ჩვენს მიერ ჩატარებულმა კვლევამ გვიჩვენა, რომ რეგიონში მნიშვნელოვანი ყურადღება დაეთმო ბოსტნეული კულტურების წარმოებას, როგორც ადგილობრივი მოსახლეობის ისე ტურისტების მოთხოვნილებების დაკმაყოფილების მიზნით. უკანასკნელ წლებში შეიქმნა და ექსპლუატაციაში შევიდა შპს „აიკონ ჯგუფი“ შპს „სენ სელექშენი“ შპს „V&T აგრო“ სასათბურე მეურნეობები სადაც იწარმოება სხვადასხვა სახის ბოსტნეული. გათვალისწინებულია სასათბურე მეურნეობის 10-15 ჰექტარზე გაზრდა. დღეისათვის დასაქმებულია 125 ადამიანი და გაფართოებასთან ერთად მათი რიცხვიც გაიზრდება თითქმის ორჯერ, რაც ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის

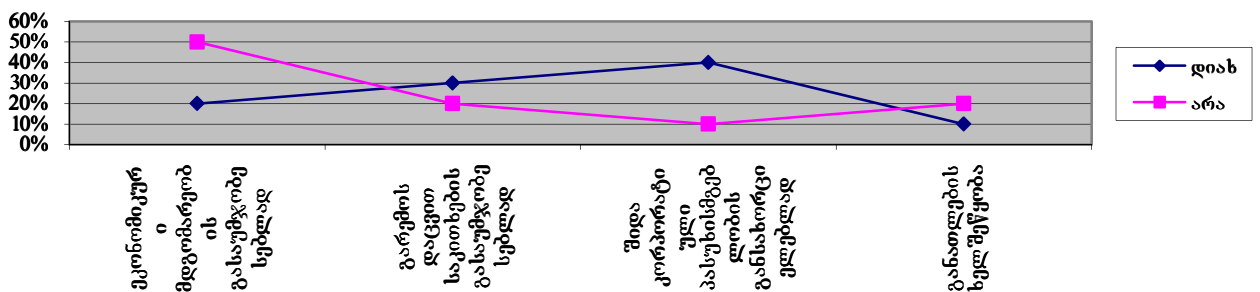
განხორციელების ხარისხზე მიგვიითობს. ამასთან მომხმარებელს მიეწოდება მაღალხარისხოვანი და ეკოლოგიურად სუფთა საადრეო ბოსტნეული.

2004-2011 წლებში რეგიონში განხორციელდა 102 117 919 ლარის ადგილობრივი და უცხოური ინვესტიცია, რომლითაც ამოქმედდა და გადაიარაღდა 61 საწარმო, სადაც მუდმივად დასაქმდა 5003, ხოლო სეზონურად - 3 853 კაცი“ (აჭარის 2011 ..)

გამოკითხულ რესპოდენტთა მცირე ნაწილი ფიქრობს, რომ ბიზნეს სექტორი არ არის მზად სამომავლოდ წვლილი შეიტანოს სოციალური პასუხისმგებლობის სხვადასხვა მიმართულებით განსახორციელებლად. ხოლო რესპოდენტთა უმრავლესობა თვლის რომ ბიზნეს სექტორი მზად არის წვლილი შეიტანოს სოციალური პასუხისმგებლობის განხორციელებაში. თუ რომელი მიმართულებით ეკონომიკური მდგომარეობის გაუმჯობესების, გარემოსდაცვითი საკითხების გაუმჯობესების, შიდაკორპორატიული პასუხისმგებლობის, განათლების ხელშეწყობით აპირებენ პასუხისმგებლობის განხორციელებას გვიჩვენებს გრაფიკი №3.4.5

დიაგრამა №3.4.5

რამდენად არის ბიზნესსუბიექტი მზად წვლილი შეიტანოს სოციალური პასუხისმგებლობის განხორციელებაში და კონკრეტულად რომელი მიმართულებით



წყარო: ავტორის მიერ ჩატარებული კვლევის მასალები

მაგალითად საქართველოში კომპანია ჯეოსელის მუშაობის მნიშვნელოვანი ნაწილი დაფხმებულია საერთაშორისო სოციალური პასუხისმგებლობის პრინციპებზე. კომპანიის მიერ იქნა ინიცირებული მრავალი პროექტი რომელიც გულისხმობს კულტურული მემკვიდრეობის გადარჩენა-შენარჩუნებას, განათლების სფეროს და სპორტის მხარდაჭერას, შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე ადამიანების საზოგადოებაში ინტეგრირების ხელშეწყობას, გარემოს დაცვას.

2011 წელს კომპანია ჯეოსელის მხარდაჭერით აღდგენილი იქნა საქართველოს თეატრის, მუსიკის, კინოს და ქორეოგრაფიის სახელმწიფო მუზეუმში აღმოჩენილი იოჰანე შტრაუსის, გრიგოლ ორბელიანის და გრიგოლ რობაქიძის სამი უნიკალური ხელნაწერი.

ასევე 2011 წელს განხორციელდა სოციალური ფოტო-პროექტი 10 შეზღუდული შესაძლებლობის მქონე ბავშვი და 10 ცნობილი ადამიანი ერთი იდეის ირგვლივ გაერთიანდა. იდეის მიზანი იყო – გაეხადოთ ჩვენი ქვეყანა ადაპტირებული მათთვის ვისაც შესაძლებლობები შეზღუდული აქვს. 2009 წელს ჯეოსელის საუკუნის პროექტი იყო იყალთოს აღდგენა. (სოციალური..2011..)

ბიზნესგარემოს ფორმირებაში მნიშვნელოვანი ადგილს იკავებს ლობიერების ინსტიტუტი. ბიზნესსუბიექტები მიიჩნევენ რომ ლობიზმი მნიშვნელოვან როლს თამაშობს ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის ამაღლებაში და უმრავლესობა თვლის (65%) რომ ლობისტის როლი უნდა შეასრულოს სახელმწიფო სტრუქტურებმა, წარმატებულმა პოლიტიკოსებმა, სხვადასხვა დარგის სპეციალისტებმა, ცნობილმა ადამიანებმა.

საბოლოოდ აღნიშნულმა კვლევამ გვიჩვენა, რომ:

- ბიზნესსექტორის წარმომადგენლები ძირითადად პოზიტიურად აფასებენ დღეისათვის ქვეყანაში არსებულ ბიზნეს გარემოს და მისი განვითარების დინამიკას. გამოკითხულთა უმრავლესობა თვლის, რომ გასული 5 წლის მანძილზე ამ თვალსაზრისით მდგომარეობა უკეთესობისაკენ შეიცვალა.

- ბიზნესსუბიექტები დღეს თავიანთი უშუალო საქმიანობის გარდა, თავის ფუნქციად აგრეთვე მოიაზრებენ საზოგადოების ცხოვრების გაუმჯობესებაში, სოციალური და ეკოლოგიური პრობლემების მოგვარებაში აქტიურ მონაწილეობას.

- მცირეა იმ ბიზნესსუბიექტების რიცხვი, რომლებიც საკუთარი მისიის განაცხადში მიუთითებენ კომპანიის მიზნებზე, საქმიანობებსა და სამიზნე ჯგუფებზე. კვლევამ აჩვენა, რომ ბიზნესსუბიექტებს არ აქვთ მკაფიოდ განსაზღვრული კონკრეტულად რა საზოგადოებრივი მიზნების მიღწევას ცდილობს, ბიზნესსუბიექტი თავისი საქმიანობით რა ეთიკურ პრინციპებს ეყრდნობა პარტნიორებთან, მომწოდებლებთან, თანამშრომლებთან თუ ზოგადად საზოგადოებასთან ურთიერთობაში.

- ბიზნესსუბიექტების წარმომადგენელთა საკმარისი ინფორმირებულობის ხარისხი ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის შესახებ არც თუ ისე მაღალია. რაზეც მეტყველებს ის ფაქტიც, რომ დღესდღეობით ბიზნეს სექტორის წარმომადგენლები თანაბრად მოიაზრებენ როგორც კანონით დაკისრებული ვალდებულებების შესრულებას და ბიზნესსაქმიანობის ხარისხიანად წარმოებას მაგალითად გადასახადების გადახდა, გამჭვირვალე ბიზნეს საქმიანობა, მომხმარებელთათვის ხარისხიანი პროდუქციის და სერვისის მიწოდება, ინვესტიციების მოზიდვა, ბიზნესის გაფართოება და ა.შ. ასევე, კანონით გათვალისწინებული მოთხოვნების მიღმა სხვადასხვა სახის საზოგადოებრივად სასიკეთო პროექტების და საქმიანობის განხორციელება.

აღნიშნულთან დაკავშირებით ინფორმირებულობის არასაკმარის დონეზე მიუთითებს ისიც, რომ გამოკითხულ ბიზნესსუბიექტის წარმომადგენელთა უმრავლესობა სოციალურ პასუხისმგებლობასა და ქველმშობელობას შორის ძირითად განმასხვავებელ ნიშნად ასახელებს, რომ სოციალური პასუხისმგებლობა სავალდებულოა, ხოლო ქველმშობელობა – ნებაყოფილობითი.

- ბიზნესსექტორის წარმომადგენლები ადეკვატურად აფასებენ სოციალური პასუხისმგებლობის დადებით ზეგავლენას კომპანიის უშუალო საქმიანობაზე. სოციალური პასუხისმგებლობის განხორციელების ერთ-ერთ უმნიშვნელოვანეს მოტივად კომპანიის დადებითი იმიჯის ჩამოყალიბება გამოიკვეთა, რაც, თავის მხრივ, განაპირობებს ისეთ ფაქტორებს, როგორცაა მომხმარებელთა და თანამშრომელთა ლოიალურობა, კომპანიის საინვესტიციო მიმზიდველობა და სხვა.

- მიღებული მონაცემების თანახმად, კვლევაში მონაწილე ბიზნეს სუბიექტების უმრავლესობას გასული ხუთი წლის მანძილზე ამა თუ იმ სფეროში განუხორციელებია რიგი საზოგადოებრივად სასიკეთო საქმიანობა. თუმცა ეს აქტივობა, უმეტესწილად, არ ეფუძნება ბიზნეს სუბიექტის ერთიან, გააზრებულ სოციალური პასუხისმგებლობის პოლიტიკას. ხშირად საზოგადოებრივად სასიკეთო საქმიანობას ქველმშობელობის ფორმა უფრო აქვს, ვიდრე მდგრად შედეგსა და განვითარებაზე ორიენტირებული პროგრამისა. მეორეს მხრივ, რესპოდენტები სოციალური პასუხისმგებლობის ფარგლებში განხორციელებულ აქტივობად ხშირად მოიაზრებენ საკუთარი ბიზნეს სუბიექტის უშუალო ბიზნეს საქმიანობას, პრემიებს და სხვა.

აღსანიშნავია, რომ ბიზნესექტორისაგან საზოგადოება (მომხმარებელი) უფრო მეტს ელის მაგალითად, კონკრეტული ადამიანების დახმარებას, საქველმოქმედო აქციებს და არა მდგრად შედეგსა და განვითარებაზე მიმართულ პროექტების განხორციელებას. ამდენად, ჩვენ ვფიქრობთ საჭიროა საზოგადოებაში ცნობიერების ამაღლებაზე მიმართული ღონისძიებების განხორციელება ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის და ბიზნესის საზოგადოებაზე ზრუნვის შესახებ.

სოციალური პასუხისმგებლობის უდიდეს საერთაშორისო ინიციატივას წარმოადგენს გაეროს გლობალური შეთანხმება, რომელიც მსოფლიოს 90 სახელმწიფოში აერთიანებს 3 ათასზე მეტ ბიზნესსუბიექტს. აღნიშნულ შეთანხმებას მხარს უჭერს გაეროს ყველა წევრი სახელმწიფოს მთავრობები.

რაც შეეხება სოციალური პასუხისმგებელი ბიზნესსუბიექტების საქართველოს ქსელს 2006 წელს გაეროს ინიციატივის „გლობალური შეთანხმება“ მხარდაჭერით შეიქმნა და მოქმედებს როგორც ბიზნესის პასუხისმგებლობის პოპულარიზაციის პლატფორმა. რომელიც 36 კომპანიას, (სახალხო ბანკი, ბანკი რესპუბლიკა/სოსიეტ ქენერალი, ნიკორა, ჯეოსელი და სხვა.) არასამთავრობო და სამეცნიერო ორგანიზაციასა და აკადემიურ ინსტიტუტებს აერთიანებს. ქსელის საქმიანობას კოორდინირებას უწევს ამერიკის სავაჭრო პალატა გაეროს განვითარების პროგრამის მხარდაჭერით.

ევროატლანტიკურ სივრცეში ინტეგრაციის მიზნით ასევე მნიშვნელოვნად მიგვაჩნია ევროპის სოციალური ქარტიის რატიფიცირება, რომელსაც ხელი ჯერ კიდევ 2000 წლის 30 ივნისს მოეწერა. მაგრამ მისი რატიფიცირება, გარკვეული მიზეზების გამო ვერ მოხერხდა. სოციალური ქარტიის ძირითადი პრინციპებია: დასაქმება და შრომის ანაზღაურება; ცხოვრებისა და სამუშაო პირობების გაუმჯობესება; სოციალური დაცვა; პროფესიული განათლება; ჯანმრთელობის დაცვა; ბავშვებისა და ახალგაზდობის დაცვა; მოხუცებსა და ინვალიდებზე ზრუნვა და ა.შ. დღეისათვის ევროპის სოციალური ქარტია ხელმოწერილია ევროსაბჭოს წევრი 46 ქვეყნიდან 45-ის მიერ, ხოლო რატიფიცირებულია მხოლოდ 36 ქვეყანაში. საქართველო აღიარებს სოციალური ქარტიის პრინციპებს და უნდა დაიწყოს მისი აქტიური დანერგვა, რაც პირველ რიგში მოტივატორებით, შემდეგ კი სხვა უმნიშვნელოვანესი საკანონმდებლო აქტების ჰარმონიზაციით უნდა გამოიხატოს.

დასკვნები და წინადადებები

საკვალიფიკაციო ნაშრომში ჩამოყალიბებულია და კვლევის საფუძველზე შემუშავებული ბიზნესურთიერთობების სრულყოფისა და სოციალური პასუხისმგებლობის ამდლების კონკრეტული ფაქტორები. წარმოდგენილია ძირითადი მიმართულებები არსებული უცხოური გამოცდილებისა და ტენდენციების შესახებ, შემუშავებულია კონკრეტული დასკვნები და რეკომენდაციები. კერძოდ:

1. კვლევის შედეგები ადასტურებს რომ საქართველოში ჯერ კიდევ სრულყოფას საჭიროებს ბიზნესურთიერთობების სისტემა. აუცილებელია მოწესრიგდეს სახელმწიფოსა და ბიზნესის, ასევე სხვადასხვა სფეროს ბიზნესსუბიექტების, ბაზარზე მთავარი მოქმედი პირების, პარტნიორული ურთიერთობები.

2. ეროვნულ ბიზნესში სოციალური პასუხისმგებლობა ხასიათდება დაბალი ხარისხით. საზოგადოებრივი კეთილდღეობის ელემენტები ჯერ კიდევ შემოიფარგლება სტიქიური და ერთჯერადი ღონისძიებებით, საზოგადოების მნიშვნელოვანი ნაწილი ვერ აფასებს პასუხისმგებლობის შედეგებს, ამიტომ მიზანშეწონილად მიგვაჩნია შემუშავდეს ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის განვითარების ტენდენციები და მიმართულებები, სახელმწიფოსა და ბიზნესის პარტნიორული ურთიერთობების მექანიზმის გათვალისწინებით.

3. მიგვაჩნია, რომ სახელმწიფო რეგულირების გარეშე საბაზრო სისტემის დამოუკიდებელი არსებითი გარდაქმნის უნარი უმნიშვნელოა. საბაზრო სისტემის სრულყოფა შეუძლებელია თვით სისტემის მიერ.

4. ბიზნესისურთიერთობების სრულყოფისა და უცხოური ინვესტიციებისათვის მიმზიდველი გარემოს შექმნის მიზნით მიგვაჩნია, რომ შემუშავდეს საბანკო პროდუქტებთან ხელმისაწვდომობის, შრომის ბაზრისათვის კვალიფიციური კადრების მომზადების, ექსპორტ-იმპორტის დაბალანსების, საკუთრების დაცვის, ინოვაციური ტექნოლოგიების დანერგვის, ბიზნეს კულტურის ამდლების, საკუთარი ბაზრის დაცვის, ასევე საგარეო ვაჭრობის შესაძლებლობების ეფექტურად გამოყენების მექანიზმები;

5. ჩატარებული კვლევის საფუძველზე დავადგინეთ, რომ ბიზნესურთიერთობებში პრაქტიკულად მონაწილეობს ოთხი ჯგუფი, პირველი ჯგუფი ბიზნესმენებია, რომლებიც თავისი ეკონომიკური და იურიდიული პასუხისმგებლობის ქვეშ იღებენ ბიზნესის განხორციელების ინიციატივას, ბიზნესსუბიექტების მეორე ჯგუფი საქონლის (პროდუქცია, მომსახურება) ინდივიდუალური და კოლ-

ექტიური მომხმარებლებია. მესამე ჯგუფი არის ბიზნესში დაქირავებით დასაქმებული ადამიანები. რაც შეეხება ბიზნესურთიერთობებში მონაწილე მეოთხე ჯგუფს ეს არის სახელმწიფო ორგანოები, დაწესებულებები და ორგანიზაციები. აღნიშნულ თითოეულ ჯგუფს თავისი სოციალური და ეკონომიკური ინტერესი გააჩნია. საჭიროა ინტერესთა თანხვედრი ღონისძიებების შემუშავება და ჩვენს მიერ რეკომენდირებული პრინციპების დაცვა.

6. კვლევის შედეგად გამოიკვეთა, რომ ქვეყნების განვითარების (ეკონომიკური ზრდის) ერთ-ერთი ძირითად მაჩვენებელი - მთლიანი შიდა პროდუქტი 2004 წლის 9824.3 მლნ ლარიდან 2009 წელს გაიზარდა 17986.0 მლნ ლარამდე, ხოლო ერთ სულ მოსახლეზე შესაბამისად 2276.7 ლარიდან 4101.3 ლარამდე. 2004-2008 წ.წ საშუალო წლიური მშპ-ს ზრდამ 9.3% მიაღწია. 2008 წლის წლიური მშპ-ს ზრდა დაეცა 2.3% -მდე, რაც გამოწვეული იყო 2008 წლის აგვისტოში განვითარებული მოვლენებით და შემდგომ გლობალური ფინანსური კრიზისით.

7. საქართველოში განხორციელებულმა ეკონომიკურმა და ინსტიტუციონალურმა რეფორმებმა, რომელთა მიზანი იყო ბიზნესის პირობების გაუმჯობესება მიაღწია ეროვნული მეურნეობის ზრდას. თუმცა შეიძლება ითქვას, რომ ეკონომიკური ზრდის ხარისხი კვლავ დაბალი რჩება, ბევრ ტრადიციულ დარგში ვერ იქნა მიღწეული სოციალური სფეროს მდგრადი მაჩვენებლები;

8. საქართველოს ბიზნესგარემოს განვითარება დადებითი ტენდენციებით ხასიათდება, ამავე დროს აუცილებელია კანონების პროცედურული და სააღსრულებო მექანიზმების მეტი დახვეწა-გამარტივება, აღნიშნულზე ისიც მიუთითებს, რომ მსოფლიო ეკონომიკის ფორუმის მიხედვით, მიუხედავად გარკვეული წინსვლისა, ბიზნესის კეთების თვალსაზრისით 133 ქვეყანას შორის საქართველო მხოლოდ 90 ადგილზეა.

ჩვენს მიერ აჭარის ავტონომიურ რესპუბლიკაში ჩატარებული კვლევის შედეგები ცხადყოფს, რომ დღეს ბიზნესუბიექტების დამოკიდებულება არსებული ბიზნესგარემოს მიმართ არაერთგვარია. გამოკითხულთა თითქმის 40% მიიჩნევს, რომ ბიზნესის განვითარებისათვის ხელსაყრელი გარემოა, 46 % მიიჩნევს, რომ მეტნაკლებად ხელსაყრელი გარემო, 14 % უაროფითად აფასებს არსებულ ბიზნესგარემოს.

9. კვლევის პროცესში გამოვლინდა, რომ საქართველოში საინვესტიციო რესურსების, განსაკუთრებით უცხოური ინვესტიციების მოზიდვისათვის ხელსაყრ-

ელი გარემოს და მათი ეფექტიანი გამოყენების მექანიზმების ჩამოყალიბება ეროვნული ეკონომიკის მდგრადი და უსაფრთხო განვითარების, მოსახლეობის ცხოვრების დონისა და ხარისხის სისტემატიური ამაღლების ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი ფაქტორია. ქვეყნის განვითარების ეკონომიკური პრიორიტეტების შესაბამისად წარმოვადგინეთ არგუმენტირებული მოსაზრებები საინვესტიციო პოლიტიკის, ქვეყნის ხელსაყრელი გეო-პოლიტიკური მდებარეობის, ბუნებრივი რესურსების მრავალფეროვნების, და მეწარმეობრივი უნარის ეფექტური გამოყენების თაობაზე, რაც მნიშვნელოვნად გაზრდის ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის ხარისხს.

10. უცხოური ინვესტიციების მოზიდვის დასაბუთებული სტრატეგიის შემუშავებაში გასათვალისწინებელია მსხვილი ინვესტიციების მოტივაციური მექანიზმი, უცხოური ინვესტიციებისათვის მისაღები ეკონომიკური პირობები, სამართლებრივი ადმინისტრაციული რეჟიმი, ამის პარალელურად აუცილებელია: არჩევანის გაკეთება საწარმოების შექმნის სარეგისტრაციო და ნებადამრთველ სისტემებს შორის; შეზღუდვებსა და შეღავათების შესამება; პარტნიორების არჩევის კრიტერიუმების შემუშავება. უცხოური ინვესტიციების მოზიდვა მჭიდროდ უნდა დაუკავშირდეს, როგორც ეროვნულ ინტერესებს, ისე უცხოელი ინვესტორების მიზნების გათვალისწინებას.

11. ჩვენ ვთვლით, რომ ბიზნესსუბიექტების წინაშე არსებული პრობლემების გადასაჭრელად აუცილებელია ბიზნესის მხარდაჭერისა და განვითარების სახელმწიფო პოლიტიკის რეალიზაცია შემდეგი ძირითადი მიმართულებებით: ნორმატიული-სამართლებრივი ბაზის ფორმირება; საფინანსო-საკრედიტო და საინვესტიციო მხარდაჭერა; ბიზნეს-ინფრასტრუქტურის შექმნა; საინფორმაციო, სამეცნიერო-მეთოდოლოგიური და საკადრო უზრუნველყოფა; ბიზნესსუბიექტების სოციალური დაცვა და მათი უსაფრთხოებისათვის პირობების შექმნა; საზოგადოებრივი მხარდაჭერის სისტემის ფორმირება.

12. სადისერტაციო ნაშრომზე მუშაობისას გამოიკვეთა, რომ ბიზნესის პროცესებში სახელმწიფოს როლი უაღტერნატივოა. საქართველოში ბიზნესის სახელმწიფოებრივი რეგულირება უნდა მოხდეს საზოგადოებრივი ინტერესებიდან გამომდინარე. სახელმწიფო ხელს უნდა უწყობდეს ჯანსაღ კონკურენციას, შემოსავლების სამართლიან გადანაწილებას, იცავდეს ეკოლოგიურ წონასწორობას, არეგულირებდეს დასაქმებისა და ინფლაციის დონეს.

13. საქართველოს მთავრობის მიერ წარმოდგენილი საპარტნიორო ფონდის შექმნის იდეა პერსპექტიულია, რადგან გარკვეულ სფეროებში უცხოური ინვესტიციების მიმზიდველობა მაღალია მაშინ, როდესაც წილობრივად სახელმწიფო მონაწილეობს. ჩვენის აზრით საპარტნიორო ფონდმა უნდა დააფინანსოს პროექტები, რომლებიც ბიზნესს არ შეუქმნიან შედარებით უპირატესობებს და გამორიცხავენ მონოპოლიური სექტორის წარმოშობას.

14. ინვესტიციურ პოლიტიკაში მასტიმულირებელი ღონისძიებები უნდა გატარდეს საქართველოს ეკონომიკის ტრადიციული სფეროების მხარდაჭერაზე და საგადასახადო სისტემის დიფერენცირებული მექანიზმების შემოღებაზე;

15. საქართველოს ბიზნეს გარემოს განვითარება დადებითი ტენდენციებით ხასიათდება. კერძოდ, 2004-2008 წლებში საშუალო წლიური მშპ-ის ზრდამ მიაღწია 9.3 პროცენტს. განხორციელებული ეკონომიკური რეფორმების შეფასების მიზნით, ერთ-ერთ საუკეთესო საშუალებად შეიძლება ჩაითვალოს საერთაშორისო რეიტინგები და ინდექსები, რომლებიც ყოველწლიურად აფასებენ ქვეყნების ეკონომიკის სხვადასხვა ასპექტებს.

16. ბიზნესგარემოს გაუმჯობესების ტენდენციების შესწავლამ გვიჩვენა, რომ საქართველოს ბიზნესგარემო კვლავაც მრავალი მნიშვნელოვანი გამოწვევის წინაშე დგას. საქართველოს ბიზნესგარემო ჯერ კიდევ იმყოფება განვითარების საწყის სტადიაში და განვითარების მაჩვენებლებით მთელი რიგი ფაქტორები საკმაოდ მწირედ არის წარმოდგენილი. ასევე ეკონომიკური ზრდის ხარისხი სოციალური მდგომარეობისა და ინოვაციების გათვალისწინებით კვლავ დაბალი დარჩა.

17. კვლევის შედეგად გამოვლინდა, რომ ბიზნესგარემოს გაუმჯობესებას სჭირდება ხელშეწყობა, ერთის მხრივ, სახელმწიფოს მიერ სახელმწიფოს ინსტიტუციონალური მექანიზმების შემუშავებით და მეორეს მხრივ, პარტნიორული ურთიერთობებისა და კერძო სექტორის ძალისხმევითა გაერთიანებით. სახელმწიფომ უნდა გააგრძელოს ხელსაყრელი ბიზნესგარემოს ფორმირება, რომელიც წახალისებს კონკურენციას, ხელს შეუწყობს კონკურენციის პოლიტიკის ინსტიტუტების განვითარებას და მიანიჭებს მათ საკმარის ძალაუფლებას და სტატუსს კონკურენციის პოლიტიკის ეფექტურად განხორციელებისათვის.

18. ბიზნესში თანამშრომლობის, ვაჭრობის კულტურისა და დისციპლინის შესახებ ცნობიერების გაზრდის მიზნით საჭიროა ბიზნეს სუბიექტებისათვის ინ-

ფორმირება უცხოელი ინვესტორების მოთხოვნების, ექსპორტის, ევროკავშირთან ვაჭრობის წესებისა და სხვა ბიზნეს ურთიერთობებთან დაკავშირებით.

19. მიზანშეწონილია ბიზნეს ინფრასტრუქტურის ფარგლებში განვითარდეს ბიზნეს-კონსალტინგის პროგრამა, რომელიც ითვალისწინებს დამოუკიდებელი აუდიტორული და კონსალტინგური ფირმების პარტნიორული გაერთიანების შექმნას;

20. განსაკუთრებული ყურადღება უნდა დაეთმოს ბიზნესინკუბატორების ქსელს, რომელიც მოწოდებულია უფრო ეფექტური მხარდაჭერა გაუწიოს მცირე მეწარმეებსა და თავად ბიზნესსუბიექტებს მოღვაწეობის საწყის ეტაპზე. რომელიც უზრუნველყოფს ახალდამწყებ და განვითარებადი ბიზნესის სწრაფ აქსელერაციას არსებული ბიზნესგარემოს პირობებში. მიგვაჩნია, რომ ბიზნესინკუბატორები უნდა ფუნქციონირებდეს ბიზნესის ყველა სფეროში და მსხვილ კომერციულ სტრუქტურებში.

21. კვლევებმა აჩვენა, რომ ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის პრინციპებზე მსჯელობა ბიზნესსუბიექტების სტრატეგიაში, მენეჯმენტში და პრაქტიკაში საქართველოსათვის სიახლეა. ამიტომ საჭიროა ბიზნესსუბიექტების მიერ ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის ამდლების შესახებ ყოველწლიური ინფორმაციის გავრცელება.

22. მცირეა იმ ბიზნესსუბიექტების რიცხვი, რომლებიც საკუთარი მისიის განაცხადში მიუთითებენ კომპანიის მიზნებზე, საქმიანობებსა და სამიზნე ჯგუფებზე. კვლევამ აჩვენა, რომ ბიზნესსუბიექტებს არ აქვთ მკაფიოდ განსაზღვრული კონკრეტულად რა საზოგადოებრივი მიზნების მიღწევას ცდილობს, ბიზნესსუბიექტი თავისი საქმიანობით რა ეთიკურ პრინციპებს ეყრდნობა პარტნიორებთან, მომწოდებლებთან, თანამშრომლებთან თუ ზოგადად საზოგადოებასთან ურთიერთობაში. ჩვენის აზრით აუცილებელია ბიზნესსუბიექტის მიზნებში ეს მიმართულებები გათვალისწინებული იქნეს.

23. კვლევაში მონაწილე ბიზნესსუბიექტების უმრავლესობას გასული ხუთი წლის მანძილზე ამა თუ იმ სფეროში განუხორციელებია რიგი საზოგადოებრივად სასიკეთო საქმიანობა. თუმცა ეს აქტივობა, უმეტესწილად, არ ეფუძნება ბიზნესსუბიექტის ერთიან, გააზრებულ სოციალური პასუხისმგებლობის პოლიტიკას. ხშირად საზოგადოებრივად სასიკეთო საქმიანობას ქველმოქმედების ფორმა უფრო აქვს, ვიდრე მდგრად შედეგსა და განვითარებაზე ორიენტირე-

ბული პროგრამისა. მეორეს მხრივ, რესპოდენტები სოციალური პასუხისმგებლობის ფარგლებში განხორციელებულ აქტივობად ხშირად მოიაზრებენ უშუალო ბიზნესსაქმიანობას, პრემიებს და სხვა.

24. საქართველოში ბევრი ბიზნესსუბიექტი საკმაოდ დიდ რესურსებს ხარჯავს ქველმოქმედებაში და სხვადასხვა საზოგადოებრივად სასიკეთო საქმიანობაზე. მაგრამ ქველმოქმედება ხშირად ვერ იძენს სოციალური დაცვის უზრუნველყოფის შინაარსს. სასურველია ბიზნესის მონაწილეობას მიეცეს სისტემური ხასიათი და აგებული იქნას სახელმწიფოსთან ურთიერთთანამშრომლობის პრინციპზე. რადგან მიგვაჩნია, რომ დღევანდელ პირობებში სოციალური დაცვის მექანიზმი უნდა შედგებოდეს სახელმწიფო და კერძო სექტორის მიერ შემუშავებული ღონისძიებებისაგან.

25. სოციალური პოლიტიკა ეკონომიკის სახელმწიფოებრივი მართვის ერთ-ერთ უმნიშვნელოვანეს მიმართულებას წარმოადგენს, რომელიც მისი მოქალაქეების და მთლიანად საზოგადოების კეთილდღეობის უზრუნველყოფის და ყოველმხრივ განვითარებისკენაა მიმართული. სოციალურ პოლიტიკას სამი ძირითადი მიზანი ამოძრავებს ესენია: 1. კეთილდღეობის უზრუნველყოფა. 2. თანაბარი უფლებები ყველასათვის და განაწილების სამართლიანობა. 3. სოციალური თავისუფლება. ჩვენ მიგვაჩნია, რომ საზოგადოებას აინტერესებს არა მხოლოდ ბიზნეს სუბიექტის საბოლოო შედეგები, არამედ ისიც, თუ როგორ ანხორციელებს ბიზნეს სუბიექტი თავის საქმიანობას სოციალურ, ეკონომიკურ გარემოსდაცვითი ინტერესების გათვალისწინებით.

26. ჩვენს მიერ ჩატარებულმა კვლევამ აჩვენა, რომ ბიზნესსუბიექტების სოციალურ პასუხისმგებლობის როლს საზოგადოების კეთილდღეობის ამაღლებაში რესპოდენტთა 45%-ის აზრით პირველრიგში სახელმწიფომ უნდა დაარეგულიროს, ხოლო რესპოდენტთა 20%-ის აზრით ბიზნესსექტორმა სახელმწიფოსთან ერთად უნდა დაარეგულიროს, ხოლო 35% აზრით ბიზნეს სექტორია პასუხისმგებელი აღნიშნული საკითხების მოგვარებაში. როგორც ჩანს ბიზნესსმენთა უმეტესობას გაცნობიერებული აქვს სახელმწიფოსთან ერთად მათი როლი და ადგილი სოციალური პასუხისმგებლობის ამაღლების საკითხებში. ასევე, ბიზნესსექტორის წარმომადგენლები ადეკვატურად აფასებენ სოციალური პასუხისმგებლობის დადებით ზეგავლენას ბიზნესსუბიექტის უშუალო საქმიანობაზე.

27. ევროატლანტიკურ სივრცეში ინტეგრაციის მიზნით ასევე მნიშვნელოვნად მიგვაჩნია ევროპის სოციალური ქარტიის რატიფიცირება. მისი პრინციპების აღიარება და მისი აქტიური დანერგვა. რაც პირველ რიგში მოტივატორებით შემდეგ კი სხვა უმნიშვნელოვანესი საკანონმდებლო აქტების ჰარმონიზაციით უნდა გამოიხატოს

28. ნებისმიერ ბიზნეს ორგანიზაციამ უნდა გაატაროს სოციალური პასუხისმგებლობის ღონისძიებები და მოახდინოს საკუთარი შესაძლებლობების რეალიზაცია, კერძოდ: უნდა გამოიყენონ ეტაპობრივი მიდგომა ჩართულობის და საქმიანობის სამი შესაძლო დონის საფუძველზე.

გამოყენებული ლიტერატურა:

ა) ქართული ბიბლიოგრაფია

- 1. აბრალავა 2010:** აბრალავა ანზორ, “ინოვაციები თანამედროვე ბიზნესში“, საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენცია “ინოვაციები ბიზნესში“, გამომცემლობა “უნივერსალი“, თბილისი.
- 2. ასათიანი 2009:** ასათიანი როზეტა, “საქართველოს ეკონომიკა“, ნაწილი I, გამომცემლობა “სიახლე“, თბილისი.
- 3. ასათიანი 2009:** ასათიანი რ., ასათიანი ს., “ბიზნეს-მენეჯმენტი და გლობალური კონკურენცია“, საგამომცემლო სახლი “ტექნიკური უნივერსიტეტი“, თბილისი;
- 4. ადეიშვილი.1998:** გ. ადეიშვილის და რ. ასათიანის რედაქციით, „ეკონომიკური თეორია“, სახელმძღვანელო, საგამომცემლო ფირმა „სიახლე“, თბილისი.
- 5. აქუბარდია 2007:** აქუბარდია თ. ეკონომიკური პოლიტიკის სახელისუფლებო ზიგზაგები თბ.
- 6. აქუბარდია 2005:** აქუბარდია თ. ეკონომიკის სახელმწიფო რეგულირება და ეკონომიკური პოლიტიკა, თბ.
- 7. ბაბუნაშვილი 2004:** ბაბუნაშვილი გ., ყორღანაშვილის რედაქციით. ბიზნესის საფუძვლები.
- 8. ბაკაშვილი 2004:** ბაკაშვილი ნ., საბაზრო ინფრასტრუქტურა, თბ.
- 9. ბარათაშვილი 2008:** ბარათაშვილი ე., ციმიცია კ. საქართველოს რეგიონების კონკურენტუნარიანობის შეფასება. ჟურნალი „საქართველოს ეკონომიკა“, №1.
- 10. ბახტაძე 2006:** ბახტაძე ლელა, გარდამავალი ხანის ეკონომიკა, სოციალურ მეცნიერებათა სერია, თბილისი
- 11. ბერიძე 2009:** ბერიძე ლია, ქველმოქმედება, როგორც ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის კომპონენტი. ჟურნალი „ბიზნესი და კანონმდებლობა“.
- 12. ბიჭიაშვილი 2005:** ბიჭიაშვილი ნ., ქადაგიშვილი ლ., ბიჭიაშვილი ლ. ბიზნესის ადმინისტრირება, თბილისი, თსუ-ს გამომცემლობა.
- 13. ბოლქვაძე 2007:** ბოლქვაძე ბესიკ „ბიზნესის ფინანსური ანალიზი: თეორია და პრაქტიკა“, გამომცემლობა “უნივერსალი“, თბილისი.
- 14. ბოჭორიშვილი 2011:** ბოჭორიშვილი ქ. წელს მილიარდი დოლარის პირდაპირი უცხოური ინვესტიცია შემოვა.

15. **გაჩეჩილაძე 2002:** გაჩეჩილაძე ზ., ქართული ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა.
16. **გელაშვილი 2001:** გელაშვილი მ. საინვესტიციო აქტივობის ეფექტიანობის შეფასება საბაზრო ეკონომიკის პირობებში. თბილისი.
17. **გოგოხია 2011:** გოგოხია რ., საბაზრო ეკონომიკა თუ შერეული ეკონომიკური სისტემა. მაკრო მიკრო ეკონომიკა, №4;
18. **გოგიჩაიშვილი 1996:** გოგიჩაიშვილი ფ. ხელოსნობა საქართველოში. თბ.
19. **გორგიძე.2008:** გორგიძე თ., ბიზნესის წარმატების სოციალურ- ეკონომიკური ასპექტები, საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი, თბ.
20. **გონაშვილი 1996:** გონაშვილი ა., ბიზნესის ფილოსოფია და ბიზნესის მეცნიერებანი განათლება, მეცნიერება, ბიზნესი №8
21. **გოცირიძე 1999:** გოცირიძე რ. ეკონომიკა, პოლიტიკა, ცხოვრება. თბ., „ფავორიტი“.
22. **დანელია 2008:** დანელია მ., აბრალავა თ. შედარებითი ანალიზის (კომპარტივისტიკის) პარამეტრები და ახალ მაჩვენებელთა სისტემა. ქ „საქართველოს ეკონომიკა“.
23. **ერქომაიშვილი 2007:** ერქომაიშვილი გულნაზი, „ბიზნესი - ფირმის ფუნქციონირების ძირითადი ასპექტები“, თბილისი.
24. **ერქომაიშვილი 2001:** ერქომაიშვილი გულნაზი, ბიზნესი და მისი როლი ეროვნულ ეკონომიკაში. ივ. ჯავახი. სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის შრომები, ქ. ეკონომიკა, №1-2.
25. **ვანიშვილი 2009:** ვანიშვილი მ., მიკრო და მაკრო ეკონომიკის საფუძვლები, თბილისი.
26. **თაკალანძე 2006:** თაკალანძე ლ. ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობა და ეთიკა, თბილისი.
27. **თოქმაზიშვილი 2010:** თოქმაზიშვილი მიხეილ, კერძო სექტორი და განვითარება, სადისკუსიო წერილების სერია, გაეროს განვითარების პროგრამა, თბილიასი, http://www.undp.org.ge/files/24_1047_196256_private&dev.
28. **თოქმაზიშვილი.2011:** თოქმაზიშვილი მ., ბერულავა გ., ვაჭრობა და ადამიანური განვითარება, საქართველოში ვაჭრობის განვითარებისათვის საჭიროებების შეფასება.

- 29. იაკობიძე 2010:** იაკობიძე დავით, “საქართველოს ეკონომიკა საერთაშორისო შეფასებათა თვალსაზრისით და განვითარების შესაძლებლობები”, თბილისის ეკონომიკურ ურთიერთობათა სახელმწიფო უნივერსიტეტი, სამეცნიერო შრომების კრებული.
- 30. ინვესტიციები.2010:** „ინვესტიციები მომავალ თაობაში“, სამართლიანი გამარჯვება, კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის სახელმძღვანელო, გაეროს განვითარების პროგრამა.
- 31. კაკაბაძე.2007:** კაკაბაძე ვ., მჭედლიშვილი ც., „ეკონომიკის ფილოსოფიური ხედვა ქართულ სინამდვილეში“.თბ.
- 32. კულიანი 2008:** კულიანი ი., ბიზნესის (სამეწარმეო საქმიანობის) ეფექტიანობის ამაღლების ძირითადი მიმართულებები სამშენებლო ფირმაში.
- 33. ლალიძე 2008:** ლალიძე ლ.საქართველოში საინვესტიციო აქტივობის მაკროეკონომიკური ასპექტები. თბილისი.
- 34. ლომსაძე-კუჭავა 2006:** ლომსაძე-კუჭავა მ., სახელმძღვანელო „საბაზრო ეკონომიკა“, თბილისი.
- 35. ლილუაშვილი2009:** ლილუაშვილი ზურაბ, დამოკიდებულების ძალა. ჟურნალი „ბიზნესი“, ადამიანი, მეთოდები, სტრატეგიები. №1(21), თბილისი.
- 36. მამულაძე 2009:** მამულაძე გ., გეგბაია ბ, ბიზნესი და კომუნიკაცია.
- 37. მანველიძე 2009:** მანველიძე ი., ტრანსნაციონალური კომპანიები ამიერკავკასიის ქვეყნების ეკონომიკასა და პოლიტიკაში.
- 38. მალხაზიშვილი 2008:** მალხაზიშვილი დ. სახელმწიფოსა და კერძო სექტორის პარტნიორობა. ჟურნალი - „ბიზნესი და მენეჯმენტი“ №2 (18).
- 39. მასურაშვილი 2008:** მასურაშვილი სოსო, “ინოვაციების ბაზრის ძირითადი მიმართულებები ბიზნესში”, ჟ. “ახალი ეკონომისტი” №2.
- 40. მესხია 2011:** მესხია ი., ბიზნესის საფუძვლები, თბ.
- 41. მესხია 2012:** მესხია ი., საქართველოს ეკონომიკური განვითარების SWOT – ანალიზის შედეგები, ჟურნალი ბიზნესი და კანონმდებლობა“.
- 42. მესხია..1996:** მესხია ი. მურჯიკნელი მ. ეკონომიკური რეფორმა საქართველოში. თბ. თსუ.
- 43. მიქელაშვილი 2008:** მიქელაშვილი მერაბ, “მეწარმის გზამკვლევი”, თბილისი.
- 44. მიქელაშვილი 2008:** მიქელაშვილი მერაბ, “ბიზნესისა და მეწარმეობის საფუძვლები”, სასწ.-მეთოდური მასალა, თბ.

45. მღებრიშვილი 2005: მღებრიშვილი ბ. ბიზნესის მაკროგარემო საქართველოში. საქართველოს ეკონომიკა, №10.
46. ნემსაძე 2008: სახელმწიფოსა და ეკონომიკის ურთიერთქმედება და ურთიერთკავშირი, თბილისი.
47. ნოდია 2005: ნოდია გ. სამოქალაქო საზოგადოების განვითარება საქართველოში მიღწევები და გამოწვევები, თბ.
48. ორჯონიკიძე.2007: ორჯონიკიძე ნ., ყიფიანი ლ., ბაგდასარიანი ვ. ბიზნესის საფუძვლები, საგამომცემლო სახლი „ტექნიკური უნივერსიტეტი“ თბილისი.
49. ოთინაშვილი 2007: ოთინაშვილი რ., საქართველოს ეკონომიკა, ლექციების კურსი, თბ.
50. პაპავა 2005 პაპავა ვ. პოსტკომუნისტური გარდამავალი პერიოდის მაკროეკონომიკა. თბ.
51. პაპავა 2003: პაპავა ვ., პოსტკომუნისტური კაპიტალიზმის პოლიტიკური ეკონომია და საქართველოს ეკონომიკა. თბ., „პდპ“.
52. პეპანაშვილი 2010: პეპანაშვილი ნ., კლიმიაშვილი ლ., მადრაძე კ. გარემო და მდგრადი განვითარება.
53. ჟვანია...2010: ჟვანია ი. კიკნაძე გ. ლიდერი და ლიდერობა. ეთიკური ბიზნესი. თბილისი.
54. როსტიაშვილი 2010: როსტიაშვილი თ. მცირე და საშუალო ბიზნესის მართვის სტრატეგია, თბილისი.
55. საქართველოში 2007: საქართველოში ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის მიმართ საზოგადოების დამოკიდებულებისა და მოლოდინის კვლევა.
56. სეხნიაშვილი 2008: მეწარმეობის განვითარების კანონზომიერებანი საბაზრო მეურნეობის პირობებში.
57. სილაგაძე 2001: სილაგაძე ა. ეკონომიკური აზრის ისტორიის საკითხები. თბილისი, თსუ.
58. სამადაშვილი 2009: სამადაშვილი უ. “ბიზნესის საფუძვლები”.
59. სამადაშვილი 1997: სამადაშვილი უ. შანგი, სამეწარმეო რისკის შესახებ. უ. „ეკონომიკა“, №5-7;
60. სივსივაძე 2004: სივსივაძე, „როგორ გავხდეთ წარმატებული მეწარმე“ უ. „ბიზნესი და კანონმდებლობა“. №6.

61. ფაჩულია 2009: ფაჩულია ო., ბიზნესის სოციალური პასუხისმგებლობის ასპექტები.
62. ქათამაძე 2010: ქათამაძე დ. ბიზნეს-გარემოს სრულყოფის შესაძლებლობები საქართველოში, გამომცემლობა "უნივერსალი", თბილისი.
63. ქოქიაური 2002: ქოქიაური ლ. ინვესტიციის ბაზარი: თეორია, პოლიტიკა, პერსპექტივა. თბილისი, „სიახლე“.
64. ქადაგიშვილი 2010: ქადაგიშვილი ლეილა, "მცირე ბიზნესის ინოვაციური პოტენციალი", ბათუმის საერთაშ. სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენციის "ინოვაციები ბიზნესში" მასალები, გამომცემ "უნივერსალი". თბილისი.
65. ღუდუშაური..2004: ღუდუშაური ზ., ბალიაშვილი ე., სულაძე ლ. და სხვები. მეწარმეობა, მცირე მეწარმეობა: თეორია და პრაქტიკა. თბ., „სატე“.
66. ყორღანაშვილი 2007: ყორღანაშვილი ლარისა, "კლასტერიზაცია, როგორც რეგიონებისა და მცირე ბიზნესის განვითარების საშუალება". სტატიების კრებული "მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარების მიმართულებები რეგიონების აგროსამრეწველო სექტორში", გამომცემლობა "აჭარა", ბათუმი.
67. ყუფუნია 2010: ყუფუნია გურამ, "საქართველოს ეკონომიკა", ეროვნული მწერლობა, თბილისი.
68. შენგელია 2008: შენგელია თეიმურაზ, „ბიზნესის ადმინისტრირების საფუძვლები“, გამომც. „ახალი საქართველო“, თბ.
69. შონია..2002: შონია ლ., პაჭკორია პ., ბიზნესის გარემო და მისი მნიშვნელობა. უ. „ეკონომიკა“, 2002, №5-6.
70. შუბლაძე 2001: შუბლაძე ვ. ბიზნესისა და მენეჯმენტის შესახებ. "ეკონომიკა" თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის შრომები. თბილისი.
71. ჩხარტიშვილი 2002: ჩხარტიშვილი ი. მეწარმეობის არსი, მეწარმეობის თეორიის რეტროსპექტიული ანალიზის კონტექსტში, ეკონომიკა, №3-4.
72. ცხადაია 2011: ცხადაია გ. რა არის კერძო-საჯარო პარტნიორობა? ჟურნალი "ლიბერალი".
73. ჯუღელი 2003: ჯუღელი ნ. „ბიზნესისა“ და „მეწარმეობის“ ეკონომიკური შინაარსის მართებული გაგებისათვის. „ეკონომიკა“ №5-6.
74. წიკლაური 2010: წიკლაური მ. სოციალური პასუხისმგებლობა ქართულად.

75. ჭითანავა 2008: ჭითანავა ნოდარ, თაკალანძე ლარისა, სოციალური ეკონომიკა, ფორმირება და განვითარება I ნაწილი, საგამომცემლო სახლი „ინოვაცია“ თბ.
76. ჯოლია 2002: ჯოლია გ., საერთაშორისო ეკონომიკური ურთიერთობები, თბილისი.
77. ჯოსაძე 2008: ჯოსაძე ხათუნა, სახელმწიფო ქონების განსახელმწიფოებრიობის წინააღმდეგობრივი ხასიათი საქართველოში, ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი.

ბ) უცხოური ბიბლიოგრაფია:

1. ბუსიგინი 20001: Бусигин А. Предпринимательство. Дело, Москва
2. დრუკერი 1992: Друкер П.Ф. Рынок: Как выйти в лидеры: практика и принципы. Москва, Book Chamber International.
3. დრუკერი 2004: Друкер Петер «Энциклопедия менеджмента». Москва. Санкт-Петербург. Киев. Изд. дом «Вильямс».
4. დრუკერი 1985: Druker Peter F. “Inovaation and enterprenership” (practice and principles), Pan Books.
5. დაშკოვი 1995: Дашков Л.П., Данилов А.И., Тютюкина Е.Б. Предпринимательство и бизнес. – М.: ИВЦ "Маркетинг" .
6. ერპარდი 1991: : ერპარდი ლ., „блогосостояние для всех“ М.
7. ვარნავსკი 2002: Варнавский В.Г. Партнерство государства и частного сектора: теория и практика // Мировая экономика и международные отношения, № 7.
8. ზომბარტი 1994: Зомбарт ВБуржуа. Этюдypoисториидуховного развития современного экономического человека.
9. კოლესნიკოვა 2000: Л.А. Колесникова, “Предпринимательство и малый бизнес в современном государстве: управление развитием”, Москва, «Новый Логос»
10. ლარინი 2008: Ларин С.Н. Государственно-частное партнерство: зарубежный опыт и российские реалии //Государственно-частное партнерство в инновационных системах. – М. : Изд-во ЛКИ.

11. ლვოვა 2001: Львова Д.С Институциональная экономика: Учеб. пособие Подред. Москва: Инфра-М.
12. ლორენსი 1999: Лоренс Дж. Гитман., Майкл Д. Джонки. Основы инвестирования., Москва.«Дело».
13. ლარიჩევა..2006: Ларичева З.М. Стрелкова Л.В. «Малый Бизнес: проблемы и перспективы его развития», Ж. «Менеджмент в росии и за рубежом» №5.
14. ლიტოვნეკო 2002: Литовченко С., Бизнес готов поделиться с народом/ С. Литовченко, А. Дынин, П.Рушайло// Коммерсант.- № 228
15. მამედოვი 2008: Мамедов Санар, Бизнес - этика: современные подходы.
16. მარშალი 1993: Маршалл. Принципыэкономическойнауки. Москва.
17. მასსე 1971: Массе П., Критерии и методы оптимального определения капиталовложений. М., «Статистика».
18. მელია 2005: Мелия М. «Бизнес это психология», Москва.
19. ნატკინი 1991: Наткин И. Инвестиционный процесс и общественное развитие. М., «Экономика». „Мировая экономика и международные отношения”, №8.
20. პევზნერი 1993: Певзнер Я.Карл Маркс и современная социалистическая идея.
21. პორტერი 1993: Портер Майкл Международная конкуренция, "Междунар.отнош.", Москва;
22. ჯერარდი 2001: Gerrard M.B. What are public-private partnerships, and how do they differ from privatizations? // Finance & Development#3.
23. რაიზბერგი 1996: Райзберг Б.А.. `Основы бизнеса”, М.
24. რაევსკი .. 2006 : Раевский С.В., Третьяков А.Г. Инвестиционная активность в регионе. М.,«Экономика». 2006.
25. რეჩმენ . . 2006: Rachman D.J., Mescon C.L. Bovee. Business Tudey. Ten edition. McGraw-hill. Inc. N.Y.
26. სიროპოლისი 1997: Сирополис К. Николас Управление малым бизнесом, "Дело", Москва.
27. საქსი 1996: Сакс Д.Д., Ларре Ф.Б. Макроэкономика. Глобальный подход. М.,«Экономика».
28. სამოუკიბ 1997: Самоукин А.И., Шишов А.Л. Теория и практика бизнеса: учеб. Пособие. М.: Русская деловая литература.

29. სთორჯი 1994: Storey D. Understanding the Small Business Sector, Routledge.
30. ტურკობი 2004 : Туркин С. Социальная ответственность бизнеса
Управление компанией, - №. 7.
31. ფიშერი 1998: Фишер С., Дорнбуш Р., Шмалензи Р. Экономика. М., «Дело»
32. შადილოვი 2010: Щадилов Г.А. Факторы, определяющие выбор эффективной
формы социальной ответственности.
33. შიპოვა 2009: Шипова А.И. «Кредитование малого и среднего бизнеса: отечественный
и зарубежный опыт» . Москва.
34. შუმპეტერი 1982: Шумпетер И. «Теория экономического развития», Москва,
Прогресс.
35. ჩემბერლენი 1973: Chamberlain N.W. The Limits of corporate responsibility.
36. ჰოსკინგსი 1993: Хоскингс А. Курс предпринимательства: практическое пособие
пер. англ. – М.: Международные отношения

დანართები და დამატებები

ა) წყაროები:

1. აჭარის... 2011 აჭარის აგროსასურსათო სექტორი, აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკის სოფლის მეურნეობის სამინისტრო, ბათუმი.
2. ბიზნესგარემო 2008: ბიზნესგარემოს გაუმჯობესება საქართველოში. საქართველოს ახალგაზრდა ეკონომისტთა ასოციაცია. http://www.economists.ge/photos_publ/03_09/6.
3. ბათუმის 2011: ბათუმის ბიზნეს ინკუბატორი. ინკუბაცია რა არის ეს? <http://bbi.ge/ge/?page=show&sec=1>
4. ინკუბატორი 2011: http://www.bii.ge/?action=page&p_id=40&lang=geo
5. მწვანე... 2010: მწვანე ეკონომიკის მნიშვნელობა თანამედროვე პირობებში, კვლევა, ბიზნესისა და ეკონომიკის ცენტრი. <http://www.bec.ge/images/doc/green%20economy.pdf>
6. მომხმარებელთა...2011: საქართველოს კანონი „მომხმარებელთა უფლებების დაცვის შესახებ“, 1996წ, ცვლილება 2011,22,03. http://www.momxmarebeli.ge/images/file_771576.pdf
7. საპარტნიორო 2011: საპარტნიორო ფონდი ინვესტიციების მოზიდვას და მნიშვნელოვანი პროექტების დაფინანსებას შეუწყობს ხელს http://www.parliament.ge/index.php?lang_id=GEO&sec_id=1441&info_id=31350.
8. საქართველოს 2011: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური. www.geostat.ge
9. მომხმარებლის...2010: საქართველოს მომხმარებლის მეგზური, http://www.geomegzuri.ge/geomegzuri.php?id_pages=1
10. საქართველოს: საქართველოს კანონი „მეწარმეთა შესახებ“, თბ.
11. საქართველო 2010: „საქართველო საერთაშორისო რეიტინგებში“, საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო. 2011. www.economy.gov.ge
12. სტატისტიკური...2001: საქართველოს სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტი, საქართველოს სტატისტიკური წელიწადეული.
13. სამართლიანად 2011: სამართლიანად გამარჯვება. კორპორატიული სოციალური პასუხისმგებლობის სახელმძღვანელო.

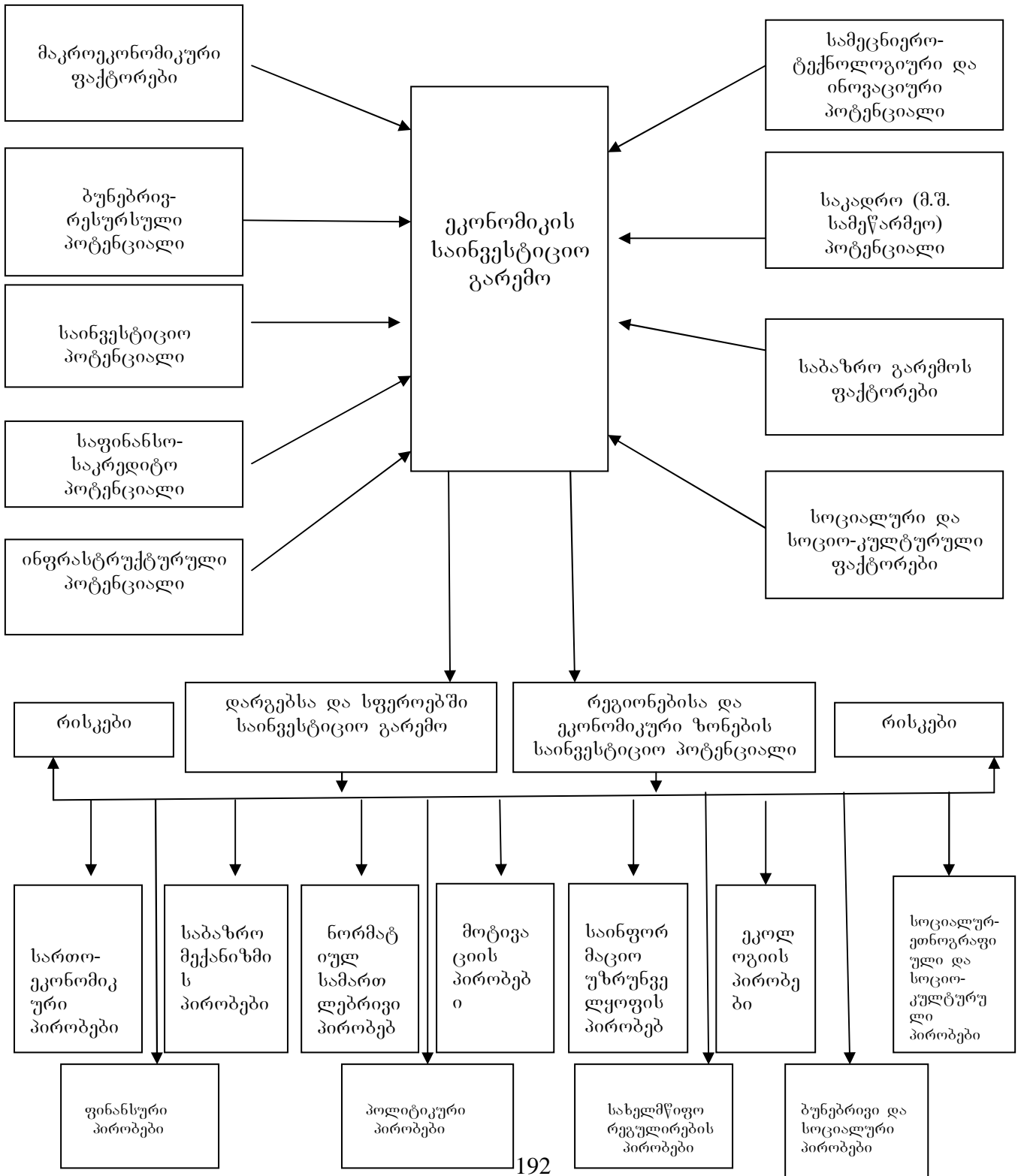
14. სოციალური.2011: სოციალური პასუხისმგებლობა, ჯეოსელი,
<http://www.geocell.ge/ge/about/charity/>
15. ხალიანი 2011: ხალიანი თ., ექსპორტ-იმპორტი, <http://liberali.ge/savachro-depitsitis-chaketili-ts>
16. ინტერნეტრესურსი №1 <http://www.georgianbrand.ge/>
17. ინტერნეტრესურსი №2 www.businesscommunication.org
18. ინტერნეტრესურსი №3 www.businesscommunication.com
19. ინტერნეტრესურსი №4 <http://www.tbilisi.gov.ge>
20. ინტერნეტრესურსი №5 www.euprera.org
21. ინტერნეტრესურსი №6 ЖУРНАЛ “СОВЕТНИК”, www.sovetnik.ru
22. ინტერნეტრესურსი №7 ინტერბიზნესის აკადემია http://www.interbusiness.edu.ge/view_cat.php?cat=3&page=8
23. ინტერნეტრესურსი №8 საინფორმაციო-საგანმანათლებლო პორტალი,
www.prguide.ge
24. ინტერნეტრესურსი №9 Служба тематических толковых словарей
www.glossary.ru
25. ინტერნეტრესურსი №10 Электронный словарь АBBYY Lingvo x5
www.Lingvo.com
26. ინტერნეტრესურსი №11 Center for Nonviolent Communication: An International Organization, www.cnvc.org
27. ინტერნეტრესურსი №12 საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო <http://economy.ge>
28. ინტერნეტრესურსი №13 ბანკი რესპუბლიკა,
http://br.ge/files/309_414_925739_BR-geo.pdf
29. ინტერნეტრესურსი №14 თიბისი ჯგუფის წლიური ანგარიში
http://www.tbcbank.ge/data/file_db/Rr.aVQQqyJ_Annual%20Report_Last%20Correction_2010.pdf
30. ინტერნეტრესურსი №14 თავისუფალი ენციკლოპედია,
<http://ka.wikipedia.org>
31. ინტერნეტრესურსი №15 საქართველოს პარლამენტის ეროვნული

32. ინტერნეტრესურსი №16 ბიბლიოთეკა <http://www.nplg.gov.ge>
საქართველოს საპატრიარქოს საქველმოქმედო
ფონდი <http://www.lazarus.org.ge/history.html>
- ინტერნეტრესურსი №17 „პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები 2010“ 15
აგვისტო2011წ. საქსტატი,[www. Geostat.ge](http://www.Geostat.ge)

ბ) დანართები

დანართი №1

საინვესტიციო გარემოს სტრუქტურა და მისი ფორმირების ფაქტორები



საქართველოში განხორციელებული პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების საერთო
მოცულობა მილ. აშშ დოლ. 2000-2010წწ

№	წლები	ინვესტიციების საერთო მოცულობა
1	2010	433
2	2009	658.4
3	2008	1563.9
4	2007	2014.8
5	2006	1190.3
6	2005	449.7
7	2004	499.1
8	2003	340.0
9	2002	167.3
10	2001	109.8.
11	2000	131.2

წყარო: საქართველოს ეკონომიკური განვითარების სამინისტრო, სტატისტიკის დეპარტამენტი

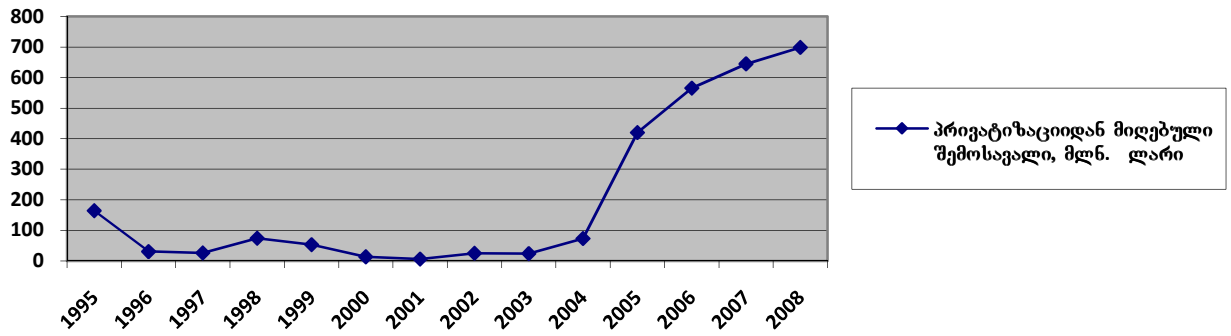
საქართველოში განხორციელებული პირდაპირი უცხოური
ინვესტიციები ქვეყნების მიხედვით

ქვეყნები	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	I კვ 2009	II კვ 2009
სულ	131231.9	109839.8	167362.5	340070.1	499106.5	449784.8	1190374.6	2014841.6	1563962.9	133897.2	92179.2
აზერბაიჯანი	-	-	-	29697.5	69099.4	66920.2	77804.5	41368.1	23942.7	-1020.5	-826.8
არგენტინა	-	-	-	-	-	93.1	100.5	40.6	-90.2	-	-
ავსტრალია	2409.2	-	-	26225.9	-	921.5	1939.4	207.5	109.2	29.0	28.8
ავსტრია	-	-	-	18108.4	23157.2	14732.2	10749.3	11384.4	51443.4	2019.7	8634.9
ბაჰამები	-	-	-	-	-	-	-	-3.2	-	-	-
სომხეთი	-	-	-	249.8	276.6	395.5	1033.6	-4895.4	-15061.4	-2860.0	-1445.9
ბელგია	-	-	-	-	-	-	-	1563.7	62.0	49.5	34.8
ბელისი	-	-	-	155.7	-	695.0	-264.2	10306.5	37822.5	-131.1	553.5
ვირჯინიის კ-ბი (ბრიტ.)	-	-	-	6225.8	6893.6	4900.2	58586.2	187815.5	156847.3	9931.4	-2113.4
ბულგარეთი	2172.2	2238.9	-	-	-	70.8	318.9	20.6	12.7	13.7	9.0
ბელორუსი	-	-	-	-	-	-	-	52.8	102.4	-92.6	-43.1
კანადა	-	-	-	-	-	-	6000.0	1388.8	-104.0	-28.0	24.4
კაიმანის კ-ბი	-	-	-	-	-	-	2972.0	3104.9	-7007.3	-916.9	-1632.7
ჩინეთი	-	-	2562.0	19070.4	7338.1	5668.5	5445.3	6877.1	-2271.4	-520.4	-16.6
კვიპროსი	5921.1	19209.1	1062.7	675.7	21333.1	47537.3	40071.2	1486436	26165.8	3218.1	2244.8
ჩეხეთი	-	-	-	249.8	276.6	1279.6	15032.2	227936.4	34857.6	23674.6	-13339.7
დანია	-	-	-	-	-	319.0	42477.8	158126.2	256.3	372.9	-475.7
ესტონეთი	-	-	-	-	-	-	-	594.0	-210.8	-24.1	32.7
საფრანგეთი	-	17391.7	6287.1	16709.5	22854.3	14383.3	17221.7	43726.0	8179.7	-427.4	-677.8
გერმანია	3209.8	13377.8	4227.5	4144.9	5140.5	5031.8	20380.8	56987.8	40590.6	1788.3	235.0
გიბრალტარი	-	-	-	115.1	-	90.2	955.4	6127.5	5307.0	949.6	1144.7
საბერძნეთი	-	145.9	19099.7	1967.2	2178.3	2217.0	2507.4	1349.7	-1850.4	829.4	184.0
უნგრეთი	-	-	-	33.9	-	327.0	314.8	1010.1	1025.3	-440.4	-189.2
ისლანდია	-	-	-	-	-	-	-	181.7	0.0	-	41.2
ინდოეთი	-	-	-	-	-	29.0	54.9	61.9	26998.4	25.5	40.3
იორდანია	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1907.7
ირანი	-	-	-	-	-	-	42.9	108.3	1448.5	191.5	239.9
ერაყი	-	-	-	-	-	-	1.3	35.4	0.0	-	-
ირლანდია	14082.9	-	37.3	37.5	41.5	592.4	1155.2	-1663.2	223.5	46.4	-9.4
ისრაელი	-	152.8	4321.6	467.1	539.3	1704.1	4084.2	9496.0	-2047.7	-292.8	950.9
იტალია	2971.6	6975.8	9864.2	15895.7	32453.0	22833.5	47219.1	15228.1	6047.8	-881.8	123.8
იაპონია	-	-	-	8617.7	12089.5	16610.1	34433.1	34368.3	11655.4	12266.4	-16634.3
ყაზახეთი	-	-	-	-	-	-	152310.5	88486.2	65941.7	-3917.6	-258.0
კორეა	9406.1	-	-	8317.4	9486.3	6446.9	3064.2	-	-	-	-
ყირგიზეთი	-	-	-	-	-	-	-	-	0.0	0.6	-

ლიბანი	2004.6	121.2	87.8	133.5	177.2	84.7	-7869.9	135.9	212.1	-	-
ლატვია	-	-	-	-	-	-	-	3102.1	756.5	-	-3.2
ლიბია	1814.4	789.9	-	-	-	33.0	21.6	-	-	-	-
ლისტენშტაინი	-	-	-	-	-	-	-	2662.7	5016.0	-538.2	-309.5
ლიტვა	-	-	-	-	-	-	3434.2	327.3	-113.9	2212.8	-18.3
ლუქსემბურგი	-	-	337.2	249.8	276.6	553.1	261.1	9245.7	5731.0	1985.5	1441.5
ნიდერლანდები	4422.1	1500.6	-	-	-	492.0	18530.2	299277.2	135870.2	19287.6	16986.7
ნორვეგია	-	-	2993.6	11262.2	37496.7	23620.9	77894.8	34200.1	2693.4	-1374.8	149.2
მარშალის კ-ებ	-	-	-	-	-	-	3197.7	1450.4	1501.2	120.4	976.6
პანამა	-	-	-	-	-	-	3391.6	6177.7	-2470.0	9120.5	-436.5
პოლონეთი	5947.1	2581.6	-	-	-	293.8	502.2	19.1	22.9	2.3	-5.6
პორტუგალია	-	-	-	-	-	-	-	13.2	117.2	19.0	9.6
რუმინეთი	-	-	-	-	-	-	-	-	5430.6	-	-
რუსეთი	6139.0	5072.8	7809.7	42659.4	43796.1	38737.6	34210.0	88996.5	26212.2	-93.0	9818.5
სენტკიტსნევისი	-	-	-	-	-	-	509.7	-	-	-	-
საუდის არაბეთი	41.0	72.3	149.0	-	-	150.2	263.8	-	-	-	-
სეიშელები	-	-	-	-	-	-	-	4688.3	4350.5	-	-
ესპანეთი	-	-	-	-	-	-	-	3590.2	5474.8	-	-
შვედეთი	-	-	-	81.2	-	160.4	189.5	6779.1	7634.8	3020.4	-4241.4
შვეიცარია	599.0	-	-	-	-	115.6	402.4	10854.7	89958.6	-1161.4	-4709.1
სირია	-	-	-	-	-	-	-	3.9	9.2	-29.5	4.3
არაბეთის გაერ.ემირატები	-	-	-	291.1	-	280.5	422.6	130858.7	306576.3	50138.7	73606.7
თურქეთი	28601.0	8456.1	8847.6	17275.1	33927.2	21812.5	129727.8	93871.1	164525.6	24425.1	14119.0
უკრაინა	-51.0	-36.4	-37.8	1438.5	1280.0	1700.9	1055.8	24380.8	-6442.0	-2192.8	-4756.4
გაერო. სასმეფო	4824.0	8508.7	17530.2	37629.7	87831.2	132925.8	186824.1	145474.8	148907.6	30623.4	12377.0
აშშ	38717.7	23281.2	82183.1	72064.9	81164.2	15025.6	182651.5	84412.2	167920.7	-45886.7	-34866.4
საერთაშორისო ორგანიზაციები	-	-	-	-	-	-	8741.7	14293.9	23651.0	364.7	33268.2

წყარო: საქართველოს ეკონომიკური განვითარების სამინისტრო, სტატისტიკის დეპარტამენტი

პრივატიზაციიდან მიღებული შემოსავლები საქართველოში,
1995-2008



წყარო: გაანგარიშებულია საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური მონაცემების მიხედვით, www.geostat