ISSN 1987-5789

ეკონომიკა და ბიზნესი

№1

ECONOMICS and BUSINESS
ЭКОНОМИКА и БИЗНЕС

იანვარი-თებერვალი
JANUAR-FEBRUAR
ЯНВАРЬ-ФЕВРАЛЬ

2010

ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ეკონომიკისა და ბიზნესის ფაკულტეტის საერთაშორისო რეფერირებადი და რეცენზირებადი სამეცნიერო-პრაქტიკული ჟურნალი

International refereed and reviewed scientific and practical journal of the Faculty of Economics and Business, Iv. Javakhishvili Tbilisi State University

Международный реферируемый и рецензируемый научно-практический журнал факультета Экономики и Бизнеса Тбилисского государственного университета имени Ив. Джавахишвили

გამოდის 2008 წლის იანვრიდან, ორ თვეში ერთხელ
Published since January, 2008 once in two month
Выходит с Января 2008 года раз в два месяца

რედაქციის მისამართი: თბილისი, უნივერსიტეტის ქ., №1,
თსუ მაღლივი კორპუსი, მე-13 სართ., ტელ. 30-36-68, 899-10-38-16
e-mail: tsu_economica@mail.ru

სარედაქციო კოლეგია

რევაზ გოგოხია – მთავარი რედაქტორი,
ეკონომიკურ მეცნიერებათა დოქტორი, პროფესორი.

საქართველოს მეცნიერებათა ეროვნული აკადემიის წევრ-კორესპონდენტები, ეკონომიკურ მეცნიერებათა დოქტორები: **ვლადიმერ პაპავა, ავთანდილ სილაგაძე, ლეო ჩიქავა.**

ეკონომიკურ მეცნიერებათა დოქტორები, პროფესორები: **იური ანანიაშვილი, ნიკო ბაკაშვილი, სიმონ გელაშვილი, რევაზ გველესიანი, ნუგზარ თოდუა, გოჩა თუთბერიძე, ირაკლი კოვზანაძე, პაატა კოღუაშვილი, რეზო მანველიძე, მურთაზ მაღრაძე, ელგუჯა მექვაბიშვილი, ნუგზარ პაიჭაძე, მირიან ტუხაშვილი, გია ღაღანიძე, ეთერ ხარაიშვილი, ელენე ხარაბაძე, რომან ხარბედია, ნოდარ ხადური, ლარისა ყორღანაშვილი, თემურ შენგელია, გიორგი შიხაშვილი, ჯამლეტ ჯანჯღავა, ემზარ ჯგერენაია, ფიქრია წოწკოლაური.**

EDITORIAL BOARD

Revaz Gogokhia – Editor-in-chief Doctor of Economic sciences, professor.

Corresponding members of Gerogian National Academy of Sciences, doctors of Economic Sciences: **Vladimer Papava, Avtandil Silagadze, Leo Chikava.**

Doctors of Economic Sciences, professors: **Iuri Ananiashvili, Niko Bacashvili, Gia Gaganidze, Simon Gelashvili, Revaz Gvelesiani, Nugzar Todua, Irakli Kovsanadze, Paata Koguashvili, Larisa Korghanashvili, Murtaz Magradze, Rezo Manvelidze, Elguja Mekvabishvili, Nugzar Paichadze, Mirian Tukhashvili, Fikria Tsotskolauri, Gocha Tutberidze, Roman Kharbedia, Nodar Khaduri, Elelne Kharabadze, Eter Kharaishvili, Temur Shengelia, Giorgi Shikhashvili, Jamlet Janjgava, Emzar Jgerenaia.**

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

Реваз Гогохиа – главний редактор, доктор экономических наук, профессор.

Члены – корреспонденты Национальной Академии наук Грузии – **Владимер Папава, Автандил Силагадзе, Лео Чикава.**

Доктора экономических наук, профессора: **Юрий Ананиашвили, Нико Бакашвили, Симон Гелашвили, Реваз Гвелесиани, Джамлет Джанджгава, Гиа Гаганидзе, Ираклий Ковзанадзе, Паата Когуашвили, Лариса Корганашвили, Муртаз Маградзе, Резо Манвелидзе, Элгуджа Меквабишвили, Нугзар Пайчадзе, Нугзар Тодуа, Гоча Тутберидзе, Мириан Тухашвили, Темур Шенгелия, Георгий Шихашвили, Эмзар Джгеренаия, Етер Харанишвили, Элене Харабадзе, Роман Харбедия, Нодар Халури, Пикрия Цоцколаури.**

სარედაქციო კოლეგიის უცხოელი წევრები.

ვოლფგანგ ვენგი – ბერლინის (გერმანია) უნივერსიტეტის პროფესორი, ჰარალდ კუნცი – ბრანდერბურგის (გერმანია) უნივერსიტეტის ეკონომიკური თეორიის კათედრის გამგე, კიმ ტაქსირი – რუსეთის მეცნიერებათა აკადემიის აკადემიკოსი, ჯოზეფ ხასიდი – პირეუსის (საბერძნეთი) უნივერსიტეტის ეკონომიკური ფაკულტეტის დეკანი, პროფესორი, იოჰან ციმერმანი – ბრემენის უნივერსიტეტის (გერმანია) პროფესორი, ტომას ჰალდმა – ტარტუს (ესტონეთი) უნივერსიტეტის ეკონომიკისა და ბიზნესის ადმინისტრირების ფაკულტეტის დეკანი, პროფესორი.

FOREIGN MEMBERS OF THE EDITORIAL BOARD OF ECONOMICS:

Wolfgang Weng – Professor at Berlin University (Germany), Harald Kunz – Head of department of Economic theory at Branderburg University (Germany), Kim Taksir – Academician of Russian Academy of Sciences, Joseph Hassid - Dean of the Faculty of Economics Piraeus University (Greece), Professor, Johan Zimmerman – Professor Bremen University (Germany), Toomas Haldma – Tartu University's Dean Faculty of Economics and Business Administration, professor (Estonia).

ИНОСТРАННЫЕ ЧЛЕНЫ РЕДАКЦИОННОЙ КОЛЛЕГИИ:

Волфганг Венг - Профессор Берлинского Университета (Германия), Кунц Гаралд – зав. кафедрой экономической теории Брандербургского Университета (Германия), Ким Таксир – Академик Российской Академии Наук, Джозеф Хассид – декан экономического факультета Пирейсского Университета (Греция), Иоган Цимерман - профессор Бременского Университета (Германия), Тоомас Халдма - Декан факультета экономики и администрирования бизнеса Университета Тарту (Эстония), профессор.

შინაარსი

სამობაო ეპისტოლე უწმიდესისა და უნეტარესის, სრულიად საქართველოს კათოლიკოს-პატრიარქის ილია მეორისა 11

ეკონომიკური თეორია და ეკონომიკური პოლიტიკა

რევაზ გველესიანი. მსოფლიო ბაზრის ლიდერი საწარმოების ეკონომიკური პოლიტიკა 23

ჯუმბერ ელბაქიძე. ახალი ეკონომიკური მოდელი ციკლის გარეშე 35

მაკროეკონომიკა

ანდრეას ნასტანსკი, სიმონ გელაშვილი. აშშ-ს იპოთეკური და მსოფლიო საფინანსო და საბანკო სისტემის კრიზისის განმაპირობებელი დეტერმინანტები (გერმანულ ენაზე) 67

ინეზა გაგნიძე. კლასტერების ინიციატივები ევროპაში და საქართველო 81

ნინო ფარესაშვილი. მსოფლიო ეკონომიკის გლობალიზაციის ზოგიერთი ასპექტი 91

ფინანსები და საბანკო საქმე

დავით ნარმანია, შოთა გეთია. საქართველოს საბანკო სისტემაში არსებული პრობლემები და მათი დაძლევის გზები მსოფლიო ფინანსური კრიზისის ფონზე 99

არჩილ იაკობაშვილი. გაცვლის კურსის განსაზღვრა სავალუტო სუბსტიტუციის პირობებში (კალვეს მეთოდი) 113

მენეჯმენტი. მარკეტინგი. ტურიზმი

ნუგზარ თოდუა, მაია ღოღიძე. მარკეტინგის გამოყენების თავისებურებები საზღვაო ტრანსპორტის მომსახურების სფეროში ... 124

სოსო ვარდიშვილი. ნდობა – თანამედროვე მენეჯმენტის მნიშვნელოვანი ფაქტორი 137

ნინო ტყეშელაშვილი. მართვა და კულტურული გარემო (ინგლისურ ენაზე) 147

ნაირა ღვედაშვილი. სოციალურ-შრომითი კოლექტივების მართვის ზოგიერთი საკითხი 161

ზამირა შონია. საქართველოში მოსახლეობის ჯანმრთელობის დაცვის მდგომარეობის სტატისტიკური მიმოხილვა 171

ს. მასურაშვილი. პარტნიორული კონფერენციის ორგანიზების საკითხების თაობაზე 179

ახალი წიგნები: როგორია პროფესიონალ-რეცენზენტთა აზრი?

იური ანანიაშვილი, რევაზ გოგოხია, მირიან ტუხაშვილი: პირველი ქართული სახელმძღვანელო ეკონომიკურ პოლიტიკაში 185

სამეცნიერო კონფერენცია თსუ ეკონომიკისა და ბიზნესის ფაკულტეტზე

ეთერ ხარაიშვილი. ქართულ-გერმანული ინსტიტუტის ეკონომიკურ-პოლიტიკური ფორუმი 189

ა. ასათიანი. ჟურნალ „ეკონომიკა და ბიზნესის“ რედაქციას დასანანი საქციელი 191

რედაქციისაგან 195

CONTENTS

EASTER EPISTYLE OF HIS HOLINESS AND BEAUTY, CATHOLICS-PATRIARCH ALL GEORGIA, ILIA II 11

ECONOMIC THEORY AND ECONOMIC POLITICS

REVAZ GVELESIANI. Economic policy of the world market leading companies 23

JUMBER ELBAKIDZE. New economic model with no cycles 35

MACROECONOMICS

ANDREAS NASTANSKY, SIMON GELASHVILI. The determinants causing mortgaging and world financial and bank crisis of the USA (in German) 67

INEZA GAGNIDZE. The cluster initiative in Europe and Georgia 81

NINO PARESASHVILI. Some aspects of globalization of the world economy 91

FINANCES AND BANKING

DAVID NARMANIA, SHOTA GETIA. The problems existing in Georgian Bank system and their overcoming way's on the world financial crisis background 99

ARCHIL IAKOBASHVILI. Exchange rates under the currency substation (calvo approach) 113

MANAGEMENT. MARKETING. TOURISM

NUGZAR TODUA, MAIA DOLIDZE. Marketing features in maritime transport 124

SOSO VARDISHVILI. Trust – Important factor of modern management 137

NINO TKESHELASHVILI. Leadership and cultural context (in English) 147

NAIRA GVEDASHVILI. Some questions of rule of social-work conflicts 161

ZAMIRA SHONIA. The statistic analysis of the condition of health of Georgian population.. 171

IOZEF MASURASHVILI. For the organization of partner conferebce... 179

NEW BOOKS: WHAT ARE THE VIEWS OF PROFESSIONAL REVIEWERS?

IURI ANANIASHVILI, REVAZ GOGOHKIA, MIRIAN TUKHASHVILI. The first Georgian textbook in economic policy 185

SCIENTIFIC CONFERENCE AT ECONOMICS AND BUSINESS FACULTY, TSU

ETER KHARAISHVILI. Economic and political Forum of Georgian-German institute 189

AVTANDIL ASATIANI. To the editorial board J. „Economics and Business" Regre Tfut action.. 191

FROM EDUTORIAL BOARD 195

СОДЕРЖАНИЕ

Рождественское эпистоле святейшего и блаженнейшего католикос-патриарха Грузии Илья II 11

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ И ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА

РЕВАЗ ГВЕЛЕСИАНИ. Экономическая политика лидерных предприятий мирового рынка... 23

ДЖУМБЕР ЭЛБАКИДЗЕ. Новый экономический модел без цикла 35

МАКРОЭКОНОМИКА

АНДРЕАС НАСТАНСКМЙ, СИМОН ГЕЛАШВИЛИ. Детерминанты, обусловливающие ипотекического и мирового финансового и банковского кризиса США (на немецком языке) 67

ИНЕЗА ГАГНИДЗЕ. Кластерные инициативи в Европе и Грузия 81

НИНО ПАРЕСАШВИЛИ. Некоторый аспект глобализации мыровой экономики 91

ФИНАНСЫ И БАНКОВСКОЕ ДЕЛО

ДАВИД НАРМАНИЯ, ШОТА ГЕТИЯ. Проблемы. существующие в банковской системе Грузии и пути её преодоления на фоне мирового финансового кризиса 99

АРЧИЛ ЯКОБАШВИЛИ. Определение курса обмена в условиях валютной субституции (Модель Калве) 113

МЕНЕДЖМЕНТ. МАРКЕТИНГ. ТУРИЗМ

НУГЗАР ТОДУА, МАИЯ ДОЛИДЗЕ. Особенности использования маркетинга в сфере обслуживания морского тренспорта 124

СОСО ВАРДИШВИЛИ. Доверие – важный фактор современного менеджмента 137

НИНО ТКЕШЕЛАШВИЛИ. Управление и культурная среда (на английском языке) 147

НАИРА ГВЕДАШВИЛИ. Некоторый вопрос управления социально-трудовых коллективов 161

ЗАМИРА ШОНИЯ. Статистический обзор состояния охраны здоровья населения Грузии.. 171

ИОСИФ МАСУРАШВИЛИ. К Вопросу организации партнёрской конференции. 179

НОВЫЕ КНИГИ: КАКОВО МНЕНИЕ ПРОФЕССИОНАЛ-РЕЦЕНЗЕНТОВ?

ЮРИЙ АНАНИАШВИЛИ, РЕВАЗ ГОГОХИЯ, МИРИАН ТУХАШВИЛИ. Первый грузинский учебник в экономической полотике 185

НАУЧНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ НА ФАКУЛЬТЕТЕ ЭКОНОМИКИ И БИЗНЕСА ТГУ

ЭТЕР ХАРАИШВИЛИ. Экономико-политический форум грузинско-немецкого института.. 189

АВТАНДИЛ АСАТИАНИ. Редакцию Журнал „Экономика и Бизнес". Досадный поступок. 191

ОТ РЕДАКЦИИ 195

საშობაო ეპისტოლე
უწმიდესისა და უნეტარესის,
სრულიად საქართველოს კათოლიკოს-პატრიარქის ილია მეორისა

ქრისტეს მიერ საყვარელო ყოვლადსამღვდელონო მღვდელმთავარნო, მოძღვარნო, დიაკონნო, ბერ-მონაზონნო, ყოველნო მკვიდრნო საქართველოისა და უცხოეთში მცხოვრებნო ჩვენო სულიერო შვილებო!

„ნუ გეშინინ, რამეთუ მე მიძლევიეს სოფელსა" (ინ. 16.33). **„სოფელი ცდილობდა, დავეჭირე, მაგრამ ვერ დამიჭირა"** (გრიგოლ სკავაროდა).

გიხაროდეთ, ღამე იგი განგვეშორა და დღე შემოგვეახლა" (რომ. 13.12); აღსრულდა უდიდესი საიდუმლო ქრისტეს განკაცებისა; ზეიმობს ცა და ქვეყანა და წმიდა ეკლესიაც სიხარულით ღაღადებს: **„დღეს ქრისტე იშვების ბეთლემს ქალწულისაგან უბიწოისა, დღეს დაუსაბამოი დაიბადების, სიტყვაი ხორცთა შეისხამს და ძალნი ცათანი აქებენ სიხარულით"**; ამ გამოუთქმელ სიხარულს ვეზიარებით ჩვენც, ყველა და წმიდა ეკლესიასთან ერთად ვუგალობთ უფალს: **ქრისტეს შობასა ვადიდებთ და აღვამაღლებთ ღმერთსა დიდებულსა".**

რატომ განკაცდა უფალი? და რატომ არის დედამიწაზე მის მოვლინებასთან დაკავშირებით ასეთი დიდი სიხარული? დაუსაბამო იგი ხორციელ იქმნა, რათა ცოდვის მორევში დანთქმული კაცობრიობისათვის ხსნის გზა ეჩვენებინა და ყოფიერების ჭაობში შთაფლულთათვის სიკეთისა და ბოროტების გარჩევა ესწავლებინა; იგი განკაცდა, რომ გვეზეიმა საკუთარ თავზე გამარჯვება და კვლავ მარადიული ნეტარებისა და სიცოცხლის შესაძლებლობა მოგვცემოდა.

საერთოდ, ადამიანი ნეტარებისათვის არის ღვთისგან შექმნილი. ამიტომაც ბედნიერებისა და სიამოვნებისაკენ ლტოლვა მისი

ბუნებრივი თვისება და სურვილია; ბედნიერება და სიამოვნება კი, სიყვარულს უკავშირდება.

ნებისმიერ პიროვნებას ყველაზე მეტად უყვარს ის, რაც ყველაზე მეტად სურს და ყველაზე მეტად სურს ის, რაც მას ყველაზე მეტ სიამოვნებას, სიხარულსა და ბედნიერებას ანიჭებს.

ვიდრე ადამი და ევა სამოთხეში მყოფობდნენ, მათ ნეტარება ღმერთთან კავშირიდან მომდინარეობდა. ღმერთთან უშუალო კავშირი იყო მათი უმთავრესი მოთხოვნილებაც და ბედნიერების წყაროც.

ცოდვით დაცემის შემდგომ კი შეიცვალა მათი ბუნება, აღქმისა და აზროვნების წესი, რადგან უფლის სიყვარულით სავსე მათი გონება, გული და ნება შეიბილწა ბოროტი ძალის დაჯერებით და მისი ნების აღსრულებით.

ამიტომ დაკარგეს ადამმა და ევამ სამოთხე და ღმერთი, როგორც ნეტარების უშრეტი წყარო და მიწიერი ყოფით მიიღეს ის, რაც მათს დაცემულ სულიერ მდგომარეობას შეეფერებოდა. ცოდვით დაცემის შემდგომ ადამიანებში გაჩნდა ბედნიერებისა და სიამოვნების მიღების სხვადასხვაგვარი მოთხოვნილებანი, რაც დროთა განმავლობაში იცვლებოდა, თუმცა, უმთავრესი ყოველთვის მაინც იყო სიმდიდრის დაგროვების სურვილი, პატივმოყვარეობა, სიამეთმოყვარეობა, თანამდებობისკენ სწრაფვა, აზარტული თამაშობანი, მრუშობა, სასმელით ან ნარკოტიკით გატაცება და ა.შ. ამგვარ მოთხოვნილებათა დაკმაყოფილება არათუ მარადიულ ნეტარებას ანიჭებს ადამიანს, არამედ ამქვეყნადვე, წუთიერი სიამოვნებების ნაცვლად, სხეულისა და სულის უმძიმეს დაავადებებს იწვევს.

ბრძენს უთქვამს – მსგავსი მსგავსს შეჰხარისო. და მართლაც, ამქვეყნიურ ცხოვრებაშივე ყოველი ადამიანი თავისი ნებით ირჩევს გზას და ისწრაფვის ცათა სასუფევლის ან ბოროტების მეუფებისაკენ.

როგორც წმ. გრიგოლ ნოსელი წერს: **„კაცი შორის ორთა საქმეთასა არს: ცოდვისა და სათნოებისა"**. იგი ან კერპთმსახურია ან ღვთისმსახური, ან სიძვისმოქმედია ან სიწმიდის მატარებელი,

სიმართლეს ესწრაფვის ან უსამართლობას, არის ამპარტავანი ან თავმდაბალი. ერთ-ერთის საბოლოო გამარჯვება მეორის უცილობელ მოსპობას ნიშნავს, რადგან **„ღმრთისმსახურებისა დამტკიცება სიკუდილი არს კერპთმსახურებისა, ეგრეთვე სიმართლისა მიერ მოიკვლის უსამართლობაი"**... და ა.შ.

ყოველი ადამიანი უნდა ეცადოს,ამქვეყნადვე იპოვოს ღმერთი და მისდიოს მის გზას. ეს კი მხოლოდ მაშინ მიიღწევა, თუ უფლის ნებას (რაც მის მცნებებშია განცხადებული) ჩვენი პიროვნული ნებაც შეუერთდება; ანუ თუ ვიცხოვრებთ სახარებისეულად. ღვთაებრივი და ადამიანური ნების თანხვედრას სინერგია ეწოდება; სწორედ იგია ზეცად აღმყვანებელი უდიდესი ძალა, რომელიც ყველა დაბრკოლებას დაგვაძლევინებს და ამქვეყნადვე გვაგრძნობინებს, რომ **„სასუფეველი ჩვენშია"**. **„ითხოვდით და მოგეცეს თქვენ, ეძიებდეთ და ჰპოვოთ, ირეკედთ და განგეღოს თქვენ"**, - ბრძანებს მაცხოვარი. მაგრამ ხშირად ადამიანები, რომლებიც თავს მორწმუნეებად მიიჩნევენ, ვერ აღწევენ იმას, რასაც ლოცვაში ითხოვენ. რატომ ხდება ეს?!

იაკობ მოციქულის ეპისტოლეში ვკითხულობთ: **„ითხოვთ და არ გეძლევათ, რადგან ბოროტად ითხოვთ, რათა თქვენი ვნებები დაიკმაყოფილოთ"** (იაკ. 4.2). დიახ, ადამიანების ნაწილს მიაჩნია, რომ სწამთ ღმერთი, და ამავე დროს ერთმანეთს ეჯიბრებიან მიწიერი კეთილდღეობის მოსაპოვებლად, ან შურთ, ცილს სწამებენ და განიკითხავენ სხვას, რაც მათს ლოცვას ძალას უკარგავს.

ზოგჯერ ესა თუ ის პიროვნება, ერთი შეხედვით, მართლაც კარგ საქმეს აღასრულებს: შემოსავლის ნაწილს გასცემს, გაჭირვებულებს ეხმარება, ტაძარსაც აშენებს... მაგრამ თუ ყოველივე ამას თავის გამოსაჩენად აკეთებს და სიკეთით ამპარტავნობს, რა თქმა უნდა, მიუღებელი იქნება უფლისათვის და არც ასეთი ადამიანის ლოცვა შეისმინება. ზემოთქმული ისე არ უნდა გავიგოთ, რომ ღმერთი ამქვეყნიური კეთილდღეობის სრული უარყოფისკენ მოგვიწოდებდეს ყველას. რა თქმა უნდა – არა, რადგან უფალი ჩვენგან მხოლოდ იმას ითხოვს, რომ არ გავხდეთ ხორციელ მოთხოვნილე-

ბათა მონები და მხოლოდ მიწიერი კეთილდღეობა არ იქცეს ჩვენს მამოძრავებელ ძალად; მაგრამ თუ თანამდებობას, ძალაუფლებას, სიმდიდრეს და ჩვენს სხვა შესაძლებლობებს არა საკუთარი მეს წარმოსაჩენად, არამედ უფლის სადიდებლად (რადგან ყოველივე მისგან გვეძლევა) და მოყვასის მსახურებისათვის გამოვიყენებთ, ღვთისსათნოდ ვიცხოვრებთ. წმიდა წერილი გვასწავლის:

„სიყვარული სოფლისაი ამის, მტერობა არს ღმრთისა" (იაკ. 4.4). **„ვერვის ხელ-ეწიფების ორთა უფალთა მონებად... ვერ ხელ-ეწიფების ღმრთისა მონებად და მამონაისა"** (მთ. 6.24).

მა'შ, **„დაემორჩილენით ღმერთსა და წინა აღუდექით ეშმაკსა, მიეახლენით მას და მოგეახლოს თქვენ"** (იაკ. 4.7).

მეტად სამწუხაროა, მაგრამ ფაქტია, რომ ცოდვითი მიდრეკილებები სულ უფრო და უფრო ღრმად იდგამს ფესვს ჩვენს ყოფაში. ცოდვა, როგორც ხორცმეტი, ადამისა და ევას დაცემიდან მოყოლებული მუდამ არსებობდა, მაგრამ ადამიანს ჰქონდა სინანულიც. სულშეძრული დავით წინასწარმეტყველი ასე წარმოაჩენს ამ მდგომარეობას: **„ცოდვა ჩემი წინაშე ჩემსა არს მარადის"**.

დღეს კი ცოდვა ცოდვად აღარ მიიჩნევა და იგი ლამის ადამიანის ბუნებრივ მოთხოვნილებად წარმოგვიდგინონ. ამ აზრს, რომლის დამკვიდრებასაც უცხოეთში უკვე კარგა ხანია ცდილობენ, ჩვენთანაც ეძლევა გასაქანი. ცოტა ხნის წინ უცხოური სერიალებით დაიწყეს ხალხის ცნობიერების გადაგვარება, ახლა კი ჩვენი მოქალაქენი გამოჰყავთ უზნეობის დემონსტრირებისათვის. ცოდვის საკუთარ თავში მიღებითა და შეთავსებით ადამიანს სრული გამოფიტვა ემუქრება. ამაზე კი პასუხს აგებს ყველა, განსაკუთრებით ისინი, რომლებიც ამისკენ უბიძგებენ ღვთის ხატად და მსგავსად შექმნილ ადამიანს; მაცხოვარი ბრძანებს: **„ვაი მის კაცისა, რომლისაგან მოვიდეს საცდური..."** (მთ. 18.7)... **'მისთვის აჯობებდა, წისქვილის ქვა დაეკიდათ კისერზე და ზღვის უფსკრულში ჩაეძირათ"** (მთ. 18.6). ასევე საშინელია სხვა მომაკვდინებელი ცოდვებით დამძიმებული ადამიანების ხვედრიც.

შეუძლებელი და შეუთავსებელია, იყო ქრისტიანი და ამავე დროს – ნარკომანი,ქრისტიანი და – ლოთი,ქრისტიანი და – მრუში, ქრისტიანი და – ქურდი... ამგვარ საქმეთა მოქმედნი თავს ნუ მოიტყუებენ და ნუ ინუგეშებენ, ისინი ცათა სასუფეველს ვერ დაიმკვიდრებენ.

ადამიანი თავისი დაცემული ბუნებით ცოდვისკენაა მიდრეკილი და შეიძლება ის, ნებით თუ უნებლიეთ, სხვადასხვა ცოდვაში ჩავარდეს, მაგრამ მას უნდა ჰქონდეს მონანიებისა და გამოსწორების სურვილი, რწმენა უფლისა და ღმერთი აუცილებლად დაეხმარება და მიანიჭებს მაცხოვნებელ მადლს.

ეპისტოლეში ასევე მინდა, შევეხო ჩვენი საზოგადოებისთვის აქტუალურ და მტკივნეულ ზოგიერთ სხვა საკითხსაც და, პირველ რიგში, ყურადღებას გავამახვილებ თანამედროვე ადამიანის სულიერ და ინტელექტუალურ მხარეზე. განათლების რეფორმისას დაშვებულმა შეცდომებმა შედეგად მოგვიტანა ის, რომ მოზარდები ცოდნის შეძენის სურვილს უკვე ნაკლებად ამჟღავნებენ. სამეცნიერო მოღვაწეობა კი არაპრესტიჟულად მიაჩნიათ, რადგან ხედავენ, რომ ინტელიგენციას სათანადო დაფასება არა აქვს (ისინი ხომ საშუალო ფენის დონეზეც კი ვერ ინახავენ ოჯახს).

ეს მდგომარეობა უნდა გამოსწორდეს. მეცნიერების განვითარების გარეშე ქვეყანას არა აქვს მომავალი, რადგან ერის სულიერებისა და განათლების ერთ-ერთ უმთავრეს ძალას სწორედ ისინი წარმოადგენენ.

ჩვენ თავს ვხრით და დიდად ვაფასებთ იმ თავდადებას, რომელიც კომუნისტური რეჟიმის პერიოდში გამოიჩინეს ჩვენმა მეცნიერებმა და ათეისტური ყოფის მიუხედავად, შეძლეს ხალხისათვის სწორი ორიენტირების შენარჩუნება.

გავიხსენოთ ექვთიმე თაყაიშვილი, ივანე ჯავახიშვილი, პავლე ინგოროყვა, დიმიტრი უზნაძე, თედო სახოკია, გრიგოლ ლორთქიფანიძე, შალვა ნუცუბიძე, ივანე ბერიტაშვილი, მაქსიმე შარაძე, ფილიმონ ქორიძე და სხვა მრავალნი. მიუხედავად იმისა, რომ ისინი იყვნენ შევიწროვებულნი, დამცირებულნი და ყოველდღე ელოდნენ

დაპატიმრებას, მათ არამარტო დაიცვეს, არამედ გაამდიდრეს ჩვენი ეროვნული ფასეულობანი, დაიცვეს როგორც თავისი, ისე ქვეყნის ღირსება.

ჩვენ უნდა გვქონდეს ჭეშმარიტებაზე დაფუძნებული ანალიტიკური აზროვნების უნარი, რომ გავარჩიოთ, რა არის მისაღები და რა – უარსაყოფი, გავიაზროთ, როგორ დავძლიოთ ესა თუ ის პრობლემა, რა გავაკეთოთ იმისათვის, რომ ადრე დაშვებული შეცდომები აღარ გავიმეოროთ და შევძლოთ მომავლის სწორი პროგნოზირება. ჩემი დიდი ხნის ოცნებაა, სკოლაში იყოს ანალიტიკური აზროვნების კურსი, რათა მოზარდი თაობა ადრეული ასაკიდანვე მიეჩვიოს განსჯისა და სწორი ნაბიჯების გადადგმას.

ვფიქრობ, აუცილებელია ისეთი საგნის შემოღებაც, რომელსაც, ძირითადად, აღმზრდელობითი დანიშნულება ექნება. ეს საგანი ისევე უნდა ისწავლებოდეს, როგორც სხვა საგნები, მაგ: ისტორია, ფიზიკა, ლიტერატურა,მათემატიკა,რათა მომავალი თაობა მოვამზადოთ ცხოვრებისათვის.

იგი უნდა მოიცავდეს ურთიერთობის კულტურას ოჯახში და ნათესავებთან, ურთიერთობას მეგობრებთან და თანატოლებთან, უფროს და უმცროს თაობასთან, აქ უნდა ისწავლებოდეს საზოგადოებრივი თავშეყრის ადგილებსა და სუფრასთან ქცევის წესები, რთული სიტუაციების დაძლევის გზები და, რა თქმა უნდა, ცოდნისა და შრომის სიყვარული.

შრომის გარეშე ცოდნას ვერ შევიძენთ და ვერც მოვიხმართ; შრომის გარეშე ვერ შევქმნით ვერც სახელმწიფოს. ადამიანის ჰარმონიული განვითარებისათვის აუცილებელია როგორც ინტელექტუალური, ისე შემოქმედებითი და ფიზიკური შრომა. თუმცა, ზოგიერთს მიაჩნია, რომ ფიზიკური შრომა ამცირებს პიროვნებას. ეს არასწორი შეხედულებაა. იგი ღვთისაგან ადამიანის კეთილდღეობისა და ჯანმრთელობისათვის დადგენილი ცხოვრების წესია.

გარდამავალმა პერიოდმა, რომელიც თითქმის 20 წელია, გრძელდება, მრავალი პრობლემის წინაშე დაგვაყენა. განსაკუთრებით ის, რომ ჩვენს წარსულსა და დღევანდელობაზეც ვრცელდება არას-

წორი ინფორმაცია, თითქოს ძირძველი ქართული მიწები ჩვენი მეზობელი ერების ისტორიული სამკვიდრებელი იყო; და ამით შუღლი და დაპირისპირება ითესება დიდი ხნის მანძილზე მშვიდობითა და ურთიერთგაგებით მცხოვრებ ჩვენს ხალხებს შორის. მაგალითად, ოსები კომპაქტურად არიან დასახლებულნი საქართველოს სხვადასხვა კუთხეებშიც, და ეს ტერიტორია ისეთივე საქართველოა, როგორც ცხინვალის რეგიონი. ე.წ. სამხრეთ ოსეთი და სხვა ავტონომიებიც კომუნისტური რეჟიმის დროს შექმნილი ხელოვნური წარმონაქმნია.

მიუხედავად მომხდარისა, მჯერა, ქართველები, აფხაზები, ოსები და სხვანი, მკვიდრნი საქართველოისა, იყვნენ და კვლავაც დარჩებიან ძმებად და დადგება ის კურთხეული დღე, როცა ჩვენ ურთიერთს შევუნდობთ ძმათაკვლის ცოდვებს და ერთად ავაგებთ შერიგების ძეგლს, რომელიც იქნება გაფრთხილება მომავალი თაობებისათვის, რომ მსგავსი რამ აღარასოდეს განმეორდეს.

ქართველი ადამიანი ბუნებით მოსიყვარულე და შემწყნარებელია. ტოლერანტობა ჩვენ წიგნებიდან არ გვისწავლია, ეს ჩვენი თვისებაა. ამის ნათელი გამოხატულებაა ის, რომ საუკუნეთა მანძილზე ამ მიწაზე უპრობლემოდ ცხოვრობდნენ და ცხოვრობენ სხვადასხვა ეროვნებისა და რელიგიური ჯგუფების წარმომადგენლები, რომლებიც მეგობრობითა და მოყვრობით არიან ქართველ ხალხთან დაკავშირებულნი. ჩვენი ხასიათის ნათელი გამოხატულებაა ვაჟკაცობითა და მებრძოლი სულით განთქმული მხარის, საქართველოს მთიანეთის დიდებული შვილის, ვაჟაფშაველას საოცარი სიტყვები: „ბალახი ვიყო სათიბი, არა მწადიან ცელობა, ცხვრადვე მამყოფე ისევა, ოღონდ ამშორდეს მგელობა". დიახ, შინაგანად ასეთია ქართველი კაცი, მაგრამ ეს არ ნიშნავს იმას, რომ იგი ოდესმე შეეგუება სამშობლოს ერთიანობის ხელყოფას. სამშობლო დედამიწის ის ადგილია, რომელიც ამა თუ იმ ადამიანს, ამა თუ იმ ერს ღვთის განგებულებით ებოძა.

სამშობლო, რა თქმა უნდა, არის გარკვეულ საზღვრებს შორის არსებული ტერიტორია, ის ბუნება, ის წიაღისეული, ის ფლორა და

ფაუნა, რასაც ეს ტერიტორია მოიცავს, მაგრამ სამშობლო არის კიდევ უფრო სხვა... სამშობლო შენი წინაპრების ძვლებით გაპოხიერებული მიწაა, შენი ენით გაჯერებული ჰაერია, შენი გენით, შენი ხასიათით დატვირთული გარემოა. აქ, ამ სივრცეში მყოფობს მთელი ისტორია ერისა და ქვეყნისა, და ეს ყოველივე თითოეულ ჩვენგანთან უხილავი, მაგრამ ძალიან ძლიერი ველით არის დაკავშირებული.

ამიტომაც, სამშობლოს არა აქვს ოდენ მიწიერი, მატერიალური სახე. მის განსაკუთრებულობას დიდად განაპირობებს ისიც, თუ რამდენად მრავალრიცხოვანი წმინდანთა დასი ჰყავს ერს სულიერ მეოხად ღვთის წინაშე. ამ მხრივ, საქართველოს თითქმის ვერავინ შეედრება. სამშობლოსათვის გულანთებული გმირები საქართველოს არასოდეს დაელევა.

ჩვენს ერს ქართული ენის სახით უდიდესი საუნჯე აქვს და მას თითოეული ჩვენგანი უნდა გაუფრთხილდეს; ჩვენს ენაში განცხადებულია ჩვენი ისტორია, ჩვენი მსოფლაღქმა და აზროვნების წესი. ენა არ არის მარტო კომუნიკაციის საშუალება. დააკვირდით, მაგალითად, ასეთ სიტყვებს: წუთისოფელი, სამშობლო, დედამიწა, გარდაცვალება, თავისუფლება, განათლება და სხვა...თითოეული მათგანი როგორი ფილოსოფიური სიღრმითაა დატვირთული! ქართული ენის სისავსეს, მის დიალექტთა და კილოკავთა მრავალფეროვნება, ქართველი კაცის განცდის სიღრმე და მდიდარი სულიერი სამყარო განაპირობებს. განსაკუთრებით აღსანიშნავია ის ფაქტი, რომ სიძველის და საუკუნეთა მანძილზე განცდილი ცვლილებების მიუხედავად, არ გაწყვეტილა კავშირი ძველ და თანამედროვე ქართულ ენას შორის, რაც მის დიდ სიცოცხლისუნარიანობაზე მეტყველებს.

ჰოი ჩვენო ენავ, ჩვენი მწუხარებისა და სიხარულის მესაიდუმლევ, ცისარტყელასავით მშვიდობისმომფენო, მყინვარივით სპეტაკო და თერგივით მშფოთვარევ. ჩვენო ხელთუქმნელო სვეტო, ცამდე ამაღლებულო, საუკუნეთა ქარტეხილში გამოვლილო ლერწამო, საძირკველო და მტკიცე ფუძევ ჩვენო, ჩვენთა საუნჯეთა შემქმნელო

და დამცველო, მთების ძლიერებავ, მეფევ და დარაჯო ჩვენი ერის რწმენისა, ერთობისა და მთლიანობისა.

არაერთხელ მოუნდომებია ავისმდომელს შენი შელახვა, შენი მოსპობა. დღესაც, როდესაც ჩვენს წინაშეა უმნიშვნელოვანესი ამოცანა ტერიტორიული მთლიანობის აღდგენისა, თანდათან იზრდება მეორე, არანაკლები საფრთხე ენობრივი დაშლისა; არიან ისეთი ძალები, რომელნიც ნაკლებად მოაზროვნე ადამიანებს უბიძგებენ, რომ ითარგმნის ბიბლია ან სხვა წიგნები მეგრულად, სვანურად, ლაზურად და მოამზადონ ნიადაგი იმისათვის, რომ ახლო მომავალში ქართული ენის ეს განშტოებანი უკვე ცალკე ენებად გამოაცხადონ. მსოფლიოში ვრცელდება რუქები და კვალიფიკაციები, თითქოს საქართველო აჭარლების, ლაზების, სვანების, მეგრელების, თუშების და სხვათა ხელოვნური გაერთიანებაა, თითქოს ყველას ჩვენჩვენი ენა და კულტურა გვაქვს. ამით უნდათ ჩვენი ერის სხვადასხვა ეროვნულ გაერთიანებებად წარმოჩენა. აქედან კი სახელმწიფოს დაშლამდე ერთი ნაბიჯია.

კაცობრიობა ახალი ტიპის დაპირისპირებაზე – ინფორმაციულ ომზე გადავიდა და იგი ძირითადად, მასმედიის საშუალებით ხპორციელდება. აშკარაა, რომ ჩვენს წინააღმდეგ სხვადასხვა მიმართულებით მიმდინარეობს ინფორმაციული ომი და ამ ყოველივეს შესაბამისი საშუალებებითვე უნდა გაეცეს პასუხი.

ჩვენი საზოგადოება ეკლესიისგან მრავალწლიანი გაუცხოების შემდეგ კვლავ უბრუნდება რწმენას და ეს ბუნებრივი, თანდათანობითი პროცესია. მართალია, აღდგა გარეგნული სახე ჩვენი ქრისტიანული ცხოვრებისა: აშენდა მრავალი ტაძარი, ეკლესიები გაივსო ხალხით, გამრავლდა სასულიერო პირთა რიცხვი, ჩვეულებად იქცა საეკლესიო წესებისა და საიდუმლოებების აღსრულება (ნათლობა, წესის აგება, ჯვრისწერა, სახლის კურთხევა...), მაგრამ დღეს უკვე აუცილებელია ჩვენი საზოგადოების უფრო სიღრმისეულ სულიერ განვითარებაზე ზრუნვა. ჩვენ გამოვედით ეგვიპტიდან – ცოდვის მონობიდან, მაგრამ აღთქმულ მიწაზე, სულიერ იერუსალიმში ჯერ არ შევსულვართ. უდაბნოს გზაზე ჩვენი მსვლელობისას

ზოგჯერ თავს იჩენს ცოდვითი ცდომილებანი. ამის ყველაზე მკაფიო გამოხატულებაა ჯვარდაწერილ წყვილთა ხშირი განქორწინება, ნარკომანია და აბორტი. არ შემიძლია, არ შევეხო ახალგაზრდებში გავრცელებულ ერთ მეტად მძიმე სენსაც – ბილწსიტყვაობას, რატომღაც ასეთი მეტყველება მათში კარგ ტონად და ვაჟკაცობად ითვლება. სინამდვილეში კი, ეს არის დაბალი კულტურისა და აზროვნების ადამიანების შინაგანი სამყაროს გამოვლინება. ყმაწვილები ხშირად საკუთარ დედასაც შეურაცხყოფენ და ზოგჯერ ვერც აცნობიერებენ, რას ამბობენ. ეს არის უკიდურესი სიბილწე და უდიდესი ცოდვა, რითაც ადამიანი ეშმაკის თანაზიარი ხდება. საერთოდ, ყოველი სიტყვისათვის ადამიანი პასუხს აგებს ღვთის წინაშე. განსაკუთრებით კი სასტიკად დაისჯებიან მშობლების მაგინებელნი. ეს დანაშაული იმდენად მძიმეა, რომ ძველ აღთქმაში დედ-მამის მხოლოდ ავადმახსენებელნიც კი ქვით იქოლებოდნენ.

მე ვთხოვ ჩვენს ახალგაზრდებს, საერთოდ უარი თქვან ბილწსიტყვაობაზე და განსაკუთრებით კი, დედასთან მიმართებაში. ერთად შევთხოვოთ ღმერთს, მოგვანიჭოს მადლი „უძლურთა მკურნალი და ნაკლულევანთა აღმავსებელი", რათა, ღვთის შეწევნით, შევძლოთ ცოდვათაგან განთავისუფლება: **„მეუფეო ზეცათაო, ნუგეშინისმცემელო, სულო ჭეშმარიტებისაო, რომელი ყველგან ხარ და ყოველსავე აღავსებ მადლითა შენითა, საუნჯეო კეთილთაო, მომნიჭებელო ცხოვრებისაო, მოვედ და დაემკვიდრე ჩვენს შორის და წმიდა მყვენ ჩვენ ყოვლისაგან ბიწისა და აცხოვნენ სახიერო სულნი ჩვენნი".**

ამ ბრწყინვალე დღეს ყველა ჩვენგანის წინაშე დგას კითხვა: იშვება თუ არა ბეთლემს შობილი მაცხოვარი ჩვენს გულშიც? უნდა გვახსოვდეს, რომ უფალი დაიბადა არა დიდებულ სასახლესა და სამეფო პალატებში, არამედ ყველასგან მიტოვებულ უბრალო ბაგაში და ამით მაგალითი უჩვენა და თავმდაბლობისკენ მოუწოდა მთელ კაცობრიობას. მუდამ უნდა გვახსოვდეს ისიც, რომ **„ამპარტავანთა შემუსრავს ღმერთი, ხოლო თავმდაბალთ მოსცემს მადლს"**. რატომ არის ასე?!

იმიტომ, რომ ადამიანს მხოლოდ საკუთარი ძალით, სიკეთის გაკეთება არ ძალუძს და ამის ნიჭი მას მხოლოდ უფლისაგან ეძლევა. ვინც ასე არ ფიქრობს და წარმატებებს მხოლოდ საკუთარ თავს მიაწერს, ამპარტავნების მორევში იძირება. ღმერთი მას ტოვებს და ის უფლებები და შესაძლებლობები, რომელიც ღვთისაგან ჰქონდა ბოძებული, ერთმევა; ამის ნათელი მაგალითია მეფე საული, რომელიც თავიდან თვით უფლისაგან იყო გამორჩეული, მაგრამ საკუთარი ნებით ამპარტავნების ცოდვა დაეუფლა, და ბოლოს, მეფობაც დაკარგა და, მასთან ერთად, ყველაფერიც. საულის მსგავსად, დავით წინაწარმეტყველიც ისრაელის მეფედ იყო დადგენილი, მაგრამ თავისი თავმდაბლობით იგი თაობებისათვის სინანულის მაგალითად დარჩა. ხალხისათვის ყოველთვის ის წინამძღოლია პატივსაცემი და საყვარელი, რომელიც ღირსეულია და თავმდაბალი.

საქართველოს ისტორიაში ამის არაერთი მაგალითი გვაქვს. გავიხსენოთ წმიდა მეფე დავით აღმაშენებელი, თავმდაბლობის ნიმუშია მისი „გალობანი სინანულისანი". წმიდა თამარი – თავისი ხელსაქმით გლახაკთათვის საზრდელის მიმცემი და დაუცხრომელი ლოცვით – სამშობლოს დამცველი მეომრებისათვის შემწე. ბერად შემდგარი ჩვენი დიდებული მეფეები – დემეტრე I, დავით X, თეიმურაზ I... თავმდაბლობით და თავისი უბრალო ცხოვრებით გამორჩეული იყო მეფე ერეკლე II. როდესაც ძალაუფლების და დიდების მწვერვალზე მყოფი ხელისუფალნი თავმდაბლობის ასეთ უჩვეულო მაგალითს გვიჩვენებენ, რამდენად უფრო მეტად გვმართებს ეს ჩვენ?! როგორც წმიდა წერილი გვასწავლის, ძველ აღთქმაში ყველაზე მშვიდი და თავმდაბალი მოსე წინასწარმეტყველი იყო, რომელსაც სწორედ ამ თვისების გამო მიეცა შესაძლებლობა, ჰქონოდა ღმერთთან უშუალო ურთიერთობა; ახალ აღთქმაში და, საერთოდ, ყველაზე თავმდაბალი ადამიანთა შორის ღვთისმშობელია. იგი სიწმინდისა და ამ განსაკუთრებული მადლის გამო შეიქმნა ღირსი, გამხდარიყო დედა ღვთისა და მაცხოვრისა ჩვენისა იესო ქრისტესი. სამყაროს შემოქმედი – ღმერთი ეტვირთა და წიაღი თავისი ცათა უვრცელეს ეყო. თითოეული ჩვენგანის და საერთოდ, ჩვენი ერის უმთავრესი

პრობლემა ის არის, რომ გვაკლია თავმდაბლობა და გვგონია, რომ ჩვენი ძალებით, ჩვენი ჭკუითა და უნარით შევძლებთ წარმატებების მიღწევას, რაც მადლის მოპოვებაში ხელისშემშლელ გარემოებად იქცევა. ღმერთის გარეშე თვით ანგელოზებსაც არ ძალუძთ არარა, მითუმეტეს ჩვენ. ამ დიდებულ დღეს მუხლმოდრეკით, უმორჩილესად შევთხოვ ყოვლადწმიდა სამებას, მოგვანიჭოს თავმდაბლობა და თითოეული ჩვეგანის გული ჰყოს ბეთლემის ბაგად, რომელშიც იშვება ღმერთ-კაცი იგი – იესო ქრისტე. დიდება შენდა, უფალო, მაცხოვარო ჩვენო, რომელი განცდასა ჩვენთა ცოდვათასა მოგვანიჭებ და დაცემულთა აღგვადგინებ! დიდება შენდა, უფალო, რომელი აღგვავსებ ჩვენ მადლითა შენითა და გვაზიარებ საუკუნო ნეტარებასა შენსა!

დიდება და მადლობა შენდა, უფალო, რომელი აღგვავსებ სიხარულითა, სიყვარულითა და იმედითა შენითა! გიხაროდენ, ყოვლადწმიდაო ღვთისმშობელო, შვენიერო შროშანო, რომლისაგან გამობრწყინდების მაცხოვარი. გიხაროდენ, რომლისა მიერ წყევაი მოაკლდების, გიხაროდენ, სიწმიდისა ტაძარო, ძისა შენისა მადლისა მომფენელო. ქართველნო და ყოველნო ერთგულნო მკვიდრნო საქართველოისა! - **„ითხოვდით და მოგეცეს თქუენ; ეძიებდით და ჰპოვოთ; ირეკდით და განგეღოს თქუენ”** (მათე 7.7).

არ დაეცეთ, არ შედრკეთ, არ შეუშინდეთ დროს, არ დაკარგოთ იმედი ღვთისა, იმედი მომავლისა; არ დაკარგოთ სიყვარული მოყვასისა; იყავით მოყვარენი შრომისა და ცოდნისა!

ნათელი ქრისტესი განგვანათლებს ყოველთა. იხარეთ ორსავე სოფელსა შინა.

ჩვენთან არს ღმერთი!

სიყვარულით თქვენთვის მლოცველი

ილია II სრულიად საქართველოს კათოლიკოს-პატრიარქი

მსოფლიო ბაზრის ლიდერი საწარმოების ეკონომიკური პოლიტიკა

რევაზ გველესიანი

ივ. ჯავახიშვილის სახელობის
თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის
ეკონომიკური პოლიტიკის კათედრის
ხელმძღვანელი, სრული პროფესორი

განვითარებული ქვეყნების ეკონომიკური პოლიტიკა „ცდილობს” ყოველ ბაზარზე ჰყავდეს მცირე და საშუალო მეწარმეთა საკმარისი რაოდენობა. ამასთან, „საკმარისით” ისინი არა უბრალოდ „რაც შეიძლება დიდი რაოდენობისაკენ” მიისწრაფიან, არამედ სულ უფრო მეტად ზრუნავენ ბაზარზე მცირე და დიდი საწარმოების გაწონასწორებულ დამოკიდებულებაზე. მათი „ჯანსაღი” შერწყმით მცირე და საშუალო საწარმოებმა შესაძლებელი უნდა გახადონ თავიანთ სიდიდეთა სწრაფი შესაბამისობა ბაზრის ცვლილებებთან. ამასთან, არა აქვს არსებითი მნიშვნელობა ეს ცვლილებები მომხმარებლის მხრიდან მომდინარეობს, მაგალითად, მომსახურების გაფართოებითა და სრულყოფით, თუ მიმწოდებლის მხრიდან, მაგალითად, ახალი ტექნოლოგიების დანერგვით. ადაპტაციისუნარიანობა შეიძლება შეეხებოდეს როგორც ცალკეულ საწარმოს, ასევე ბაზრის სტრუქტურას. დიდ საწარმოებთან შედარებით მცირე საწარმოო ერთეულების უფრო მაღალი შესაბამისუნარიანობის კვლევა მიზნად ისახავს, უწინარეს ყოვლისა, საწარმოთა ინოვაციურ საქმიანობას. სწორედ ინოვაციისუნარიანობა გვიჩვენებს თუ რა მასშტაბით „შეეწყობიან” საწარმოები ბაზრის ცვლილებებს.

ბაზრის წამყვან სუბიექტებს, განსაკუთრებით მაღალი რანგის მსხვილ მეწარმეებს, როგორც ჩანს, მიდრეკილება აქვთ „თამაშის წესები” დაადუღაბონ, რათა თავიანთი პოზიცია დაიცვან. ასეთი განწყობა განაპირობებს მოუქნელობას, თვითკმაყოფილებასა და საბოლოოდ

მთავრდება წამყვანი პოზიციის დაკარგვით. ამ ფენომენს „ლიდერების წაგების" – სინდრომს უწოდებენ. წარმატებული მცირე და საშუალო საწარმოები ნაკლებად ეწირებიან ამ სინდრომს, ვიდრე დიდი საწარმოები. ბაზარზე მათი წამყვანი მდგომარეობის ხანგრძლივობა თვალნათლივ ადასტურებს, რომ ისინი მეტად მოქნილი და საკმაოდ ფრთხილი არიან, ამ როლში თავს არასოდეს არ გრძნობენ მყარად. სისტემატურად ახდენენ თავიანთი დარგის რეგულირების წესების განახლებასა და მათ მოდიფიცირებას.

ბიზნესის მიზნისა და ბაზრის განსაზღვრა „არის სტრატეგიული დაგეგმვის დასაწყისი." ყურადსაღებია ის გარემოება, რომ ბაზრის გამიჯვნა განისაზღვრება არა მხოლოდ გარე ძალებით, როგორიცაა, მაგალითად, მომხმარებლები და კონკურენტები, არამედ, აგრეთვე, მეტნაკლებად საწარმოს „ქცევაზეა" დამოკიდებული. ბაზარი მიღებული იქნება როგორც მოცემულობა თუ ახლებურად განისაზღვრება, იგი შეიძლება სტრატეგიისათვის დიდ განსხვავებას ნიშნავდეს.

ბაზრის განსაზღვრის სხვადასხვა შესაძლებლობა (კრიტერიუმი) არსებობს. ტრადიციული გზაა საქონელსა და მომსახურებაზე ორიენტირება. ბაზრის განსაზღვრებები ტექნოლოგიის ან, უფრო ფართო გაგებით, კომპეტენციების საფუძველზე, მჭიდროდაა დაკავშირებული ნაწარმსა და მომსახურებაზე ორიენტირებასთან. შედარებით ახალი მეთოდებით ბაზრის (ან ბიზნესის) განსაზღვრა გამოჰყავთ მომხმარებელთა მოთხოვნილებებიდან ან მოხმარებიდან. ცნობილ მცირე და საშუალო საწარმოებთან ეს მეთოდი პოპულარულია. შემდეგი მეთოდი ბაზარს განიხილავს კონკურენციის პერსპექტივის თვალსაზრისით და აინტერესებს, თუ რომელ კონკრეტულ საქონელსა და მომსახურებას თვლიან მომხმარებლები სუბსტიტუტ საქონლად და მომსახურებად. ეს მეთოდი წარმატებულ მცირე და საშუალო საწარმოებთან ნაკლებ პოპულარულია. უფრო მეტად ისინი ცდილობენ, რომ თავიანთი შედეგები რაც შეიძლება განსხვავებული იყოს, უარყოფენ კონკურენტების ბაზრის დეფინიციებს და მის ნაცვლად თავიანთ ბაზარს ახლებურად განსაზღვრავენ. მათი შეხედულებით ბაზრები არ განისაზღვრება „იძულებით", წინასწარმოცემული კრიტერიუმების მიხედვით. ბაზრის განსაზღვრა თვით სტრატეგიის ნაწილია. წინასწარ მოცემული ბაზრები არ არსებობენ. გაცვლამდე არსებობს მხოლოდ და მხოლოდ პოტენციური ბაზრები. საწარმო ყოველთვის კონკურენციაშია მომხმარებლების სხვადასხვა სახეობის მოთხოვნილებებთან. არსებობენ აგრეთვე კონკურენტები, რომლებსაც სხვა საქონლითა და მომსახურებით, ალბათ, შეუძლიათ საკუთარი მიწოდების სუბსტიტუცია. ლიდერ მცირე და საშუალო საწარმოებს კარგად ესმით ეს ურთიერთობა და ცდილობენ მასზე თავიანთ სასარგებლოდ მოახდინონ ზემოქმედება. ისინი არ იფარგლებიან ბაზრის განსაზღვრის მხოლოდ ერთი კრიტერიუმით და, ბუნებრივია, დიდად ამახვილებენ ყურადღებას როგორც ბაზრის გარე შესაძლებლობებზე, ასევე შიგა რესურსებზე. ლიდერი საწარმოები რეგიონს, როგორც ბაზრის განსაზღვრის კრიტერიუმს, ნაკლებ მნიშვნელობას ანიჭებენ. ამ თვალსაზრისით ისინი განსხვავდებიან ჩვეულებრივი საწარმოებისაგან, რომლებსაც რეგიონული საზღვრები საერთოდ ესმით როგორც ბაზრის განსაზღვრის ნიშანი. საყურადღებოა ის გარემოებაც, რომ თუ ცნობილი მცირე და საშუალო საწარმოები ერთხელ ბაზარზე დამკვიდრდნენ, მას ხანგრძლივად მტკიცედ ინარჩუნებენ. ასეთი ხანგრძლივობა ნათელს ჰფენს მათ სიმყარეს და ფუნქციონირების განუწყვეტლობას. ამასთან, მიგვანიშნებს ბაზრისა და მომხმარებლების მიმართ მათ დიდ პასუხისმგებლობაზე.

წარმატებული მცირე და საშუალო საწარმოებისათვის მისაღებია „ყველა კვერცხის ერთ კალათაში მოთავსების" რისკი, რომელიც ბაზრის „ვიწრო" განსაზღვრიდან გამომდინარეობს. მათ სწამთ, რომ ეს რისკი კომპენსირდება გაუმჯობესებული კონკურენციის სიძლიერით. ზოგიერთი იქნებ აჭარბებს კიდეც სპეციალიზაციაში და ისეთ ნიშებში მოღვაწეობს, რომლებიც, ვითარებიდან გამომდინარე, შეიძლება ძალზე პატარა გახდეს, რათა გაუძლოს „განსაცდელს". მეორე მხრივ, დიდი საწარმოები ხშირად ასეთი სიმძიმის ცენტრის არქონით გამოირჩევიან.

ოპტიმუმი, ალბათ, არც ექსტრემალურ და არც შუალედურ პოზიციაში არ მდებარეობს, არამედ გულისხმობს ისეთი სიმძიმის ცენტრის შექმნას, რომელშიც მრავალი ლიდერი მცირე და საშუალო საწარმო იმყოფება. ბაზრის სწორად განსაზღვრა და შესაბამისი სიმძიმის ცენტრის პოვნა – ძნელი ამოცანაა. მათი წარმატება ითვალისწინებს

მოქმედების ისეთ წესს, რომელიც კონცენტრაციასა და სპეციალიზაციას ემყარება.

მსოფლიო ბაზრის ლიდერი საწარმოები მართლაც გლობალური ფირმებია. ისინი მთელ მსოფლიოს განიხილავენ როგორც თავიანთ ბაზარს და შესაბამისად მოქმედებენ. მათი გლობალური წარმატება ემყარება გამოცდილებებს, რომლებიც ყოველი საწარმოსათვის მნიშვნელოვანია. საქონლისა და მომსახურების, ტექნოლოგიის ან მომხმარებლების თვალსაზრისით ვიწრო სპეციალიზაცია დაკავშირებულია გლობალურ კომერციალიზაციასთან. ე.წ. „ორსვეტიანი" სტრატეგია ემყარება იმის აღიარებას, რომ ერთი და იგივე დარგის მომხმარებლები ტენდენციურად, საზღვრებს გარეშე, უფრო მსგავსნი არიან, ვიდრე მომხმარებლები ერთი ქვეყნის სხვადასხვა დარგში. გლობალური კომერციალიზაციით ბაზრის ნიშებიც კი საკმაოდ დიდდება, რათა შესაძლებელი გახდეს სიდიდეთა დეგრესია (მასობრივი წარმოების დაყოფა ნაწილებად). წარმატებითი გლობალიზება შეიძლება სხვადასხვა მოტივით წარმოიშვას, მაგრამ იგი რაც შეიძლება ადრე უნდა დაიწყოს და სწრაფად განხორციელდეს. მომხმარებლებთან ურთიერთობების უცხო ფირმებზე დელეგირება არ შეიძლება. განსაკუთრებით დიდ ბაზრებზე მომხმარებლებთან კონტაქტები პირდაპირ, საკუთარი ფილიალებით მყარდება და ხორციელდება. გლობალიზებამ შეიძლება შეამციროს ის რისკი, რაც დაკავშირებულია ბაზრის ვიწრო სპეციალიზაციასთან, მაგრამ, ამავე დროს, წარმოშვას ახალი რისკი მზარდი კომპლექსურობის შედეგად. როდესაც საწარმო გლობალიზდება, კონკურენციის ასპექტები ზედმიწევნით ზუსტ ყურადღებას მოითხოვს.

მეწარმეთა მომხმარებლებთან სიახლოვე განისაზღვრება ორი განზომილებით. ესენია: „საქონელი და მომსახურება" და „ინტერაქცია." მომხმარებლებთან სიახლოვის ორივე განზომილებას საქმიანი კავშირებისათვის დაახლოებით თანაბარი მნიშვნელობა აქვს. წარმატებული მცირე და საშუალო საწარმოები მიისწრაფიან, რომ მომხმარებლებთან სიახლოვე ორივე განზომილებაში ერთნაირად განახორციელონ. მომხმარებლებთან ურთიერთობები კომპლექსურია და ხშირად მოიცავს ისეთ ორმხრივ დამოკიდებულებას, რომლის სტაბილურობის შემთხვევაში ლიდერ მცირე და საშუალო საწარმოთა საქონელი

და მომსახურება მომხმარებლების მიერ არცთუ ისე ადვილი შესაცვლელია. ვიწრო სპეციალიზაცია კი, პირიქით, ქმნის მათ ძლიერ დამოკიდებულებას თავიანთ მომხმარებლებზე. ამგვარ სიტუაციას თან მოაქვს დიდი პასუხისმგებლობა ორივე მხარისათვის.

ინოვაცია ერთ-ერთი იმ ფუნდამენტთაგანია, რომელსაც ემყარება წარმატებულ მცირე და საშუალო საწარმოთა მიერ მსოფლიო ბაზრის მართვა. ხშირად მათ, სრულიად ახალი პროდუქციის წარმოება და მომსახურება დანერგეს ან ახალი ბაზარი შექმნეს. მრავალმა მათგანმა თავიანთი პოზიცია ხანგრძლივ უპირატესობად აქცია. ინოვაციის აუცილებლობა მეწარმეობის პრინციპებსა და კულტურაში მტკიცედ დამკვიდრდა. ცნობილი ლიდერი საწარმოები გამსჭვალული არიან იმის შეგნებით, რომ მნიშვნელოვანი წარმატებების მიღწევა შესაძლებელია მხოლოდ ინოვაციის განუწყვეტლობით. ინოვაცია არ უნდა შემოიფარგლოს მხოლოდ საქონლითა და მომსახურებით. მით უმეტეს მაშინ, როცა საწარმოს საქმიანობის ყოველი ასპექტი იძლევა ინოვაციის შესაძლებლობებს. განსაკუთრებით კი მომხმარებლებთან ურთიერთობის პროცესები. ინოვაცია არ არის მხოლოდ „ხმაურიანი" ფენომენი. „სუპერ საწარმოებს" სისტემატურად და საფეხურებრივად შემოაქვთ ინოვაცია. ყოველი ბიზნესი, რომელიც განუწყვეტელი გაუმჯობესების საშუალებას იძლევა, ამავე დროს, გვთავაზობს განსაზღვრული პროგრესის შესაძლებლობებს. ახალი ბაზრების შექმნა ერთ-ერთი ქმედითი ინოვაციური სტრატეგიაა, თუმცა ხასიათდება დიდი მოთხოვნებით და ძნელია, რადგან ხშირად მომხმარებლებთან დამოკიდებულება უნდა შეიცვალოს. ტექნოლოგია არის უმნიშვნელოვანესი ინოვაციური გზა. ხელსაყრელია იმუშაო იმ გარემოში, სადაც ტექნოლოგიური ინოვაციები სტიმულირდება. იმ საწარმოებმა, რომლებიც ასეთ გარემოს ვერ „პოულობენ", არ უნდა დაკარგონ იმედი. მათ განსაკუთრებული ძალისხმევა სჭირდებათ, რათა მეწარმეობის „კლიმატის" ეს ნაკლი აღმოფხვრან (მაგალითად, განათლებით, მიმწოდებლებსა და მომხმარებლებთან თანამშრომლობით). გარემო გაგებული უნდა იქნეს უფრო ზემოქმედებისუნარიან პარამეტრად, ვიდრე რაღაც წინასწარმოცემულ ფენომენად. ტექნოლოგიური ინოვაცია ინტერნაციონალურად ორიენტირებული უნდა იყოს, რათა შეძლოს თავისი სრული პოტენციალის

გამოვლენა. ცნობილი მცირე და საშუალო საწარმოების საქმიანობა იმის დადასტურებაა, რომ საწარმო არ უნდა იყოს ცალმხრივად ორიენტირებული: არც მხოლოდ ტექნოლოგიაზე და არც მხოლოდ ბაზარზე. ტექნოლოგია და ბაზარი კი არ უპირისპირდებიან, არამედ ერთმანეთს ავსებენ, ამიტომ მათი, როგორც, „თანაბარუფლებიანი" მამოძრავებელი ძალების ინტეგრირება უნდა მოხდეს. ამ დასკვნის უფრო ზოგადი ფორმულირება ასეთია: საწარმომ „რესურსებზე დამყარებული („შიგნიდან გარეთ") სტრატეგიის" შესახებ მოძღვრება უნდა შეუსაბამოს „ბაზრის შესაძლებლობების („გარედან შიგნით") სტრატეგიას." მხოლოდ მაშინ, როცა შიდა კომპეტენციები და გარე შესაძლებლობები ერთმანეთს ესადაგება, საწარმოს შეუძლია თავისი სრული პოტენციალის გამოვლენა. მომხმარებლები ინოვაციური იდეებისათვის წარმოადგენენ უაღრესად ძვირფასი ინფორმაციის წყაროს. საწარმოს თანამშრომლების მომხმარებლებთან პირდაპირი კონტაქტები, მათ ფუნქციებს შორის არსებული ინფორმაციული ნაკლის სისტემატური აღმოფხვრა და მათთან ერთად „მოძრაობა" წარმოადგენს იმ ქმედით ძალას, რაც ინოვაციის წყაროს უფრო აქტიურს ხდის. ინოვაციური წარმატება უფრო ნაკლებადაა დამოკიდებული ორგანიზაციის სტრუქტურაზე ან ფინანსური სახსრების გამოყენებაზე, ვიდრე თანამშრომელთა თვითმოვალეობის, კვალიფიკაციისა და მეწარმეობის კულტურის განხორციელების ნება-სურვილზე.

ლიდერი საწარმოები ძლიერი და მკაცრი კონკურენტები არიან. მათი კონკურენციის სტრატეგია ორიენტირებულია უფრო დიფერენცირებაზე, ვიდრე ხარჯების მხრივ უპირატესობაზე. მიუხედავად ამ პრიორიტეტისა, ისინი ხარჯებს სრულიადაც არ უგულებელყოფენ და ცდილობენ კარგი საქონელი და მომსახურება მომხმარებლებს აქცეპტაბელურ ფასად შესთავაზონ. მცირე და საშუალო საწარმოები თავიანთ საქონელსა და მომსახურებას შესანიშნავად უხამებენ მომხმარებელთა მოთხოვნილებებს და ასე ქმნიან კონკურენციის უპირატესობებს ნაწარმისა და სერვისის ხარისხით. აღნიშნული უპირატესობანი შეიძლება ხანგრძლივად იქნეს შენარჩუნებული, რადგან ისინი კონკურენტებზე უკეთეს შიგა კომპეტენციებზეა აგებული, რომელსაც ძნელად თუ შეიძლება ვინმემ მიბაძოს. თუმცა ზოგიერთი მათგანის

ჰორიზონტზე მაინც იკვეთება კონკურენციული საფრთხე, რადგან სულ უფრო და უფრო ძნელი ხდება მათი ბაზრის ნიშების დაცვა მასობრივი ბაზრისაგან და მზარდი ხარჯების ზეწოლის თავიდან აცილება. კონკურენციის უპირატესობანი რომ შექმნა და თავის დაცვა შეგეძლოს, შენს კონკურენტებს კარგად უნდა იცნობდე. მხოლოდ იმ შემთხვევაში, თუ საწარმო თავისი კონკურენტების სიძლიერესა და სისუსტეს კარგად ამჩნევს, მას შეუძლია ამ სიტუაციას საკუთარი სტრატეგია შეუსაბამოს, რათა შექმნას კონკურენციის მიზნად დასახული უპირატესობანი. კონკურენციაზე დაკვირვებამ და მისმა ანალიზმა უნდა მოიცვას როგორც გარე უპირატესობანი, რომელთა განხილვა-შეფასებაც ბაზარზე შეიძლება, ასევე შიგა კომპეტენციები, მაგრამ ამ უკანასკნელის შესახებ ინფორმაციის მოპოვება შედარებით ძნელია. უპირატესობას შეიძლება მივაღწიოთ არა მხოლოდ „ძირითადი საქონლისა და მომსახურების" ან „სერვისის" პარამეტრებში (როგორიცაა, მაგალითად, ხარისხი, ტექნოლოგია და ა.შ.), არამედ, აგრეთვე, „პროგრამული უზრუნველყოფის" პარამეტრშიც. ეს უკანასკნელი იძლევა კონკურენციის უპირატესობის მოპოვების ისეთ შესაძლებლობებს, როგორიცაა, მაგალითად: მომხმარებლების მომსახურება და, საერთოდ, მათთან ურთიერთობები, გაყიდვა, დისტრიბუცია/მიწოდება, ინფორმაცია, რეკლამა და პროფესიული მომზადება.

მომხმარებლებთან და კონკურენტებთან ერთად არსებობენ აგრეთვე პარტნიორები, რომლებიც მეწარმეობის სტრატეგიისათვის რელევანტური არიან. მათ მიეკუთვნებიან, მაგალითად, მიმწოდებლები, აგრეთვე პარტნიორები სტრატეგიული ალიანსის ფარგლებში ან კოოპერაციის სხვა ფორმებში. ლიდერი საწარმოები სტრატეგიულ ალიანსს დიდ მნიშვნელობას არ ანიჭებენ. საზღვარგარეთის ბაზრებზეც კი მათ მიდრეკილება აქვთ მარტო იღვაწონ და მესამეთა დახმარებაზე უარი თქვან. ამასთან, უფრო მეტად ეყრდნობიან საკუთარ ძალებს, ვიდრე იმ ილუზიას, რომ სხვები გადაწყვეტენ მათ პრობლემებს.

ცნობილ მცირე და საშუალო საწარმოებს გააჩნიათ ძალიან ძლიერი და ამავე დროს თავისებური მეწარმეობის კულტურა. იგი კოლექტივზეა ორიენტირებული და მნიშვნელოვანი წვლილი შეაქვს ამ ფირმების კონკურენტუნარიანობის ამაღლებაში. მეწარმეობის კულ-

ტურა, როგორც აქცეპტირებული მიზნებისა და ფასეულობების სისტემა, ეფექტიანობას ამაღლებს მაშინ, როცა იგი რესურსებს მიზანდასახულად იყენებს და შიგა კონფლიქტებით გამოწვეული დანაკარგები მინიმუმამდე დაჰყავს. მეწარმეობის კულტურის აღიარება არის თანამშრომელთა საწარმოსთან იდენტიფიკაციისა და მოტივაციის საფუძველი. კარგი მოტივაცია ზემოქმედებას ახდენს მტკიცე ეკონომიკურ უპირატესობებზე, რადგან იგი ამცირებს კადრების დენადობას. მეწარმეობის კულტურა, საქონლის წარმოებისა და მომსახურების გაწევის გაუმჯობესებაზეა ორიენტირებული და მისთვის სოციალური კონტროლი უფრო ქმედითია, ვიდრე ფორმალური. მეტად მნიშვნელოვანი პრინციპია: „მეტი შრომა, ვიდრე პერსონალი." ამ „უთანასწორობას" მინიმუმამდე დაჰყავს შიგა კონფლიქტებით წარმოშობილი დანაკარგები. საწარმო ან მისი შემადგენელი ერთეულები, ფილიალები საკმარისად მცირე სიდიდის უნდა დარჩეს, რათა წარმოების პროცესი, საქონელი და მომსახურება გამჭვირვალე გახდეს. თუ საწარმო დიდდება, მაშინ საჭიროა მისი დაყოფა წარმოებისა და მომსახურების გამჭვირვალე ერთეულებად: ჩვენ უნდა ვიცოდეთ, რას და როგორ ვაწარმოებთ, ე.ი. როგორც საქონელი და მომსახურება, ასევე წარმოების პროცესიც გამჭვირვალე უნდა იყოს. პროვინციულ სამეწარმეო ადგილმდებარეობას დასვენებისა და გართობის ნაკლები შესაძლებლობებით შეუძლია მსოფლიო დონის მიღწევები ასტიმულიროს, ხელი შეუწყოს მას. თანამშრომელთა მოქნილობა სამუშაო დროისა და შრომის უნარის გამოყენების თვალსაზრისით აუცილებელია დინამიკურ ბაზარზე და საჭიროა მისკენ სწრაფვა. თანამშრომელთა შემოქმედებითუნარიანობის სრული გამოყენება შეიძლება ეფექტიანად განხორციელდეს მათი მოტივაციით, ვიდრე რაციონალიზატორულ წინადადებათა ფორმალური სისტემით.

მცირე და საშუალო საწარმოებში საკუთრების ფორმა და ხელმძღვანელობის სტრუქტურა მჭიდრო ურთიერთკავშირშია. ხელმძღვანელი ძალები ჩვეულებრივი თანამედროვენი არიან და, ამდენად, ასახავენ ადამიანური თვისებების მთელ სპექტრს. მათ შორის არსებობენ ექსტროვენტულნი და ინტროვერტულნი, კარგი და ცუდი კომუნიკატორები. არ არსებობს რაიმე ცალკეული კრიტერიუმი, რომელიც ხე-

ლმძღვანელ ძალას დაახასიათებდა. ხელმძღვანელობის სტრუქტურა, ისევე როგორც ოჯახის წევრის ან უცხო მენეჯერის სტატუსი, ნაკლებ მნიშვნელოვანია, ვიდრე ხელმძღვანელი ძალების პიროვნებები და მენეჯმენტის კოლექტივში თანამშრომლობა. წარმატებულ მეწარმეთა უმეტესობამ თავიანთი ფირმები შედარებით ახალგაზრდა ასაკში დააარსა. ძალზე ხანგრძლივ განათლებას, შევსებულს კიდევ დიდ საწარმოში მუშაობით, შეუძლია ხელმძღვანელობის ენერგია გაქრობამდე მიიყვანოს. აქედან დასკვნა, საწარმოს მომავალი ხელმძღვანელები უნდა შეირჩნენ, როცა ისინი ჯერ კიდევ ახალგაზრდები არიან და შეძლონ საკუთარი საწარმოების ადრეულ ასაკში დაარსება. ხელმძღვანელი ძალების შერჩევისას მთავარი ყურადღება უნდა მიექცეს ენერგიას, ნებისყოფას, გაქანებას, ანალიტიკურ უნარს. უწყვეტობა ხელმძღვანელობისას მეტად მნიშვნელოვანი ასპექტია. მცირე და საშუალო საწარმოების ხელმძღვანელთა რანგში მუშაობის დრო საშუალოდ მოიცავს 20 წელზე მეტს. თუ საწარმოს ამბიციური გრძელვადიანი მიზნები აქვს დასახული, მაშინ ის პიროვნებები გაუძლევებიან უკეთ, რომლებიც საწარმოს „სათავესთან" დიდხანს რჩებიან. ლიდერ საწარმოთა ხელმძღვანელი ძალები ავლენენ: პიროვნებისა და საქმის ერთიანობის, მიზანსწრაფვის, მტკიცე ხასიათის, სიცოცხლისუნარიანობის, უშრეტი ენერგიისა და სხვების ინსპირირების უნარს. ხელმძღვანელობის სტილი შეიძლება, ან იქნებ უნდა იყოს კიდეც ამბივალენტური: ავტორიტარული ძირითად ფასეულობებში, ხოლო მონაწილეობითი – პროცესებსა და განხორციელების დეტალებში. მართვა არის არა „ან-ან"-ის, არამედ „როგორც-ასევე"-ს არჩევა. იგი გულისხმობს დაპირისპირებული მხარეების შესაბამისობაში მოყვანას. მემკვიდრეობის რეგულირება ყოველი საწარმოსათვის სერიოზული პრობლემაა. ოჯახური საწარმოებისათვის კი ეს განსაკუთრებით მძიმეა მაშინ, როცა მომავალი თაობები სხვა პროფესიას ეუფლებიან და ოჯახური საწარმოს მართვა მათ მიერ აღარ გრძელდება.

მსოფლიო ბაზრის გაძლოლასთან და კონკურენციაში უპირატესობებთან დაკავშირებით მსოფლიოში მრავალი საუკეთესო ფირმა უნდა ვეძებოთ ლიდერ მცირე და საშუალო საწარმოებში და არა დიდ საწარმოებში. დიდი და უფრო კომპლექსური კონცერნების „შენების"

ნაცვლად, უკეთესი იქნებოდა ასეთი ზედიდი ორგანიზაციები მეწარმეობის დამოუკიდებელ ერთეულებად დაგვეყო, რომლებიც შეძლებდნენ ისევე ემოქმედათ, როგორც „სუპერ საწარმოებს". ამის პირველი ტენდენციები უკვე აშკარად იგრძნობა. დარჩე ან გახდე მცირე – დიდის ნაცვლად – აღიქმება როგორც ახალი, წარმატების მომტანი საიმედო გზა. საწარმო უფრო შეგნებულად უნდა დაფიქრდეს ამის შესახებ და გადაწყვიტოს, განსაზღვრული სიდიდის დარჩეს თუ თავის ბაზართან ერთად გაიზარდოს. ზრდა საერთოდ, განსაკუთრებით კი დივერსიფიკაცია შეიძლება საშიში გახდეს, თუ, ამასთან, სპეციალიზაციის სიძლიერე და ფოკუსი იკარგება. საწარმოს სიდიდე თავისთავად ნაკლებ მნიშვნელოვანია, ვიდრე ფოკუსირება და ყოველთვის ბაზართან მიმართებით უნდა იქნეს დანახული. დიდი საწარმოები, განსაკუთრებით კი ძალზე დივერსიფიცირებულნი, სერიოზულად უნდა დაფიქრდნენ. თუ ისინი დაიშლებიან დამოუკიდებელ ფირმებად, თავიანთ ბაზრებზე ბევრად უფრო უკეთესად „მოეწყობიან". ასეთი დაყოფის განხორციელების ჯერ მხოლოდ რამდენიმე შემთხვევაც კი ამაზე დაფიქრებისა და ამ გზით სვლის საშუალებას იძლევა. დიდი საწარმოები მკაცრად უნდა გაემიჯნონ არაძირითადი საქონლისა და მომსახურების მწარმოებელ საწარმოებს, რომლებიც მენეჯმენტის „მოცულობას" ზეპროპორციულად ზრდიან და, ამდენად, მათი დიდ კავშირში ეფექტიანად ჩართვის განხორციელება არ ხერხდება. დიდმა საწარმოებმა შეგნებულად უნდა გადაწყვიტონ – მათ სურთ იყვნენ „დიდი ლიდერები" თუ „დივერსიფიცირებული კორპორაციები." ამასთან, „დივერსიფიცირებული კორპორაციის" ერთეულები უნდა ვმართოთ როგორც პატარა ლიდერები. ეს მოითხოვს დიდ ავტონომიას და ძირითადი ფუნქციების შესახებ გადაწყვეტილების კომპეტენციას. საწარმოს „ამპუტირებული" ერთეულები, ფილიალები, როგორც ჩანს, ვერ შეძლებენ მსოფლიო კლასის სტატუსს მიაღწიონ.

ცენტრალურ და დეცენტრალურ ერთეულებს შორის ფუნქციების განაწილებისათვის არ არსებობს საპატენტო რეცეპტი. ამ პრობლემაზე პასუხი მუდამ იცვლება. როგორც ჩანს, ის კონცერნები, რომლებიც თავიანთ ერთეულებს ლიდერი საწარმოების რანგში განიხილავენ და მათ მიხედვით მოქმედებენ, ასეთი „ქცევით" ცუდად როდი ახორციელებენ თავიანთ მიზნებს.

ამრიგად, წარმატებულ მცირე და საშუალო საწარმოთა მთელი სამეწარმეო საქმიანობის მოდელი წარმოგვიდგება სამი კონცენტრირებული წრის ერთიანი სისტემური ურთიერთდამოკიდებულების სახით:

სისტემის ბირთვი წარმოდგენილია ძლიერი მართვით, რომელიც ამბიციურ მიზნებს ისახავს. ეს უკანასკნელი, თავის მხრივ, წარმოების შიგა კომპეტენციებს განსაზღვრავს და მათ ორიენტირებას ახდენს. შიგა კომპეტენციები მოიცავენ გულდასმით არჩეულ და მოტივირებულ თანამშრომლებს, განუწყვეტელ ინოვაციას საქონლის, მომსახურებისა და სერვისის თვალსაზრისით და საკუთარ ძალებზე დაყრდნობას. შიგა კომპეტენციები საბოლოოდ გარე შესაძლებლობებში ტრანსფორმირდება. გარე შესაძლებლობები, თავის მხრივ, მოიცავს ბაზრის ვიწრო ფოკუსს (საქონელსა და მომსახურებაში, ტექნოლოგიაში), მომხმარებლებთან, სიახლოვეს, კონკურენციის აშკარა უპირატესობებს და გლობალურ ორიენტირებას. თუ ეს მოდელი, სისტემის ბირთვიდან დაწყებული და გარე შესაძლებლობებით დამთავრებული, კაუზალური თანმიმდევრობითაა წარმოდგენილი, მაშინ არ არსებობს ერთი ასპექტიც კი, რომელიც სხვებზე დომინირებდეს. უფრო მეტიც, ეს არის ყველა ასპექტის კომბინაცია, რომელიც წარმატებასთან მიგვიყვანს.

გამოყენებული ლიტერატურა

1. Collins, James C., und Jerry I. Porras: Die Besten der Besten – Zwoelf Managementmythen, gdi-impuls 1/1995, S. 23-29, Zuerich: Gottlieb Duttweiler – Institut 1995.
2. DIECKHEUER, Gustav, Internationale Wirtschaftsbeziehungen, 5., ueberarb. Auf., Muenchen, Wien 2001.
3. DE SOTO, Hernando, Freiheit fuer das Kapital Warum der Kapitalismus nicht weltweit funktioniert, Berlin 2002.
4. Foster, Richard: Innovation: The Attacker's Advantage, New York: Summit Books, 1986.
5. Hamel, Gary und C. K. Prahalad: Competing for the Future. Boston: Harvard Business School Press, 1994.
6. Hermann Simon: Die Heimlichen Gewinner, Die Erfolgsstrategien Unbekannter Weltmarktfuehrer, Frankfurt/Mainz, New York, 1996.

7. Homburg, Christian: Kundennaehe von Industriegueterunternehmen- Konzeptualisierung, Erfolgsauswirkungen und organisationale Determinanten, Habilitation, Universitaet Mainz, 1995.

8. Mintzberg, Henry und james A. Waters: Of Strategies, Deliberate and Emergent, Startegic management Journal, 6. 1985.

9. Porter, Michael E., Competitive Advantage, New york: The Free Press, 1985. Deutsche Ausgabe: Wettbewerbsvorteile, Frankfurt: Campus Verlag, 1986.

10. Porter, Michael E: Competitive Strategy Revisited: A View from the 1990s, Boston: harvard Business school Press, 1994.

11. SCHMID, Guenther, Wege in eine neue Vollbeschaeftigung – Uebergangsarbeitsmaerkte und aktivierendeArbeitsmarktpolitik, Frankfurt/main, New York 2002.

12. SCHMITZ, Frieder, Beschaeftigungseffekte von Unternehmungsgruendungen. Ein Beitrag zur Erklaerung des Zusammenhangs zwischen der Unternehmens- und Beschaeftigungsfluktuation, Berlin 2001.

13. Simon, Hermann: Management Strategischer Wettbewerbsvorteile, Zeitschrift fuer Betriebswirtschaft, 58-4, 1988.

14. Steffens Heiko, Verbraucherpolitik, Oldenburg, 2009.

15. Warnecke, Hans-Juergen: Die fraktale Fabrik (The Fractal Factory) Heidelberg/New York: Springer, 1992.

Economic Policy of the World Market Leading Companies

R. Gvelesiani

Economic Policy of the companies holding leading positions on the world market is shown by the joint systematic interrelation of their economic and political activities: the core of the system is represented as strong management having highly ambitious intentions, which, in its part defines orientations and internal competences of the production process. Internal competences include carefully selected and motivated employees, non-stop innovation process of production of new products and services, as well as the ability to rely on your own strength. At last internal competences are transformed into external possibilities. External possibilities include focusing to narrower segments of markets (products and services, technologies), close relations with consumers, obvious advantages of competiveness and orienting in global scale.

ახალი ეკონომიკური მოდელი ციკლების გარეშე*

ჯუმბერ ელბაქიძე
ეკონომისტ-ბიზნესმენი

ჩვენ, არსებითად არ გვაქვს ფინანსური კრიზისი (ჩვენ იმდენი ფული გვაქვს, რამდენიც გვჭირდება. არსებული ფული არ გამქრალა და შეგვიძლია კიდევ მეტი დავბეჭდოთ). ჩვენ არ გვაქვს ეკონომიკური კრიზისი (ქარხნები და წარმოების პროცესი ასევე არ გამქრალა – არ ყოფილა ომი, არ დანგრეულა ქარხნები და მათ შეუძლიათ საქონლის წარმოება). ამის მიუხედავად, ჩვენ გვაქვს უდიდესი მოთხოვნილება პროდუქციაზე (ხალხს ყოველთვის უნდა იყიდოს მეტი და მეტი ოღონდ, შედარებით იაფად). და ჩვენ გვყავს საკმაო რაოდენობის ხალხი, რომლებიც მზად არიან იმუშაონ და შექმნან პროდუქცია. ჩვენ გვაქვს ყველაფერი, რაც აუცილებელია უზრუნველი ცხოვრების პირობებისათვის, მაგრამ მაინც დრო და დრო განვიცდით კრიზისს, თანაც ღრმასა და დამანგრეველს. ჩვენი ეკონომიკა ხშირად სამკურნალო ხდება, რადგან ავადმყოფობა გარდაუვალია. მაგრამ ხშირად ჩვენ ვწერთ რეცეპტს იმ დაავადებისათვის, რომლისაც არაფერი გაგვეგება და რომელსაც ვერ ვშველით. ასეთია ეკონომიკური სტანდარტების მცდარი შეხედულება, მაგრამ როგორი საქციელია სწორი?

არ ჩანს, რომ ვინმემ იცოდეს გამოსავალი. რატომ გვაქვს ყოველთვის ასეთი ციკლები?.... და აგერ არის პასუხები:

ადამიანები იბადებიან, მოძრაობენ, იცვლიან ზნეს და მოთხოვნილებებს, ახალ პროდუქციას აწარმოებენ, იწერება ახალი კანონები, სრულდება ისინი და ა.შ.. ყველა ამ პროცესს გააჩნია განსხვავებული ხასიათი, აქვს განსხვავებული ადგილი, მიმართულება, სიჩქარე და განსხვავებული სიცოცხლის ხანგრძლივობის პერიოდი. ის, რომ ყველაფერი უნდა გაკეთდეს ეკონომიკის ფარგლებში, არ

* იბეჭდება პრობლემის განხილვის წესით

არის ასე ადვილი. ყოველთვის სადღაც რაღაც მეტია და სადღაც რაღაც ნაკლებია; ზოგიერთ ბიზნესს მოაქვს მოგება, ზოგს – ზარალი, ზოგი საქონელი ჭარბად იწარმოება, ზოგიც – მოთხოვნილებაზე ნაკლები. ჩვენ გვაქვს ეკონომიკური მთები, ორმოები და ბუშტები, რომლებიც ცდილობენ გათანასწორებას. ეს რედისტრიბუცია უსასრულოა, მას მიაქვს დრო და ეკონომიკური ენერგია, სანამ არ გაქრება ბუშტები. თუ ეს გადანაწილების პროცესები არასწორად მიმდინარეობს, მთები იზრდება და ორმოებიც უფრო ღრმავდება და ჩვენ ვღებულობთ კრიზისს. ციკლები არის დისტრიბუციის პრობლემა. ეკონომიკაში ყოველთვის ხდება, რომ ადგილი აქვს მცირე და არასწორ რედისტრიბუციას. ბევრი ასეთი მცირე და არასწორი რედისტრიბუცია შეიძლება გადაიზარდოს ეკონომიკურ კრიზისში. ამრიგად, რაოდენობა გადაიზრდება ხარისხში.

ყოველდღიურად მცირე, არასწორი რედისტრიბუცია გროვდება და ყველაზე მყარ ეკონომიკურ სიტუაციაშიც კი ქმნის ფულის-საქონლის მთებს და ორმოებს, რომელთაც მოყვება ხოლმე ინფლაცია–დეფლაციის პროცესები, რაც მოითხოვს კიდევ უფრო მეტ რედისტრიბუციას და იმას, რომ ორმოებში ჩაიდოს მეტი ფული, რომელსაც მოყვება უფრო მეტი ინფლაცია და დამთავრდება, თუ იქნება სწორი მენეჯმენტი, სტაბილურობით.

ეკონომიკური გლობალიზაციის პროცესის განმავლობაში ეს კრიზისები უფრო ღრმავდება. ქვეყნებს შორის პოლიტიკური, ეკონომიკური და სხვა განსხვავებების გამო ჩვენ გვაქვს უფრო დიდი მთები და ორმოები, რომელთა ყოველდღიური გასწორება და ბალანსირება აუცილებელია.

მაგრამ ეს არც ისე რთული იქნებოდა, რომ კრიზისს არ ჰქონოდა რეზონატორი - სახელად ბირჟებზე ვაჭრობა.

სწორედ ბირჟებზე ვაჭრობაში აქვს ადგილი იმას, რომ ხდება სიმდიდრის და ფულის რედისტრიბუცია არა მარტო მოვაჭრეთა შორის (რომლებიც თანახმა არიან წავიდნენ რისკზე), არამედ ასევე არასაჭირო რედისტრიბუცია კეთდება რეალურ მყარ ეკონომიკურ

სექტორებს შორის (ქარხნებს, კომპანიებს და იმ ხალხს შორის, რომლებიც ცხოვრობენ წყნარად და - საკუთარი სურვილების საწინააღმდეგოდ – ახლა ჩართულნი არიან ფულის გარისკვის პროცესში ასე იცვლება მათი მომავალი). როცა ბირჟებზე ფასი იცვლება, მწარმოებლებისთვის ფასი რეალურ ეკონომიკაშიც იცვლება. მაშინ, როცა ტრეიდერებს ესაჭიროებათ ფასების ძლიერი მოძრაობა, კომპანიებისთვის ეს საჭიროებას არ წარმოადგენს. როცა ფასები წარმოების პროცესში ასე სწრაფად იცვლება და ასეთი დიდი ოდენობით (წარმოიქმნება დიდი ინფლაცია ან დეფლაცია და რედისტრიბუცია), მწარმოებელი კომპანიები ეხვევიან პრობლემებში. ზოგიერთი კომპანია ახერხებს ამის გადატანას, ზოგი კი ვერა – სიტუაციის სტაბილურობამდე. კითხვა შემდეგია: რატომ უშვებს ხელისუფლება ასეთი არასტაბილურობის წარმოქმნას? რატომ არიან კომპანიები 24 საათი ისეთ სიტუაციაში, როცა მათ არაფრის გამოთვლა არ შეუძლიათ?

ფასების ცვალებადობა ბირჟებზე მოქმედებს, როგორც რეზონატორი ფიზიკაში, რომელიც ამოძრავებს და არყევს უზარმაზარ ფულის მასებს, წარმოქმნის უდიდეს მთებს და ორმოებს ეკონომიკასა და წარმოების პროცესებში, რითაც ანგრევს ეკონომიკურ სტაბილურობას.

ასე რომ, როცა ფასები იცვლება ბირჟებზე, რეალურ ეკონომიკაში ზოგიერთი ბიზნესისთვის ფული, საქონელი საჭიროზე მეტი ხდება და ზოგიერთ ბიზნესში ფული, საქონელი არასაკმარისია (ბიზნესი ცუდს არაფერს აკეთებს, მაგრამ შეცვლილია მისი მდგომარეობა). ამის შემდეგ ის ბიზნესები, რომლებსაც პრობლემები აქვთ, მოითხოვენ დამატებით ფულს ბანკებიდან ან დახმარებას ხელისუფლებისგან. თუ ისინი არ მიიღებენ ფულს, მათი პრობლემები კიდევ უფრო გაიზრდება და გამოიწვევს უფრო მეტ პრობლემებს სხვა კომპანიებისთვის (ხელშეკრულების შეუსრულებლობა), ბანკებისთვის (ბანკის სესხის და პროცენტის არ გადახდა), ადამიანებისთვის (მათი სამუშაოდან დათხოვნა) და ა.შ. ადამიანები კარ-

გავენ სამუშაო ადგილებს და ველარ იხდიან გადასახადებს, ფასები ეცემა რეალურ ეკონომიკაში და სხვ. პრობლემების ეს ჯაჭვი შეიძლება იყოს ძალიან პატარა ან ძალიან დიდი და გამოწვეულია მხოლოდ ბირჟებზე ვაჭრობით. ადრე თუ გვიან მთავრობა მიმართავს ფულს ეკონომიკაში (ყიდულობს აქციებს, გასცემს სესხს და ა.შ.) და წარმოიქმნება დიდი დანახარჯი.

ხალხს არ ძალუძს ძალიან სწრაფად ცვალოს თავისი მოთხოვნები. წარმოების პროცესები ასევე ვერ იცვლება სწრაფად, ასე, რომ ნორმალურ ეკონომიკურ სიტუაციაში ნებისმიერი ფასები ვერ შეიცვლება სწრაფად ან დიდი ოდენობით. თუ ჩვენ შევქმნით სტაბილურ გარემოს და ბირჟებზე ფასები დასტაბილურდება, ეს იქნება საუკეთესო საჩუქარი ჩვენი მწარმოებელი კომპანიებისა და რეალური ეკონომიკისათვის. ტრეიდერებს შეუძლიათ ითამაშონ აზარტული თამაშები, კაზინო, დადონ ფული ფეხბურთის ან კალათბურთის შედეგების გამოცნობაზე და ა.შ., მაგრამ, მათ არ უნდა შეეძლოთ ითამაშონ უბრალო ხალხის ცხოვრებაზე თავიანთი ვაჭრობით ბირჟებზე (ან მთაერობას უნდა ჰქონდეს საქონლის საკმარისი მარაგი ბირჟებზე ინტერვენციების ჩასატარებლად, რათა მოხდეს ფასების ნორმალურ დონესთან ახლოს შენარჩუნება ისე, როგორც ამას ცენტრალური ბანკები აკეთებენ ვალუტის ბაზარზე ან ხელისუფლებამ უნდა შექმნას განსხვავებული წესები ბირჟებზე ვაჭრობისთვის). ფასების სპეკულაცია უნდა იყოს გამოყოფილი ნაღდი საქონლის წარმოების პროცესებისა და უბრალო ხალხის ცხოვრებისგან.

მაგრამ ეს არ არის ბირჟებისთვის ერთადერთი დიდი პრობლემა. საქონლის და აქციების ფასების დიდი ცვალებადობა ქმნის ილუზიას, რომ "ბიზნესი ა" არის ძალიან მომგებიანი დღეს და ადამიანებიც მისდევენ "ბიზნეს ა"-ს. ისინი ბევრ ცვლილებას ახდენენ ცხოვრებაში, ხარჯავენ ფულს, ენერგიას და დროს. მაგრამ ფასები, ბირჟებზე სპეკულაციის შემდეგ, ნებისმიერ დღეს შეიძლება დავარდეს, რაც ადამიანებს აიძულებს გამოვიდნენ "ბიზნეს ა"-დან, ეს

მაშინ, როცა მათ ჯერ თითქმის არც დაუწყიათ საქმე. და ასეა ყოველდღე. ხალხი მთავარი მწარმოებელია ეკონომიკაში და ჩვენ არ უნდა მივცეთ ჩვენ თავს უფლება ასეთი ცოტა პროდუქტიულობა გვქონდეს მათგან. ამიტომ, ნაკლები ადამიანებით, მაგრამ მაღალი პროდუქტიულობის კოეფიციენტით თავიანთ სამუშაოში, "ქვეყანა ა" შესძლებს აწარმოოს მეტი საქონელი, ვიდრე ის ქვეყნები, რომელთაც ჰყავთ დიდი მოსახლეობა.

ბიზნესები ფუძნდება, იწყებს ფუნქციონირებას, მაგრამ შემდეგ იხურება (კრიზისის დროს მეტად, სტაბილურობისას - ნაკლებად) ხალხის ენერგიის, დროის და რესურსების დანაკარგებით. ასეთ სიტუაციაში კრიზისს ბევრი ბიზნესი ვერ გადაურჩება საკუთარი ძალებით. ამასთან, ისინი განიცდიან ზარალს, რაშიც თვითონ კი არ არიან დამნაშავე, არამედ – ეკონომიკაში მიმდინარე პროცესები. ამიტომ, არ უნდა დავუშვათ ბიზნესის დახურვა, რადგანაც ხალხი საჭიროებს პროდუქციას, სანამ ვინმე გადაიხდის ფულს პროდუქციაში (მიუხედავად იმისა, წარმოება ხდება დანაკარგებით თუ არა). სიმდიდრე და საქონელი უნდა იქნეს წარმოებული დაბალი დანახარჯებით და გაიყიდოს შედარებით მაღალ ფასად, რამდენადაც ეს შესაძლებელია (სანამ ვიღაც ყიდულობს მას).

აქ წარმოდგენილი სიტუაცია ზუსტად შეესაბამება GENERAL MOTORS-ს (და სხვა კომპანიებს, ბანკებს და ხალხს, რომლებიც იმყოფებიან იგივე სიტუაციაში): GM-ი აწარმოებს მანქანებს, რომლებიც შეიძლება გაიყიდოს ხალხზე დღეს დაბალი ფასით, ე.ი. ხალხი მზადაა გადაიხადოს ფული. დღეს დიდი მოთხოვნილებაა მანქანებზე. ერთადერთი, რის გაკეთებაცაა საჭირო, არის ის, რომ მოვამარაგოთ GM-ი იაფი რესურსებით. მაშასადამე, არის მოთხოვნილება მანქანებზე, გვყავს მისი მწარმოებელიც და ასევე გვაქვს ყველა საჭირო ტექნოლოგია. ამრიგად, ჩვენ შეგვიძლია დავასაქმოთ უფრო მეტი ადამიანი, ვაწარმოოთ მეტი საქონელი GM-ისთვის (ნაკლები ფასით) და ვაწარმოებინოთ GM-ს უფრო მეტი მანქანა. ამის მაგივრად ჩვენ ვხურავთ სამუშაო ადგილებს და ვყრით ადამიანებს

GM-დან! ეს გამოწვეულია იმით, რომ პირველად ჩვენ შევქმენით თამაშის არასწორი ეკონომიკური წესები GM-სთვის, შემდეგ შევქმენით დიდი მთები და ორმოები მის გარშემო რედისტრიბუციის არასწორი პროცესებით. ე.ი. GM-ს შევუქმენით შეუძლებელი პირობები კარგად მუშაობისთვის. შემდეგ კი ვასკვნით: GM-ს არ აქვს მოგება, მოდით დავხუროთ წარმოება! ყველა ნორმალურ (და არა მხოლოდ სუპერ - საუკეთესო) გემს შეუძლია იცუროს წყალში პატარა ტალღების დროს. მაგრამ, თუ ჩვენ შევქმნით უფრო დიდ ტალღებს, ზოგიერთი გემი ჩაიძირება. რაც უფრო დიდია ტალღები, მით მეტი გემი ჩაიძირება. ტალღების სხვადასხვა სიდიდე ჩაძირავს გემების განსხვავებულ რაოდენობას. ჩვენ დამნაშავე ვართ არასაჭირო ტალღების შექმნაში, ყველა გემი კარგია ნორმალურ სიტუაციაში, სანამ ვინმეს უნდა მათით სარგებლობა და ცურვა. ჩვენ არ უნდა გამოვცადოთ გემები შტორმში ანუ შტორმული სიტუაციები მაქსიმალურად უნდა ავიცილოთ თავიდან.

როცა GM-ს უკვე ჰქონდა დანაკარგები, საწვავის, ლითონის და სხვათა მიმწოდებლები ნახულობდნენ დიდ მოგებებს, ასე, რომ რედისტრიბუციის პროცესები იყო დანგრეული და ხელისუფლებას კი არაფერი არ გაუკეთებია. ეს არ არის GM-ის პრობლემა, ეს არის რედისტრიბუციის პრობლემა. ნორმალურ საბაზრო ეკონომიკაში მოგების და დანაკარგის პროცენტულობა ყველგან და ყოველთვის უნდა იყოს ტოლი. ჩვენ არ უნდა დაგვეშვა დაუმსახურებლად მაღალი მოგება GM-სთვის ლითონის მიმყიდველებისათვის, ამისათვის კი საჭირო იყო სიტუაციის მონიტორინგი უფრო ადრე, რათა დაგვენახა, რომ ეკონომიკურ პროცესში რაღაც უკვე კარგად არ იყო.

დღევანდელ ეკონომიკაში პროდუქციის დანაკარგით გაყიდვა ნიშნავს, რომ წარმოების პროცესში სადღაც არის კორუფცია, მონოპოლია ან არასაკმარისი რედისტრიბუცია. ჩინეთი ინსტიქტურად (ვერ აცნობიერებს რატომ) ცდილობს აწარმოოს იმდენი საქონელი, რამდენიც შესაძლებელია ნებისმიერ ფასად და აქვს დიდი მიღწევებიც.

ზოგიერთი საქონელი უფრო ელასტიკურია ფასებში, ვიდრე სხვა. მანქანების ფასები ბაზარზე იცვლება ნელა, ვიდრე ლითონის ფასები ბირჟებზე. მაგრამ სპეკულაციის შემცირებით ან აღმოფხვრით ბირჟებზე სწორი ეკონომიკური წესებით, საქონლის ფასები ნაკლებ ელასტიკური გახდება ერთმანეთთან მიმართებით, რაც მოითხოვს ნაკლებ რედისტრიბუციას და წარმოქმნის გლუვ ეკონომიკას. ყოველივე აღნიშნულის თავიდან აცილებისათვის, აუცილებელია ჩამოვაყალიბოთ არსებული ეკონომიკური მოდელის პრობლემები:

- ციკლები, რომელიც გამოწვეულია არასწორი რედისტრიბუციის პროცესებით – არასაჭირო რედისტრიბუცია, რომელიც გამოწვეულია ბირჟებზე ვაჭრობით და რეზონაციის პროცესებით;
- არასტაბილურობა და სამომავლო შემოსავლების ზუსტად გამოთვლის შეუძლებლობა;
- არსებულ ეკონომიკურ მოდელში, უფრო მეტი შემოსავლებისათვის საჭიროა კორუფცია და მონოპოლია;
- ბევრი ადამიანის ენერგიის და დროის ფუჭად კარგვა და იმავე ბიზნესების ხელახლა გახსნა;
- კომპანიების კაპიტალიზაციის ტოტალურად არასწორი დათვლა;
- უმუშევრობის მაღალი დონე;
- **ფედერალური ფონდების განაკვეთის (რეფინანსირების %-ის) შეცვლა იწვევს არასტაბილურობას და ა.შ.**

მაგრამ არსებობს ახალი ეკონომიკური მოდელი, რომელიც მთლიანად ორიენტირებულია მაღალი ხარისხის პროდუქციის წარმოებაზე, ხარისხიან სერვისსა და სიმდიდრეზე. მას არ გააჩნია ციკლები და ყოველთვის მზარდია, აქვს სამართლიანი შეჯიბრის წესები და სიმდიდრის სწორი რედისტრიბუცია; ხალხს ყოველთვის აქვს მუშაობის სტიმული, ეკონომიკური მომავალი ექვემდებარება გამოთვლას და ყველა სხვა პრობლემა მოგვარებადია.

ახალი ეკონომიკური მოდელის კანონები:

1. საქონლის ხარისხი კონტროლდება შეჯიბრის პრინციპით - კონკურენციით (ეს წესი უზრუნველყოფს ცხოვრების მაღალ დონეს და განვითარების საშუალებას);

2. მთავარია მოგების პროცენტის ერთნაირობის (თანაბრობის) და სტაბილურობის წესი, რომელიც ამბობს: ტოტალურად ნორმალურად ფუნქციონირებად ეკონომიკურ პროცესებში ყველა ბიზნესს აქვს ერთნაირი მოგების პროცენტი და პირიქით, თუ ყველგან მოგების პროცენტი თითქმის ტოლია, მაშინ ეკონომიკა სწორად მუშაობს. თუ სადმე მოგების პროცენტი დიდად იცვლება, ეს ნიშნავს, რომ ამ ადგილას ეკონომიკა არის "გაჭედილი" და ცდილობს ჩავარდეს ან განვითარდეს. ეკონომიკის ეს სექტორი მოითხოვს ხელისუფლების დაინტერესებას და მოქმედებას (ეს წესი გვაძლევს კონკურენციისთვის ერთნაირ პირობებს, სწორ რედისტრიბუციას, სამართლიან ეკონომიკას, მონოპოლიის პრობლემის მოგვარებას და სწორი ეკონომიკური მონიტორინგის საშუალებას);

3. ფედერალური რეზერვი არ წყვეტს ფონდების განაკვეთის %-ს, ის ფიქსირებულია (ფულის საცალო ფასი=დაბეჭდვის ღირებულებას+მიწოდება+სხვა დანახარჯები+ბანკის მოგება). ფულის საცალო % ნაკარნახებია მოგების საშუალო პროცენტით (მსპ) და ყოველთვის ნაკლებია, ვიდრე მსპ (ეს წესი გვაძლევს სტაბილურობას და ეკონომიკური მომავლის გამოთვლის საშუალებას);

4. ხელისუფლება თვალყურს ადევნებს ეკონომიკურ სექტორებში რედისტრიბუციის პროცესს მოგების საშუალო პროცენტის მონიტორინგის საშუალებით. თუ მოგების საშუალო პროცენტი სადმე იცვლება, ხელისუფლება მოქმედებს პირდაპირ ამ ადგილზე და ამ დროს, ფისკალური და მონეტარული გზებით. ასეთი ქცევა სწრაფად ახდენს ამ "გაჭედილი" ადგილის რედისტრიბუციას (მიმდინარე მცირე ინფლაცია-დეფლაციის პროცესს) და არ აძლევს საშუალებას წარმოიქმნას დამატებითი დამაბრკოლე-

ბელი გარემოებები - არასაჭირო რედისტრიბუცია და ციკლი (ეს წესი უზრუნველყოფს პატიოსან კონკურენციას და არ აძლევს ციკლებს წარმოქმნის საშუალებას);

5. ადამიანებს და კომპანიებს აქვთ კარგად მუშაობის სტიმული და შეუძლიათ გამოიმუშავონ მეტი ფული მხოლოდ წარმოების მოცულობის გაზრდით, ახალი გამოგონებებით, ბიზნესის მფლობელებისგან კარგი ხელფასის მიღებით გაწეული საქმიანობისთვის (ეს წესი გაძლევს ორიენტაციას მეტი საქონლის და სიმდიდრის წარმოებისთვის);

6. არც ერთი ბიზნესი არ უნდა დაიხუროს, სანამ მის საქონელს ვინმე ჯერ კიდევ ყიდულობს. პროდუქცია, რომელსაც გააჩნია დანაკარგები, უნდა გაიყიდოს შესაძლო მაღალ ფასად. წარმოების ფასი უნდა შემცირდეს მომმარაგებლების წარმოებების გაზრდით (ეს წესი გვაძლევს საშუალებას არ დავკარგოთ ფუჭად დრო, ენერგია და რესურსები, ეკონომიკის ძალიან მაღალ პროდუქტიულობასა და უმუშევრობის შემცირებასთან ერთად).

ამ პროცესების მსვლელობაში ფული თავისთავად გამოვა ბირჟებიდან (სტაბილურობის, ფასების მდგრადობის და ეკონომიკური მომავლის გამოთვლის შესაძლებლობის გამო) და წავა რეალურ ეკონომიკაში. ეს იქნება უდიდესი ინვესტიცია, გაიზრდება წარმოება და ბიუჯეტის შემოსავალი, ბიუჯეტის და ვაჭრობის დეფიციტი შემცირდება, ჩვენ გავაკეთებთ უდიდეს ნახტომს მომავლისაკენ.

ჩვენ ნელა, ნაბიჯ-ნაბიჯ უნდა მივყვეთ ამ ეკონომიკურ მოდელს, რომელშიც ადამიანები იპოვიან თავიანთ კითხვებზე პასუხს, მიხვდებიან, რომ ცვლილებები აუცილებელია ჩვენს ამჟამინდელ სიტუაციაში. ამ გლობალურ კლიმატში, ჩვენ აგრეთვე უნდა შევცვალოთ ის პოლიტიკური მოდელი, რომელშიც ჩვენ ყველანი ვიმყოფებით. ჩვენ მოვითხოვთ ობიექტურ პოლიტიკურ წესებს, რომელსაც ვერცერთი პიროვნება ან ლიდერი ვერ შეედავება, მაგრამ, რა თქმა უნდა, ეს სხვა განსჯის საგანია ...

ეკონომიკის სექტორების და ფულადი

მომარაგების ბალანსირება

სიტუაცია ვითარდება: ფედერალური რეზერვის და სხვა ოფიციალური პირები აკეთებენ განცხადებებს, ბირჟებზე ფასები ისევ ძლიერ მერყეობს, ხდება ახალი ფულის შეწოვა-ათვისება ეკონომიკის მიერ არასწორად, ზოგიერთი ფასი თითქმის 100%-ით იზრდება (ნავთობი), როცა სხვა ფასები ვარდება (მაღაზიებში ფასდაკლებებია), იზრდება უმუშევრობა, ძლიერ მერყეობს ეკონომიკის თითქმის ყველა მაჩვენებელი (ინდიკატორი) (ზოგი ძალდატანებით, ზოგიც თვითნებურად), ყველაფერი არასტაბილურია, მთავრობა და ფედერალური რეზერვი მოქმედებენ, ეკონომიკის შემადგენელი ნაწილები ძლიერ ირყევა და ცდილობს მოვიდეს ერთმანეთთან ბალანსში. იპოვის ყველა ეს ნაწილი სწორ პოზიციას? რა თქმა უნდა, ასეთი ძლიერი ქანაობა ზოგჯერ აუცილებელია აღდგენისათვის, მაგრამ მიზნისკენ გზა უნდა იყოს სწორი...

ა: - რატომ კლავთ ჩიტებს ტანკებით? თქვენ აზიანებთ ყველაფერს გარშემო!

ბ: - ჩვენ არ გვაქვს სხვა იარაღი.

ა: - მაშინ შეიძინეთ!

ფედერალურ სარეზერვო სისტემას და ხელისუფლებას მხოლოდ ორი იარაღი აქვს ეკონომიკაზე ზემოქმედებისათვის: ფულით მომარაგების შეცვლა და საგადასახადო პოლიტიკა.

მაგრამ, ორივე ძალიან დიდია საიმისოდ, რომ სწორად დაარეგულიროს ეკონომიკა. მათი მოქმედების არეალი მასშტაბური, საერთო და არასპეციფიკურია და არ შეუძლიათ იმოქმედონ განსაზღვრულ ადგილას ან სექტორზე. ისინი ახდენენ ზემოქმედებას მთელ ეკონომიკაზე. ეს უსარგებლო და არასწორია, რამდენადაც იწვევს დიდ რედისტრიბუციას, შეცდომაში შეჰყავს ხალხი და ანგრევს ეკონომიკაში ბევრ რამეს, სანამ დადებით ეფექტს გამოიღებს (მიუხედავად იმისა, რომ რჩება სტაბილური ნაწილიც). ამ მეთოდების ეფექტიანობის კოეფიციენტი ეკონომიკის აღდგენისას ძალიან დაბალია. მათი დიდი ნაწილი არღვევს სტაბილურად დარჩენილი

სეგმენტის ბალანსს, სხვა ნაწილები კი ხელს უწყობს უკვე დეფორმირებულ სეგმენტებს უფრო გაიზარდონ. ამრიგად, ეს აღმდგენი მეთოდები მუშაობს აღდგენისათვისაც და მის საწინააღმდეგოდაც. თქვენ ვერ შეძლებთ დაარეგულიროთ ტრაფიკი დიდ ქალაქში ერთი ან ორი დიდი შუქნიშნით, მცირე და ბევრი შუქნიშანია საჭირო. ხელისუფლება და ფედერალური სარეზერვო სისტემა უნდა გახდეს ძალიან მოქნილი და მოიპოვოს ახალი იარაღები და წესები,რამეთუ არსებული წესები მოძველებული და არასწორია.

ეკონომიკა, რომელიც იმართება არასწორი ეკონომიკური წესებით (თუნდაც ერთით), დაგვაჯულ (დეფორმირებულ) ადამიანს ჰგავს. რაც უფრო მეტ საკვებს იღებს, მით უფრო გვაჯი ხდება იგი, - ცუდი გენები აქვს. თუ თქვენ ხედავთ, რომ გვაჯს არ შეუძლია სიარული და ვარდება (ხდება კრიზისი), რატომ ეხმარებით სხვა გვაჯს ადგომაში? თქვენ ფიქრობთ, რომ ეხმარებით ჯანმრთელ ბავშვს გაზრდაში, მაგრამ რეალურად თქვენ აფინანსებთ ბებერ გვაჯს პლასტიკური ქირურგიისა და უფრო მეტი პრობლემებისთვის მომავალში. რაც მეტს ცხოვრობს გვაჯი, მით მეტი დეფორმირებული ნაწილები უჩნდება მას **ეკონომიკის დეფორმირებული ნაწილები ვერ იმუშავებენ ბალანსში, მათ აქვთ ნაპრალები ერთმანეთთან მიმართებით და ვარდებიან ეკონომიკასთან ერთად. არსებულ ეკონომიკურ-ფინანსურ მოდელში - ყველგან ნაპრალებია.**

თითქმის ყველა იღებს ვალებს და იძლევა დაპირებებს, რომ დააბრუნებს ფულს პროცენტებით. ადამიანები აგრეთვე ითვლიან კაპიტალიზაციას (და იძლევიან დაპირებებს), რომელიც დამოკიდებულია სამომავლო ფულად მოგებაზე და უფრო მეტიც, მულტიპლიკატორებს იყენებენ ამისთვის. ამრიგად, ფულადი მოგება მომავალში არის ყოველთვის შეპირებული. მაგრამ, საიდან მოიტანენ ადამიანები დამატებით ფულს? **ფედერალური სარეზერვო სისტემა არასოდეს აცხადებს რამდენი დამატებითი ფული დაიბეჭდება მომავალში. ამრიგად, როგორ შეუძლიათ ადამიანებს, კომპანიებს და ხაზინას (ხელისუფლებას) დათვალონ სამომავლო ფულადი**

შემოსავლები, ფულადი მოგებები და შეპირდნენ სხვებს, რომ გადაიხდიან მათ ვალებს პროცენტებით ან შეპირდნენ კაპიტალიზაციას მომავალში. დღეს ეკონომიკა თავისთავად იზრდება ისე, რომ არაფერი იცის ფულით მომარაგებაზე. ფედერალური სარეზერვო სისტემა უსწრებს ან ჩამორჩება ეკონომიკური პროცესებს და ყოველთვის ცდილობს მიხვდეს რამდენი ფულია საჭირო. ასეთი მიხვედრის შემდეგ მოქმედებს და მანევრირებს "ტანკით" (მთელ ეკონომიკაში ფულის მომარაგების შეცვლა). ეს ნიშნავს, რომ ფედერალური სარეზერვო სისტემა და ეკონომიკური პროცესები მუშაობენ ერთმანეთისგან დამოუკიდებლად. ფედერალური სარეზერვო სისტემა ყოველთვის ან წინ არის ან უკან და არის ყველგან, მაგრამ არა იქ, სადაც საჭიროა და არა მაშინ, როცა საჭიროა. რეალური ეკონომიკა და ფედერალური სარეზერვო სისტემა (ფულმომარაგება) ყოველთვის დისბალანსს განიცდის დროს და ადგილზე, და მცირე და დიდი ფულ-საქონლის ბუშტუკები იზრდება (სადღაც ინფლაცია და სადღაც დეფლაცია). თუ ვინმე (და ყველა) კარგად მუშაობს და უშვებს მეტ და უკეთეს საქონელს, მათ მაინც ვერ ექნებათ **სწორი და კეთილსინდისიერი ფულადი შემოსავალი.** არავინ ფიქრობს იმაზე, რომ ფედერალურ სარეზერვო სისტემას არ აქვს სწორად მოქმედებისთვის საჭირო ინსტრუმენტები და ფულადი თანხები თითქმის ყოველთვის არასწორ ადგილასაა განლაგებული და მიწოდებული. **ფედერალური სარეზერვო სისტემის გადაწყვეტილებები მიახლოებითია, სუბიექტურია და რეალური ეკონომიკასთან აქვს დიდი ნაპრალები (გაწყვეტები) დროში, მოქმედების ადგილებსა და ფულის მიწოდების რაოდენობებში.** ამრიგად, ბუშტუკები, პრობლემები, გაბანკროტებები და ინფლაცია-დეფლაცია წინასწარ დაპროგრამებულია. ფედერალური სარეზერვო სისტემა უნდა მოვიდეს ეკონომიკასთან დროის, ადგილის და ფულადი თანხის რაოდენობის ბალანსში და ემსახურებოდეს სტაბილურობას.

მოძველებული, არასწორი წესების მქონე ეკონომიკა ყოველთვის იზრდება, დაგვაჯული და ფედერალური სარეზერვო სისტემა მხარს უჭერს ავადმყოფობას მისთვის საჭირო ფულის მომარაგებით.

პირველ რიგში, ჩვენ უნდა შევასწოროთ ეკონომიკურ-ფინანსური სისტემის წესები (სიმახინჯის გენები) და შემდეგ უნდა ვიმოქმედოთ. სწორი წესებით ეკონომიკის აღდგენა ძალიან სწრაფად არის შესაძლებელი, რადგან დახმარების ეფექტიანობის კოეფიციენტი ძალიან მაღალი იქნება, დახმარება გამოკვებავს ჯანმრთელ ბავშვს და არა მახინჯს.

ეკონომიკა (სიმდიდრის წარმოების ძრავა) შედგება მრავალი ნაწილისგან, რომელთა ნორმალურად მუშაობისათვის საჭიროა მათი ერთმანეთთან დაბალანსება. თუ რომელიმე ნაწილი არასწორად ირყევა, იგი გამოიწვევს მთელი პროცესების დისბალანსს და გვექნება გვაჯი და არა ძრავა. არსებულ ეკონომიკურ მოდელში ნაწილთა უმრავლესობა ყოველთვის განიცდის დისბალანსს და მუშაობს არასინქრონულად.

ბირჟები დისბალანსირებულია მიმდინარე რეალური ეკონომიკისგან. მათ არ გააჩნიათ საკმარისი ინსტრუმენტები, რათა სწორად ემსახურონ თანამედროვე ეკონომიკურ პროცესებს. ამის მაგივრად მათ აქვთ ბევრი არასწორი იარაღი, რომელიც ემსახურება ეკონომიკური პროცესების დესინქრონიზაციას. იგივე ხდება გლობალიზაციის და საერთაშორისო ვაჭრობის წესებშიც. ის ძველი და მცდარია და ემსახურება მსოფლიო ეკონომიკის დისბალანსირებას.

ეკონომიკის ყველა ნაწილი და პროცესი უნდა იყოს დაბალანსებული, შეთანხმებული (გიტარის სიმების მსგავსად) ერთმანეთთან ნაპრალების (გაწყვეტების) გარეშე და ეკონომიკამ უნდა იმუშაოს, როგორც ერთმა დიდმა ქარხანამ, სიმდიდრის წარმოებისთვის.

ახალ ეკონომიკაში ფული და სიმდიდრე თავისთავად, ავტომატურად უნდა გადანაწილდეს (ობიექტური წესების თანახმად), რაც გამორიცხავს (გააუქმებს – არ დაუშვებს) პერსონალურ (ადამიანის სუბიექტურ) შეცდომებს.

დღეს ხალხი გრძნობს, რომ პოლიტიკური და ეკონომიკური წესები დაუბალანსებელია რეალურ ცხოვრებასთან მიმართებით. წესები მუშაობს შეცდომებით, რაც იწვევს პროცესების გაუარესებას. ადამიანებმა უნდა გამოასწორონ ის, ისინი იძულებული არიან შეაღწიონ წესების და პროცესების შიგნით და მიიღონ სუბიექტური გადაწყვეტილებები. ეს იწვევს უსამართლობას, კორუფციას და არასტაბილურობას.

ნებისმიერ სისტემაში, თუ წესები სწორია (სამართლიანია) ყველაფერი ბალანსში მუშაობს და პირიქით, თუ სისტემის ყველა ნაწილი ერთმანეთთან ბალანსშია, ეს ნიშნავს, რომ წესები სწორად მუშაობს. ეს არის ყველა პოლიტიკური, სოციალური, ეკონომიკური, ფინანსური, ბიოლოგიური ან სხვა სისტემების სტაბილური არსებობის კანონი.

დღეს პოლიტიკური და ეკონომიკური სისტემები განიცდიან შიგა დისბალანსს, რაც ნიშნავს, რომ სისტემების შიგნით არსებული წესები მცდარია.

ამასთან დაკავშირებით ისმის კითხვა: რა უნდა შეიცვალოს და გაკეთდეს ადრე თუ გვიან, სამართლიანი, ჯანმრთელი და სტაბილური ეკონომიკური სისტემის განვითარებისა და აყვავებისთვის:

- რეალურმა ეკონომიკამ უნდა იმუშაოს ფედერალური სარეზერვო სისტემასთან შეთანხმებულად, ნაპრალების გარეშე (დღეს ფედერალური სარეზერვო სისტემა ცდილობს მიხვდეს, მიჰყვეს ან წინ გაუსწროს ეკონომიკას დროში, ადგილსა და ფულის რაოდენობაში, რაც იწვევს არასტაბილურობას). იმის გამო, რომ ფედერალური სარეზერვო სისტემა რეალურ ეკონომიკასთან მიმართებით დისბალანსშია, ფულიც ყველგან განიცდის დისბალანსს. ადამიანები და კომპანიები ვერ იღებენ ფულის (საჭირო) დამსახურებულ რაოდენობას თავიანთი სამუშაოსთვის (ზოგი იღებს დიდ მოგებას, ზოგი კი მხოლოდ დანაკარგს). ეს იწვევს უსამართლობას და სოციალურ დაძაბულობას;

- სწორი, მარტივი და ობიექტური ფულადი მომარაგების წესები უნდა გამოცხადდეს და გატარდეს. ყველამ უნდა იცოდეს რამდენი ფული იქნება ხელმისაწვდომი მომავალში. გადაწყვეტილებები ამის თაობაზე უნდა იყოს ნათელი და ობიექტური. გადაწყვეტილებებს არ უნდა იღებდეს დირექტორთა საბჭო სუბიექტურად (არსებული ფულადი მოდელით ზოგჯერ მათაც კი უჭირთ გადაწყვიტონ რა არის სწორი). ინფლაცია-დეფლაცია და მიწებებული ფასების პრობლემა ასევე უნდა იქნეს გადაჭრილი მარტივად – ფულმომარაგების ახალი ობიექტური წესებით;

- ადამიანები და კომპანიები ეკონომიკაში მუშაობენ მოგების მიზნით. მაგრამ არსებული ბუღალტრული აღრიცხვა და ეკონომიკური (ალტერნატიული ფასით) **მოგების გაგება და განსაზღვრება მოძველებული და არასწორია. ამრიგად, ადამიანები და კომპანიები (ასევე ეკონომიკა) მუშაობენ არასწორი მიზნისთვის.** საჭიროა რეალური მიზნის განსაზღვრა, რაც გადაჭრის უამრავ პრობლემას და შექმნის თანამედროვე ეკონომიკის წესებს;

- ეკონომიკაში ყოველთვის საჭიროა დამატებითი იძულებითი გადანაწილება (იძულებითი ინფლაცია). ეს გვაძლევს დროსა და საშუალებას თვითონ გამოსწორდეს ეკონომიკური შეცდომები, ზოგიერთ სუსტს ეძლევა საშუალება თავი გადაირჩინოს, რადგან ინფლაციის დროს უფრო ადვილია ფულის (დახმარების) შოვნა. ამრიგად, ინფლაცია გარკვეულწილად არის იარაღი, რომელიც ასწორებს ეკონომიკის შეცდომებს. წარმოების პროცესის განმავლობაში ზოგიერთ ეკონომიკურ შეცდომას ყოველთვის აქვს ადგილი, რომლის უარყოფითი ზეგავლენა ეკონომიკაზე ინფლაციის მეშვეობით მცირდება.

დეფლაცია კი დამღუპველია ეკონომიკისთვის – დეფლაციის პირობებში ძლიერებსაც კი უჭირთ ან წყვეტენ არსებობას. ეკონომიკურ პროცესებს, როგორც წესი, თან ახლავს შეცდომები, შეცდომების დაშვება, დეფლაცია კი იწვევს ამ შეცდომების გაძლიერებას და ეკონომიკის მწვავედ დაზიანებას. **დეფლაციისას**

უმცირესი შეცდომაც კი ძალიან მტკივნეულია და აზიანებს ეკონომიკას უძლიერესი იარაღის მსგავსად. ამრიგად, დეფლაციის პირობებში ეკონომიკის დისბალანსი ღრმავდება და ეკონომიკა ადვილად ირღვევა. როცა სკდება გაბერილი ბუშტუკები (ქრება ილუზიური ფული), დეფლაცია იწყება და ეკონომიკა ინგრევა;

- სასწრაფოდ საჭიროა ბირჟებზე ვაჭრობის, საერთაშორისო ვაჭრობის და გლობალიზაციის ახალი წესები. არსებული წესები და საშუალებები ძალიან ძველია და ისინი უბრალოდ ვერ მუშაობენ განვითარებული, გლობალიზებული და მაღალტექნოლოგიური მსოფლიოს არსებობის პირობებში. მსოფლიო ეკონომიკას დღესდღეობით გააჩნია მრავალი დაუბალანსებელი და დეფორმირებული ნაწილი (ეკონომიკური სექტორები). მათ უბრალოდ არ შეუძლიათ ერთობლივი სწორი მუშაობა, როგორც ძრავას – სიმდიდრის წარმოებისა და გადანაწილებისთვის;

- ეკონომიკური სტაბილურობა უნდა იქნეს დაცული. იგი საჭიროებს პამპერსს - ინსტრუმენტს, რომელიც შეიწოვს კარგ ან ცუდ ახალ ამბებს და მოულოდნელობებს. დღესდღეობით ეკონომიკა გამოიყურება როგორც შიშველი, ყველაფერს შეუძლია მისი დაზიანება, მერყეობა და რეზონირება;

- უნდა შეიქმნას ეკონომიკის ძირითადი ხერხემალი, ძირითადი წესი ყველასთვის. ეს წესი იქნება ყველაფერზე მთავარი, იგი შეცვლის მთლიანად ეკონომიკის გაგებას, გადაჭრის არსებულ ყველა პრობლემას და გახდის ეკონომიკას თანამედროვეს.

ეს წესი მთლიანად შეცვლის მსოფლიო სავაჭრო ორგანიზაციას, საერთაშორისო მონეტარულ ფონდს, მსოფლიო ბანკს, ბირჟებზე ვაჭრობას და ა.შ.

ეს წესი იმდენად ნათელი, მარტივი და ობიექტურია, რომ არავის შეუძლია კამათი ამის შესახებ.

ეს წესი შეინარჩუნებს და შექმნის მრავალ სამუშაო ადგილს და სწრაფად შეამცირებს უმუშევრობის დონეს!

ამ ცვლილებების განმავლობაში და ყოველთვის სიტუაციის საკონტროლოდ საჭიროა შემდეგი საკითხების ძლიერ მონიტორინგი და კონტროლი: 1. სტაბილურობის შენარჩუნება, 2. კონკურენციის დაუზიანებლობა, 3. სამართლიანობის არსებობა.

რამდენიმე სიტყვა **უმუშევრობის პრობლემის** ირგვლივ.

ეკონომიკის სხვადასხვა სეგმენტი აწაროებს სხვადასხვა საქონელს. ისინი ცვლიან სიმდიდრეს ერთმანეთში და არსებობენ კარგად. ფული ეხმარება მათ გაცვლაში (ვაჭრობაში). თუ ყველაფერი სამართლიანად ხდება, ეს სისტემა მუშაობს ნორმალურად. თუ ზოგი პროდუქცია არააუცილებელი ხდება, საჭიროა ჩამნაცვლებლები. თუ ხდება რაიმე ახალი ტექნოლოგიის (პროდუქტების) გამოგონება, საჭიროა ამ ახალი ტექნოლოგიების (პროდუქტების) მწარმოებლების მომარაგება... და ასე ხდება ყოველთვის მუდმივად. სამუშაო ადგილები ყოველთვის იქმნება. ადამიანების ძირითადი (საჭირო) მოთხოვნილებები თითქმის პერმანენტულ ხასიათს ატარებს. ეკონომიკაში თავისთავად სწრაფად არაფერი არ ხდება, ყველა პროცესი ნელა მიმდინარეობს. სისტემა თვითონ აკეთებს თავისი თავის რეორგანიზაციას უმუშევრობის გარეშე ან უმუშევრობის ძალიან დაბალი დონით. სისტემა თვითონ ქმნის ახალ სამუშაო ადგილებს. ეს ყველაფერი ხდება, თუ ფულის ოდენობა ყველგან სწორია და სისტემის შიგნით ფული მოძრაობს (გადანაწილდება) სწორად.

მაგრამ, თუ ხდება არასწორი ფულმომარაგება და გადანაწილება, ზოგიერთი სეგმენტი თითქმის ვერ იღებს მონაწილეობას სიმდიდრის გაცვლის პროცესებში, ისინი უბრალოდ ვერ იღებენ საკმარის და დამსახურებულ ფულად თანხას მონაწილეობის მისაღებად. ამრიგად, ეკონომიკა თითქმის რჩება ამ სეგმენტების გარეშე. ეკონომიკის სისტემა ცდილობს გაცვალოს დოვლათი მხოლოდ დარჩენილ სეგმენტებს შორის და იკუმშება - წარმოქმნის უმუშევრობას.

რაც უფრო მეტი ფული ნაწილდება არასწორად, მეტი ნაწილი (ხალხი) მოკლებულია ეკონომიკურ პროცესებში მონაწილეობის საშუალებას. ამრიგად, უფრო მეტი უმუშევრობა წარმოიქმნება. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, უმუშევრობის **დონე (%) არის სწორი ფულმომარაგების ინდიკატორი (ინდექსი).**

უმუშევრობის დონის შემცირებისთვის ეკონომიკური სექტორები უნდა დაბალანსდეს და მომარაგდეს ფულით სწორად. შეწყობილი სისტემა შექმნის სამუშაო ადგილებს თვითონ და შეამცირებს უმუშევრობას. თუ სისტემის რომელიმე ნაწილი გახდა დისბალანსირებული (მოგების პროცენტი შეიცვალა საშუალოზე მეტად), სადღაც სისტემაში გაჩნდება უმუშევრობა.

თუ უზრუნველვყოფთ ეკონომიკურ სექტორებში მოგების პროცენტულობის დაბალანსებას, უმუშევრობა თავისთავად გაქრება.

ეკონომიკური პროცესები (დოვლათის შექმნა, წარმოება) თავისთავად ძალიან სტაბილურია. დიდი დროა საჭირო იმისათვის, რომ მოვახდინოთ მათი ბალანსი ან დისბალანსი. მაგრამ, ფულადი თანხა განსაზღვრულ ადგილებში ძალიან არასტაბილურია და ხშირად გაედინება არასწორი მიმართულებებით. ეკონომიკური პრობლემების უმეტესობა გამოწვეულია არასწორი ფულმომარაგებით და გადანაწილების წესებით, რომელიც არღვევს ეკონომიკას და მოგების პროცენტულობის ბალანსს.

სწორ ფულმომარაგებას და გადანაწილებას, ყველგან მოაქვს სამართლიანი და სწორი მოგების საშუალო პროცენტი, რაც ნიშნავს დაბალანსებულ ეკონომიკურ სექტორებს, სადაც ადგილი აქვს უმუშევრობის ძალიან დაბალ დონეს და გაზრდილ GDP-ს, ანუ შემცირებულ დეფიციტს.

ამას ყველაფერს აყვავებული ეკონომიკა ჰქვია.

ფუნდამენტური ეკონომიკური შეცდომები და მათი გადაჭრა.

ახლა ყველა აღიარებს იმას, რომ ეკონომიკაში ადგილი ჰქონდა ბევრ შეცდომას, უპასუხისმგებლობას და სუსტ გადაწყვეტილებებს. მაგრამ ეს ჩვენი პრობლემების ერთადერთი ნიშანია?

თუ ფუნდამენტურად ფინანსურ-ეკონომიკური სისტემა მუშაობდა სწორად, იგი შეძლებდა ყველა ამ შეცდომის და ადამიანების უპასუხისმგებლობის შთანთქმას. უფრო მეტიც, ფუნდამენტურად სწორი სისტემა მუშაობს შეუფერხებლად და უფლებას არ აძლევს ადამიანებს იყვნენ უპასუხისმგებლოები ან დაუშვან შეცდომები. არა ხალხი, არამედ თვითონ სისტემა იყო და არის დამნაშავე შეცდომებსა და უპასუხისმგებლობაში. და ეს სისტემა კიდევ ფუნქციონირებს?! და უფრო მეტიც, სისტემა ფუნდამენტურად არასწორია და წარმოშობს უამრავ პრობლემას ხალხისთვის.

ახლა, რა თქმა უნდა, ადმინისტრაციას და ხელისუფლებას აქვს სხვადასხვა მოკლე და გრძელვადიანი პროგრამა, ვთქვათ, გადასახადების შემცირება და სტიმულირებები ეკონომიკის აღორძინებისათვის. ეს გვეხმარება, მაგრამ ყველა ეს პროგრამა მხოლოდ გადანაწილებაა. ადმინისტრაცია და ხელისუფლება აძლევს ახალ ფულს ეკონომიკის ზოგიერთ სეგმენტს და შემდეგ უნდა ამოიღოს ფული მთელი ეკონომიკიდან ან სხვა სეგმენტებიდან. და ისინი ამას აკეთებენ ტრილიონობით დოლარით და ამის გაკეთებას შემდგომშიც გააგრძელებენ, როდესაც სისტემა კვლავ დისბალანსში იქნება! მაგრამ, რატომ ვერ მუშაობს სისტემა შეუფერხებლად, რატომ ხდება ფასების ძლიერი მერყეობა, იზრდება დისბალანსი და საჭირო ხდება იძულებითი რედისტრიბუცია (სხვადასხვა პროგრამა, გადასახადის შემცირება, სტიმულირება) კვლავ და კვლავ? ეს ხდება იმიტომ, რომ:

არსებული ფინანსურ-ეკონომიკური სისტემა ეკონომიკური პროცესების შიგნით თვითონ არასწორად ანაწილებს ფულს, ქმნის საქონლის და ფულის ზვავებს და იწვევს ციკლურობას (სისტემის ჩავარდნა-გაფუჭება), ე.ი. სისტემა ფუნდამენტურად არასწორია.

დღევანდელ ფინანსურ-ეკონომიკურ სისტემაში რამდენიმე ფუნდამენტური შეცდომაა. სანამ ისინი არ გამოსწორდება, მსოფლიოში გარდაუვალია კრიზისები, პრობლემები, უსარგებლო რედისტრიბუცია, უმუშევრობა და სიღარიბე.

თუმცა, ახალი წესები არ არის საკმარისი. სადღაც იფეთქებს ახალი კრიზისი (დიდი ან მცირე), მაშინ როცა ფედერალური რეზერვი აწევს %-ს, რადგან ფული შემცირდება ეკონომიკაში გაუაზრებლად. ზოგ ადგილას ფული შემცირდება სწრაფად და მეტად, ვიდრე სხვაგან, მაგრამ არ შემცირდება სწორედ იქ, სადაც ეს საჭიროა. ამრიგად, ეკონომიკურ ნაწილებსა და სექტორებში მთელი მსოფლიოს მასშტაბით კვლავ დისბალანსი გაჩნდება. თუ რამდენიმე ფინდამენტური წესი არ შესწორდა, კრიზისები უფრო გამწვავდება და საბაზრო ეკონომიკის მოდელი დაკარგავს მსოფლიოს ნდობას.

ნებისმიერი ეკონომიკური მოდელისგან ყველა ელის სამართლიანობას და სტაბილურობას. არსებული სისტემა ამის გარანტიას ვერ იძლევა. **ყველა შიშის ქვეშ ცხოვრობს: ხვალ რა ფასები იქნება? დავკარგავ სამუშაოს ხვალ? შევძლებ ხვალ ჩემი გადასახადების გადახდას? ჩემი დანაზოგი და ინვესტიცია უსაფრთხოდაა? ვინ იქნება შემდეგი ბანკროტი და რა გავლენას მოახდენს ეს ჩემზე? და ა.შ. . . .**

ადამიანთა მთავარი კითხვაა: მე ცუდი არაფერი არ გამიკეთებია, ვმუშაობდი კარგად და ბევრს, მაგრამ ახლა მე ძალიან ბევრი პრობლემა მაქვს. რატომ?

ხელისუფლებას ესმის, რომ ადრე თუ გვიან ის მიიღებს სხვა კრიზისს, მაგრამ არაფრის გაკეთება არ შეუძლია, მას არ შეუძლია შესთავაზოს ხალხს უკეთესი სისტემა, რომელშიც ხალხი მიიღებს სტაბილურობას და დამსახურებული ცხოვრების პირობებს, მათ მიერ შესრულებული სამუშაოს მიხედვით.

ამრიგად, რატომ მუშაობს არსებული სისტემა არასწორად და ციკლებით?

ზემოთ აღვნიშნეთ, რომ ეს არის რედისტრიბუციის პრობლემა (გამოქვეყნებულია 05.05.09 "DAILY BRUIN"-ში), რომ ეს ძირითადად არის ფულის გადანაწილების პრობლემა და საჭიროა სრულყოფილი, განახლებული ფინანსურ-ეკონომიკური მოდელი ახალი წესებით და ხერხემლით (ძირითადი წესით).

და ახლა აქ წარმოდგენილია ყველაფერი, რაც უნდა გაკეთდეს და თუ რატომ უნდა გაკეთდეს (ამრიგად, ეკონომიკის შესახებ, ამ რაკურსით, კითხვები აღარ დარჩება):

სისტემაში, სულ ცოტა, რამდენიმე ფუნდამენტური შეცდომაა,. რომელთა გამოსწორება გამოიწვევს მთელი მსოფლიო ეკონომიკის შეცვლას.

ფუნდამენტური შეცდომებია (იმდენად ადვილია მათი დანახვა, რომ ყველა დამეთანხმება): 1. სპეკულაციები თუ რეალური ფასი; 2. ფულადი მოგება თუ სიმდიდრის წარმოება; 3. არასწორი კაპიტალიზაცია; 4. არასწორი ფასების ჯაჭვი; 5. მოგების არასწორი გაყოფა და ფულის არასწორი მიმოქცევა.

განვიხილოთ ეს შეცდომები.

1. სპეკულაციები თუ რეალური ფასი:

დღევანდელ ეკონომიკურ მოდელს აქვს თავისუფალი ბაზარი, რაც საჭიროა იმისათვის, რომ დავინახოთ რომელი საქონელია დეფიციტური და რომელი ჭარბი. თუ რაიმეს ფასი იზრდება (იძლევა საშუალოზე მეტი მოგების პროცენტს), ინვესტიციები მიიმართება ამ პროდუქციის წარმოებისკენ, რაც ამცირებს დეფიციტსაც და ფასსაც (ეს ფუნდამენტურია საბაზრო ეკონომიკაში). ეს ნიშნავს, რომ ძირითადი პრობლემაა სწორი ფასის მოძიება. მაგრამ, ჩვენ ასევე გვაქვს სპეკულაციაც. ადამიანებს უნდათ მოგება და ისინი ყიდულობენ და ინახავენ იმას, რაც დეფიციტურია. ამით კიდევ უფრო მეტ დეფიციტს ქმნიან, იზრდება ფასიც და მწვავდება პრობლემებიც (ფასის ბუშტულაკები). შემდეგ ისინი ყიდიან და ფასები სწრაფად ეცემა (წარმოიქმნება საქონლის ბუშტულაკები). სპეკულაცია ბაზარზე ცვლის საქონლის რეალურ ფასს (მაგალითად, მშენებლობის ბაზარი, საქონლის ბირჟები). სპეკულაციის გამო (ადამიანებისთვის დამახასიათებელი ბუნება) ყოველთვის გვაქვს ილუზიური ფასები და არასოდეს არ გვაქვს რეალური, რაც საჭიროა საბაზრო ეკონომიკისთვის და ეკონომიკური პროცეს-

ების სწორი ფუნქციონირებისთვის. ჩვენ ვერ ვხედავთ რა არის დეფიციტური და რისი წარმოებაა აუცილებელი.

ნებისმიერი სპეკულაცია, ქმნის დროებით ლიკვიდურობას, და ფასების ძლიერ მერყეობას, ანუ დაზიანებულ (შეცვლილ, არასწორ, ილუზიურ) ფასებს, რის გამოც იწარმოება საქონლის არასწორი (გაუთვლელი) რაოდენობა, რაც გადაიზრდება ეკონომიკის დისბალანსში ანუ გაუმართავად მომუშავე ბაზარში, რაც იწვევს ფული-საქონლის ბუშტებს, ეკონომიკურ არასტაბილურობას და სისტემის ციკლირებას (რეცესიებს).

ამ სისტემას აქვს თავისუფალი ბაზარი, რომელიც შეიცავს სპეკულაციას (ძალიან მკაცრი წესების დროსაც). სისტემაში არის ფულის თავისუფალი ბრუნვა და სპეკულაცია ბაზრის ნაწილი ხდება. ასე, რომ სისტემას ყოველთვის აქვს ყიდვის და გაყიდვის პერიოდები და ილუზიური (არასწორი) ფასები. რეალური ფასების არქონის გამო სისტემა ნებისმიერ დროს და ადგილას აწარმოებს საქონლის არასწორ რაოდენობას, რაც იწვევს არასტაბილურობას.

ამრიგად ფუნდამენტური შეცდომაა ის, რომ: **სისტემა (საბაზრო ეკონომიკა) ფუნდამენტურად ეფუძნება რეალური ფასების თეორიულ ცოდნას, მაგრამ ამავე დროს სისტემა ვერ ქმნის რეალურ (სამართლიან) ფასებს, სპეკულაციისა და ადამიანური ბუნების გამო. ჩვენ, თითქმის ვერასოდეს ვერ ვღებულობთ სამართლიან და სწორ ფინანსურ-ეკონომიკურ სურათს. ამრიგად, სისტემაში პროდუქცია და ფული ვერ მუშაობს სწორად.**

ხალხისთვის, საზოგადოებისთვის მთავარია სტაბილურობა, მაგრამ მთელი ფინანსურ-ეკონომიკური სისტემა ეფუძნება ჯერ არასტაბილურობის შექმნას და მხოლოდ ამის შემდეგ მის გამოსწორებას.

2. ფულადი მოგება თუ სიმდიდრის წარმოება:

სისტემაში ყველა მუშაობს ფულადი მოგებისთვის, სისტემა უშვებს იმდენ საქონელს, რამდენიც საჭიროა მაქსიმალური მოგების მისაღებად (ეს ფუნდამენტურია საბაზრო ეკონომიკისთვის). თუ

ვაწარმოებთ მეტ საქონელს, მაშინ ფასები ვარდება და შეიძლება მოგებაც შემცირდეს. თუ ნაკლებ საქონელს ვაწარმოებთ (ვცდილობთ გავზარდოთ ფასი და ფულადი მოგება), მაშინ სიმდიდრე იკლებს. ამრიგად, **იმისათვის, რომ წარმატებას მიაღწიო ასეთი ეკონომიკის პირობებში და მიიღო მეტი ფულადი მოგება, უნდა შეზღუდო საქონლის წარმოება.** დღეს მთელი ეკონომიკურ-ფინანსური სისტემა მუშაობს ფულადი მოგებისთვის, ამით კი ამცირებს დოვლათს. მაგრამ, ჩვენ გვჭირდება მეტი სიმდიდრე (საქონელი, მომსახურება) და არა ფულადი მოგება. მილიარდობით ადამიანი განიცდის სხვადასხვა საქონლის უკმარისობას! და ამ დროს არსებული სისტემა ზღუდავს საქონლის წარმოებას!!! სწორი ის არის, რომ სისტემამ უნდა მოგვცეს უფლება ვაწარმოოთ მეტი საქონელი. გამართული სისტემა უნდა მიესალმებოდეს მეტი პროდუქციის შექმნას, ხალხი საჭიროებს პროდუქციას და არა ფულად მოგებას. არსებული სისტემა კი ცუდია და არ ეხმარება ხალხს თავი დააღწიოს სიღარიბეს.

ამრიგად, ფუნდამენტური პრობლემაა ის, რომ **ხალხი საჭიროებს მეტ საქონელს და სისტემა კი მუშაობს არა მაქსიმუმი საქონლის წარმოებისთვის, არამედ მაქსიმალური ფულადი მოგებისთვის, ამით კი ამცირებს სიმდიდრეს. ხალხის მიზანია (სავსებით გამართლებული) მოგება პროდუქციაში (მეტი დოვლათის მიღება), სისტემის მიზანი კი - ფულადი მოგებაა თუნდაც (სიმდიდრის შემცირების ხარჯზე), რაც არასწორია, შესაბამისად, მოგების გაგებაც მცდარია.**

3. არასწორი კაპიტალიზაცია:

ბირჟებზე აქციების მხოლოდ რამდენიმე პროცენტით ხდება ვაჭრობა ყოველდღე, თუმცა, დღის ბოლოს აქციების 100% გადაფასებულია. მაგრამ ბაზარზე ამ აქციების 100 %-ის ახალ ფასად ყიდვის ან გაყიდვისთვის ფული არასაკმაოა. თუ აქციების 2% გაიყიდა და ფასმა მოიმატა 3%-ით, ეს არ ნიშნავს იმას, რომ აქციების 100 % იზრდება 3%-ით. აქციების 98% ხელუხლებელია, ის დარჩა სტაბილ-

ური. სისტემაში არ იყო საკმარისი ფული იმისათვის, რომ ეს აქციები უფრო მაღალი ფასით გაყიდულიყო. მაგრამ ადამიანები, რომლებიც ფლობენ ამ 98%-ს, ახლა ფიქრობენ, რომ უფრო გამდიდრდნენ, ისინი ცვლიან კაპიტალიზაციას დოკუმენტებში და ეს არის ბუშტულაკები. სისტემაში მხოლოდ 2% აქციების მაღალ ფასად შესყიდვისთვის მოიძებნა ფული. ნუთუ, ახალი "გამდიდრებული" ადამიანები ფიქრობენ, რომ ფედერალური სარეზერვო სისტემა დაბეჭდავს ახალ ფულს დღის ბოლოს?

იგივე ხდება საქონლის ბირჟებზე, უძრავი ქონების და სხვა კაპიტალიზაციის შემთხვევაშიც. ამრიგად, ადამიანები ყოველდღე ცვლიან კაპიტალიზაციას, ისინი ქმნიან ბუშტულაკებს დოკუმენტებში და შეაქვთ დისბალანსი რეალურ ეკონომიკაში. ეკონომიკაში ნებისმიერი დოვლათის უდიდესი ნაწილი სტაბილურია, მხოლოდ რაიმეს რამდენიმე პროცენტი იყიდება ყოველდღე. ამრიგად, დოვლათის კაპიტალიზაციაც უნდა იყოს სტაბილური და არ უნდა ქმნიდეს უსარგებლო ბუშტულაკებს (არაფერი განსაკუთრებული არ ხდება ქარხნებში, მაგრამ მათი კაპიტალიზაცია და აქციონერების სიმდიდრე ყოველდღე იცვლება. რატომ?).

ამრიგად, ფუნდამენტური პრობლემაა ის, რომ: **რეალური ეკონომიკა არის ძალიან სტაბილური, რეალური კაპიტალიზაციაც ასევე სტაბილურია, მაგრამ დოკუმენტებსა და ფულად თანხებში არასტაბილური და გადაბერილ-დაჩუტულია ყოველდღე. ადამიანები ვერ ხედავენ თავიანთი დოვლათის რეალურ კაპიტალიზაციას და არ იციან რამდენს მიიღებენ თავიანთი დოვლათისთვის მომავალში. არსებულ სისტემაში ყველა გამოთვლა არასწორი და ბუშტულაკებიანია.**

4. არასწორი ფასების ჯაჭვი:

მწარმოებლები ყიდიან თავიანთ საქონელს და იღებენ საფასურს, ყველა ფიქრობს რომ ეს სწორია, მაგრამ მოდით უფრო ღრმად ჩავიხედოთ, მაგალითად: მწარმოებელი ყიდის პლასტმასს სხვადასხვა ქარხანაზე შემდგომი გადამუშავებისათვის. არა აქვს მნიშვნელობა ვინ არის მყიდველი, თითოეულმა მათგანმა ერთი და

იგივე ფასი უნდა გადაიხადოს პლასტმასში. მაგრამ, სხვადასხვა მყიდველი სხვადასხვა წარმატებას აღწევს პლასტმასის პროდუქციის შემდგომი გაყიდვისას. უფრო მეტიც, მათი ზოგიერთი მზა პროდუქტი შეიძლება უსარგებლო გახდეს და მოიტანოს ზარალი. ამრიგად, რეალურ ცხოვრებაში მას შემდეგ, რაც პლასტმასი გამოიყენება მზა პროდუქციაში, ჩვენ ვხედავთ, რომ ზოგი პლასტმასის ნაწილი მეტად საჭიროა (მეტად ფასობს) და ზოგი მათგანი ნაკლებად საჭიროა (ნაკლებად ფასობს). მაგრამ ყველა ამ პლასტმასისთვის ერთი და იგივე ფასი გადაუხადეს მის მწარმოებელს, ამან პლასტმასის მწარმოებელს შეუქმნა ილუზია წარმატებაზე, რამაც აიძულა იგი ეწარმოებინა მეტი პლასტმასი. მაგრამ, პლასტმასი უკვე უსარგებლოა ზოგიერთ პროდუქციაში. თუ მყიდველი, რომელმაც განიცადა ზარალი, გააგრძელებს პლასტმასის შესყიდვას (იმედი აქვს სამომავლოდ პროდუქციის უკეთ გასაღებაზე), პლასტმასის მწარმოებლს უფრო მეტად ილუზიური სურათი შეექმნება. მის კრედიტორებს (ბანკები და სხვ.) ასევე ექნებათ ილუზია პლასტმასის მწარმოებელის სამომავლო მოგებაზე და გასცემენ უფრო მეტ სესხს. ეს არის ბუშტულაკები. ახლა პრობლემები შეექმნებათ კრედიტორებს, მათ აქციონერებს და ა.შ. თუ ეს მოხდება რამდენიმე მწარმოებელთან და ბანკების ბუშტულაკები გაიზრდება, მაშინ პრობლემები გაჩნდება სისტემაში.

ამრიგად, ფუნდამენტური პრობლემაა ის, რომ: **ფასთწარმოქმნა სისტემის შიგნით არასწორ ხასიათს ატარებს დ ვერ აჩვენებს რეალურ ეკონომიკურ საჭიროებებს. ეს აიძულებს ადამიანებს დაუშვან შეცდომები და ხელი შეუწყონ ბუშტულაკების წარმოქმნას.**

ყველა ეს ფუნდამენტური პრობლემა მსოფლიო ეკონომიკაში მრავალი დისბალანსის წაროქმნის მიზეზი ხდება. ეს დისბალანსები უფრო და უფრო მასშტაბური ხდება, რადგან მსოფლიო ეკონომიკური სისტემა იზრდება. დიდი და მცირე კრიზისები ჩნდება მსოფლიოს სხვადასხვა ეკონომიკურ სეგმენტში, ადგილებსა და ქვეყნებში, სადაც დისბალანსი შეიძლება დაგროვდეს და გაძლიერდეს.

ამ ეკონომიკურ სისტემას, ფუნდამენტალურ შეცდომებთან ერთად, გააჩნია მრავალი სხვა პრობლემაც, რაც ჩანს, რომ გადაუჭრელია. მაგალითად: მიწებებული ფასები, ფასების მიმღებების (ფერმერების) პრობლემა..

ხელისუფალნი ქმნიან სხვადასხვა წესებს, სხვადასხვა ორგანიზაციებს (WTO, IMF, World Bank...), ხელს აწერენ სხვადასხვა შეთანხმებას, რათა დაარეგულირონ სიტუაცია და დაეხმარონ ეკონომიკას, მაგრამ ეს არ იძლევა სასურველ ეფექტს.

შეიძლება თუ არა ყველა ამ პრობლემის და შეცდომას დაძლევა რაიმე, გზით? - თუ პრობლემები პრობლემებად უნდა დარჩეს? იქნებ, მთლიანად ახალი ეკონომიკური სისტემა გვჭირდება და სისტემის შესაცვლელად კი მრავალი წელია საჭირო?

აი პასუხიც:

ყველა ეკონომიკურ პროცესისათვის საერთოა ფულის მოძრაობა, ეკონომიკაში ყველაფერი დაკავშირებულია ფულით. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, ნებისმიერი პრობლემა რამენაირად დაკავშირებულია ფულის მოძრაობასთან.

ყველა ოთხივე ფუნდამენტალური შეცდომაც, აგრეთვე, დაკავშირებულია სისტემაში ფულის არასწორ დინებასთან. **ძირითადი პრობლემა არის ის, რომ პირველ რიგში, ფული გროვდება სადღაც სისტემის შიგნით (სხვადასხვა სწორი ან არასწორი მიზეზის გამო) და ზვავივით აზიანებს ეკონომიკას, გზადაგზა ანგრევს ყველაფერს. ეს ზვავები შეიძლება იყოს მცირეც და დიდიც, მაგრამ თუ ისინი ერთად მოგროვდა, მივიღებთ კრიზისს. არსებული ფინანსურ-ეკონომიკური სისტემა ვერ ქმნის ფულის სწორი, ნორმალური, საჭირო დინების პირობებს. ფული სისტემაში ყოველთვის სადღაც საკმარისზე მეტია და სადღაც - ნაკლები.**

მაგრამ ყველაფერი ეს ხდება ერთი ფუნდამენტური შეცდომის გამო, რაც დაკავშირებულია ფულის გადანაწილების წესთან. სისტემის შიგნით. ეს არის მოგების განაწილების არასწორი წესი, რისი გამოსწორებაც ავტომატურად გამოიწვევს სხვა ფუნდამენტური შეცდომების და პრობლემების აღმოფხვრას.

5. მოგების არასწორი გაყოფა და ფულის არასწორი მიმოქცევა (ძირითადი ფუნდამენტური შეცდომა).

რეალურ ცხოვრებაში, თუ რამდენიმე პირი ერთად აკეთებს ბიზნესს, ისინი იმის პროპორციულად ინაწილებენ მოგებას, თუ რამდენი ინვესტიცია გააკეთეს და რამდენი თანხა ჩადეს ბიზნესში. პარტნიორები არ უხდიან ფულს ერთმანეთს, სანამ ბიზნესი კეთდება. როცა მათ იციან რეალური მოგება ან დანაკარგი, მერე იყოფენ ფულს. ეს სამართლიანი და სწორია. თუ მათ აქვთ სხვა დამატებითი შეთანხმება ფულის გაყოფის თაობაზე, ეს ნიშნავს, რომ ისინი არ იყოფენ რისკს მათი ინვესტიციების პროპორციულად. ზოგი იღებს მეტ რისკს თავის თავზე, რათა მიიღოს მეტი მოგება.

ახლა ვნახოთ რა ხდება არსებულ ეკონომიკურ სისტემაში! ბევრი კომპანია (დაწყებული ქარხნებიდან საცალო მოვაჭრეებამდე) მუშაობს ერთი პროდუქციის გამოსაშვებად და მომხმარებლებისთვის მისაწოდებლად. მაგრამ არავინ უწყის, თუ რა ფასად გაიყიდება პროდუქცია, ანუ რამდენია მოგება. კომპანიები ერთმანეთს ადრევე უხდიან ფულს. ზოგიერთ კომპანიას მეტი მოგება აქვს, ზოგს კი ნაკლები (ან მხოლოდ ზარალი) ერთი პროდუქციის (ერთნაირი) ერთად წარმოების და გაყიდვის დროს. ამრიგად, ყველა კომპანია იღებს დამატებით რისკს, როცა წინასწარ უხდიან ერთმანეთს ფულს. ეს არის რისკი წარმოების ყველა საფეხურზე. კომპანიები ვერ გრძნობენ, რომ ისინი არიან პარტნიორები მანამ, სანამ პროდუქციას არ შეიძენს საბოლოო მომხმარებელი.

ამრიგად, ფუნდამენტური შეცდომა არის ის, რომ: **არსებულ ეკონომიკურ სისტემაში კომპანიები ინაწილებენ ფულს არასწორად, ისე, რომ თითქმის არაფერი იციან ამის შესახებ.**

ყველა პრობლემის მოგვარების გასაღებია ფულადი მოგების განაწილება(რედისტრიბუცია) ახალი წესით, რომლის მიხედვითაც:

ფული კომპანიებს შორის, რომლებიც მონაწილეობას იღებენ რაიმე პროდუქციის შექმნაში, უნდა განაწილდეს საბოლოო მომხმარებლის მიერ ამ პროდუქციის შეძენის შემდეგ. კომპანიებს შორის

ფული უნდა განაწილდეს ამ პროდუქციის წარმოებაში, ტრანსპორტირებასა და გაყიდვაში მათ მიერ გაწეული ინვესტიციების პროპორციულად.

ამრიგად, ყველა კომპანია მიიღებს ფულს (სხვადასხვა მოგებით) მრავალი სხვა კომპანიისგან მას შემდეგ, რაც სხვადასხვა პროდუქცია გაიყიდება და ფასები დადგინდება. ამით კომპანიები ხდებიან პარტნიორები განსაზღვრული პროდუქციის წარმოების პროცესში.

სისტემა მოგების საშუალებით შეიკვრება ვერტიკალურად ნებისმიერი პროდუქციის წარმოების პროცესში. ეს გახდება სისტემის ხერხემალი. ყველა რისკი განაწილდება სამართლიანად მთელი სისტემის შიგნით, რაც არ გამოიწვევს ფულის დაბროვებას და ზვავებს.

მაგალითი:

არსებულ სისტემაში მწარმოებელი ყიდის ალუმინს მანქანის, კოვზების, მილების, მაგიდების და ა.შ. მწარმოებლებზე. იგი იღებს ფულს და ხულ არ ანაღვლებს რა მოუვა ალუმინისგან წარმოებულ თვითოეულ პროდუქციას. მაგრამ ახალ სისტემაში ის დაიცდის მანამ, სანამ გაიყიდება პროდუქცია მომხმარებელზე. ყოველი პროდუქცია მოიტანს მოგებას ან ზარალს. ამრიგად, ალუმინის მწარმოებელი მიიღებს მოგებას საქონლის გასაღების მიხედვით, რადგან ის პარტნიორია. იგი გაუნაწილებს მოგებას ან ზარალს საცალო მოვაჭრეებსაც კი. ამრიგად, მთელი სისტემა იმუშავებს დოვლათის შესაქმნელად ერთი დიდი ქარხნის მსგავსად.

თუ GM-ი გაუნაწილებდა დანაკარგებს თავის პარტნიორებს (რაც სამართლიანი იქნებოდა), იგი არასოდეს არ გაკოტრდებოდა. ზარალი გადანაწილდებოდა (გაიშლებოდა) მთელ სისტემაში და არავის არ შეუქმნიდა პრობლემას.

მაგრამ, ფულის გადანაწილების არასწორი წესის გამო, GM-მა მოაგროვა ზვავი და მტკივნეულად დააზარალა თავისი თავიც და პარტნიორებიც. **ახლა ხელისუფლება ვალდებულია იმოქმე-**

დოს და გადაანაწილოს პრობლემა (ფული), რაც უნდა განაწილებულიყო სისტემის მიერ ადრევე ავტომატურად, სამართლიანად და სწორად.

ამ წესში საქონლის განსაზღვრა ასეთია: საქონელი არის პროდუქცია, რომლისთვისაც საბოლოო მომხმარებელი იხდის ფულს, რათა გამოიყენოს ის.

მაგალითად:

ბენზინი თავისთავად არ არის გამოსაყენებელი პროდუქტი, მანქანაც არ არის თავისთავად ასეთი პროდუქტი. მომხმარებელს სჭირდება მანქანისთვის ბენზინი, ე.ი. რეალური პროდუქტი არის მანქანა ბენზინით. ამრიგად, ფულადი მოგება მანქანის წარმოებიდან და ბენზინის წარმოებიდან ურთიერთკავშირსა და განპირობებულობაში უნდა იქნეს განხილული და განაწილებული. სანამ რომელიმე მანქანა მოძრაობს, იგი იყენებს ბენზინის რაღაც რაოდენობას. ამ დროის განმავლობაში მომხმარებელმა დახარჯა ფული მანქანის ყიდვასა და შემდეგ საჭირო ბენზინის შეძენაზე მის სამართავად. ამ პერიოდში რეალური პროდუქტი იყო ბენზინით სავსე მანქანა, შესაბამისად, დახარჯული ფული განაწილდება საწვავის და მანქანების მწარმოებელზე პროპორციულად მათი ინვესტიციებისა. იგივე ფული უნდა გაიყოს საბურავების მწარმოებელზე, პლასტმასის მწარმოებელზე და ა.შ. და ისინი ასევე გაინაწილებენ ფულს: საბურავების მწარმოებელი რეზინის მწარმოებელთან და ა.შ.

ეს მწარმოებლები ახლაც უხდიან ფულს ერთმანეთს არსებულ ფინანსურ-ეკონომიკურ მოდელში, მაგრამ ისინი არ იყოფენ მოგებას. ახალი წესის თანახმად ისინი არა მარტო ფიქსირებულ ფასს გადაუხდიან ერთმანეთს, არამედ გაინაწილებენ მოგება-წაგებასაც (რისკის დივერსიფიკაცია). რადგანაც გადახდა მათ შორის უკვე არსებობს, ამის გაკეთება ძალიან ადვილი იქნება.

ბირჟებზე სპეკულაციის მაგალითი:

ტრეიდერი ყიდულობს საქონელს ბირჟაზე (ნავთი,ან ლითონი ან ოქრო...), ინახავს და ყიდის მოგებით (ან ზარალით).

ეს სპეკულაცია წარმოქმნის ფასების მერყეობას და რეალურ მწარმოებლებს (ქარხნებს) უქმნის დიდ პრობლემებს. მაგრამ ახლა ჩვენ ვიცით, რომ არ არსებობს ერთი რეალური ფასი რაიმე საქონელზე, რადგან ყველა საქონელი გამოიყენება სხვადასხვა წარმოებაში სხვადასხვა წარმატებით (ფასით, მოგებით). ახალ ეკონომიკურ მოდელში ბირჟაზე საქონელი თავისთავად არ წარმოადგენს პროდუქტს. ამრიგად, თუ ტრეიდერი ყიდულობს მას და შემდეგ ყიდის, მან უნდა იცოდეს თუ ვის მიეყიდება ეს საქონელი და რომელი პროდუქციის საწარმოებლად. შემდეგ იგი დაელოდება საბოლოო პროდუქციის შექმნას (ამ საქონლიდან) და მიყიდვას მომხმარებელზე. ამით იგი მიიღებს რეალურ ფასს საქონელზე და გაუნაწილებს მთლიან მოგებას ან ზარალს სხვა პარტნიორებს, რომლებიც ჩართული იყვნენ პროცესში.

ასე, რომ ახალ სისტემაში ხდება რისკის აღმოფხვრა ყველგან და სამართლიანად. ფული იმოძრავებს სისტემის შიგნით სწორად და ეკონომიკის სეგმენტები ყოველთვის დაბალანსებული იქნება, ნებისმიერი შეცდომა გამოსწორდება სისტემის მიერ დისბალანსის გარეშე.

ახლა ვნახოთ რა შედეგებს მოგვიტანს სისტემა ახალი წესებით:

- ფული იმოძრავებს ეკონომიკური სისტემის შიგნით სწორად და არ წარმოქმნის ზვავებს და ბუშტუკებს;
- არ იქნება საჭირო საერთაშორისო წესები და WTO შეთანხმებები. ყველა კომპანია (და ქვეყანა) მთელს მსოფლიოში მიიღებს სამართლიან და დამსახურებულ მოგებას;
- ნებისმიერი მოგება ან ზარალი საქონლის წარმოებიდან განაწილდება მთელ სისტემაში სამართლიანად, არ მოგროვდება პრობლემები მხოლოდ კომპანიაში;
- ძირითადი გახდება პროდუქციის (დოვლათის) წარმოება, რადგან რაიმეს მეტი წარმოება ნიშნავს მეტ ინვესტიციას პარტნიორებს შორის, ასე, რომ მიიღება მეტი მოგება. ახლა ეკონომიკა იმუშავებს მეტი ხიმდიდრის შექმნისთვის;

- მონოპოლიის პრობლემები გადაჭრილი იქნება, რადგან ფასების გაზრდა საქონელზე (ან რაიმე პროცესებზე) ნიშნავს, რომ საბოლოო პროდუქტიდან მიიღება ნაკლები მოგება;
- ფერმერების (ფასების მიმღებების) პრობლემა გადაჭრილი იქნება. ისინი გახდებიან პარტნიორები პურის და სხვა პროდუქტის წარმოებაში და მიიღებენ დამსახურებულ მოგებას;
- მიწებებული ფასების პრობლემაც გადაიჭრება, რადგან ნებისმიერი ფასების (მოგების) შეცვლა, გადანაწილდება მთელ სისტემაში და ფული შთაინთქმევა სისტემის მიერ სწორად და ა.შ;
- ინფლაცია-დეფლაციის დიდი პრობლემა მოიხსნება... და ა.შ.

ახლა, როცა ვიცით ყველა ეკონომიკური პრობლემის გადაჭრის გზები, იბადება შემდეგი კითხვა:

როგორ და რამდენად სწრაფად შეგვიძლია შევცვალოთ მოგების განაწილების წესი მთელ მსოფლიოში, რომ ვამუშაოთ ეკონომიკური სისტემა სწორად? -

ეს ძალიან მარტივია!

მსოფლიოს ყველა კომპანიამ, რომელიც ჩართულია რომელიმე განსაზღვრული პროდუქციის წარმოებაში, ტრანსპორტირებასა და გაყიდვაში, ხელი უნდა მოაწეროს ურთიერთშეთანხმებას პარტნიორობის შესახებ და მოგების სამართლიანად გაყოფაზე, მომხმარებლის მიერ გადახდილი ფასის მიხედვით.

და არის კიდევ ერთი რამ, რაც უნდა გაკეთდეს ახალი ეკონომიკური მოდელის გაუმჯობესებისთვის:

უნდა შეიქმნას ელექტრონული სისტემა (ცხრილი), რაც გვიჩვენებს მოგების პროცენტულ განაწილებას ყველა კომპანიას შორის, რომელიც ჩართულია ერთიდაიგივე პროდუქციის წარმოებაში. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, ყველა დაინახავს თუ მოგების რა პროცენტს იძლევა თითოეული პროდუქტი. ეს ცხრილი გვიჩვენებს თუ რომელი პროდუქციაა პროცენტულად უფრო მომგებიანი, ანუ რომელი პროდუქცია უნდა ვაწარმოოთ და ამის შემდეგ, ფული,

ყოველგვარი შეცდომის გარეშე, ავტომატურად დაბანდდება სწორედ ასეთი პროდუქციის წარმოებაში.

New Economic Model With No Cycles

J. Elbakidze

The article deals with existing economic model problems, their reasons and the ways of overcoming these problems. The especial attention is paid to prove scientifically the reality of new economic model and its basic rules and appropriateness. To the author's opinion for functioning the economic system with no cycles it is necessary to balance all parts of economic and agreed processes with no collapses. The economic must work as a big factory for getting high effect with less expenditures. The author thinks that the basic factor for achieving the balance in economic is the proportionality in making and distributing profit in its sectors and sub systems before using chain reaction principle there. The basic thing in it is to bind the system using profit, which will become the backbone of the system which will provide sharing of all risks justly within the whole system. It needs the partnership agreement between all companies participating in production process in transportation and realization about sharing the profit justly according to the price paid by the consumer.

It is very difficult but it is possible to realize all the above mentioned things which will give us a new effective economic system with no cycles.

Determinanten der Entwicklung der Krise am US-Immobilienmarkt zur globalen Finanz- und Wirtschaftskrise

Dr. Andreas Nastansky
Universität Potsdam
Prof. Dr. Simon Gelaschwili
Ivane Djavachischvili Staatliche Universität Tbilisi

1. Einleitung

Finanzkrisen können in unterschiedlicher Form und Auswirkung seit Jahrhunder-ten beobachtet werden. Zu den bekanntesten zählen: die *Tulpenkrise* in Holland (1637), die *South-Sea-Company*-Krise in Großbritannien und die *Mississippi-Company*-Krise in Frank-reich um 1720, die *Gründerkrise* 1873 in Österreich-Ungarn und im Deutschen Reich, der *Börsencrash* von 1929 und die anschließende Weltwirtschaftskrise (*Great Depression*) sowie die Asien-krise im Jahr 1998. Finanzkrisen werden definiert als „große Verwerf-ungen in einem Finanz-system, die durch einen Wertverlust bei Vermögens-werten sowie durch die Zahl-ungs-unfähig-keit zahlreicher Unternehmen ge-kenn-zeichnet sind".[1] Im Verlauf können Finanzkrisen das Bankensystem destabilisieren und über die Kreditvergabe an den privaten Sektor eine Wirtschaftskrise auslösen. Die Finanz- und Bankenkrise der Jahre 2008/2009 ist in ihrer Dimension und Gefährlichkeit die bedeutendste seit der Weltwirtschafts-krise ab dem Jahr 1929, da erstmalig neben Europa und den USA auch viele aufstrebende Volkswirt-schaften wie Russland und Dubai sowie die Staaten Mittel- und Osteuropas betroffen sind. Export-orientierte Länder wie Deutschland, Südkorea und Japan sind am schwersten vom Rückgang des Welthandels betroffen. Die Basis der Finanzkrise wurde in den Jahren nach dem Zusammenbruch der Internet-blase gelegt,

[1] Hellerforth, M. Die globale Finanzmarktkrise – Ursachen und Auswirkungen auf die Immobilien- und Realwirtschaft. Hamburg. 2009, S. 17.

als die US-Notenbank zur Stärkung der Wirtschaft die Geldmarktzinsen auf 1% senkte und zu lange auf diesem Niveau behielt. In der Folge stiegen die Immo-bilienpreise stark an.

Neue Finanzinstrumente (forde-rungs-besicherte Wert-papiere) ermögli-chten, die Kredit-risiken aus den Bankbilanzen auf den globalen Finanz-märkten zu veräußern und Kredite an Schuldner mit geringer Bonität (*Subprime*-Kred-ite) zu vergeben. Ein we-sent-licher Grund für die *Sub--prime*-Krise lag in der Erwartung auch weiterhin steigender US-Immobilienpreise. Ein sich ab-schwächender Immobilien-markt als Folge eines niedrige-ren Wachstums in den USA sowie steigende Hypothekenzinsen führten hingegen zu einem deutli-chen Rückgang der Immobilienpreise. Der S&P/Case-Shiller-Index weist für den Zeitraum 2. Quartal 2006 bis 4. Quartal 2008 einen Preis-rückgang von rund 25% aus. Aufgrund des höheren Zinsniveaus waren viele der US-Immobilien-besitzer nicht mehr in der Lage, die Kreditraten zurück-zuzahlen, und der Immo-bilien-markt brach infolge der Zahlungs-aus-fälle zusammen. Der Preisverfall von Immobilien belastete die Bautätigkeit, speziell am Häusermarkt, und bewirkte über verschiedene Kanäle einen wirtschaftlichen Ab-schwung in den USA.[1] Sinkende Immo-bilien-preise reduzierten das Vermögen der Haush-alte, die in der Folge ihren Konsum einschränkten. Vom 2. Quartal 2007 bis zum 4. Quartal 2008 reduzierte sich das Netto-vermögen der privaten Haushalte in den USA um rund 20%.[2]

Die Baisse am Aktienmarkt beeinflusst die Geschäfts-erwartungen der Unternehmen negativ und dämpfte die Anlageinvestitionen. Ein Übergreifen auf den Finanzsektor als Ergebnis höherer Ausfallraten von Hypotheken-krediten und der dadurch verursach-ten Abschreibungen auf Kreditforderungen und Wertberichtigungen von Anlage-vermögen trübte die Bilanzen der Banken ein und senkte deren Kreditvergabe-bereitschaft.[3] Dieses Problem betraf nicht nur

[1] Nastansky, A. Realwirtschaftliche Folgen von Vermögenspreisschwankungen. Köln, 2008, S. 71.

[2] BIS (2009): 79th *Annual Report*. Basel, 2009, S. 71.

[3] Büttner T., Carstensen K. Finanzkrise – Schadensbegrenzung in der Realwirtschaft. Stabilisierungsbeitrag der Finanzpolitik, in: Wirtschaftsdienst, Heft 12. 2008, S. 787.

die amerika-nische Wirtschaft. Die deutschen Ausfuhren in die USA gingen im Jahr 2008 gegen-über 2006 um rund 8,4% zurück. Im Monatsvergleich zeigt sich seit der heißen Phase der Finanzmarktkrise ein noch stärkerer Rückgang der deutschen Exporte – nicht nur in die USA. Als Folge der zurückgehenden Exporte und der problematischen Wertpapiere in den Bilanzen der euro-päischen Banken griff die Finanzkrise schnell auch global um sich. In der Folge waren Banken weltweit gezwungen, staatliche Unter-stützung in Form von Garantien, Beteiligungen und Verstaatlichung anzunehmen und die Staaten verab-schiedeten Ausgaben-pro-gram-me zur Unterstützung der Konjunktur. Aus zunächst einem Problem auf dem Markt für *Subprime*-Hypothekenkredite entwickelte sich über die komplexen Verflech-tungen zwischen den Kredit- und Refinanzierungsmärk-ten eine Finanz- und Bankenkrise, die im weiteren Verlauf in einer weltweiten Rezession mündete.

2. Determinanten

Auslösendes Moment der Finanz- und Bankenkrise war der Rückgang der Immo-bilien-preise in den USA und vielen anderen OECD-Ländern seit dem Jahr 2007. Jedoch erst das Auftreffen dieses Impulses auf gewisse Faktoren hat zur Krise des Finanzsystems und in der Folge zur Weltwirtschaftkrise geführt:

Trend zur Verbriefung und Strukturierung

Der Versuch, durch Verbriefung (Schaffung von handelbaren Wertpapieren aus For-de-rung-en oder Eigentumsrechten) die Kreditrisiken von den Krediten zu trennen und durch Struk-turierung (Einteilung der Kredite in Risikoklassen) zu verkaufen, führte zu einer neuen Anlageklasse – strukturierte bzw. forderungs-besicherte Wertpapiere. Zu diesen später auch als "toxische" Wertpapiere be-kannt gewordenen Finanzprodukten zählen *Asset-Backed Securities* (ABS) als Oberbegriff und *Mortgage-Backed Securities* (MBS) als Teilsegment sowie deren Derivate verpackt als *Collateralized Debt Obligations* (CDO). Ein neuer Markt entstand, auf dem hohe Gewinne erzielt werden konnten. Der Boom am US-Immobilienmarkt erleichterte den Banken, die Risiken aus den Hypotheken-

und sonstigen Krediten an Banken und Investoren auf der ganzen Welt weiterzureichen. Mitte 2008 wurden mehr als 60% aller Hypotheken-kredite in den USA verbrieft.[1] Durch die Struk-turierung wurden auch risikoreiche Kredite (*Subprime*-Kredite) in scheinbar erstklassige Wertpapiere umgewandelt. Aufgrund der Komplexität der Verbrie-fungs-trans-aktionen und der Heterogenität der Produkte besteht auf dem Verbriefungsmarkt zwischen Käufer und Verkäufer eine größere Informations-asymmetrie. Die Infor-mation über das Ausmaß der Risiken in den Wertpapieren ist ungleich verteilt und kann durch den Risiko-verkäufer beeinflusst werden. Der Risikoverkäufer (Bank) als Agent ist wenig motiviert, seine Informationen an den Käufer als Prinzipal weiterzugeben. Damit handelt der Agent nicht länger im Interesse des Prinzipals. Den Invest-mentbanken, die die Verbriefungstransaktionen organisiert haben, fehlte der Anreiz, den Risikogehalt ihrer Produkte genau zu prüfen, da sie selbst kein Risiko über-nahmen, sondern sie an die Investoren – darunter auch die insolvente Investmentbank Lehman Brothers – weiterreichten. Die Rating-Agenturen sollten diesen Prozess über-wachen.

Unterschätzung der in den neuen Finanzprodukten enthaltenen Risiken

Solange die Immobilienpreise stiegen, wurden die gekauften Wert-papiere als nicht sehr risikoreich eingestuft. Die Rating-Agenturen schufen mit ihren Bewertun-gen für die neuen „innovativen" Produkte den erforderlichen Qualitätsnachweis für die institutio-nellen Anleger. Die Bewertungen litten durch Interessenkonflikte und Fehlein-schät-zungen der Rückzahlungs -wahrscheinlichkeiten. Da die Rating-Agenturen nicht von den Käufern, sondern von den Verkäufern der Wertpapiere bezahlt wurden, war deren Urteil nicht immer objektiv. Im Gegenteil, je höher der Anteil der AAA-Tranche, desto mehr verdienten diese. Die verwen-deten statistisch-mathematischen Bewertungsmodelle gingen von Unabhängigkeit der Einzel-risiken aus, um vorgegebene maximale Ausfallwahrscheinlichkeiten noch zu unterschreiten und vernach-lässigten das

[1] Blanchard, O. *The Crisis: Basic Mechanisms, and Appropriate Policies*. in: MIT Department of Economics Working Paper Series, No. 09-01. 2008, S. 6.

Systemrisiko, d.h., das Risiko das der gesamte Markt kollabieren würde. Mit dem Rückgang der Immobilie-preise nahmen die Kreditausfall-raten für Hypo-thekenkredite zu und viele darauf aufge-baute Wertpapiere verloren an Wert oder wurden komplett wertlos. Im 2. Quartal 2008 wurden 9,1% aller Hypothekenkredite in den USA notleidend (Zinsen und Tilgung werden nicht mehr pünktlich bzw. gar nicht bezahlt) – im Vergleich dazu 5,35% der *Prime*-Darlehen und sogar 30% der *Subprime*-Darlehen.[1] Die Banken konnten kaum noch die Qualität ihrer Bilanz-aktiva einschätzen. Auch die Arbeit der Bankenaufsicht trug nicht zur Identifikation der in den Bilanzen des Finanzsektors schlummernden Risiken bei. Der Standortwettbewerb der Finanzplätze setzte die staatlichen Aufsichtsbehörden unter Druck, die nationalen Banken weniger streng zu kontrollieren und Finanzinnovationen weniger restriktiv zu regulieren. Die staatliche Bankenregulierung sank auf ein Mindestniveau und degenerierte zu einem „Laschheitswettbewerb".

Vernetzung der Finanzinstitute – national wie international

Die Globalisierung der Weltwirtschaft und Deregulierung der Finanzmärkte bestärkte den Trend der Internationalisierung des Finanzsektors. Die internationalen Bruttoforderungen (internationale Forderungen, grenzüberschreitende Forderungen sowie Inlandsforderungen in Fremdwährungen gegenüber Gebiets-ansässigen inkl. konzerinterne Positionen) der an die Bank für Inter-nationalen Zahlungs-ausgleich (BIS) berichtenden Banken betrugen im 3. Quartal 2008 37,5 Billionen US-Dollar. Im Jahr 2000 lag dieser Wert noch bei 11 Billionen US-Dollar. Im Oktober 2008 lag der Anteil der Auslandskreditvergabe deutscher Banken im Verhältnis zur gesamten Kreditvergabe bei über 40%.[2] Diese Entwicklung mündete darin, dass deutsche Landesbanken im großen Stil verbriefte strukturierte US-Wert-papiere erwarben – ohne die darin enthaltenen Risiken genau abschät-zen zu können.

[1] Hellerforth, M. Die globale Finanzmarktkrise – Ursachen und Auswirkungen auf die Immobilien- und Realwirtschaft. Hamburg. 2009, S. 54.
[2] BIS: 79th *Annual Report*, Basel. 2009, S. 61.

Grad der Verschuldung

Die niedrigen Zinsen seit der Jahrtausendwende verleiteten die Banken dazu, durch einen hohen Verschuldungsgrad die Eigenkapitalrendite zu erhöhen. Durch Einsatz von mehr Fremdkapital ließ sich bei unverändertem Eigenkapital die Bilanzsumme ausweiten und risikoreiche Geschäfte tätigen. Damit wurde in den USA die Basis für die Vergabe von Hypothekenkrediten zur Verbreitung des Immobilien-eigentums auch wenig solventer Schuld-ner gelegt. So war es möglich, Renditen um 25% auf das eingesetzte Eigenkapital zu erzielen (u.a. die Deutsche Bank mit einer Eigenkapitalrendite von 24,1% im Geschäftsjahr 2007). Dieser Prozess wurde durch die Möglichkeit, Risiken in außerbilanziellen Zweck-gesell-schaften (*SIVs*) auszulagern, noch verstärkt. Diese zeichnen sich typischerweise durch einen hohen Verschuldungsgrad aus. Bankmanager konnten über die *SIVs* kurzfristige Kredite aufnehmen und das Geschäftsvolumen er-höhen sowie forderungsbesicherte Wertpapiere erwerben – zu Lasten der Bilan-zqualität. Der hohe Verschuldungs-grad erhöhte das Insolvenz-risiko der Ban-ken. In der Krise verloren die „toxischen" Wertpapiere an Wert und das geringe Eigen-kapital der Zweck-gesell-schaften wurde aufgezehrt. Die Banken waren gezwungen, ihre Töchter zu stützen. Der panikartige Verkauf der Papiere führte zu einer Abwärtsspirale, die die Kredit-institute und die Stabilität des Finanz-systems gefährdeten.

Diamond/Rajan (2009) und *Sinn* (2009) erweitern die Ursachenforschung um die folgende Problematik: Wie fanden die neuen Finanzprodukte ihren Weg in die Bilanzen der Kredit- und Investment-banken?

Anreize im Top Management

Der Wettbewerbsdruck innerhalb des Finanzsektors verleitete die Unternehmens-füh-rungen dazu, ertragreiche, aber zugleich auch riskante Ge-schäfte mit verbrieften Kre-diten hoher und niedriger Bonität einzugehen, um ebenfalls die hohen Eigenkapitalrenditen einiger Konkur-renten zu erreichen. Die hohen Renditeziele der Aktionäre bestärkten die Vorstände darin, derartige

Geschäftsmodelle zu wählen. Die Aktionäre profi-tie-ren von hohen Gewinnen, während ihr Verlust aufgrund der Haftungsbeschränkung auf das eingesetzte Kapital (Eigen-kapital) beschränkt ist. Der Renditedruck der institutionellen Investoren und die Aussicht auf hohe Boni im Erfolgsfall verleiteten die Bank-manager dazu, riskante Unter-nehmens-strategien zu verfolgen und die lang-fristige Stabilität der Institute zu gefährden. Folglich kann das Fehlverhalten der Unternehmensführungen zum Teil auf die Anreiz-strukturen der Aktionäre zurückgeführt werden. Dies spiegelte sich in den Vergütungs-systemen der Bank-manager wider. Zu Beginn erzielten Hypotheken- und Investment-banken hohe Gewinne mit der Verbriefung von Kreditforderungen. Die Kredit-banken, risiko-bereite Investmentbanken sowie die deutschen Landesbanken kauften diese Wertpapiere und, wie sich heute heraus-stellt, verspekulierten sich.

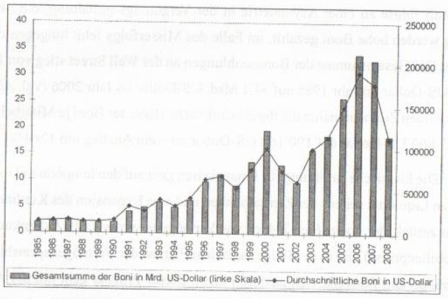


Abb. 1: Bonuszahlungen an der Wall Street
Quelle: Office of the State Deputy Comptrollers (OSDC)

Vergütungssysteme und mangelhafte Kontrolle

Im Wettbewerb um die „besten Leistungsträger" glaubten sich die Ban-ken nicht in der Lage, Vergütungssysteme zu entwickeln, die auch die eingegan-

genen Risiken berücksichti-gen. Die variable Vergütung war stark auf kurzfristige Ergebnisse ausgerichtet, Kriterien der Qualität und der Nachhaltigkeit der Performance wurden nicht berücksichtigt. Mit dem Ziel, möglichst hohe Bonuszahlungen zu erhalten, kauften die Banker forderungsbesicherte Wertpapiere und gingen zu Lasten ihrer Institute hohe Risiken ein. Dieses Verhalten wurde durch falsche Anreizsysteme ausgelöst, die es ermöglichen, dass die Boni im selben Geschäftsjahr in dem sie erworben wurden, ausgeschüttet werden; die Risiken aus den Wert-papieren kommen aber erst später zum Tragen. Die Risikomanagement-systeme der Banken waren nicht in d-er Lage, die mit den neuen Finanzprodukten einhergehenden Risiken korrekt zu ermitteln und waren zu wenig mit den instituts-eigenen Vergütungs-systemen verzahnt. Das Fehlen von Mali führte zu einer Asymmetrie in der Vergütungs-gestaltung, d.h., bei Erfolg werden hohe Boni gezahlt; im Falle des Misserfolgs fehlt hingegen der Malus. Die Gesamtsumme der Bonuszahlungen an der Wall Street stieg von 1,9 Mrd. US-Dollar im Jahr 1985 auf 34,1 Mrd. US-Dollar im Jahr 2006 (vgl. *Abb. 1*). Im selben Zeitraum nahm die durchschnittliche Höhe der Boni je Mitarbeiter von 13 800 US-Dollar auf 190 160 US-Dollar zu – ein Anstieg um 1264%.

Die klassische Erklärung für Finanzkrisen geht auf den temporären Überhang an Liquidität seitens der Zentralbanken und eine Expansion des Kreditvolumens zurück, der *Boom-Bust*-Zyklen von Vermögens-werten (z.B. Aktienkurse, Immobilienpreise) und in der Folge nach dem Platzen der Vermögenspreisblasen Finanz- und Bankenkrisen auslösen kann. Dieser Prozess geht mit der Abnahme der Risikoaversion der Marktteilnehmer einher. *Taylor* (2009) zeigt, dass die aktuelle Finanzkrise wesentlich durch eine falsche (zu expansive) Geldpolitik nicht nur der US-Notenbank in den Jahren 2002 bis 2005 verursacht wurde. Auch die Europäische Zentralbank (EZB) erhöhte zu spät ihren Leit-zinssatz (Haupt-refinanzierungssatz - hellere Linie in *Abb. 2*) – von 2% Ende 2005 auf 4,25% Mitte 2008.

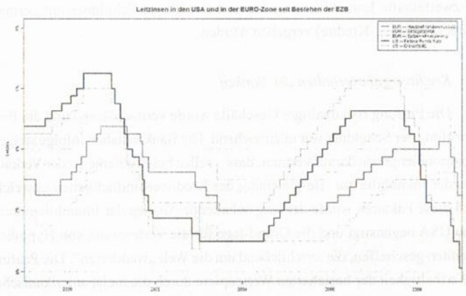


Abb. 2: Leitzinsen in den USA und der Euro-Zone
Quelle: Leitzinsen.info

Expansive Geldpolitik

Nach dem Platzen der *New-Economy*-Blase sowie dem 11. September 2001 wurden die Leitzinsen (*Fed Funds Rate*) der US-Notenbank auf 1% gesenkt (dunklere Linie) und zu lange auf diesem Niveau gehalten, obwohl die US-Wirtschaft längst zu höheren Wachstums-raten zurückgekehrt war. Die *Taylor*-Regel signalisierte bereits Ende 2002 die Notwendigkeit einer Umkehr in der damaligen Geldpolitik der US-Notenbank. Die niedrigen Zinsen ermöglichten – nicht nur einkommensschwachen Haushalten – den Erwerb von Wohn-eigen-tum. In der Folge stiegen die Aktienkurse und Immobilienpreise stark an. Ende 2007 erreichten die Aktienindizes weltweit neue Höchststände. Zum Beispiel stieg der Deutsche Aktienindex (DAX) von April 2003 bis Dezember 2007 von 2300 auf über 8000 Punkte. Die *Federal Reserve* (*Fed*) reagierte zu spät auf diese Entwicklung und erhöhte die *Fed Funds Rate* über zwei Jahre in mehreren Schritten. Die Kreditvergabe der Banken an den privaten Sektor war wegen des günstigen Zinsum-feldes zu expansiv und zu wenig restriktiv, so

dass zweifelhafte Immobilienprojekte und Kredite an Schuldner mit geringer Bonität (*Subprime*-Kredite) vergeben wurden.

Kreditvergabeverhalten der Banken

Die Prüfung risikohaltiger Geschäfte wurde vernachlässigt und die Bonitätsprüfung der Schuldner war unzureichend. Die Banken haben infolge steigender Immobilienpreise darauf vertraut, dass – selbst bei Problemen – der Verkaufserlös der Immobilie zur Be-gleichung der Kreditverbindlichkeiten ausreicht. Durch diese Faktoren wurde der lang anhaltende Anstieg der Immobilienpreise in den USA begünstigt und die Grund-lage für die Verbriefung von Hypothekenkrediten geschaffen, die anschließend um die Welt „wanderten". Die Prüfung der Werthaltigkeit der besicherten Wertpapiere durch die meist amerikanischen und euro-päischen Banken war nur mangelhaft. Dadurch konnten auch weiterhin Hypotheken-kredite an Schuldner mit geringer Bonität vergeben werden.

3. Beschleuniger und Folgen der Finanzkrise

Der Internationale Währungsfonds weist darauf hin, dass solange die Bilanzen der Banken noch forderungsbesicherte Wertpapiere und Kreditforderungen mit hohem Abschreibungs-bedarf beinhalten, die Finanzkrise noch nicht beendet ist. Folgende drei Mechanismen haben die Finanzkrise katalysiert und in eine Banken-- und Wirtschafts-krise münden lassen:

- Der Verkauf von Vermögenswerten durch Banken, um die Liquiditätswünsche der Einleger zu befriedigen (*Liquiditätsproblem*).
- Der Verkauf von Vermögenswerten durch die Banken, um vorgeschriebene Eigen-kapitalricht-linien einzuhalten (*Regulierungsproblem*).
- Der Mangel an Vertrauen in die Stabilität der einzelnen Banken (*Solvenzproblem*).

Die Verstärkungsmechanismen übertrugen die *Subprime*-Krise in den Vereinigten Staa-ten zum einen auf andere Anlageklassen und zum anderen auf Finanzinstitute in Europa und den *Emerging Markets*. Aus der *Subprime*-Krise in den USA wurde allmählich die Kreditkrise. Die forderungsbesicherten Wertpapiere verloren massiv an Wert. Der Banken-sektor musste hohe Abschreibungen vornehmen – begleitet von einem Crash am Aktienmarkt. Die inter-nationalen Aktienindizes halbierten sich. Die Aktienkurse der Kreditinstitute brachen noch viel stärker ein als der Gesamtmarkt. So reduzierte sich der Aktienkurs der Commerzbank von 37,5 Euro Mitte 2007 auf 2,27 Euro im März 2009. Seit Ausbruch der Krise mussten deutsche Banken Wertberichtigungen von rund 70 Milliarden (Mrd.) US-Dollar vor-nehmen.[1] Allein 14,6 Mrd. US-Dollar entfielen auf die Deutsche Industrie- und Kreditbank (IKB). Die höchsten Abschreibungen musste die Citigroup mit 55,1 Mrd. US-Dollar vornehmen. Ende Februar 2009 beliefen sich die Marktabschreibungen der Finanz-institute auf ABS, MBS, CDO und ähnlicher Wertpapiere sowie Ausfälle von Unter-neh-mens-krediten, Krediten an Banken, Bankschuldverschreibungen und Aktienportfolios als Folge der *Subprime*-Krise seit Juli 2007 weltweit auf über 1 116 Mrd. US-Dollar bzw. 873 Mrd. Euro.[2] Der Großteil der Verluste entfiel mit 66,3% auf Kreditinstitute in den USA (vgl. *Abb. 3*).

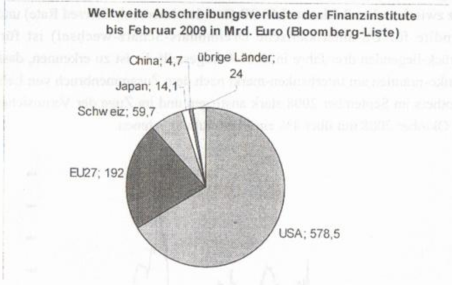


Abb. 3: Weltweite Abschreibungen der Finanzinstitute seit Ausbruch der Subprime-Krise

[1] Hellerforth, M. Die globale Finanzmarktkrise – Ursachen und Auswirkungen auf die Immobilien- und Realwirtschaft. Hamburg. 2009, S. 108.

[2] Sinn, H.W. Kasino Kapitalismus. Wie es zur Finanzkrise kam und was jetzt zu tun ist. Berlin. 2009, S. 189.

Institute in den 27 EU-Staaten mussten 192 Mrd. Euro abschreiben. Damit trugen diese 22% der weltweit angefallenen Verluste. Großbritannien nahm mit 7,8% vor Deutschland mit 6,9% den 2. Platz ein. Der Schweizer Finanzsektor folgt mit 6,8% an vierter Stelle. In Relation zur Wirtschafts-leistung, gemessen durch das BIP, hatte unter den OECD-Ländern die Schweiz mit 17,9% die höchsten Abschreibungsverluste zu verkraften. Die USA folgen mit 5,4%. Großbritanniens Finanzsystem steht mit einem relativen Verlust von 3,1% vor dem Deutsch-lands (2,3%). Banken in China und Japan gingen relativ unbelastet durch die Krise. Die asiatischen Banken haben eher US-Staatsanleihen als mit Hypothekenkrediten besicherte Wertpapiere erworben.

Diese Zahlen sind jedoch nur ein Zwischenstand. In den nächsten Jahren stehen weitere Wertberichtigungen an – insbesondere von Unternehmens- und Gewerbeimmobilienkrediten. Mangelndes Vertrauen unter den Banken bezüglich der Stabilität der ein-zel-nen Institute führte seit September 2007 zu einem Anstieg der Risikoprämien am Inter-banken-markt. Der TED *Spread* (Zinsdifferenz zwischen dem 3-Monats LIBOR (London Interbank Offered Rate) und der Rendite für US-amerikanische Dreimonats-Schatz-wechsel) ist für die zurück-liegenden drei Jahre in *Abb. 4* dargestellt. Es ist zu erkennen, dass die Risiko-prämien am Interbanken-markt nach dem Zusammenbruch von Lehman Brothers im September 2008 stark anstiegen und im Zuge der Verunsicherung im Oktober 2008 mit über 4% ein Maximum annahmen.

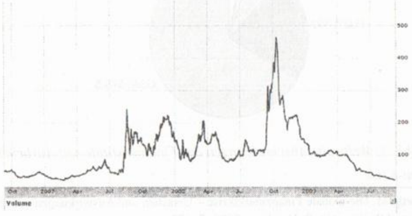


Abb. 4: Entwicklung der Risikoprämien am Interbankenmarkt in Basispunkten Quelle: Bloomberg

Nach dem Zusammenbruch der US-Investmentbank Lehman Brothers im September 2008 und der bis dahin welt-größten Versicherung AIG, die jedoch von der US-Notenbank gestützt wurde, entwickelte sich aus der Finanzkrise eine exis-tenzielle Krise des Bankensystems. Die Kreditkrise behinderte die Refinan-zierung der Banken. In Deutschland musste die HypoRealEstate durch die Bundesregierung und deutsche Großbanken vor der Schließung gerettet werden. Die deutschen Landes-banken waren von der *Subprime*-Krise besonders betroffen und mussten ihr Eigen-kapital durch Einzahlungen und Garantien ihrer Eigen-tümer erhöhen. In Europa musste der Fortis-Finanzkonzern von der belgischen und der nieder-ländischen Regierung gerettet werden. Die stark am Verbriefungsmarkt aktive United Bank of Switzerland (UBS) wurde von der Schweizer Regierung vor dem Konkurs bewahrt. In Großbritannien kam es zur Teilverstaat-lichung der Institute Lloyds TSB und Royal Bank of Scotland. Die US-Regierung beteiligte sich u.a. an den größten Banken des Landes, Citigroup und Bank of America, und verstaatlichte die Hypo-thekenfinanzierer Fannie Mae und Freddie Mac. Der Staat Island sowie dessen Finanz-sektor standen vor dem Kollaps. Erst durch die Intervention der Zentralbanken (Zins-senkun-gen), der nationalen Regierungen (Verstaat-lichun-gen, Beteili-gungen, Garan-tien) und internationaler Institutionen wie dem IWF löste sich die kurz-fristig einge-tretene Kredit-klemme unter den Banken und das Vertrauen der Einleger in die Banken normalisierte sich weitgehend. Auf dem Interbankenmarkt entspannte sich die Lage wieder und die zu zahlenden Risikoprämien sanken deutlich. Die *Subprime*-Krise hatte sich zu einer internation-alen Banken-krise entwickelt. Die Eigenkapital-probleme der Banken und deren restriktiveres Kredit-vergabe-verhalten an die Haushalte und Unter-nehmen sowie der Einbruch des Welthandels trugen zur Entstehung der welt-weiten Wirtschafts-krise bei.

4. Fazit

Die Vergütungspolitik der großen Finanzinstitute, eine zu expansive Geldpolitik der Zentral-banken in den Jahren nach dem Platzen der *New-Economy*-Blase, das Kredit-vergabe-verhalten und der hohe Grad der Verschuldung der Banken, die intensive nationale wie internationale Vernetzung des Bankensek-

tors, der Trend zur Verbriefung und Strukturierung von Kredit-forderungen sowie die Unterschätzung der in den forderungsbesicherten Wertpapieren enthal-tenen Risiken sind wesentliche Ursachen, die zur Entstehung der Finanz- und Bankenkrise bei-ge-tragen haben. Hohe, kurzfristig erzielte Profite führten zu großzügigen Bonusplänen für die Beschäftigten im Finanzsektor, die jedoch in keinem Verhältnis zu den langfristig einge-gangenen Risiken in den Bilanzen der Banken standen. Der Mangel an Risiko-bewusst-sein trug zu den zum Teil exorbitanten Bonus-zahlungen im Bankensektor bei. Die Finanz- und Bankenkrise offenbarte zugleich Mängel in der Banken-aufsicht. Die nationalen Aufsichts-behörden missachteten die von diesen Faktoren aus-gehenden Gefahren für die Bilanzen der Banken und in der Folge für die Stabilität des internationalen Finanzsystems. Erst die Interventionen der Notenbanken sowie die staat-lichen Rettungsprogramme verhinderten eine weitere Verschärfung der Finanzkrise und trugen zur Stabilisierung des Finanzsektors bei.

აშშ-ს იპოთეკური და მსოფლიო საფინანსო და საბანკო ბაზრების კრიზისის განმაპირობებლი დეტერმინანტები

ა. ნასტანსკი
ს. გელაშვილი

საფინანსო და საბანკო კრიზისი უკვე საუკუნეებია მეორდება. გარკვეული თვალსაზრისით, იგი მასში ჩართული ადამიანების ანალოგიური ქცევით არის გამოწვეული. თუმცა ძირითადი მიზეზები და მექანიზმები განსხვავებულია.

სტატიაში სტატისტიკაზე დაყრდნობით ნაჩვენებია როგორ ვითარდებოდა აშშ-ში უძრავ ქონებაზე ფასების დინამიკა კრიზისამდე. განუწყვეტელი ზრდის მოლოდინში ბანკები ურყევად აგრძელებდნენ კრედიტების გაცემას არასტანდარტულ, ანუ ნაკლებად საიმედო მოვალეებზე. გარდა ამისა, ისინი ანაწილებდნენ თავიანთ რისკებს სპეციალურ ახალ ფასიან ქაღალდებზე, როგორიცაა იპოთეკური ფასიანი ქაღალდები, გლობალურ ბაზრებზე - მთელ მსოფლიოში. როდესაც დებიტორთა გადახდების რაოდენობამ ვერ დააკმაყოფილა სესხების მუდმივი ზრდის მოლოდინი, გაქრა იპოთეკური სესხების დაბრუნების იმედი და საბანკო კრიზისი განვითარდა. კრიზისი შემდეგ გადაედო საერთაშორისო ბანკინგს და შედეგად, მნიშვნელოვნად დააზიანა მთელი მსოფლიო ეკონომიკა.

კლასტერების ინიციატივები ევროპაში და საქართველო

ინეზა გაგნიძე
ივ. ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ასოცირებული პროფესორი, ეკონომიკის დოქტორი

თანამედროვე მსოფლიო ეკონომიკაში კლასტერების თეორია ერთ-ერთი ყველაზე პოპულარულია. მან შესწავლა-განვითარების რამდენიმე ეტაპი გაიარა. იგი შემოთავაზებულ იქნა პროფ. მ. პორტერის მიერ იმ ცნობილი ფართომასშტაბიანი გამოკვლევის შედეგად, რომელიც დაიყო 1985 წელს, გრძელდებოდა 4 წელი და მოიცავდა 1971-1985 წლებში განვითარებული ეკონომიკური მოვლენების ანალიზს იმ 10 ქვეყანაში, რომელთა ერთობლივი ექსპორტი იმ დროისთვის შეადგენდა მსოფლიო ექსპორტის 50%-ზე მეტს. შემდგომ აღნიშნული თეორია პრაქტიკაში გამოყენებულ იქნა პროფ. მ. პორტერის მოსწავლეების მიერ (მაგალითად, ა. საბირა, რომელმაც კატალონიაში მიკროკლასტერის აგება დაიწყო მაშინ, როცა ეს თეორია მისთვის ხელმისაწვდომი იყო მხოლოდ ხელნაწერის სახით). აღნიშნულმა თეორიამ ახალი სიცოცხლე შეიძინა 2000 წლის შემდგომ, როცა ინტენსიურად იქნა გამოყენებული მრავალ განვითარებად და გარდამავალი ეკონომიკის მქონე ქვეყანაში.

აღსანიშნავია, რომ კლასტერებს აქტუალურობა არ დაუკარგავს განვითარებული ქვეყნებისთვისაც, ისინი მას იყენებენ, როგორც საკუთარი ქვეყნის ეკონომიკის წინსვლის ერთ-ერთ საუკეთესო საშუალებასა და უფრო დაბალი განვითარების მქონე ქვეყნებში – თავისი მიღწევებისა და ტექნოლოგიების გავრცელების იარაღს.

ვფიქრობთ, ქართველი მეცნიერ-ეკონომისტებისთვის საინტერესო იქნება იმ გამოკვლევების გაცნობა, რომლებიც მიმდინარეობს ევროპაში კლასტერების ინიციატივების მიმართულებით.

კლასტერში იგულისხმება კომპანიების ჯგუფი და მასთან დაკავშირებული დარგების სხვა ინსტიტუტები, რომლებიც განლაგებულია ერთ გეოგრაფიულ რეგიონში. კლასტერის ტერმინი არ გულისხმობს რაიმე სპეციალურ პროექტს. კლასტერი არსებობს, იმის მიუხედავად, იციან ეს თუ არა ფირმებმა და აღიარებულია თუ არა იგი ოფიციალურად.

„ტერმინი **კლასტერის ინიციატივა** აღნიშნავს კლასტერის განვითარების პროექტს ან კლასტერის ორგანიზაციას. კლასტერის კონკურენტუნარიანობის ამაღლების ნებისმიერი ორგანიზებული მცდელობა არის კლასტერის ინიციატივა. კლასტერის ინიციატივა შეიძლება იყოს დამოუკიდებელი – მხოლოდ ერთ კლასტერზე ფოკუსირების სახით ან რეგიონული და/ან ეროვნული კონკურენტუნარიანობის ფართო სტრატეგიის ნაწილი, პარალელურად არსებული და მოქმედი მრავალი კლასტერის ფორმით. ზოგადად, კლასტერის ინიციატივაში იგულისხმება მხოლოდ ერთი ცალკეული კლასტერი და არა მათი დაჯგუფება რაიმე დარგ(ებ)ს შიგნით“[1].

ამგვარად განსაზღვრული კლასტერის ინიციატივა არის მრავალი ევროპული ქვეყნის მეცნიერთა შესწავლისა და პრაქტიკოს-ეკონომისტთა განხორციელების ობიექტი.

უწინარესად ყურადღებას გავამახვილებთ სტოქჰოლმის ეკონომიკის სკოლის სტრატეგიისა და კონკურენტუნარიანობის ცენტრზე (Center for Strategy and Competitiveness - CSC)[2]. იგი არის მსოფლიო ეკონომიკური ფორუმის გლობალური კონკურენტუნარიანობის ქსელის პარტნიორი ინსტიტუტი. ასევე, ჰარვარდის ბიზნესის სკოლის სტრატეგიისა და კონკურენტუნარიანობის ინსტიტუტის

[1] http://www.cluster-research.org/devtra.htm; Christian Ketels, Goran Lindqvist, Orjan Solvell, Cluster Initiatives in Developing and Transition Economies, ISBN 91-974783-2-6. pp. 9.
[2] http://www.hhs.se/csc/Pages/default.aspx.

(ხელმძღვანელი პროფ. მ. პორტერი[1]) ფილიალი. სტოქჰოლმის ცენტრი ფოკუსირებას ახდენს კვლევის ხუთ მიმართულებაზე, კერძოდ: სტრატეგია, საერთაშორისო ბიზნესი, ქსელური ცოდნა, ეკონომიკური პოლიტიკა, კლასტერები და კონკურენტუნარიანობა. ცენტრის ხელმძღვანელია ჰარვარდის კურსდამთავრებული, პროფ. ო. სოლველი. სამეცნიერო წრეებში ფართოდაა ცნობილი ამ სკოლის ხელმძღვანელისა და მისი თანამოაზრეების ნაშრომები. ისინი კურირებენ ევროპული კლასტერების ობსერვატორიას[2], რომელიც დაარსდა 2007 წელს და არის ყველაზე მრავალმხრივი, ამომწურავი ბაზა კლასტერებზე, კლასტერების ორგანიზაციებსა და კლასტერების ანგარიშებზე ევროპაში. 2009 წლის მეოთხე კვარტალში ობსერვატორიაში მომზადდა კლასტერების საორგანიზაციო ცნობარი, სადაც მითითებულია 31 ქვეყანაში არსებული 1153 კლასტერის ინიციატივის შესახებ, როგორც ცალკეული ქვეყნების მიხედვით, ასევე დარგობრივი ჭრილით[3] (სამწუხაროდ, საქართველო ამ ჩამონათვალში არ არის). ობსერვატორიას აფინანსებს ევროკომისია (European Commission's Directorate General for Enterprise and Industry) „ევროპა ინოვა“-ს ინიციატივის ფარგლებში.[4]

„ევროპა ინოვა“ (EUROPE INNOVA) არის ინიციატივა, რომელიც ცდილობს გახდეს ყველა იმ უახლესი საშუალებისა და ინსტრუმენტების ლაბორატორია, რომლებიც ხელს უწყობენ ინოვაციებსა და კონკურენტუნარიანობას (**Competitiveness and Innovation Framework Programme - CIP**). ის თავს უყრის ინოვაციების ხელშემწყობ საზოგადოებრივ და კერძო პროვაიდერებს, როგორიცაა ინოვაციების სააგენტოები, ტექნოლოგიების გადაცემის ოფისები, ბიზნეს-ინკუბატორები, ფინანსური შუამავლები, კლასტერებში შემავალი ორგანიზაციები და სხვა[5].

[1] https://secure.hbs.edu.
[2] www.clusterobservatory.eu.
[3] http://www.clusterobservatory.eu/upload/directory.pdf.
[4] http://www.clusterobservatory.eu/index.php?id=78&nid.
[5] www.europe-innova.org.

ევროპელი მეცნიერებისთვის ცნობილია ინტერკლასტერების გამოკვლევები[1]. აქ შესაძლებელია ევროპული 900 კლასტერის შესახებ არსებული მონაცემების ნახვა[2].

მსოფლიო მასშტაბით ასევე ცნობილია არა მარტო მეცნიერთა, არამედ პრაქტიკოსთა ქსელური გაერთიანებები. კერძოდ, **კონკურენტუნარიანობის ინსტი-ტუტი (TCI)** არის კონკურენტუნარიანობის, კლასტერებისა და ინოვაციების სფეროში მოღვაწე პრაქტიკოსთა გლობალური ქსელი. იგი არის არამომგებიანი, არასამთავრობო ორგანიზაცია, მას ჰყავს 1700 წევრი მსოფლიოს 98 ქვეყნიდან, რომელთა საწევრო გადასახადი შეადგენს ორგანიზაციის ძირითად შემოსავალს[3].

კლასტერების ევროპული ორგანიზაციების მხოლოდ ჩამოთვლა არ არის ჩვენი მსჯელობის თემა, არამედ განვიხილავთ იმ გამოკვლევებსაც, რომლებიც ტარდება ზემოაღნიშნულ ორგანიზაციებში. პროფ. ო. სოლველი ერთ-ერთი უდავო ლიდერია ამ საკითხებში. მან თავისი ნაშრომით – „კლასტერი – ევოლუციური და კონსტრუქციული ძალების დამბალანსებელი" განავითარა კლასტერების თეორია და გამოყო „კლასტერების დონეზე მოქმედი ახალი სუბიექტები (აქტორები):

1. **მრეწველობა** (მომხმარებლები, მიმწოდებლები, დაკავშირებული დარგები, მცირე და საშუალო საწარმოები, მომსახურება);

2. **სამთავრობო დაწესებულებები, ადგილობრივი მმართველობა** (თვითმმართველობები), სააგენტოები;

3. **ფინანსები** (ბანკები, ვენჩურული კაპიტალი, ბიზნეს-ანგელოზები);

4. **უნივერსიტეტი** (კოლეჯები, ტექნოლოგიების გადაცემის ოფისები, ლაბორატორიები, ტექნოლოგიური პარკები);

5. მედია;

[1] http://intercluster.eu.

[2] http://intercluster.eu/index.php?option=com_adsmanager&id=9999999&Itemid=316.

[3] http://www.competitiveness.org/frontpage/1.

6. **ურთიერთთანამშრომელი ორგანიზაციები** (ფორმალური და არაფორმალური ქსელები, სავაჭრო ორგანიზაციები, კლასტერის ორგანიზაციები)"[1].

პროფ. ო. სოლველმა დაასკვნა, რომ „კლასტერის ზრდას ადგილი აქვს განსაკუთრებული ეკონომიკური პოლიტიკის პირობებში. ამ დროს ეკონომიკის რეგულირება და პოლიტიკა ვარირებს ფართო სპექტრში, კერძოდ, ანტიტრესტული, რეგიონული, სამრეწველო და სამეცნიერო, საინოვაციო პოლიტიკა, პატენტებისა და ინტელექტუალური საკუთრების თანაავტორობის განსაზღვრის საკითხების ჩათვლით და სხვა. ეკონომიკური პოლიტიკის უფრო ზოგადი სტრუქტურა გავლენას ახდენს რეგიონების შიგა მიმზიდველობაზე მოქალაქეებისა (საცხოვრებელი პირობებისა და სატრანსპორტო ინფრასტრუქტურის გაუმჯობესება, რეკრეაციული პროცესები და კულტურა) და კომპანიებისთვის (მიწა, ინვესტირების მიმზიდველობა, სათანადო უნარ-ჩვევების მქონე სამუშაო ძალა). ზრდადი კლასტერი უკავშირდება საერთაშორისო ბაზრებს (როგორც ფაქტორთა, ასევე საბოლოო პროდუქტების). არსებული გამოცდილების მიხედვით დინამიკური კლასტერი წარმოადგენს იდეების, უნარ-ჩვევებისა და რესურსების ცირკულაციას, „ტვინების" ცირკულაციის ჩათვლით"[2].

პროფ. ო. სოლველის თანაამოაზრეები არიან დოქტორი ქ. ქეთელსი და ეკონომიკის მაგისტრი ჯ. ლინდქვისტი. ამ ჯგუფმა 2009 წელს მოამზადა ანგარიში - „კლასტერების ინიციატივები განვითარებად და გარდამავალ ეკონომიკებში", რომელიც არაფორმალურად კლასტერების ლურჯ წიგნად არის ცნობილი[3]. ავტორებმა ნაშრომი მიუძღვნეს კლასტერების ინიციატივების ხარისხის გაუმჯობესებისათვის სათანადო საფუძვლების კვლევას საიმისოდ, რომ კლასტერები გამოყენებულ იქნეს როგორც ეკონომიკის განვითარების

[1, 2] http://www.cluster-research.org/redbook.htm.; Orjan Solvell, Clusters - Balancing Evolutionary and Constructive Forces; ISBN 978-91-974783-3-5. pp.16.

[3] http://www.cluster-research.org/redbook.htm.; Orjan Solvell, Clusters - Balancing Evolutionary and Constructive Forces; ISBN 978-91-974783-3-5. pp.59-60.

ერთ-ერთი საუკეთესო საშუალება. მრავალფეროვანი მაჩვენებლების სისტემური ანალიზის საფუძველზე მათ სურდათ იმ კოლექტიური გამოცდილების ბენჩმარკინგი,[1] რაც უკავშირდება კლასტერების ინიციატივების მართვასა და ორგანიზაციულ სტრუქტურას. ეს, ავტორთა აზრით, ამბიციური მიზანია. მათ სურთ პასუხი გასცენ კითხვას: არის თუ არა კლასტერების ინიციატივა ეკონომიკის განვითარების კარგი საშუალება? აღნიშნული ანგარიში ეფუძნება 1400 კლასტერის ინიციატივის გამოკვლევას და მოიცავს 450 იმ ინიციატივას, რომელიც დასრულდა 2005 წელს (გლობალური კლასტერის ინიციატივის გამოკვლევა **Global Cluster Initiative Survey - GCIS**). კლასტერების უფრო ადრეული გამოკვლევების შედეგები აისახა ამავე ავტორთა მიერ მომზადებულ კლასტერების ინიციატივის მწვანე წიგნში (The Cluster Initiative Greenbook[2]). ვფიქრობთ, მკითხველისთვის საინტერესო იქნება ზემოაღნიშნულ გამოკვლევებში მოცემული ზოგიერთი ძირითადი დასკვნა.

კლასტერების ინიციატივების გამოყენების მიმართულებით განსაკუთრებული შემობრუნება აღინიშნა 2003 წლის შემდგომ, როცა განვითარებად ქვეყნებში კლასტერების ინიციატივების საერთო რაოდენობის 55% იქნა წამოწყებული (დანარჩენი ინიცირებული იყო მანამდე), ხოლო გარდამავლებში – 72%. აღნიშნულმა მაჩვენებელმა განვითარებულ ქვეყნებში მიაღწია 28%[3]. ეს ფაქტი, ვფიქრობთ, საგულისხმოა, ვინაიდან ასეთ ქვეყნებში კლასტერები პოპულარული ჯერ კიდევ XX საუკუნის 90-იან წლებში იყო. ეს უდავოდ ადასტურებს ეკონომიკის განვითარებაში კლასტერების გამოყენების პროგრესულობას. ასევე საყურადღებოა ის ფაქტი, რომ განვითარებულ ქვეყნებში კლასტერების ინიციატივის დანერგვა იწყება მთავრობის მხრიდან, უფრო ხშირად, ადგილობრივი და რეგიონული განვი-

[1] http://www.cluster-research.org/devtra.htm; Christian Ketels, Goran Lindqvist, Orjan Solvell, Cluster Initiatives in Developing and Transition Economies, ISBN 91-974783-2-6.

[2] ბენჩმარკინგი – კონკრეტულ ქვეყანაში უცხოური გამოცდილების გაცნობა-დანერგვის პროცესის ანალიზი ადგილობრივი თავისებურებების გათვალისწინებით (ი. გაგნიძე).

[3] www.cluster-research.org.

თარების სააგენტოებიდან. მაგალითად, ჩრდილო ამერიკაში, ავსტრალიასა და ახალ ზელანდიაში კლასტერების ინიციატივების 41% ინიცირებულია მთავრობის მხრიდან, ჩრდილოეთ ევროპაში – 47%, დასავლეთ ევროპაში – 53%, სამხრეთ ევროპაში – 61%.

კლასტერები და კონკურენტუნარიანობა უფრო ნაკლებად შეინიშნება ეკონომიკურ პოლიტიკასა და დებატებში გარდამავალი ეკონომიკის ქვეყნებში, ვიდრე განვითარებადსა და განვითარებულებში. დონორი ინიციატორები ეკონომიკური პოლიტიკის განსაზღვრის დროს აქტიურობას იჩენენ იმ შემთხვევაში, როცა ეროვნული მხარდაჭერა გარკვეულწილად სუსტია, ხოლო სამთავრობო ინიციატივები პოლიტიკის განსაზღვრის დროს კონკურენტუნარიანობასა და კლასტერებზე უფრო მეტად აქტიურია.

განვითარებად ქვეყნებში ნათელია, რომ ფოკუსირება ხდება სოფლის მეურნეობასა და მასთან დაკავშირებულ კვების მრეწველობაზე, ასევე საბაზისო, ტრადიციულ (უფრო მეტად შრომატევად) მრეწველობაზე. გარადამავალ ქვეყნებში უფრო ხშირად ვხვდებით დარგების ნაკრებს, კაპიტალტევადი დარგებისა და „მაღალი ტექნოლოგიების" ჩათვლით. ამ ქვეყნებში დონორების საქმიანობა აქტიურია სოფლის მეურენეობაში, კვებისა და ტრადიციულ წარმოებებში. სახელმწიფო, მეორე მხრივ, კლასტერების ინიციატივას ხელს უწყობს კაპიტალტევად დარგებში, ბიზნესი ხშირად ინიციატორია მაღალი ტექნოლოგიებისა და მომსახურების უახლესი ფორმების შეთავაზების დროს.

განვითარებად და გარდამავალ ეკონომიკებში, ზოგადად, დაბალია ნდობა კომპანიებს შორის, ასევე კომპანიებსა და მთავრობას შორის, ვიდრე მოწინავე ქვეყნებში. დონორების მიერ წამოწყებული კლასტერების ინიციატივებს ადგილი აქვს იქ, სადაც ეკონომიკაში მოქმედ პირებს შორის ნდობა ძალიან დაბალია[1].

[1] http://www.cluster-research.org/devtra.htm; Christian Ketels, Goran Lindqvist, Orjan Solvell, Cluster Initiatives in Developing and Transition Economies, ISBN 91-974783-2-6. pp. 13.

განვითარებად და გარდამავალი ეკონომიკის ქვეყნებში კლასტერის ინიციატივებს ზოგადად აქვს განსხვავებული მიზნები, ვიდრე მოწინავე ქვეყნების კომპანიებს. ისინი უფრო მეტად არიან ორიენტირებულები დამატებული ღირებულების გაზრდასა და ექსპორტზე და ნაკლებ მნიშვნელობას ანიჭებენ ინოვაციებსა და ბიზნეს-გარემოს გაუმჯობესებას, მაშინ როცა კლასტერების ინიციატივები ფოკუსირებას ახდენენ კონკურენტუნარიანობასა და ეკონომიკურ განვითარებაზე, ისინი ისახავენ საკმაოდ განსხვავებულ სამოქმედო ამოცანებს, რომ მიაღწიონ ამ დიდ მიზანს. ამ მხრივ საინტერესოა პროფ. ო. სოლველის მოსაზრება იმის შესახებ, რომ: „1. კლასტერები განსაკუთრებით აძლიერებენ გარემოს ინოვაციებისთვის; 2. კლასტერები ავითარებენ ორი სახეობის ძალას, როგორც ევოლუციურს, ასევე კონსტრუქციულს. ორივე ძალა იმართება კონკრეტული ისტორიული და გეოგრაფიული თავისებურებებით და ამიტომაც ყველა კლასტერი თავისთავად განსაკუთრებული და უნიკალურია თავისი მახასიათებლებით“[1].

აღვნიშნავთ იმას, რომ კლასტერების ინიციატივების ამ უახლესი გამოკვლევების დეტალური ანალიზი ძალზე დიდია და ცალკე მსჯელობის თემაა, აქ კი გვინდა გამოვთქვათ მოსაზრება თუ რა შეიძლება იქნეს გამოყენებული საქართველოს სინამდვილეში. უპირველეს ყოვლისა, როგორც გამოკვლევები ადასტურებს, ერთ-ერთი რთული საკითხია იმის განსაზღვრა, თუ რომელი კლასტერის ინიციატივა უნდა იქნეს განხილული ქვეყანაში. როგორც პროფ. მ. პორტერი მიუთითებს, კლასტერი უნდა აიგოს იმ დარგებში, რომელიც ბაზარმა უკვე გამოსცადა.

ჩვენი აზრით, საქართველოში ეფექტიანი იქნება, ევროპის მცირე ქვეყნების მსგავსად, **ორ სიბრტყეში მოქმედი კლასტერების** დაგეგმვა, რომელთა ძირითადი მახასიათებლებია:

1. სამეცნიერო კლასტერები (რაც, როგორც მსოფლიო ეკონომიკის განვითარების ისტორია ადასტურებს, განვითარებულ ქვეყნებში გვევლინება, როგორც კვლევისა და განვითარების სისტემის

[1] http://www.cluster-research.org/devtra.htm; Christian Ketels, Goran Lindqvist, Orjan Solvell, Cluster Initiatives in Developing and Transition Economies, ISBN 91-974783-2-6. pp. 30.

შექმნა-ჩამოყალიბების, ინოვაციების სტიმულირების, „სამმაგი სპირალისა“ (**Triple Helix of University-Industry-Goverment Relations**) და შედეგად ინოვაციებზე ორიენტირებული ეკონომიკის – **ცოდნის ეკონომიკის (Knowledge Economy)** საფუძველი); მიგვაჩნია, რომ **საქართველოში სამეცნიერო კლასტერების შექმნა უნდა დაიწყოს განათლების კლასტერით, რომელიც უნდა იყოს მრავალდონიანი** და ითვალისწინებდეს განვითარებას შემდეგი მიმართულებებით: განათლება განათლებისთვის (ზოგადსაგანმანათლებლო, პროფესიული, უმაღლესი); განათლება, როგორც ბიზნესი; განათლება ქვეყნისთვის პრიორიტეტული, ტრადიციული დარგებისთვის და განათლება – მსოფლიო კვლევების სისტემაში ქართული მეცნიერების ჩასართავად;

2. ტრადიციული კლასტერები. საქართველოსთვის ეს შეიძლება იყოს სოფლის მეურნეობის, სატრანსპორტო, ტურიზმის დიდი კლასტერები თავისი მრავალი განშტოებით და სხვა შედარებით მცირე კლასტერები. აქ ცოდნა ტრადიციულადაა დაგროვილი და შედარებითი უპირატესობა ბაზრის მიერაა დროში გამოცდილი. საჭიროა მხოლოდ განათლების კლასტერთან გონივრული და სწრაფი დაკავშირება. ეს კი საქართველოში საქპატენტის, ეკონომიკური განვითარებისა და განათლებისა და მეცნიერების სამინისტროების ერთობლივი საქმიანობის კოორდინირების შედეგად უნდა განხორციელდეს.

ზემოაღნიშნულის განხორციელების მიზნით, საჭიროდ მიგვაჩნია ისეთი სამთავრობო ჯგუფის ჩამოყალიბება, რომელიც შეისწავლის უცხოურ გამოცდილებას და ბენჩმარკინგის საფუძველზე განახორციელებს მის დანერგვას საქართველოში. ასე მაგალითად, კლასტერების ობსერვატორიის ცნობარში მხოლოდ სოფლის მეურნეობის კლასტერის 53 ინიციატივაა მითითებული. ასევე, განათლების 11 კლასტერის ინიციატივა, საკვები პროდუქტების კლასტერის 38 ინიციატივა, ხორცისა და ღვინის კლასტერების 14 ინიციატივა, ხეტყისა და ქაღალდის წარმოების კლასტერის 47 ინიციატივა[1] და ა. შ. აღნიშნულიდან გამომდინარე შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ

[1] http://www.cluster-research.org/redbook.htm.; Orjan Solvell, Clusters - Balancing Evolutionary and Constructive Forces; ISBN 978-91-974783-3-5, p.7.

საქართველოს ეკონომიკის კლასტერული განვითარების კონცეფციის შემუშავება საშური და ქვეყნის ეკონომიკური ინტერესებისთვის მნიშვნელოვანი საქმეა.

The Cluster Initiatives in Europe and Georgia

I. Gagnidze

For Georgian polycemakers it is too important to know modern cluster initiatives (CI) in Europe. The term cluster initiative is used to specifically denote a cluster development project or cluster organization. Any organized affort to enhance the competitiveness of a cluster is thus cluster initiative. Cluster initiatives can be stand alone, focusing on only one cluster, or they can be part of a broader regional or national competitiveness strategy with multiple cluster initiatives going on in parallel. It is interesting that in developing economies 55% of CIs were started in 2003 or later. For transition economies that share is even higher, 72%, while the corresponding share for advanced economies is only 28%. In developing and transition economies economic policy is typically centralized to the national level, and there is usually little policy support relating to competitiveness and clusters. Donor-initiated CIs take place where the national policy support for such effort is the lowest. In developing and transition economies CIs usually have other types of objectives than in advanced companies. There is more emphasis on increasing value-added and exports and less emphasis on innovation and business environment improvement. In our opinion it is important to discuss these issues through Cluster's Green-[1], Blue-[2] and Red-books [3]. Also we think to use The European Cluster Organisation Directory, which is the first comprehensive compilation of cluster organisations in Europe.

---

[1] http://www.clusterobservatory.eu/upload/directory.pdf.pp.108-117.

[2] http://www.competitiveness.org/article/articleview/108/1/96/. The%20Cluster%20Initiative%20"Greenbook".

[3] http://www.competitiveness.org/article/articleview/991/1/96/. The%20Cluster%20Initiative%20"Bluebook".

[4] http://www.competitiveness.org/article/articleview/985/1/96/.

მსოფლიო ეკონომიკის გლობალიზაციის ზოგიერთი ასპექტი

ნინო ფარესაშვილი
ივ. ჯავახიშვილის
სახელობის თსუ ასისტენტ-პროფესორი

ინფორმაციული ტექნოლოგიებისა და კომუნიკაციური ელექტრონული საშუალებების სწრაფად განვითარებამ გააფართოვა ადამიანის ცოდნა გლობალურ ეკონომიკაზე[1]. თუ თვალყურს მივადევნებთ გადაცემებს საერთაშორისო სიახლეებზე, ჩვენ შეგვიძლია წარმოდგენა ვიქონიოთ მსოფლიოში მიმდინარე ეკონომიკურ პროცესებზე. უწინარესად ვგულისხმობთ მსოფლიო ეკონომიკას, რაც არის თავისებური სისტემა, რომელსაც არ გააჩნია მკაცრად განსაზღვრული ტერიტორია და საზღვარი. თუ ხატოვნად ვიტყვით, მსოფლიო ეკონომიკა „კვანტური" ბუნებისაა: ის ერთდროულად რეალური და ვირტუალურია და ამავე დროს - ეროვნული და ინტერნაციონალური.

ამასთან, მსოფლიო ეკონომიკა სხვადასხვა ეროვნული ეკონომიკის საფუძველზე ვითარდება. მისი განვითარების საწყისს სხვადასხვა ეროვნული ეკონომიკის ნებისმიერ ფაქტორს შორის ურთიერთკავშირის საყოველთაო პრინციპი წარმოადგენს. ამ უკანასკნელში იგულისხმება მხარეების ალტერნატიულობის თავისებური ურთიერთობის რეფლექსი.

მხარეებს შორის კავშირი, როგორც ურთიერთობის ერთ-ერთი სახეობის არსი, კარგად განსაზღვრა პროფესორმა ნ. ფ. ოვჩინიკოვმა, რომლის მტკიცებითაც მოვლენებს შორის ურთიერთკავშირი ახდენს განსხვავების კომპენსირებას და მივყევართ ერთი მთლიანობისკენ[2].

---

[1] უფრო ვრცლად იხილეთ: Э. Азроянц, Глобализация, М., 2002.

[2] Овчиников Н.Ф. Принципы сохранения. М., 1986.

ნებისმიერ ეროვნულ ეკონომიკას გააჩნია თავისი ლოკალური ტერიტორია, გეოგრაფიული მრავალფეროვნება და კლიმატური პირობები. მას ახასიათებს ბუნებრივი რესურსების არათანაბარი განაწილება, ეკონომიკური და სოციალური განვითარება, კულტურული თავისებურებები. ამიტომაც ის ზოგიერთი პარამეტრის მიხედვით სიჭარბით, დანარჩენისა კი – უკმარისობით ხასიათდება.. სრულყოფისაკენ სწრაფვა ანუ უკმარისობის კომპენსაცია შესაძლებელია განხორციელდეს სხვა მსგავს სისტემებთან ურთიერთზემოქმედებით. ასეთი მოტივაციით აიხსნება საგარეო ვაჭრობის წარმოქმნისა და განვითარების, ხოლო შემდგომ კი პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების ბუნებრივი ფესვები. აქედან გამომდინარე, შეიძლება დასაბუთებულ იქნეს საერთაშორისო სასაქონლო და საკრედიტო ბაზრების წარმოქმნა. ეს ნორმალური პროცესია, რომელიც შეესაბამება საერთო ბუნებრივ კანონზომიერებებს.

ბუნებრივ პროცესებს ყოველთვის გააჩნია გარკვეული საზღვრები და შეზღუდვები, რომელთა ფარგლებს გარეთ ის კარგავს თავის მიზნობრივ ფუნქციებს და საპირისპიროში გადაგვარდება. ეროვნულ და განსაკუთრებით მსოფლიო ეკონომიკაში ორი მთავარი 'სენი" შეინიშნება – მონოპოლიზმი და ფინანსური ექსტრემიზმი. მონოპოლია წარმოიქმნება, როგორც კონკურენტული ბრძოლის პროდუქტი და ლიბერალური საბაზრო ეკონომიკის საფუძვლის დეფორმირებით ანადგურებს მას. „თავისუფალი" ბაზარი მეტ-ნაკლებად ებრძვის მონოპოლიზმს სახელმწიფოს ანტიმონოპოლიური კანონმდებლობის საშუალებით. ამ პრომლებამ ეროვნულიდან ინტერნაციონალურ საზღვრებშიც გადაინაცვლა. ტრანსნაციონალური კომპანიები და ბანკები და სხვა საფინანსო ინსტიტუტები დიდად უფრო მეტი საფრთხის მატარებლებია, ვიდრე მათი ეროვნული ანალოგიები.

ამ პროსებზე დაკვირვებისა და ანალიზის დროს ადვილად შესამჩნევია ეროვნული და მსოფლიო ეკონომიკების განსხვავებები. ეროვნული ეკონომიკა ეყრდნობა სუვერენულ ტერიტორიას, რომელიც შემოფარგლულია სახელმწიფო საზღვრებითა და გააჩ-

ნია საკუთარი პოლიტიკური და ეკონომიკური რეჟიმი. ხატოვნად რომ ვთქვათ, ეროვნულ ეკონომიკას შეიძლება ვუწოდოთ „ერთსართულიანი ნაგებობა," მსოფლიო ეკონომიკა კი, თავის მხრივ, კომბინაციურია, რომელსაც ფესვები აქვს ეროვნულ ეკონომიკებში, მათ საფუძველზე ვითარდება და გადაიქცევა „მრავალსართულიან ნაგებობად."

ეროვნულ ეკონომიკას ათვისებული აქვს თავისი ტერიტორია მთლიანად. მას ახასიათებს ერთნაირი სიმჭიდროვე და გააჩნია ერთი ტიპის ეკონომიკური ურთიერთობები, „თამაშის წესები". მსოფლიო ეკონომიკამ კი აითვისა მსოფლიოს მხოლოდ ნაწილი და ისიც არათანაბარი ხარისხით. აქ ურთიერთობებისა და „თამაშის წესების" ხარისხი არ არის ერთგვაროვანი. გარდა ამისა, თუ ეროვნული ეკონომიკა სახელმწიფო-სუვერენის ეროვნული ინტერესების კონტროლის ქვეშაა, მსოფლიო ეკონომიკას ასეთი რამ არ ახასიათებს. გლობალიზაციის საწყისი მიზეზი და მამოძრავებელი ძალა მსოფლიოს განვითარების ერთ-ერთი ფუნდამენტალური ტენდენცია – ინტეგრაციაა.

უწინარესად განვიხილოთ ეკონომიკის სფერო, კაპიტალის კონცენტრაცია და მონოპოლიების შექმნა, რაც წარმოშობს ეროვნული საზღვრების ფარგლებს გარეთ გასვლის ბუნებრივ მოთხოვნასა და იგივე პროცესის განმეორებას, უკვე სხვა, საერთაშორისო მინდორზე. ამის პარალელურად მოქმედებს კაპიტალის მოხმარების გაფართოების მოთხოვნა და ამ მიზნით ბუნებრივი პოტენციალის უთანაბრო განთავსებისა და ეკონომიკური განვითარების უთანასწორობის გამოყენება.

რაც შეეხება პოლიტიკის სფეროს, აქ მიმდინარეობს სახელმწიფო პოლიტიკის ტრანსფორმაცია, რაც მსხვილი კაპიტალისა და საერთაშორისო სივრცეში მისი გასვლის ინტერესშია. ამის მაგალითებია ეკონომიკის გახსნილობა, საზღვრების გამჭვირვალობა, ექსპორტის მხარდაჭერა.

ამასთან ერთად მეცნიერების, ტექნიკისა და ტექნოლოგიების

სფეროშიც ადგილი აქვს სამეცნიერო-ტექნიკური პოტენციალის კონცენტრაციას ძალიან შეზღუდული რაოდენობის ქვეყნებში, რომლებიც თავიანთ ტექნოლოგიურ პოლიტიკას კარნახობენ დანარჩენ მსოფლიოს. მსგავსი პროცესებია კულტურის სფეროშიც, სადაც ასევე მიმდინარეობს მომხმარებელთა საზოგადოებისა და მისი მასობრივი კულტურის არატრადიციული იმპერატივის აგრესიულობა; რელიგიის როლის შემცირება (ზოგიერთი გამონაკლისის გარდა); ზნეობრივი ფასეულობების რღვევა ბაზრის კონტექსტით.

მსოფლიო ეკონომიკაში მიმდინარე პროცესები გავს საერთაშორისო რინგს, სადაც მონაწილეებს შორის „წესების გარეშე" მიმდინარეობს მუდმივი ბრძოლა სპორტის ყველა სახეობაში. მთავარ არგუმენტს კი წარმოადგენს პოლიტიკური, ეკონომიკური და სამხედრო ძალა. საერთაშორისო ურთიერთობები სულ უფრო მეტად იძენს ეკონომიკურ შინაარსს. იქმნება საერთაშორისო ეკონომიკური ინსტიტუტები, რომლებიც გვევლინებიან წამყვანი (ანუ ყველაზე ძლიერი) ქვეყნების ეროვნული ინტერესების გამგრძელებელია.

ის ფაქტი, რომ მსოფლიოში ჩნდება ისეთი რამ, რაც სრულიად არ გავს ერთიან სამეურნეო მექანიზმს, მეტყველებს იმაზე, რომ გლობალიზაციის მომხრეები სასურველს სინამდვილედ ასაღებენ. ფორმირებისა და განვითარების პროცესში მყოფი ინტერნაციონალური ეკონომიკა – ეს არ არის მსოფლიო ბაზარი. როგორც ჩანს, ეს არის რაღაც წარმოებული მოვლენა, რომელშიც საბაზრო ურთიერთობები რეალიზდება. ამ პოზიციასთან დაკავშირებით მკვლევარი ა. გ. მოვსესიანი მიიჩნევს, რომ თანამედროვე მსოფლიო ეკონომიკა ძალიან შორს არის სრულყოფილი კონკურენციის კლასიკური ბაზრიდან და ლიბერალური საბაზრო მიდგომები ვერ ხსნის მისი განვითარების ძირითად კანონზომიერებებს, მათ შორის - ტრანსნაციონალიზაციის პროცესებსაც.[3]

მაგრამ, მიუხედავად ამისა, მსოფლიო ეკონომიკის ყველა სფეროს საერთო ტენდენციას წარმოადგენს ზრდის ტემპი. განვითარებული მრეწველობის მქონე ქვეყნებმა, რომლებიც გახდნენ

გლობალიზაციის ახალი და მძაფრი ეტაპის ფუძემდებლები, მოახდინეს ამ სპონტანური პროცესების ტრანსფორმირება თავისი ეკონომიკური პოლიტიკის მკაფიოდ გამოხატულ ვექტორში.

პარტნიორების უთანასწორობა წარმოადგენს თვით გლობალიზაციის პროცესის არსს და 'ენერგიის" წყაროს. ძლიერი მხარე კარნახობს პირობებს, ქმნის და თავის კონტროლზე ყავს საერთაშორისო ინსტიტუტები. ეს ყველაფერი კი მსოფლიო ეკონომიკის ლიბერალიზაციის "შეფუთვით" მოგვეწოდება.

მსოფლიო მეურნეობის ინტერნაციონალიზაცია იწვევს არა მხოლოდ პოზიტიურ შედეგებს, არამედ მონაწილე ქვეყნების ეროვნული ინტერესების რთულ წინაღმდეგობებსაც. ამიტომაც, ბუნებრივია, რომ გლობალიზაციის აპოლოგეტიკასთან დისონანსში, სულ უფრო ხმამაღლა ჟღერს მოწინააღმდეგეების, კრიტიკოსების ხმები. კამათი მიმდინარეობს საზოგადოებრივი საქმიანობის სხვადასხვა სფეროს სპეციალისტებს - პოლიტიკოსებს, ეკონომისტებს, სოციოლოგებს, პოლიტოლოგებს და სხვათა შორის.

გლობალიზაციასთან დაკავშირებით მსგავს არგუმენტებს ანვითარებს ა. გ მოვსესიანი[1], რომელიც ასეთ მოსაზრებებს გვთავაზობს:

– გლობალიზაცია არღვევს ძალთა თანაფარდობას დაქირავებულ მუშახელსა და დამქირავებლებს შორის. იზრდება წარმოების გადატანის შესაძლებლობები;

– ნეგატიური შედეგების შერბილების მიზნით, ხელისუფლებები იძულებული არიან გაზარდონ სოციალური ხარჯები. არსებობს პირდაპირი დამოკიდებულება ეკონომიკის გახსნილობის დონესა და სოციალურ ხარჯებს შორის.

გლობალიზაციის ჩამოთვლილ მახასიათებლებს არასრულად მიიჩნევენ გ. მარტინი და ხ. შუმანი, რომლებიც ცდილობენ პროცესს სხვა მხრიდანაც შეხედონ. ისინი თვლიან, რომ გლობალიზაციის ძალა მსოფლიოს აერთიანებს და ამავე დროს ანგრევს

[1] А. Г. Мовсесиян, Современные аспекты транснационализации, Финансы, 1997, с. 59-61.

მას.[1] დიდი საინვესტიციო სახსრებისა და მსოფლიო კონცერნების მფლობელები თავის ნებას კარნახობენ ეროვნულ სახელმწიფოებს. ამასთან, პოლიტიკური მოღვაწეები და საქმიანი წრეების სხვა წარმომადგენლები, ცდილობენ ეკონომიკის საყოველთაო დარეგულირებას. ამ დინამიკური და მკაცრი პროცესის შედეგია ეკონომიის სულ უფრო ახალი პროგრამები და სამსახურებიდან მასობრივი დათხოვნები.[2]

გლობალიზაცია მრავალხრივი მოვლენაა, ამიტომაც მისი ცალმხრივად გაშუქება ძალზე არაეფექტიანია. გამოყოფენ გლობალიზაციის სხვადასხვა ასპექტს. თითოეული მათგანის განხილვა უმნიშვნელოვანესია იმდენად, რამდენადაც დღევანდელ მსოფლიოში ადგილი აქვს უპრეცედენტო ინტეგრაციას, რაც წინააღმდეგობებით ხასიათდება.

ვფიქრობთ, დღეისთვის მთავარ კითხვას არ წარმოადგენს საჭიროა თუ არა გლობალიზაცია, ეს უკვე მსოფლიოს რეალური მდგომარეობაა. კითხვა იმაშიც არ არის, რომ ვიღაცა გლობალიზაციის „დადებითი" და „უარყოფითი" ფაქტორების კოლექციას აგროვებს. მხოლოდ ფაქტორების ერთობლიობა ქმნის რეალურ ღირებულებას. პრობლემა, ალბათ ისაა, თუ ვინ და როგორ „ქმნის" გლობალურ ეკონომიკას.

როგორც უკვე ითქვა, აშკარაა იმ როლებს შორის განსხვავება, რომლებსაც განვითარებული, განვითარებადი და სუსტად განვითარებული ქვეყნები თამაშობენ. ცხადად ჩანს „ავტორიტეტების" იერარქია თვით განვითარებული ქვეყნების ფარგლებში. ზუსტად ამიტომაც არსებობს მუდმივი საფრთხე, რომ მოცემული რეცეპტები იწერება გლობალიზაციის იდეის „შემქმნელთა" აბსოლუტურად ეროვნული ინტერესების „კარნახით". ასეთ შემთხვევაში პროცესის არბიტრია ძალა, რომელსაც ძალუძს განახორციელოს თავისი დიქტატი და მასზე დამოკიდებული გახადოს უფრო სუსტი.

გლობალიზაციის პროცესის „წიაღში" დაგროვილი ნეგატიური პოტენციალის აღმოფხვრის მცდელობა იწვევს გლობალურ ბაზრებზე „თამაშის წესების" სხვა მექანიზმის შექმნის აუცილებლობის სულ უფრო მეტი მომხრეების გაჩენას. თანაც, გათვალისწინებულ უნდა იქნეს ბუნებრივი ფაქტორები, დიდი და პატარა ქვეყნების ხალხის ინტერესები, ადამიანური მორალის იმპერატიულობა.

---

[1] Мартин Г.П., Шуман Х. Западная глобализация. Атака на процветание и демократию. М., 2001г. с. 25.

[2] С.И. Долгов , Глобализация экономики, М., 1988, с. 215.

დაბოლოს, უნდა ითქვას, რომ ეკონომიკურად დიდად განვითარებულ ქვეყნებში მიმდინარე გლობალური პროცესები აისახება გარდამავალი ეკონომიკის ქვეყნების, მათ შორის, საქართველოს ეკონომიკაზე. უნდა გავითვალისწინოთ ის გარემოებაც, რომ საქართველოში მკვეთრად დაბალია ეკონომიკური კონკურენტუნარიანობა. ქვეყანას არ გააჩნია ეკონომიკის განვითარებისა და მართვის გრძელვადიან პერსპექტივაზე გათვლილი, მეცნიერულად დასაბუთებული სტრატეგია. კონკურენტუნარიანობის ამაღლება კი აუცილებელია ეკონომიკური ზრდისა და ეროვნულ - ეკონომიკური უსაფრთხოების უზრუნველყოფისათვის.

ქვეყნის ეკონომიკური კონკურენტუნარიანობის ამოსავალი წერტილია კომპანიების კონკურენტუნარიანობა, ანუ ისეთი კომპანიების არსებობა, რომლებსაც გააჩნიათ მაღალტექნოლოგიური პროდუქციის წარმოების უნარი, რომელზეც არსებობს მზარდი მოთხოვნა როგორც სამამულო, ასევე მსოფლიო ბაზარზე.

უკანასკნელ პერიოდში მკვეთრად გაუარესდა საქართველოს საგარეო ვაჭრობის ბალანსი, რაც გარკვეულწილად გამოწვეულია ქვეყნის ხელისუფლების მხრიდან იმპორტის გადამეტებული ხელშეწყობით. ამ პროცესების პარალელურად ადგილობრივი მეწარმეებისათვის ბიზნეს-გარემო გაუარესდა, რასაც ადასტურებს ადგილობრივი ინვესტიციების მკვეთრი შემცირება. ქვეყნის კონკურენტუნარიანობის ასამაღლებლად კი აუცილებელია ხელსაყრელი ბიზნეს-გარემოს ჩამოყალიბება. უნდა გავითვალისწინოთ ის გარემოებაც, რომ ქვეყანაში შემოდის ისეთი სახეობის პროდუქცია, რომლის წარმოებაც (თანაც ეკოლოგიურად სუფთა და მაღალხარისხოვანის) შეუძლია ადგილობრივაც საწარმოებს. ამიტომაც, ადგილობრივი წარმოების განვითარებას ხელისუფლებამ რაც შეიძლება

მეტი ყურადღება უნდა დაეთმოს და ქვეყანას მნიშვნელოვანი საექსპორტო შემოსავლები მოუტანოს. საქართველოს ხელისუფლება გარკვეულ ღონისძიებებს იღებს მცირე და საშუალო ბიზნესის ფინანსური მხარდაჭერისათვის, მაგრამ ეს ღონისძიებები იმდენად უმნიშვნელოა, რომ საგრძნობ ეფექტს არ იძლევა. ამიტომ, მეტი ყურადღება უნდა მიექცეს ფინანსურ დახმარებას, ანტიმონოპოლიური ღონისძიებების რეალიზაციისათვის აუცილებელი მექანიზმების შემუშავებას, ოპტიმალური საგადასახადო პოლიტიკის გატარებას.

გარდამავალი და განვითარებადი ეკონომიკის ქვეყნებისათვის განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია ეროვნული ეკონომიკის ორგანული, სრულყოფილი ინტეგრირება გლობალურ ეკონომიკურ სისტემაში.

"Some Aspects of the World Economy"

N. Paresashvili

Article "Current Problems of the World Economy" considers the world economy, basis for which is provided by universal principle of interrelations between any factors of the various national economies.

Initial reason and driving forces of globalization originate from one of the fundamental trends of world development antinomic process – integration. On one hand, it is characterized with convergence to homogeneity of the elements and on the other, as a rule, increasing organization and complication of their relations. In particular, such processes include: creation of the empire, capital concentration, creation of monopolies, tyrannous regimes etc. Monopoly restrictions, state control of the market, open nature of the economies of increasing number of countries, international labor distribution and inequality of the natural resource potential, accumulated free financial capital – these are all those factors, which make economy come beyond of the national borders to the over-state space, which is not regulated at all. Transnational economy is the product of this process.

საქართველოს საბანკო სისტემაში არსებული პრობლემები და მათი დაძლევის გზები მსოფლიო ფინანსური კრიზისის ფონზე

დავით ნარმანია

ეკონომიკის აკადემიური დოქტორი, ივ. ჯავახიშვილის სახელობის თსუ ასოცირებული პროფესორი;

შოთა გეთია

სოხუმის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ეკონომიკის და ბიზნესის ფაკულტეტის IV კურსის სტუდენტი.

მსოფლიო ფინანსური კრიზისის აქტიური გავლენა საქართველოს ეკონომიკაზე 2008 წლის შემოდგომაზე დაიწყო. ამ პერიოდში ქვეყნის ეკონომიკა ჯერ კიდევ არ იყო აგვისტოს რუსული აგრესიის მწვავე შედეგებიდან გამოსული, როდესაც კრიზისით გამოწვეული ეკონომიკური ვარდნა დაიწყო. ამდენად, ძალიან ძნელია მკაფიო ზღვარის გავლება რუსული აგრესიისა და მსოფლიო ფინანსური კრიზისის ნეგატიურ შედეგებს შორის. და მაინც, საქართველოს ეკონომიკას სხვა ქვეყნების ეკონომიკისაგან ის განასხვავებს, რომ ერთმანეთს დაემატა რუსული აგრესიის და მსოფლიო ფინანსური კრიზისის ნეგატიური გავლენა, რამაც საბოლოო ანგარიშით მნიშვნელოვანი პრობლემები შექმნა[1].

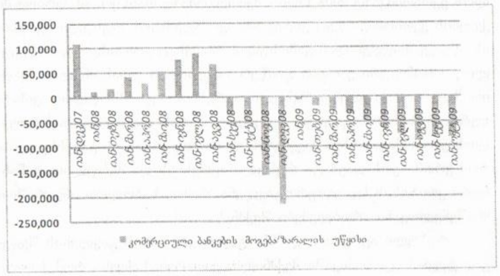
რუსული აგრესიის და მსოფლიო კრიზისის გავლენის შედეგად ქვეყნის ეკონომიკაში შექმნილმა ვითარებამ აჩვენა, რომ ქართული ფინანსური სისტემა გარემო პირობებისადმი მეტისმეტად მგ-

[1] **ნარმანია დ.** საქართველოს ეკონომიკური განვითარების ტენდენციები მსოფლიო ფინანსური კრიზისის ფონზე კრიზისიდან ერთი წლის შემდეგ. საუნივერსიტეტთაშორისო სამეცნიერო კონფერენციის სამეცნიერო შრომების კრებული, №2, თსუ, 2009, გვ. 90-91.

იფე აღმოჩნდა. ვინაიდან ფინანსური სისტემის ძირითად რგოლს საბანკო სექტორი წარმოადგენს, კრიზისმა ყველაზე მეტად სწორედ ის დააზარალა. ამაზე მეტყველებს კომერციული ბანკების საკრედიტო პოტენციალის შემცირება; ვადაგადაცილებული კრედიტების აბსოლუტური მოცულობის ზრდა; საპროცენტო განაკვეთის მომატება; კომერციული ბანკების მიერ ეროვნული ეკონომიკის დაკრედიტების შემცირება; კომერციული ბანკების მიერ საანგარიშო პერიოდის ზარალით დასრულება და ა.შ.

2008 წელს ბოლო 10 წლის განმავლობაში საბანკო სექტორმა პირველად იზარალა. 2008 წლის დეკემბერში კომეციული ბანკების ერთობლივმა ზარალმა 215 მლნ ლარი შეადგინა. ამ მხრივ არც 2009 წელი გამოდგა სახარბიელო – ბანკების მიმდინარე ზარალი დაახლოებით 80 მლნ ლარს შეადგენს (იხ. დიაგრამა 1).

დიაგრამა 1. საქართველოს კომერციული ბანკების მოგება-ზარალი (ათასი ლარი)[1]

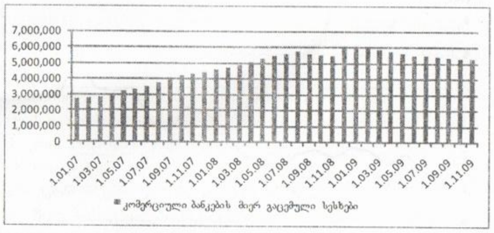


საბანკო სექტორში არსებულმა კრიზისმა გავლენა იქონია კომერციული ბანკების მიერ ეკონომიკის დაკრედიტების მოცულობაზე. სტატისტიკური მონაცემებიდან ჩანს, რომ კომერციული ბანკების

[1] საქართველოს ეროვნული ბანკის მონაცემები.

მიერ გაცემული სესხების მოცულობის ზრდის ტემპი 2008 წლის მეორე ნახევარში ეცემა. ამ მაჩვენებელმა მაქსიმალურ მნიშვნელობას 2008 წლის III კვარტალში მიღწია. 2008 წლის IV კვარტალში ის 240 მლნ ლარით, ხოლო, 2009 წლის I და II კვარტალებში 614 მლნ ლარით შემცირდა. ბანკების მიერ ეკონომიკის დაკრედიტების შემცირება მათი საკრედიტო პოტენციალის შემცირების შედეგია (იხ. დიაგრამა 2).

დიაგრამა 2. საქართველოს კომერციული ბანკების მიერ გაცემული სესხები (ათასი ლარი)[1]



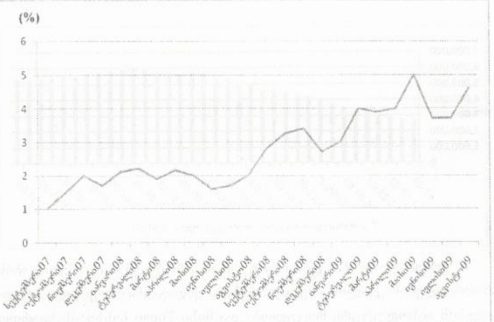
კომერციულ ბანკებში სიტუაცია პრობლემური კრედიტების მომრავლების კვალობაზე გაუარესდა. ვადაგადაცილებული კრედიტების აბსოლუტური მოცულობა და მისი წილი სესხების საერთო რაოდენობაში 2007 წლიდან იზრდება. 2007 წლის სექტემბრის მდგომარეობით, ის შეადგენდა 1%-ს, ხოლო აბსოლუტური მოცულობა 50 მლნ ლარზე ნაკლები იყო[2]. ამ პერიოდიდან მოყოლებული, მცირე კლების მიუხედავად, ვადაგადაცილებული კრედიტების მოცულობა ზრდის ტენდენციით ხასიათდება. 2009 წლის მაისში ამ

[1] საქართველოს ეროვნული ბანკის მონაცემები.

[2] **გეთია შ.**, „ვადაგადაცილებული საბანკო კრედიტები და კრედიტ-ინფოს პრობლემები საქართველოში", ელექტრონული ბიულეტენი №2, კავკასიის ეკონომიკური და სოციალური კვლევითი ინსტიტუტი, www.ciesr.org, გვ. 5.

მაჩვენებელმა 270 მლნ ლარს მიაღწია, ხოლო სესხების საერთო რაოდენობაში მისმა წილმა 5%-ს. ამის შემდეგ გარკვეული პერიოდის მანძილზე ადგილი ჰქონდა ამ მაჩვენებლების შემცირებას და ივლისის თვეში შესაბამისად 200 მლნ-ს და 3,7%-ს უტოლდებოდა. ეროვნული ბანკის მონაცემებით, აგვისტოს თვიდან ვადაგადაცილებული კრედიტების წილი და მოცულობა ისევ იზრდება (იხ. დიაგრამა 3).

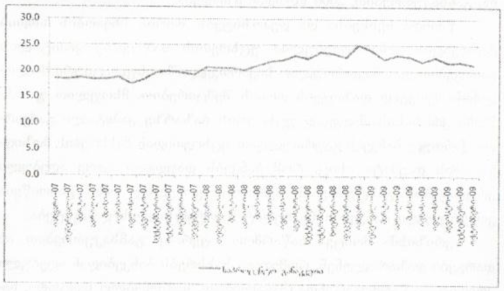
დიაგრამა 3. ვადაგადაცილებული კრედიტების წილი საერთო რაოდენობაში[1]



ს.ს. „კრედიტინფო"-ს 2009 წლის 2 ნოემბრის მონაცემებით, ვადაგადაცილებული კრედიტების საერთო ოდენობა შეადგენს 286905 ერთეულს, რაც იგივე წყაროს 1 ოქტომბრის მონაცემებზე 8223-ით მეტია.[2] ეს ტენდენცია, ცხადია, საბანკო სისტემის ფუნქციონირებაზე ნეგატიურად აისახება. პრობლემური სესხების ზრდით მიღებული ზარალი კომერციული ბანკისთვის მრავალმხრივია. ჯერ ერთი, ვადაგადაცილებული სესხის ძირათადი თანხის და მისაღები პროცენტების დაკარგვის დიდი რისკი არსებობს. მეორე მხრივ, ბანკი ვალდებულია თითოეულ ვადაგადაცილებულ სესხზე მოახდინოს განსაზღვრული თანხის (დამოკიდებულია ვადა გადაცილების ხარისხზე) დარეზერვება, რაც პირდაპირ აისახება ბანკის მოგება-ზარალის უწყისში. ეს ფაქტორები უარყოფითად მოქმედებს კომერციული ბანკების საკრედიტო პოტენციალზე.

სესხებზე საპროცენტო განაკვეთები 2007 წლიდან ზრდის ტენდენციით ხასიათდება. 2009 წლის თებერვალში ამ მაჩვენებელმა 25%-ს გადააჭარბა. ამის შემდეგ ადგილი ჰქონდა მის შემცირებას. 2009 წლის ოქტომბრის თვის მონაცემებით, საბაზრო საპროცენტო განაკვეთი სესხებზე 21,3%-ს შეადგენს (იხ. დიაგრამა 4).[1]

დიაგრამა 4. საბაზრო საპროცენტო განაკვეთი სესხებზე



2008–2009 წლებში ადგილი აქვს კომერციული ბანკების აქტივების ღირებულების მნიშვნელოვან შემცირებას. კერძოდ, 2008 წლის ივლისის თვიდან 1 წლის განმავლობაში ბანკების აქტივებ-

[1] საქართველოს ეროვნული ბანკის მონაცემები.

[2] http://nbg.ge/index.php?m=350 06.10.2009 – მონეტარული და ფისკალური მიმოხილვა.

[1] საქართველოს ეროვნული ბანკის მონაცემები.

ის მთლიანმა დანაკარგმა დაახლოებით 1123 მლნ ლარი შეადგინა.[1]

2008-2009 წლებში საბანკო სექტორის ნეგატიური მოვლენები შემდეგმა ფაქტორებმა განაპირობეს: მსოფლიო ფინანსური კრიზისი; 2008 წლის აგვისტოს რუსული აგრესია; სახელმწიფოს არათანმიმდევრული ეკონომიკური პოლიტიკა; კომერციული ბანკების არასწორი მენეჯმენტი.

მსოფლიო ფინანსურმა კრიზისმა რიგი სხვადასხვა უარყოფითი ეფექტით იმოქმედა საქართველოს საბანკო სექტორზე. თუ გადავხედავთ კომერციული ბანკების მიერ გაცემული სესხებისა და რეზიდენტების მიერ განხორციელებული დეპოზიტების ბოლო რამდენიმე წლის სტატისტიკურ მონაცემებს, ვნახავთ, რომ მათ შორის დიდი განსხვავებაა. ამ სხვაობის დაფინანსების ერთადერთ წყაროს უცხოეთიდან მოზიდული სახსრები წარმოადგენს. როგორც დიაგრამა 5-დან ჩანს, წმინდა სესხებსა და დეპოზიტებს შორის სხვაობა, განსაკუთრებით, 2006 წლიდან იზრდება.

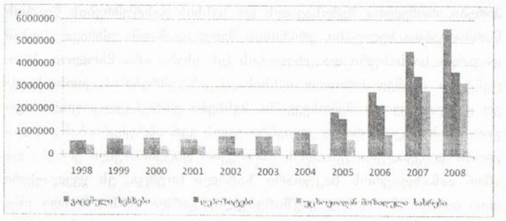
წმინდა სესხებსა და დეპოზიტებს შორის სხვაობის ზრდის ტენდენცია განპირობებულია უცხოეთის ბაზრებზე კაპიტალის გაიაფებით და ამავდროულად საქართველოში ინფლაციური მოლოდინის შედეგად დაზოგვის დონის შემცირებით. მსოფლიო ფინანსური კრიზისის შედეგად უცხოეთის ბაზარზე კაპიტალი გაძვირდა. ქართულ ბანკებს გაურთულდათ უცხოეთიდან სახსრების მოზიდვა. ამას დაემატა ისიც, რომ ბანკებს დაუდგათ ადრე აღებული კრედიტების გასტუმრების პერიოდი. ყოველივე ამან გამოიწვია კომერციული ბანკების საკრედიტო პოტენციალის დასუსტება.

კრიზისმა მოიცვა საწარმოო სფეროც. განსაკუთრებით ის დარგები დაზარალდნენ, რომელთა სახსრებს ბანკებიდან აღებული კრედიტები წარმოადგენდა (მაგალითად, სამშენებლო სექტორი, სადაც გამოყენებული ფინანსების 80%-მდე კომერციული ბანკებიდან იყო აღებული). გაკოტრების პირამდე მისულმა ფირმებმა ვერ მოახერხეს ბანკთა ვალების გადახდა, რამაც განაპირობა ვადაგადაც-

[1] http://www.nbg.ge/index.php?m=306 – სტატისტიკური მონაცემები.

ილებული კრედიტების მოცულობის მნიშვნელოვანი ზრდა.

დიაგრამა 5. სხვაობა წმინდა სესხებსა და დეპოზიტებს შორის[1]



2008 წლის აგვისტოს ცნობილმა მოვლენებმა თავისთავად ნეგატიურად იმოქმედა საბანკო სექტორში არსებულ ვითარებაზე. კერძოდ, ამ პერიოდს ემთხვევა კომერციული ბანკებიდან დეპოზიტების დიდი მოცულობით გადინება, რამაც გამოიწვია მათი საკრედიტო პოტენციალის მნიშვნელოვნად დაქვეითება: 2008 წლის აგვისტო-სექტემბერში დეპოზიტების მოცულობა 262 მლნ ლარით შემცირდა. ეს, თავის მხრივ, აისახა ბანკების საქმიანობის ფინანსურ შედეგებზე.

ის ფაქტი, რომ ქართული საბანკო სექტორი კრიზისისადმი მეტისმეტად მყიფე აღმოჩნდა, თვითონ კომერციული ბანკების არასწორი მენეჯმენტის შედეგიცაა. ე.წ. საკრედიტო ბუმის პერიოდში ბანკებმა თავისი საკრედიტო რესურსების დიდი ნაწილი მიმართეს სამომხმარებლო სესხების დასაფინანსებლად. ასე მაგალითად, კომერციული ბანკების მიერ გაცემული სამომხმარებლო სესხებით დავალიანების მოცულობა ჯერ კიდევ 2007 წლის ბოლოს და 2008 წლის დასაწყისში ყველაზე მაღალი იყო. ამით კი დასტურდება,

[1] საქართველოს ეროვნული ბანკის მონაცემები.

რომ საბანკო სექტორში პრობლემები სწორედ ამ პერიოდიდან იღებს სათავეს.

სამოხმარებლო სესხებს, ბუნებრივია, იღებდნენ ფიზიკური პირები, რომელთა შემოსავალს და სესხის გასტუმრების წყაროს წარმადგენდა ხელფასი. კრიზისის შედეგად მათმა უმრავლესობამ დაკარგა სამსახური და კრედიტის (ეს ეხება არა მხოლოდ პროცენტებს, არამედ ძირითად თანხასაც) გასტუმრების საკითხი საეჭვო გახდა. უკეთეს შემთხვევაში, სესხები უზრუნველყოფილი იყო გირაო/იპოთეკით. როცა კლიენტი ვალს ვერ აბრუნებს, ბანკი ცდილობს ლიკვიდური გახადოს იპოთეკით დატვირთული ქონება და ამით აინაზღაუროს საკუთარი ზარალი (თუმცა, ეს ყველაფერი დიდ დროსთან არის დაკავშირებული). გარდა ამისა, მოხდა ისე, რომ სამომხმარებლო სესხები გაათანაბრეს ე.წ. „საბლანკო სესხებთან". ეს ნიშნავს სესხების გაცემას გარანტიის გარეშე. ამ შემთხვევაში, საქმე გვაქვს მაღალი რისკის კრედიტებთან, რომელთა მოცულობა კაპიტალთან უნდა იყოს თანაფარდობაში. მოქმედი კანონმდებლობით, მათ შორის ბაზელის კომიტეტის შეთანხმებით და სხვა ნორმატიული შეზღუდვებით, ბანკებს უფლება არა აქვთ საკრედიტო რესურსები განსაზღვრულ ნორმაზე მეტი დააბანდონ მსგავს მაღალრისკიან სესხებში. მათი ამგვარი ქმედება განპირობებული იყო იმით, რომ კრიზისის დაწყებამდე სამომხმარებლო და ვაჭრობის სფეროში განთავსებული კრედიტები მაღალი მოგების მიღების შესაძლებლობას იძლეოდა. ეს ასტიმულირებდა ბანკების მიერ ზემოთ ხსენებული სფეროების დაკრედიტებას.

კომერციული ბანკების მიერ საკრედიტო რესურსების არასწორად გადანაწილების მიზეზად, მკვლევართა ერთი ნაწილი, ეროვნული ბანკის ინსტიტუციურ დასუსტებასაც მიიჩნევს. მან ვერ შეასრულა თავისი ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი ფუნქცია, რაც კომერციული ბანკების საქმიანობის რეგულირებას გულისხმობს. ამდენად, მოხდა მათი საკრედიტო პორტფელების მაღალრისკიანი კრედიტებით გაჯერება, რამაც ცნობილ შედეგამდე მიგვიყვანა.

ქართულ საბანკო სექტორში არსებულ კრიზისს უამრავი ნეგატიური შედეგი აქვს, როგორც ეკონომიკური, ასევე სოციალური თვალსაზრისით.

ს.ს. „კრედიტინფოს" ე.წ. შავ სიაში დაახლოებით 287000 ადამიანი ირიცხება, რის მიზეზსაც საბანკო დავალიანების გადახდის ვადაგადაცილება წარმოადგენს. საყურადღებოა, რომ პრობლემური სესხების დიდი უმრავლესობა 5000 ლარამდე მოცულობისაა. ეს იმაზე მიგვანიშნებს, რომ კრედიტინფოს შავ სიაში შესული ადამიანების უმრავლესობა მოსახლეობის დაბალშემოსავლიან (საშუალო და დაბალ) ფენებს წარმოადგენს. აქედან გამომდინარე, საბანკო კრიზისის ნეგატიური შედეგები ყველაზე მძიმედ სწორედ ამ ფენებს აწვება. საყურადღებოა ის ფაქტიც, რომ მძიმე დღეში ჩავარდნენ არა მხოლოდ უშუალო მსესხებლები, არამედ მათი ოჯახის წევრებიც.

საკმაოდ პრობლემატურია შემდეგი საკითხიც: კლიენტების უმრავლესობას საკრედიტო ხელშეკრულებაზე ხელი ისე აქვს მოწერილი, რომ მისი პირობები არც კი წაუკითხავს. ხელშეკრულების ერთ-ერთი მუხლის თანახმად კი „მსესხებელი ბანკს ანიჭებს უპირობო უფლებას მსესხებლის შესახებ ინფორმაცია მსესხებელთან დამატებითი შეთანხმების გარეშე გადასცეს ს.ს. „კრედიტინფოს".[1] გადასაცემი ინფორმაცია ყოველგვარი შეზღუდვის გარეშე მოიცავს: მსესხებლის საიდენტიფიკაციო მონაცემებს, მიმდინარე სესხის მოცულობას, მიზნობრიობას, დარიცხულ პროცენტს, მოქმედების ვადას მსესხებლის მიერ სესხთან დაკავშირებული გადახდების დროულობას, დავალიანების ნაშთს, უზრუნველყოფის საგნის საიდენტიფიკაციო მონაცემებს, ხოლო სასამართლოს დავის არსებობის შემთხვევაში – სასამართლო სამართალწარმოებისა და სააღსრულებო წარმოების შედეგებს. ამაზე ბანკს კლიენტის ნებართვა იმიტომ სჭირდება, რომ „კომერციული ბანკების შესახებ" საქართველოს

[1] www.creditinfo.ge.

კანონის მე-17 მუხლის მე-2 პუნქტის თანახმად, „ცნობები ფიზიკური და იურიდიული პირების ანგარიშებისა, ამ ანგარიშებიდან განხორციელებული ნაშთების შესახებ შეიძლება მიეცეს შესაბამისი ანგარიშების მფლობელებს და მათ წარმომადგენლებს, აგრეთვე კანონმდებლობით გათვალისწინებულ შემთხვევებში საქართველოს ფინანსური მონიტორინგის სამსახურს. სხვა პირებს ეს ინფორმაცია მიეცემა მხოლოდ სასამართლოს შესაბამისი აქტის საფუძველზე". ვინაიდან ხელშეკრულების თანახმად, ბანკს კლიენტისგან ამის უფლება მიღებული აქვს, ეს კანონდარღვევად არ ეთვლება. „კრედიტინფოს" მონაცემთა ბაზებში განთავსებული ინფორმაცია ინახება მინიმუმ 7 წლის განმავლობაში. ამ ინფორმაციაზე ხელი მიუწვდებათ კომერციულ ბანკებს, სხვა საკრედიტო დაწესებულებებს, მაღაზიებს, რომლებიც საქონლის რეალიზაციას განვადებით ახორციელებენ და ა.შ. ამდენად, არსებობს დიდი ალბათობა იმისა, რომ „კრედიტინფოს" ე.წ. „შავ სიაში" მოხვედრილმა პირებმა უახლოესი 7 წლის განმავლობაში ვერც ერთი საკრედიტო დაწესებულებისგან სესხები ვერ აიღონ.

მეტად მნიშვნელოვანია კრიზისის ეკონომიკური ასპექტიც. პირველ რიგში, ის გამოვლინდა კომერციული ბანკების მიერ ეკონომიკის დაკრედიტების შემცირებაში. განსაკუთრებით დაზარალდა ის დარგები, რომლებიც ძირითადად მოზიდული სახსრებით (კრედიტებით) მუშაობდნენ – სავაჭრო სფერო და სამშენებლო სექტორი. აგრეთვე, შემცირდა სამომხმარებლო დაკრედიტების მოცულობა. ყოველივე ამან გამოიწვია ერთობლივი მოთხოვნის შემცირება, რაც მაკროეკონომიკური თვალსაზრისით ასევე უარყოფითად მოქმედებს ქვეყნის ეკონომიკურ განვითარებაზე. რაც შეეხება „კრედიტინფოს" შავ სიაში შესულ ათასობით ადამიანს, ისინი ხომ მოსახლეობის ეკონომიკურად აქტიურ ფენას წარმოადგენდნენ. მათი გამოთიშვა სამეწარმეო საქმიანობიდან, ცხადია, ეკონომიკაზე უარყოფითად იმოქმედებს. კრიზისის შედეგად საბანკო სექტორმა უმუშევარი დატოვა უამრავი თანამშრომელი. ეს ძალზე მძიმე პრობლე-

მას წარმოადგენს, როგორც მაკროეკონომიკური, ასევე სოციალური თვალსაზრისით.

დაბოლოს, დასკვნის სახით უნდა აღინიშნოს, რომ რამდენადაც საბანკო სექტორი ქვეყნის ფინანსურ სისტემაში და საერთოდ ეკონომიკაში მნიშვნელოვან როლს ასრულებს, ბანკების საკრედიტო პოტენციალის ზრდა სახელმწიფოს ეკონომიკური პოლიტიკის ერთ-ერთი უმთავრესი ამოცანაა.

ამის მისაღწევად აუცილებელია ვადაგადაცილებული სესხების და ამით გამოწვეული ზარალის მინიმიზება. ყველა ბანკში ფუნქციონირებს ამ მიმართულებით მომუშავე პრობლემური სესხების დეპარტამენტი, თუმცა, ვადაგადაცილებული კრედიტების მომრავლების გამო, მათი უმრავლესობა თავს ვერ ართმევს დაკისრებულ სამუშაოს. აქედან გამომდინარე, ბანკები ხელშეკრულებას დებენ გარე კომპანიებთან, რომლებიც სპეციალიზდებიან პრობლემური სესხების ამოღებაზე. თუ ამ კომპანიებმაც ვერ შეძლეს პრობლემური კლიენტებისგან თანხის ამოღება, საქმე გადაეცემა სასამართლოს.

ვადაგადაცილებული სესხებისგან მიღებული ზარალის შემცირება შესაძლებელია თითოეული სესხის ინდივიდუალური რესტრუქტურიზაციითაც. ამ შემთხვევაში, ბანკსა და პრობლემურ კლიენტს შორის შეთანხმების საფუძველზე იცვლება სესხის დაფარვის პირობები. ეს გულისხმობს საპროცენტო განაკვეთის შემცირებას, ძირითადი თანხის ან პროცენტის შემცირებას, სესხის დაფარვის ვადის გაგრძელებას და ა.შ. ეს არის ვადაგადაცილებული სესხების ამოღების ცივილიზებული მეთოდი, რომელსაც განვითარებული ქვეყნების წამყვანი ბანკები მიმართავენ. ქართული კომერციული ბანკების ნაწილი ირწმუნება, რომ ახორციელებს ვალების რესტრუქტურიზაციას, რაც მისასალმებელია.

საქართველოს ეკონომიკის განვითარებაში საბანკო სექტორის დიდი მნიშვნელობიდან გამომდინარე, ამ სფეროში არსებული პრობლემების გადაჭრა მთავრობის ეკონომიკური პოლიტიკის პრიორ-

იტეტულ მიმართულებას უნდა წარმოადგენდეს. ამისათვის, სახელმწიფო უამრავ ბერკეტს ფლობს, რომელთა მიზანმიმართული გამოყენებით შესაძლებელია საბანკო სექტორის ეფექტიანი ფუნქციონირების მიღწევა.

სამწუხაროა, რომ კრიზისის სიმწვავისა და საერთაშორისო გამოცდილების მიუხედავად, საქართველოს ხელისუფლებამ ვერ შეიმუშავა ერთიანი ანტიკრიზისული გეგმა და რეფორმები შედარებით ფრაგმენტულად გაატარა. მსოფლიოს უმეტესმა ქვეყანამ ანტიკრიზისული გეგმა შეიმუშავა, ეკონომიკა საგანგებო რეჟიმში გადაიყვანა, გაატარა „ქამრების მოჭერის" საბიუჯეტო პოლიტიკა, შეამსუბუქა ადმინისტრირება და სხვ. საქართველოში ძირითად რეფორმად უნდა მივიჩნიოთ ინფრასტრუქტურის რეაბილიტაციაზე მეტი საბიუჯეტო სახსრების მიმართვა, საშემოსავლო გადასახადსა და დივიდენდებზე განაკვეთების შემცირება, საერთაშორისო ინვესტორებისთვის საქართველოს ეკონომიკის მიმზიდველობის რამდენადმე გაზრდა და საქართველოს ეროვნული ბანკის გაძლიერება მისთვის ფინანსური ზედამხედველობის სააგენტოს შემოერთებით. მაგრამ, ყოველივე ეს მინიმალურია იმ ღონისძიებებთან შედარებით, რაც მომავალში უნდა განხორციელდეს[1]. არსებითად ხელისუფლების გამართულ პოლიტიკაზეა დამოკიდებული მიმდინარე კრიზისის დაძლევა და თუ სწორი პრიორიტეტები არ შეირჩა, ქვეყანა კრიზისიდან გვიან გამოვა და მით უფრო გვიან დაუბრუნდება კრიზისამდელ ეკონომიკურ მაჩვენებლებს.

[1] ნარმანია დ. საქართველოს ეკონომიკური განვითარების ტენდენციები მსოფლიო ფინანსური კრიზისის ფონზე კრიზისიდან ერთი წლის შემდეგ, საუნივერსიტეტთაშორისო სამეცნიერო კონფერენციის სამეცნიერო შრომების კრებული, №2, თსუ, 2009, გვ. 94.

The problem in Georgian bank system and overcoming way's on the world financial crisis

D. Narmania, Sh. Getia.

World financial crisis has been affecting the Georgian economic since autumn, 2008. During this period the economic was not recovered from the knock-down of the Russian aggression, when the economic recession caused by the crisis has begun. World financial crisis made us see, that Georgian financial system has been weak to the external conditions. In 2008 joint loss of the commercial banks was 215 mln Gel. The trend has not changed in 2009, present loss constitutes approx. 80 mln Gel. The crisis of the bank sector has influenced an amount of crediting of the economy by commercial banks.

Statistics show, that an amount of crediting of the economy has decreased with 240 mln Gel in the 4th quarter of 2008, and jointly 614 mln Gel in the first half of 2009. In 2009 the absolute amount of the over-termed loans constituted 270 mln Gel, and its share in the common amount of loans has achieved 5%. With the data of the national bank of Georgia since august the share and amount of the over-termed loans has been increasing essentially again.

The appearances which took place in 2008-2009 years has been conditioned by the reasons such as: World financial crisis; Russian aggression (august, 2008); Inconsistent economic policy of the state; Incorrect management of the commercial banks.

The crisis in the Georgian bank sector has number of negative results from the economic and social point of view. Namely, an amount of crediting of the economy by the commercial banks has decreased; number of unwanted debtors has elevated. Unemployment has been increased as a result of the mass dismissal of employees from the banks.

Because of its huge importance for economics the bank sector crisis situation has affected many other spheres. Resolving the problems in the bank sector has to be one of the priorities of the state economic policy. The state has got number of means for this purpose. Effective functioning of the bank sector can be achieved by the aimed applying of the aforementioned means.

It has to be emphasized that if the right priorities are not chosen it will be much more harder to come out from the crisis and get back to the position which the state held before it.

გაცვლის კურსის განსაზღვრა სავალუტო სუბსტიტუციის პირობებში (კალვოს მოდელი)

არჩილ იაკობაშვილი
ივ. ჯავახიშვილის თსუ დოქტორანტი

კალვოს მოდელი[1] ეძღვნება გაცვლის კურსის განსაზღვრას ორვალუტიან მონეტარულ სისტემაში პატარა ღია ეკონომიკისათვის (შემდგომში: SMOPEC). ამასთან, რაციონალური მოლოდინის პირობებში ფასები სრულიად ფლექსიბლურია და სავალუტო სუბსტიტუციას აქვს ადგილი. თუკი მოკლევადიან ანალიზში რეალური გაცვლის კურსი წარმოადგენს მონეტარულ სიდიდეებზე დამოკიდებულ ენდოგენურ სიდიდეს, საშუალოვადიან პერსპექტივაში იგი აბსოლუტურად დეტერმინირებულია რეალური სიდიდეების მიერ. ეროვნული ვალუტის მასის გაზრდა მყისიერად იწვევს როგორც ინფლაციას, ასევე მის რეალურ დევალვაციას უცხოური ვალუტის მიმართ. ამასთან, ეროვნული ვალუტის ექსპანსია არის დროის იმ პერიოდის ფაქტორი, რომლის განმავლობაშიც ტრანსფორმაციის მიზნით ეკონომიკური სუბიექტები ეწევეიან უცხოური ვალუტის აკუმულაციას.

მოდელის დაშვებები: გაცვლის კურსის ანალიზი მიმდინარეობს მხოლოდ საშუალოვადიან ჰორიზონტზე, როცა ფასები სრულად ფლექსიბლურია და ქვეყნის ეკონომიკური სუბიექტები თავიანთ სავალუტო პორტფელში არა მხოლოდ ეროვნულ, არამედ უცხოურ ვალუტასაც ფლობენ. ამასთან, როგორც ეროვნული, ასევე უცხოური ვალუტა განიხილება როგორც ნომინალური გაცვლის

1. მანფრედ გაერტნერი, გაცვლის კურსების თეორია, სანკტ-გალენი, 2005 წ., გვ. 123-143.

კურსით დაკავშირებული ორი აქტივი, რომლებზეც ეკონომიკური სუბიექტების მოთხოვნა ტრანსაქციის მოტივიდან გამომდინარეობს, აქტივების სარგებლიანობაზე რაციონალური მოლოდინის გათვალისწინებით. ე.ი. ეკონომიკური სუბიექტები ინდიფერენტულნი არიან ეროვნულ და უცხოურ ვალუტას შორის იმ ხარჯების გასაწევად, რომლებიც დაკავშირებულია პორტფელის დივერსიფიკაციასთან.

ე.წ. სავალუტო კონკურენციის დაშვებით, კალვოს მოდელი უპირისპირდება გაცვლის კურსის ტრადიციულ თეორიებს (მანდელი, ფლემინგი, დორნბუში), რომელთა მიხედვითაც ეკონომიკური სუბიექტების საგარეო–ეკონომიკური საქმიანობა მხოლოდ ეროვნულ ვალუტაშია ფაქტურირებული და გაცვლის კურსი გამოიყენება როგორც კოეფიციენტი უცხოური ვალუტის კონვერტაციისათვის, რომელთა შემოდინება პროდუქციის ექსპორტზე და კაპიტალის იმპორტზეა დამოკიდებული.

სავალუტო სუბსტიტუცია უფრო განვითარებადი ეკონომიკების ფენომენია, რომლის დადებით და უარყოფით მხარეებზე ერთმნიშვნელოვნად მსჯელობა შეუძლებელია. მაგალითად, სავალუტო სუბსტიტუცია ეხმარება იმპორტიორ ქვეყნებს, მოკლევადიან ჰორიზონტზე მაინც, თავიდან აიცილონ საგადამხდელო ბალანსის კრიზისი. სავალუტო სუბსტიტუცია ხელს უწყობს მონეტარული რისკების შემცირებას ექსპორტზე ორიენტირებული ეკონომიკებისთვის. სავალუტო სუბსტიტუციის ერთმნიშვნელოვნად უარყოფითი მხარეა კაპიტალის ექსპორტი, როდესაც განვითარებადი ქვეყნები, რომელთაც თავად ესაჭიროებათ კაპიტალი, მიუხედავად ინსტიტუციონალური შეზღუდვისა, მაინც ვერ ახერხებენ კაპიტალის აკუმულაციას და მათი ეკონომიკური სუბიექტები ინვესტორებად გვევლინებიან უცხოურ ქვეყნებში.

ამასთან, ისიც უნდა აღინიშნოს, რომ კალვოს მოდელი ეფუძნება დაშვებას[1] სრული ინფორმაციის პირობებში რაციონალური მოლოდინის შესახებ, ე.ი. ავტორი დასაწყისშივე გამორიცხავს მოცემული სიდიდეების ცვლილების ალბათობას, რის გამოც მოდელი არასტოხასტურია. ამასთან სადავოა, მოლოდინის რომელი სახეობის (რაციონალური თუ ადაპტაციური) გამოყენებაა უფრო მიზანშეწონილი. საქმე ისაა, რომ პოლიტიკური გადაწყვეტილებების მიღებისას რაციონალური მოლოდინით სარგებლობა უფრო სასარგებლოა ფასებისა და გაცვლის კურსების დინამიკის პროგნოზირებისათვის, რათა სწორად იქნეს შერჩეული ის პოლიტიკური ინსტრუმენტები, რომელთა გამოყენება მათ დაეხმარება გაცვლის კურსის განსასზღვრაში. სავალუტო სუბსტიტუციის შემთხვევაში პოლიტიკური გადაწყვეტილების საგანია სავალუტო რეჟიმის განსაზღვრა – ე.ი. პოლიტიკოსებმა ხელი უნდა შეუშალონ თუ არა გაცვლის კურსის თავისუფლებას.

[1]. გილერმო კალვო, სავალუტო სუბსტიტუცია და რაციონალური მოლოდინი, ჟურნ., პოლიტიკური ეკონომია, ჩიკაგო, 1977 წ., გვ. 617-625.

მოდელის კიდევ ერთი მნიშვნელოვანი დაშვებაა უცხოელების დეზინტერესი ეროვნული ვალუტის მიმართ, რის გამოც ანალიზი მიმდინარეობს ერთი ქვეყნის ფარგლებში, მხოლოდ ადგილობრივებს აქვთ მოთხოვნა ეროვნულ ვალუტაზე და უცხო ქვეყნის ნებისმიერი მაკროეკონომიკური მონაცემი განიხილება როგორც ეგზოგენური სიდიდე, რაზეც ადგილობრივებს არანაირი გავლენა არ აქვთ.

უწინარესად განვიხილოთ ქვეყნის რეალური სექტორი. ერი აწარმოებს და მოიხმარს როგორც სავაჭრო (Tradeables), ასევე არასავაჭრო (Non-tradeables) პროდუქტებს. ამასთან, SMOPEC–თვის სავაჭრო პროდუქტების ფასი განისაზღვრება მსოფლიო ბაზრის ფასებით და ფაქტურირებულია უცხოურ ვალუტაში. ამ უცხოური ვალუტის სიმყარის გამო, რაზეც დამოკიდებულია სწორედ სუბსტიტუციის კოეფიციენტი (Ω) ეროვნული ვალუტის მიმართ, სავაჭრო პროდუქტების ფასები იცვლება მხოლოდ ეროვნულ ვალუტაში. კერძოდ, მათი ფასების განსაზღვრისას მონაწილეობას იღებს ნომინალური გაცვლის კურსი (E) , ხოლო რეალური გაცვ-

ლის კურსი (e) უჩვენებს სავაჭრო პროდუქტების შედარებით ფასს: $E = e \cdot p_H$.

წარმომავლობის მიუხედავად მათი მთლიანი მიწოდება აღვნიშნოთ q_T−ით, ხოლო მთლიანი მოხმარება c_T−ით. არასავაჭრო პროდუქტების (q_N, c_N) გათვალისწინებით ერის მთლიანი წარმოება აღვნიშნოთ q_H−ით და მთლიანი მოხმარება c_H − ით,

სადაც $q_H = \alpha * q_T + q_N = f(p_H)$ და $c_H = c_T + c_N = f(p_H)$.

ეს სიდიდეები დაგვეხმარება რეალური სექტორის წონასწორობის გამოსახატავად.

რეალური გაცვლის კურსი განსაზღვრავს ადგილობრივების მოთხოვნას უცხოურ ვალუტაზე: (1.1) $d = e \cdot D$;

ხოლო სავაჭრო პროდუქტების ფასი განსაზღვრავს მოთხოვნის დონეს ეროვნულ ვალუტაზე: (1.2) $m = M / p_H$. (1.1) და (1.2) შეკრებით მივიღებთ სავალუტო პორტფელს: (1.3)

$$w = (1-\Omega) * m + \Omega * d = \frac{M}{P_H} + e * d = \frac{M + E * D}{P_H}.$$

ამით ჩვენ საბოლოოდ შეგვიძლია განვსაზღვროთ, ერთი მხრივ, სავაჭრო პროდუქტების და მეორე მხრივ, ადგილობრივი პროდუქტების მოხმარების კვოტები ეკონომიკური სუბიექტების მიერ, როგორც რეალური გაცვლის კურსისა და სავალუტო პორტფელის ფუნქციები:(2.1) $c_T = C_T(e; w)$ და (2.2) $c_H = C_H(e; w)$.

რაც შეეხება სავაჭრო და არასავაჭრო პროდუქტების ადგილობრივ წარმოებას, ისინი დამოკიდებულია რეალური გაცვლის კურსზე: (2.3) $q_T = Q_T(e)$ და (2.4) $q_H = Q_H(e)$.

შედეგად ჩვენ უკვე შეგვიძლია რეალური სექტორის წონასწორობის განსაზღვრა რეალური გაცვლის კურსისა და სავალუტო პორტფელის დახმარებით: (3) $Q_H(e) = C_H(e, w)$.

მაკროწონასწორობის პირობებში პარციალურად სავაჭრო პროდუქტების მოხმარება (c_T) − უარყოფითად, ხოლო მთლიანი მოხმარება - (c_H) დადებითად რეაგირებს რეალური გაცვლის კურსის ზრდაზე $(e\uparrow)$, მაშინ როცა სავალუტო პორტფელის (w) გაზრდა მოხმარების გაზრდას გამოიწვევს როგორც სავაჭრო პროდუქტის, ასევე მთლიანი კალათისათვის.

(2.1.1) $\frac{\Delta c_T}{\Delta e} < 0,$ და (2.2.1) $\frac{\Delta c_H}{\Delta e} > 0$;

(2.1.2) $\frac{\Delta c_T}{\Delta w} > 0,$ და (2.2.2) $\frac{\Delta c_H}{\Delta w} > 0.$

რაც შეეხება სავაჭრო პროდუქტების წარმოებას (q_T) , იგი დადებითად რეაგირებს ეროვნული ვალუტის რეალურ დევალვაციაზე $(e\uparrow)$, ხოლო ადგილობრივი წარმოება (q_H) − უარყოფითად.

(2.3.1) $\frac{\Delta q_T}{\Delta e} > 0,$ და (2.4.1) $\frac{\Delta q_H}{\Delta e} < 0.$

რეალური სექტორის წონასწორობა (3) გამოხატავს უარყოფით კავშირს სავალუტო პორტფელსა და რეალური გაცვლის კურსს შორის: (4) $w = v(e)$, სადაც $v' < 0$. მაშინ გამოდის, რომ სავალუტო სუბსტიტუციის ხარისხი არის რეალური გაცვლის კურსის ფუნქცია და დადებითად რეაგირებს მის გაზრდაზე:

(4.1) $\Omega = f(e^*)$, სადაც $e^* = \Delta e$; ხოლო $\frac{\Delta\Omega}{\Delta e} > 0.$ რეალური სექტორის წონასწორობა ითვალისწინებს რეალური გაცვლის კურსის ისეთი $\overline{e}$ დონის არსებობას, რომლის პირობებში ზემოთხოვნა სავაჭრო პროდუქტებზე აღარ არსებობს, ე.ი. რეალური სექტორი წონასწორობაში (Steady-State Equilibrium) იმყოფება[1].

[1] ბენეტ მაკკალუმი, საერთაშორისო მონეტარული ეკონომიკა, ლონდონი, 1997 წ., გვ. 115-120.

რეალური სექტორის განხილვის შემდეგ მიზანშეწონილია გავაანალიზოთ **მონეტარული სექტორი.** რამდენადაც უცხოელებს ეროვნული ვალუტის მიმართ არანაირი ინტერესი არ აქვთ, ადგილობრივების რეალური მოთხოვნა ეროვნულ ვალუტაზე სრულად განისაზღვრება ფულის მიწოდების ნომინალური სიდიდით M, რომელიც კალვოს მოდელში, მანდელ–ფლემინგის მოდელის მსგავსად ეგზოგენურ სიდიდეს წარმოადგენს თავისუფალი გაცვლის კურსის პირობებში, და ამაზე ვერც ფასების ფლექსიბლურობის შესახებ დაშვება ახდენს გავლენას. მაშინ სავაჭრო პროდუქტების ბაზარი არის ერთადერთი, რომლიდანაც გამომდინარე სიდიდეები ახდენენ გავლენას სუბსტიტუციის ხარისხზე :

(5) $$\frac{dD}{dt} = \dot{D} = Q_T(e) - C_T(e,w) = F(e,w);$$

სადაც $F_e^{/} > 0, F_w^{/} < 0.$

ეს ფუნქცია $F(e,w)$ ასახავს უცხოურ ვალუტაზე მოთხოვნის ცვლილებას დროის - t პერიოდში, განისაზღვრება რეალური გაცვლის კურსით და სავალუტო პორტფელის მოცულობით. ამასთან, იგი დადებითად რეაგირებს ეროვნული ვალუტის რეალურ გაუფასურებაზე და უარყოფითად – სავალუტო პორტფელის შემცირებაზე.

თუკი (3) და (4) გავაერთიანებთ და ჩავსვამთ (5)–ში, მივიღებთ უცხოური ვალუტის დაგროვების კვოტას:

(6) $\dot{D} = f(e),$ სადაც $f' = F_e^{/} + F_a^{/}.v' > 0.$

მიუხედავად ამისა, რეალური გაცვლის კურსი არის მხოლოდ თეორიული სიდიდე, რომლის ცვლილებაზეც ეკონომიკურ სუბიექტებს ნაკლები წარმოდგენები აქვთ. მათთვის ხელშესახებია მხოლოდ ნომინალური გაცვლის კურსი, და თავად აკეთებენ პროგნოზს მისი დინამიკის შესახებ $(\dot{D})$. სწორედ ნომინალური გაცვლის კურსი

არის ეკონომიკური სუბიექტების ძირითადი ინდიკატორი, რომლის მიხედვითაც ისინი გადაწყვეტილებას იღებენ სავალუტო სუბსტიტუციის კოეფიციენტის შესახებ:

(7) $\dot{E} = L(m/eD),$ სადაც $L' < 0.$

შემდგომი ანალიზისათვის, ინფლაციისა $(\pi = p_H^{*})$ და რეალური გაცვლის კურსის გათვალისწინებით შესაძლებელია (7)–ის შემდეგნაირად გარდაქმნა: (8) $e^{*} + \pi = L(\frac{m}{e}D).$

ამასთან, ინფლაციის გათვალისწინებით შესაძლებელია ეროვნული ვალუტის რაოდენობის ცვლილების განსაზღვრა:

(9) $m^{*} = \mu - \pi.$

1. ბენეტ მაკკალუმი, „საერთაშორისო მონეტარული ეკონომიკა", ლონდონი, 1997 წელი, გვ. 115-120

მაშინ (8) და (9) გაერთიანებით მივიღებთ რეალური გაცვლის კურსის ცვლილებას:

(10) $e^{*} = L(\frac{m}{e}D) + m^{*} - \mu.$

შემდგომეტაპზეუნდა წარმოვადგინოთ m და m^{*}, როგორც e და D ფუნქცია, რაც შესაძლებელია (1.2) და (9) გამოსახულებების გაერთიანებით: (11.1) $m = v(e) - eD,$ რომლის სრული დიფერენციაციისა და ნულოვანი ოპტიმიზაციის შედეგად მივიღებთ:

(11.2) $$m^{*} = \frac{e}{v - eD} \cdot \left[\left[v'(e)e^{*} - D \cdot e^{*} - \dot{D}\right]\right.$$

(11.1) და (11.2) გათვალისწინებით (10) –ში მივიღებთ სასურველ ფორმულას, რომელიც გამოხატავს რეალური გაცვლის კურსის ცვლილებას:

(12) $\dot{e} = U(e,D) \cdot \left\{ L \cdot \frac{v - eD}{eD} - \dot{D} \frac{e}{v - eD} - \mu \right\}$, სადაც

(12.1) $$U(e,D) = \frac{e}{1 - \frac{e}{m}(v' - D)} > 0.$$

(10) – გამოხატავს უცხოურ ვალუტაზე მოთხოვნის ცვლილებას და (12) – გაცვლის კურსის ცვლილებას. აქედან, ($\dot{e} = 0$ და $\dot{D} = 0$) საკმარისი წინაპირობაა (6) და (12.1)–თვის:

(13) $\frac{de}{dD} = -\frac{\Delta e}{\Delta D} : \frac{\Delta \dot{e}}{\Delta e}$, სადაც (13.1) $\frac{de}{dD} = 0$, როცა $\dot{D} = 0$

და (13.2) $\frac{de}{dD} \neq 0$, როცა $\dot{e} = 0$

(a) სურათი გვიჩვენებს სიტუაციას, როცა $\frac{\Delta \dot{e}}{\Delta e} < 0$, და (ბ) სურათი სიტუაციას, როცა $\frac{\Delta \dot{e}}{\Delta e} > 0$. ორივე სურათი ეფუძნება ე.წ. ჯაჭვური რეაქციის (Saddle-Path) პრინციპს, რაც გამოსახავს Steady State–ის პირობებში წონასწორობის ცვლილებას დროის განმავლობაში (ე.ი. ერთი სიდიდის ეგზოგენურად ცვლილებაზე სხვა სიდიდეები რეაგირებენ ჯაჭვური რეაქციის სახით და მიიღება ახალი წონასწორობა). *ss* მრუდების ყოველ წერტილზე 1 და 2 რიგის წარმოებულები ნულის ტოლია. ე.ი. რეალური გაცვლის კურსის ყოველ მოცემულ პარამეტრზე მოთხოვნა უცხოურ ვალუტაზე არის მაქსიმალური. ამასთან, ეს მრუდები ლინეარულია აპროქსიმაციის წესის მიხედვით. მაკროეკონომიკური სიდიდეებიდან სწორედ რე-

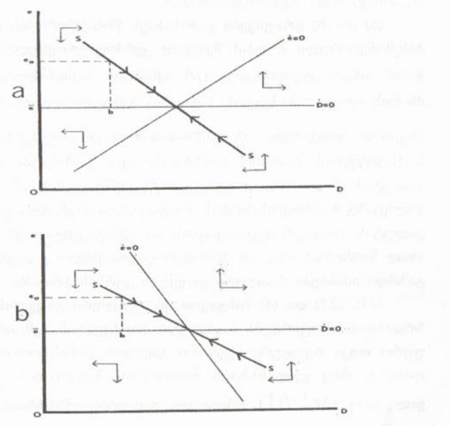
ალური გაცვლის კურსი ასრულებს ე.წ. ხიდის ფუნქციას რეალურ და მონეტარულ სექტორებს შორის.

(a) და (b) გრაფიკები გამოსახავს წონასწორობის ცვლილებას მონეტარული შოკების შედეგად. კერძოდ, ეროვნული ვალუტის მასის ზრდის კოეფიციენტი (μ) იქნებოდა მაქსიმალური და Saddle-Path ორივე შემთხვევაში მარჯვნივ შემოტრიალდება, თუ $\dot{e} = 0$, ისე, რომ Steady State – წონასწორობის ახალ დონეზე სავალუტო სუბსტიტუციის ხარისხი გაიზრდება (ე.ი. გაიზრდება უცხოური ვალუტის წილი სავალუტო პორტფელში). ამასთან უცხოურ ვალუტაზე მოთხოვნის ზრდის კოეფიციენტი აღემატება ეროვნული ვალუტის რეალურ დევალვაციას და გრაფიკულად ეს აისახება ახალ Saddle-Path –ზე. ე.ი. საბოლოოდ ეროვნული ვალუტის მასის გაზრდა აისახება რეალური გაცვლის კურსის ზრდაში.

(2.1), (2.2) და (4) მიხედვით კი, რეალური გაცვლის კურსის ზრდასთან ასოცირდება სავალუტო პორტფელის შემცირება, მით უფრო თუკი რეალური სექტორი გადადის წონასწორობის ახალ დონეზე, რაც გულისხმობს მოთხოვნის შემცირებას ეროვნულ ვალუტაზე ($M\downarrow; D\uparrow$). ეროვნული ვალუტის ექსპანსიის შედეგია არა მხოლოდ ინფლაცია, არამედ, პირველ რიგში, ნომინალური დევალვაციაც (Overshooting of E), რომელიც შეიძლება ინფლაციასაც აღემატებოდეს $\Delta e > \pi$.

ეროვნული ვალუტის ექსპანსია შემდეგნაირად აისახება: b ორივე გრაფიკზე გამოხატავს Steady-State-წონასწორობის საწყის პუნქტს, და ორივე შემთხვევაში რეალური გაცვლის კურსი გაიზრდება თავისი წონასწორობის დონიდან ($\bar{e}$) უფრო მაღალ დონეზე $\bar{e} < e_0$, თვით უცხოური ვალუტის რაოდენობის შეუცვლელად სავალუტო პორტფელში. საწყისი გადახრის შემდეგ რეალური გაცვლის კურსი იწყებს დაბრუნებას წონასწორობის დონეზე, მაშინ როცა უცხოურ ვალუტაზე მოთხოვნის გაზრდა და მისი აკუმულაცია ხდება

ნახ: დინამიური წონასწორობა



წყარო: S. 621, Journal of Political Economy, The University of Chicago,1977

ახალი Steady-State-წონასწორობის მიხედვით, რომელსაც რეალური გაცვლის კურსისა და სუბსტიტუციის ხარისხის გაზრდა შეესაბამება.

დასკვნის სახით უნდა აღინიშნოს, რომ კალვოს მოდელის ყველაზე საინტერესო იმპლიკაციაა ის, რომ ვალუტის პეგირება (ე.ი. გაცვლის კურსის დაფიქსირება), რომელიც Steady-State პირობებში ყოველთვის მოსალოდნელია, არასწორი პოლიტიკური გადაწყვეტილება იქნებოდა და ეს იმ შემთხვევაშიც, თუ ნომინალური

გაცვლის კურსი მხოლოდ მსყიდველობითუნარიანობის თეორიით (PPP – Purchasing Power Parity) განისაზღვრება. მოდელის მეორე საინტერესო იმპლიკაცია იქნებოდა ფიქსირებული პარიტეტის[1] პირობებში ეროვნული ვალუტის ექსპანსია უცხოური ვალუტის შემცირების ხარჯზე, რაც კალვოს მოდელში არ არის გათვალისწინებული.

Exchange Rates under the Currency Substitution (Calvo Approach)

A. Jacobashvili

The Calvo Model describes the Determination of the Exchange Rate under the rational Expectations with fully flexible Prices and the Currency Substitution. On the short Run the real Exchange Rate depends on the monetary Terms, whereas it is determined from the real Sector on the mid Run. The monetary Expansion of the domestic Currency leads instantaneously to the Inflation, as well as to the real Devaluation. At the same Time it is the Time depended Process, during which the Economic Subjects switch the Currency Positions within the Portfolio. The most interesting Implication of the Model is connected with the Approach, that the Pegging of the Exchange Rate, expected due the Stedy-State Equilibrium, should be considered as the wrong political Decision, even if the Nominal Exchange Rate would be defined by the PPP (Purchasing Power Parity).

1. გილჯრმო კალვო. დროებითი სტაბილიზაცია ფიქსირებული გაცვლის კურსის პირობებში. ჟურნ., „პოლიტიკური ეკონომია“, ჩიკაგო, 1986 წ., გვ. 417-465.

მარკეტინგის გამოყენების თავისებურებები საგზაო სატრანსპორტო მომსახურების სფეროში

ნუგზარ თოდუა
ივ.ჯავახიშვილის სახელობის თსუ
სრული პროფესორი,
მაია ლოლაძე
თსუ დოქტორანტი

თანამედროვე ეკონომიკისათვის დამახასიათებელია მომსახურების სფეროს აქტიური განვითარება. განვითარებული ქვეყნების მთლიანი შიგა პროდუქტის დაახლოებით 80% მოდის მომსახურების სექტორზე.[1] დღეისათვის, პრაქტიკულად არ არსებობს საწარმო, რომელსაც კავშირი არ ჰქონდეს მოსახურების სფეროსთან.

მომსახურების სფერომ მეცნიერთა ყურადღება XX საუკუნის 50-60-იან წლებში მიიპყრო. მომსახურების მარკეტინგთან დაკავშირებული პირველი კვლევები თარიღდება 1960-70-იანი წლებით. მთავარი საკითხი, რომლის გადაწყვეტასაც მეცნიერები შეეცადნენ, დაკავშირებული იყო მომსახურების ბაზარზე უპირატესობის მოპოვების მიზნით ტრადიციული მარკეტინგული ინსტრუმენტების გამოყენებასთან. მომსახურების მარკეტინგთან დაკავშირებული პირველი სამეცნიერო შრომები გამოაქვეყნეს ამერიკელმა მკვლევარებმა ეჟენ ჯონსონმა 1969 წელს და უილიამ ჯორჯმა 1972 წელს, ხოლო ევროპაში - ევერტ გამესსონმა 1977 წელს.[2]

[1] Введение в маркетинга услуг. www.grebennikon.ru/article-e6cW-113.html (25.11.2009).
[2] Становление маркетинга услуг как самостоятельной научной дисциплины за рубежом. Журнал Маркетинг в России и за рубежом, 2002, №4. http://dis.ru/library/market/archive/2002/4/352.html (22.112009).

დღეისათვის მომსახურების მარკეტინგში აღიარებულია რამდენიმე თეორიული მოდელი, რომლებმაც მნიშვნელოვან როლი შეასრულეს ამ სფეროს განვითარებაში. 1974 წელს დ.რატმელომმა შექმნა მომსახურების მარკეტინგის თეორიული მოდელი, რომელშიც ნაჩვენებია მარკეტინგული ამოცანების ფუნქციური განსხვავება საწარმოო და არასაწარმოო სექტორებში.[1] მეორე პოპულარული მოდელი 1976 წელს შეიმუშავეს პ.ეინგლესმა და ე.ლანგერდმა, რომლებმაც მომსახურების ორგანიზების პროცესი დაყვეს ორად: მომხმარებლისათვის ხილვად და უხილავ ნაწილებად. ამ მოდელის მიხედვით უპირატესობა ენიჭება მომსახურების ხილვად ნაწილს, კერძოდ, მომსახურე პერსონალს და მატერიალური გარემოს, რომელშიც ხდება მომსახურება.[2]

მნიშვნელოვანია, აგრეთვე, ქ.გრენროსის მოდელი, რომლის საფუძველია რატმელომის, ეინგლესა და ლანგერდის მიერ შემუშავებული მოდელები. იგი ეყრდნობა ისეთ კონცეფციებს, როგორიცაა 'შიგაორგანიზაციული მარკეტინგი“, 'მომსახურების ხარისხი“ და 'ინტერაქტიული მარკეტინგი“.[3] ასევე აღსანიშნავია მ.ბიტნერისა და ფ.კოტლერის მოდელები. ბიტნერის მოდელი ცნობილია „7P“-ს სახელწოდებით. ბიტნერის აზრით, მომსახურების სფეროში მარკეტინგის ადაპტაციისათვის, ტრადიცული „4P“-სგან განსხვავებით, საჭიროა კიდევ სამი „P“-ს (პერსონალის, მატერიალური უზრუნველყოფის და მომსახურების გაწევის პროცესის) დამატება. ფილიპ კოტლერმა შიგაორგანიზაციული კომუნიკაციური პროცესების კვლევის საფუძველზე მომსახურების მარკეტინგში გამოყო სამი ურთიერთდაკავშირებული ერთეული: ფირმის ხელმძღვანელობა, პერსონალი და მომხმარებელი, რომლებიც სამ კონტროლირებად რგოლს ქმნიან (ფირმა-მომხმარებელი, ფირმა-პერსონალი და პერ-

[1] Международные модели маркетинга услуг. Журнал Маркетинг в России и за рубежом, 2000,№3, http://www.mavriz.ru/articles/2000/3/316.html (22.11.2009).
[2] Введение в маркетинга услуг. www.grebennikon.ru/article-e6cW-113.html (25.11.2009).
[3] Маркетинг различных типов услуг. Журнал "Маркетинг в России и за рубежом", 2003, №4. http://www.dis.ru/library/market/archive/2003/4/31.html (02.05.2009).

სონალი-მომხმარებელი). ფ.კოტლერის შეხედულებით, მარკეტინგის ეფექტიანი მართვისათვის აუცილებელია სამი მარკეტინგული სტრატეგიის შემუშავება, რომლებიც მიმართული იქნება აღნიშნულ რგოლებზე.[1]

მომსახურების მარკეტინგის თეორიული შეხედულებების ჩამოყალიბებაში დიდ წვლილი მიუძღვით სხვადასხვა პროფესიულ და სამეცნიერო ორგანიზაციებსაც, რომელთა ჩამოთვლაც შორს წაგვიყვანს.

მსოფლიო სავაჭრო ორგანიზაციის მონაცემებით, 2008 წლისათვის მსოფლიო მომსახურების ექსპორტმა 3.7 ტრლნ დოლარი შეადგინა.[2] აღსანიშნავია, რომ მოსახურების ექსპორტის ძირითადი სახეობებიდან ყველაზე მაღალი ზრდა დაფიქსირდა სატრანსპორტო სექტორზე. ეკონომიკის გლობალიზაციის პირობებში დიდია მსოფლიო სატრანსპორტო სისტემის მნიშვნელობა, რომელიც ხელს უწყობს ერთიანი ეკონომიკური სივრცის შექმნას და შრომის ტერიტორიულ დანაწილებას.

მსოფლიო სატრანსპორტო ჯაჭვის ერთ-ერთი ძირითადი რგოლია საზღვაო ტრანსპორტი, რომლის გარეშე მსოფლიო მეურნეობის ნორმალური ფუნქციონირება შეუძლებელია. მსოფლიო ვაჭრობის დაახლოებით 90% ხორციელდება საზღვაო ტრანსპორტის მეშვეობით.[3]

საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლასთან დაკავშირებით საზღვაო სატრანსპორტო კომპანიებს სულ უფრო მზარდ კონკურენტულ პირობებში უწევთ მუშაობა, რამაც, შეიძლება ითქვას, განაპირობა მარკეტინგის გამოყენების აუცილებლობა სატრანსპორტო სექტორში.

სატრანსპორტო მომსახურების სფეროში მარკეტინგის მიზანია მომხმარებელთა მოთხოვნისა და სატრანსპორტო ბაზრის კო-

[1] Международные модели маркетинга услуг. Журнал "Маркетинг в России и за рубежом", 2000, №3. http://www.mavriz.ru/articles/2000/3/316.html (22.11.2009).

[2] WORLD TRADE 2008, PROSPECTS FOR 2009. PRESS RELEASE, PRESS/554 24 March 2009. *ww.wto.org/english/news_e/pres09_e/pr554_e.htm - 288k - (20.05.2009).*

[3] „Exporting Maritime Transportation Services: the Shipowners' Perspective" EU-ASEAN Trade Initiative Seminar. Herman de Meester - ECSA Deputy Secretary General Manila, 4th June 2008. *www.eu-aseantreatiseminars.org* (26.06.2009).

მპლექსური შესწავლის საფუძველზე სატრანსპორტო საქონლის რელიზაციისათვის საუკეთესო პირობების შექმნა.[1]

საზღვაო სავაჭრო კომპანიის მარკეტინგი მეცნიერებაა B2B მარკეტინგის შესახებ. იგი გულისხმობს დამფრახტველებისა და ტვირთგამგზავნების მოთხოვნილების დაკმაყოფილების, ანუ ტვირთების საზღვაო გადაზიდვის გზით მოგების მიღებას. კლიენტთა მოთხოვნილებების დაკმაყოფილება, ერთი მხრივ, გულისხმობს საზღვაო ბაზრის სწორ დიაგნოზს, ხოლო, მეორე მხრივ, საწარმოო პროცესის სწორ ორგანიზაციას, დაგეგმვას და კონტროლს.[2] საზღვაო სავაჭრო ორგანიზაციის რესურსები და შესაძლებლობები შეზღუდულია. შეუძლებელია საზღვაო ბაზარზე არსებული ყველა შანსის ერთნაირი ეფექტიანობით გამოყენება. ამიტომ, სასურველი მომსახურების გაწევისა და კლიენტთა დაკმაყოფილებისათვის მნიშვნელოვანია კომპანიის შესაძლებლობების მისადაგება კლიენტთა სურვილებთან.[3]

საზღვაო სატრანსპორტო მომსახურების სფეროში მარკეტინგის გამოყენებას ახასიათებს მომსახურების სფეროს ბაზრის ის თავისებურებანი, რაც მნიშვნელოვნად განასხვავებს საზღვაო სატრანსპორტო მოსახურების სფეროს მარკეტინგს წარმოების სხვა სფეროს მარკეტინგისაგან.

ტრანსპორტი ეკონომიკის დარგია, რომელიც ახორციელებს მგზავრთა გადაყვანას და ტვირთების გადატანას. მის ნორმალურ ფუნქციონირებას უზრუნველყოფს სხვადასხვა სახეობის ტექნიკური აღჭურვილობები და საშუალებები. ტრანსპორტს ორი ძირითადი ასპექტი გააჩნია. ერთი მხრივ, ის საბაზრო ინფრასტრუქტურის

[1] Абрамов А.П., Галабурда В.Г., Иванова Е.А. Маркетинг на транспорте. М.:Желториздат. 2001, с. 38.

[2] PLOMARITOU E. (2006), Marketing of Shipping Companies, Athens, Stamoulis Publications, p. 11.

[3] PLOMARITOU E. "The key stages of marketing implementation in shipping companies: an empirical research of marketing implementation in the largest tanker and liner companies in the world." www.stt.aegean.gr/metaxasconf/Publications/6.3-Plomaritou.pdf *(25.11.2009).*

ელემენტია, ვინაიდან უზრუნველყოფს წარმოებული პროდუქციის განაწილებას, ხოლო მეორე მხრივ, ყიდის რა თავის მომსახურებას, ეკონომიკური ურთიერთობების სუბიექტია.[1]

სატრანსპორტო მომსახურება მოიცავს უშუალოდ მგზავრების გადაყვანასა და ტვირთების გადატანის პროცესს და თანამდევ კომპლექსურ მომსახურებებს.[2] სატრანსპორტო მომსახურება შეიძლება განისაზღვროს, როგორც სატრანსპორტო საქონელი.

ეკონომიკის სხვა დარგებისაგან განსხვავებით ტრანსპორტის სფეროს ახასიათებს რიგი თავისებურება. მასში გამოიყოფა სატრანსპორტო წარმოების მხოლოდ ორი დარგი: სატვირთო და სამგზავრო ტრანსპორტი.[3] გარდა ამისა, გადაზიდვის სახეობიდან გამომდინარე, სატრანსპორტო მარკეტინგისათვის დამახასიათებელია სხვადასხვა მარკეტინგული მიდგომის გამოყენება. სატვირთო გადაზიდვების დროს სატრანსპორტო მომსახურების ხარისხი განისაზღვრება გადაზიდვების სისწრაფით, უსაფრთხოებით, გადაზიდვის საწყისსა და საბოლოო პუნქტებში ტვირთმფლობელთა სატრანსპორტო მომსახურების კომპლექსურობით. სამგზავრო გადაზიდვების დროს მომსახურების ხარისხსა და კომფორტულობას უპირატესობა ენიჭება არა მხოლოდ ჩასხდომისა და გადმოსხდომის პუნქტებში, არამედ მთელი მგზავრობის მანძილზე. სატვირთო გადაზიდვების დროს გამოიყენება კომერციული მარკეტინგის მიდგომები, ხოლო სამგზავრო გადაზიდვების დროს შესაძლებელია არაკომერციული მარკეტინგის გამოყენებაც.[4] უმსხვილესი ტანკერ-

[1] Правдина, Н. В.Транспортное обеспечение коммерческой деятельности : учебно-методическое пособие / Н. В. Правдина. – Ульяновск : УлГТУ, 2007, с.17. http://window.edu.ru/window_catalog/pdf2txt?p_id=21990 *(25.11.2009).*

[2] Абрамов А.П., Галабурда В.Г., Иванова Е.А. Маркетинг на транспорте. М.:Желториздат. 2001, с. 39.

[3] Транспортная система мира. Особенности транспорта как отрасли производства. www.Rus-ekipazh.ru . *(30.11.2009).*

[4] Абрамов А.П., Галабурда В.Г., Иванова Е.А. Маркетинг на транспорте. М.:Желториздат. 2001, с. 33-71.

ული კომპანიები იყენებენ სოციალური მარკეტინგის კონცეფციას, ხოლო სახაზო კომპანიები - მარკეტინგის კონცეფციას.[1]

სატრანსპორტო ბაზრისათვის დამახასიათებელია ორმაგი კონკურენცია: კონკურენცია ტრანსპორტის სახეობებს შორის და კონკურენცია ერთი სახის სატრანსპორტო ფირმებს შორის.[2] ტრანსპორტის სახეობებს შორის წმინდა კონკურენციაზე საუბარი რთულია, რადგან თითოეული მათგანი იმდენად დიფერენცირებულად წყვეტს ტვირთის გადაზიდვასთან დაკავშირებულ პრობლემებს, რომ, როგორც წესი, სხვა ალტერნატიული ვარიანტი არ არსებობს.[3] სატრანსპორტო ბაზარზე კონკურენციის დონე და ტიპი მნიშვნელოვანწილად დამოკიდებულია ტრანსპორტის სახეების ტექნიკურ-ეკონომიკურ მახასიათებლებზე.[4]

საზღვაო ტრანსპორტი გამოიყენება საერთაშორისო მასობრივი გადაზიდვების დროს. ტრანსპორტის სხვა სახეობებთან შედარებით მის უპირატესობას წარმოადგენს გადაზიდვის დაბალი თვითღირებულება და მაღალი გამტარუნარიანობა, ხოლო ნაკლს - ბუნებრივ-გეოგრაფიულ, სანაოსნო პირობებზე დამოკიდებულება და საპორტო მეურნეობის შექმნის აუცილებლობა. საზღვაო გადაზიდვებისთვის დამახასიათებელია როგორც ოლიგოპოლიური კონკურენცია (სახაზო ნაოსნობა, სადაც აღინიშნება ალიანსების, ერთობლივი საწარმოების არსებობა), ასევე წმინდა კონკურენცია (სატრამპო ნაოსნობა, სადაც ფასების დადგენა ხდება საბაზრო კონიუნქტურის მიხედვით).[1]

[1] PLOMARITOU E. "The key stages of marketing implementation in shipping companies: an empirical research of marketing implementation in the largest tanker and liner companies in the world." www.stt.aegean.gr/metaxasconf/Publications/6.3-Plomaritou.pdf *(25.11.2009).*

[2] Якобсон А. Я. Курс маркетинга: Учебное пособие. – Иркутск: ИрГУПС, 2004, с.126.

[3] Правдина, Н. В.Транспортное обеспечение коммерческой деятельности : учебно-методическое пособие / Н. В. Правдина. – Ульяновск : УлГТУ, 2007, с.38. http://window.edu.ru/window_catalog/pdf2txt?p_id=21990 *(25.11.2009).*

[4] Абрамов А.П., Галабурда В.Г., Иванова Е.А. Маркетинг на транспорте. М.:Желториздат. 2001, с.66.

[5] Shipping Industry. http://www.history.com/encyclopedia.do?articleId=222245 (05.12.209).

ტრანსპორტს სხვა დარგებისაგან განსხვავებული ფასწარმოქმნის სისტემა ახასიათებს. სატრანსპორტო მომსახურების ფასი გამოიხატება ტარიფებისა და საფრახტო განაკვეთების სახით.[1] სატვირთო ტარიფები განისაზღვრება ტვირთის გადაზიდვაზე გაწეული შრომითი დანახარჯებით, რომელიც წარმოების სხვა დარგებისაგან განსხვავებით, იყოფა ორ ნაწილად: საწყისი და საბოლოო ოპერაციების დანახარჯებად და უშუალოდ ტვირთის ტრანსპორტირების დანახარჯებად. პირველი დამოკიდებულია მხოლოდ ტვირთის რაოდენობაზე და ამიტომ ერთ ტონა ტვირთზე გაანგარიშებისას უცვლელია, ხოლო მეორე დამოკიდებულია როგორც ტვირთის მოცულობაზე, ასევე გადაზიდვის მანძილზე და მის პროპორციულად იცვლება.[2] ტრანსპორტის სახეობების თავისებურებებიდან გამომდინარე, სხვადასხვა სახეობის ტრანსპორტზე სატვირთო ტარიფების ფორმირება განსხვავებულია, რომელთა განხილვაც ცალკე თემის საგანია. რაც შეეხება საზღვაო ტრანსპორტს, ძირითადად განასხვავებენ ორი სახეობის გადაზიდვას: სატრამპო და სახაზო გადაზიდვებს. სახაზო გადაზიდვებში გამოიყენება სახაზო კონფერენციების მიერ დადგენილი ერთიანი ტარიფები, რომელთა შემუშავებაც ხდება ფასწარმოქმნის შემდეგი ძირითადი პრინციპების გათვალისწინებით: ფასების სტაბილურობა, კლიენტებს შორის დისკრიმინაციის არარსებობა და ტვირთის ღირებულების მიხედვით სატარიფო განაკვეთების დიფერენციაცია. სატრამპო გადაზიდვებში კი გამოიყენება საფრახტო განაკვეთები, რაც საბაზრო კონიუნქტურიდან გამომდინარე, თითოეული გადაზიდვისათვის დგინდება[3] ტრანსპორტში მარკეტინგის გამოყენება აუცილებლად

[1] Абрамов А.П., Галабурда В.Г., Иванова Е.А. Маркетинг на транспорте. М.:Желториздат. 2001, с.33.

[2] Цены и ценообразование: Учебник для вузов / Под ред. И.К. Салимжанова. – М.: ЗАО «Финстатинформ», 2001, с. 80.

[3] Конспект лекций по дисциплине «Экономика морского транспорта»; http://www.osmu.odessa.ua/old_site/distance/sea_transport_econ_conspect.pdf (25.11.2009).

მოითხოვს მოქნილი საფასო პოლიტიკის შემუშავებას, ვინაიდან სატრანსპორტო დანახარჯები პრაქტიკულად ნებისმიერი პროდუქციის ფასში აისახება.[1]

სატრანსპორტო მოსახურებაზე მოთხოვნა სხვა სახეობის პროდუქციის მოთხოვნისაგან გასხვავდება. მას აქვს ორმაგი ხასიათი, რაც განპირობებულია სატრანსპორტო მომსახურების მოხმარებელთა თავისებურებებით. არსებობს სატრანსპორტო მოსახურების მომხმარებელთა ორი ძირითადი ტიპი: ფირმები და მოსახლეობა. პირველ შემთხვევაში მოთხოვნას აქვს მეორადი ხასიათი, ხოლო მეორეში - პირველადი. მოთხოვნა სატვირთო გადაზიდვებზე, ისევე როგორც საწარმოო დანიშნულების სხვა საქონელზე, მეორადი ხასიათისაა. იგი დამოკიდებულია გადასაზიდი საქონლის მოთხოვნის გეოგრაფიულ გადანაწილებაზე.[2]

სატრანსპორტო მომსახურება კომპლექსური ხასიათისაა. ახალი სახეობის მომსახურების შექმნა უკავშირდება როგორც გადაზიდვის ტექნოლოგიებში მომხდარ ცვლილებებს, ასევე ახალი ან დამატებითი მომსახურების დანერგვას. სატრანსპორტო მოსახურებისათვის დამახასიათებელია დიფერენციაციის მაღალი დონე. სხვა მოსახურებისა და საქონლისაგან განსხვავებით, საზღვაო სატრანსპორტო მომსახურებას რამდენიმე სუბიექტი (ექსპედიტორი, სტივიდორი, გადამზიდავი) ერთდროულად ახდენს. ახალი მომსახურების შექნის სირთულეა ის, რომ იგი შეთანხმებული უნდა იყოს არა მხოლოდ მომხმარებელთან, არამედ მომსახურების პროცესის ყველა მონაწილესთან. პრაქტიკამ აჩვენა, რომ საზღვაო სფეროში ახალი სახეობის მოსახურების განვითარება (მაგალითად, სპეციალიზაცია კონტეინერულ გადაზიდვებზე) მოთხოვნის განვითარების შესაბამისად ხდება.[3]

[1] Абрамов А.П., Галабурда В.Г., Иванова Е.А. Маркетинг на транспорте. М.:Желториздат. 2001, с.72.

[2,3] Шуклецов А.Е. Маркетинг и конкурентоспособность на рынке морских перевозок. http://grebennikon.ru/article-kfWR-72.html (25.11.2009).

საზღვაო სატრანსპორტო პროდუქციას ახასიათებს თავისებურებები, რომლითაც ის მნიშვნელოვნად განსხვავდება მატერიალური საქონლისაგან. ამ თავისებურებებს მიეკუთვნება: არამატერიალურობა, მალფუჭებადობა, საკუთრების უფლება, მომსახურების წარმოებისა და გასაღების პროცესების იმავდროულობა, ხარისხის ცვალებადობა და ადაპტაცია.[1]

საზღვაო სატრანსპორტო მომსახურების გასინჯვა და ხელით შეხება შეუძლებელია. ამასთან, საფრახტო ხელშეკრულება ფასდება მხოლოდ ტვირთის გადაზიდვის დასრულების შემდეგ. ამიტომ, საზღვაო სატრანსპორტო მომსახურებას „ნაცად საქონელს“ უწოდებენ.[2] მომსახურების ამ თვისების გამო, მისი შეძენისას წარმოიქმნება სირთულეები, რომლებიც დაკავშირებულია მომხმარებლის მიერ ყიდვის შესახებ გადაწყვეტილების მიღებასთან. ის იძულებულია მომსახურების ხარისხის წინაპირობები განსაზღვროს ფასის, პერსონალის, მოწყობილობების, გამყიდველის იმიჯის, ანუ იმ ყველაფრის საშუალებით, რისი დანახვა და შეფასებაც მას შეუძლია. ამიტომ ფირმისათვის, მომხმარებელთა ნდობის მოპოვებისა და განმტკიცებისათვის, მიზანშეწონილია მომსახურების ნივთიერი მტკიცებულებების ხარისხის გაზრდა და იმ სარგებლის დემონსტრირება, რომლსაც მომხმარებელი მიიღებს ამ მომსახურების შეძენით. სწორედ ესაა მომსახურების მარკეტინგის ერთ-ერთი ძირითადი ამოცანა.[3]

სატრანსპორტო მომსახურების შენახვა შეუძლებელია მისი შემდგომი გამოყენების მიზნით. მომსახურების ამ თვისებასთან დაკავშირებით პრობლემები წარმოიქმნება მაშინ, როდესაც მომსახურებაზე მოთხოვნასა და მიწოდებას შორის წონასწორობა

[1] PLOMARITOU E. (2006), Marketing of Shipping Companies, Athens, Stamoulis Publications, p.6-12.

[2] PLOMARITOU E. (2006), Marketing of Shipping Companies, Athens, Stamoulis Publications, p.6.

[3] Сфера услуг в рыночной экономике. http://market-pages.ru/marusl/index.html (25.11.2009).

ირღვევა. ამ თანაფარდობის აღდგენისათვის გამოიყენება რამდენიმე სტრატეგია: დიფერენცირებული ფასების დაწესება, მომსახურების წინასწარი შეკვეთის სისტემის შემუშავება, მომსახურების სისწრაფის გაზრდა, კლიენტთა მომსახურების ხარისხის ამაღლება და პერსონალის სტიმულირება.[1]

მომსახურებაზე საკუთრების უფლების გადაცემა შეუძლებელია, რაც დაკავშირებულია მის წინა ორ თვისებასთან. საზღვაო სატრანსპორტო მოსახურების გაწევის დროს, გემი არ გადადის სხვის საკუთრებაში. დამფრახტველი იძენს უფლებას მხოლოდ მომსახურების პროცესზე.[2] ამ შემთხვევაში განსაკუთრებული ყურადღება ეთმობა ისეთ მარკეტინგულ ღონისძიებებს, როგორიცაა ბრენდის შექმნა და შენარჩუნება.

მატერიალური საქონლისაგან განსხვავებით, რომელიც ჯერ იწარმოება, ინახება საწყობებში და შემდგომ მრავალრიცხოვანი შუამავლის მეშვეობით მიეწოდება მოხმარებელს, საზღვაო სატრანსპორტო მომსახურების წარმოება და მოხმარება ერთდროულად ხდება. მოხმარებლისა და მწარმოებლის მიერ მომსახურების გაწევის შედეგად სარგებლის მიღებისათვის აუცილებელია მათი ურთიერთშეთანხმებული მოქმედება. ვინაიდან მოხმარებელი უშუალოდ ჩართულია მომსახურების წარმოებისა და მოხმარების უწყვეტ პროცესში, გამყიდველმა უნდა იცოდეს, თუ რა და როგორ გაყიდოს, რადგან ამაზეა დამოკიდებული ამ მომსახურების ხელმეორედ ყიდვის ალბათობა.[3]

სატრანსპორტო მოსახურება უნიკალურია, ის არასდროს არ მეორდება იმავე სიზუსტით, როგორც ადრე განხორციელდა. მომსახურების ხარისხი იცვლება იმის მიხედვით, თუ ვინ, როდის და რა პირობებში ახორციელებს მას. ხარისხის ცვალებადობა აიხსნება მომსახურებაში ადამიანური ფაქტორის მონაწილეობით. მარკეტოლ-

[1] Маркетинг менеджмент. 11-е изд. / Котлер Ф. Пер. с англ.-Спб.:Питер, 2003, с.479.

[2] PLOMARITOU E. (2006), Marketing of Shipping Companies, Athens, Stamoulis Publications, p.12.

[3] Маркетинг менеджмент. 11-е изд. / Котлер Ф. Пер. с англ.-Спб.:Питер, 2003, с.481.

ოგები გამოყოფენ მომსახურების ხარისხის ამაღლების სამ ეტაპს: პერონალის სწავლებას, მომსახურების პროცესის სტანდარტიზაციას და საჩივრების ანალიზის სისტემის, კლიენტებისა და კონკურენტი ფირმების მოსახურების შესწავლის საფუძველზე მომხმარებელთა კმაყოფილების დონის კონტროლს.[1]

დამფრახტველთა მოთხოვნილებებთან ადაპტაცია საზღვაო სატრანსპორტო მოსახურების ძირითადი თავისებურებაა. ფირმას შეუძლია თავისი შესაძლებლობები მიმართოს ერთ ან რამდენიმე სახეობის სატვირთო გადაზიდვებზე. მაგალითად, გემთმფლობელის გადაწყვეტილებისა და დამფრახტველის მოთხოვნის საფუძველზე "OBO" ტიპის გემების გამოყენება შესაძლებელია როგორც თხევადი, ასევე მშრალი ტვირთებისათვის.[2]

სატრანსპორტო პროდუქციის თავისებურებებიდან გამომდინარე, ძნელია სატრანპორტო მომსახურებას მივუსადაგოთ ის ტრადიციული მარკეტინგული ინსტრუმენტები, რომლებიც მატერიალური წარმოების სფეროში გამოიყენება. საზღვაო ტრანსპორტში მომსახურების სხვა სფეროებისაგან განსხვავებით გამოყოფენ მარკეტინგულ ინსტრუმენტებს, რომელიც '8P"-ს სახელწოდებითაა ცნობილი.[3] ესენია: საქონელი (სატრამპო ან სახაზო მოსახურება), ფასი (ტარიფები და საფრახტო განაკვეთები), პროცესი (ხელშეკრულებების დადების პროცედურა), პერსონალი (სანაოსნო ფირმის პერსონალი და გემის ეკიპაჟი), ადგილი (პორტები), მატერიალური მტკიცებულებები (გემის ტექნიკური მახასიათებლები და გადაზიდვის პირობები), სტიმულირება (სარეკლამო პროგრამები) და ბოლო, ყველაზე ახალი მარკეტინგული ინსტრუმენტი – „Paperless trade"(უქაღალდო ვაჭრობა). კონკურენტულ პირობებში საბაზრო

[1] Сфера услуг в рыночной экономике. http://market-pages.ru/marusl/index.html (25.11.2009).

[2] PLOMARITOU E. (2006), Marketing of Shipping Companies, Athens, Stamoulis Publications, p.6-12.

[3] Marketing mix of Shipping Services: 8 P's. http://www.scribd.com/doc/17367844/Marketing-Mix?autodown=doc *(25.11.2009).*

მოთხოვნის დაკმაყოფილებისათვის აუცილებელია თანამერდოვე ელექტრონული კომუნიკაციის გამოყენება, რომელიც დროისა და ძალისხმევის დანაკარგების შემცირებისა და მომსახურების ხარისხის გამუჯობესების საშუალებას იძლევა.

ამრიგად, ზემოაღნიშნული მოსაზრებების გათვალისწინებით, საზღვაო სატრანსპორტო მომსახურების სფეროში მარკეტინგის გამოყენების თავისებურებებს შეიძლება მივაკუთვნოთ შემდეგი:

- სატრანსპორტო მომსახურება განსაზღვრულია დროსა და სივრცეში, შეუძლებელია მისი შენახვა, რაც ზღუდავს კონკურენციის შესაძლებლობებს. კლიენტებისთვის მნიშვნელოვანია ტვირთის „კარიდან-კარამდე" გადაზიდვა, რაც მხოლოდ რამდენიმე სახეობის ტრანსპორტის ურთიერთშეთანხმებული მოქმედებითაა შესაძლებელი;
- გადაზიდვის სახეობიდან გამომდინარე გამოიყენება განსხვავებული მარკეტინგული მიდგომები. მაგალითად, უმსხვილესი ტანკერული კომპანიები მიმართავენ სოციალური მარკეტინგის კონცეფციას, ხოლო სახაზო კომპანიები - მარკეტინგის მართვის კონცეფციას;
- წარმატებული მარკეტინგისათვის აუცილებელია მოქნილი საფასო პოლიტიკის შემუშავება, რადგან სატრანსპორტო მომსახურების დანახარჯები პრაქტიკულად ნებისმიერი პროდუქციის ფასში აისახება;
- ახალი პროდუქციის შექმნისას საჭიროა მომსახურების პროცესის ყველა სუბიექტის კოორდინირებული მოქმედება, რაც დაკავშირებულია სატრანსპორტო მომსახურების კომპლექსურობასთან;
- სატრანსპორტო ბაზრის კვლევა მოიცავს როგორც მოცემული სახეობის სატრასნპორტო ბაზრის შესწავლას, ასევე სხვა სახეობის სატრანსპორტო ბაზრისა და რეგიონების მიხედვით გადასაზიდი საქონლის განაწილების თავისებურებებისა და დინამიკის დადგენას;

- სატრანსპორტო მომსახურებაში მნიშვნელოვანია განსაკუთრებული მარკეტინგული ინსტრუმენტების ნაკრების გამოყენება, რომელიც ცნობილია „8P"-ს სახელწოდებით.

Marketing features in maritime transport

N.Todua, M.Dolidze

This article presents marketing features in maritime transport. Marketing of shipping companies is the provision from the right people (the personnel of shipping enterprise), the appropriate maritime transport services, to the appropriate clients (charterers – shippers), at the right place (port or geographical area), at the right moment of time, at the appropriate freight, with the appropriate promotion. Shipping is a service industry. There are a number of significant points which must be borne in mind when thinking about the marketing of services which makes the marketing of maritime transport services different from marketing in other spheres of production. It will be observed that sea transport services have a number of distinctive characteristics, which differentiate them from products and have implications in the manner in which they are marketed. These maybe described as intangibility, perishability, ownership, inseparability, variability and adaptation. Marketing features in maritime transport is connected with intangible character of transport services, tied to the place and time of the commission, which limits the possibility of competition both between transport modes, and within a single mode. Besides, transport costs are included in the price of virtually any product; an important feature of transport marketing is to develop a flexible pricing policy. Also, regarding to the establishment of new products, transport marketing is characterized by ensuring a coordinated action by all members of the transportation process. The differences between the types of transport play a vital role in the design of marketing tools as well as in the planning of marketing strategies. Finally, to the features of shipping marketing belongs comprehensiveness and promptness in decision making, the use of modern electronic communication means and importance of personnel as part of the transport services.

ნდობა - თანამედროვე მენეჯმენტის მნიშვნელოვანი ფაქტორი

სოსო ვარდიშვილი
ეკონომიკის დოქტორი, პროფესორი

სტატიაში განხილულია საქართველოს ბიზნეს-სტრუქტურებისათვის აქტუალური საკითხი – ბიზნეს-პარტნიორთა შორის ნდობის ხარისხი. აქცენტი გაკეთებულია არაპიროვნულ ნდობაზე, რომელიც არსებით გავლენას ახდენს ბიზნეს-სტრუქტურების მენეჯმენტსა და მუშაობის ეფექტიანობაზე.

XXI საუკუნეში მენეჯმენტის განვითარების პრობლემებზე დისკუსიისათვის 2008 წლის მაისში კალიფორნიაში შეიკრიბა მენეჯმენტის 35 ცნობილი თეორეტიკოსი და პრაქტიკოსი, კერძოდ, მენეჯმენტის გურუები – პ. სენგე, ჰ. მინცბერგი, კ. პრაჰალადი, თ. სთიუართი, ჰ. ჰემელი და სხვ. კონფერენციის მასალებში აღნიშნულია, რომ თანამედროვე მენეჯმენტმა რომლის საფუძვლებიც ჩამოყალიბდა ჯერ კიდევ XX საუკუნის დასაწყისში და წყვეტდა წარმოების ეფექტიანობის და მასშტაბის პრობლემებს, მიაღწია განვითარების გარკვეულ ზღვარს. თანამედროვე ეტაპზე მკვეთრად შეიცვალა ორგანიზაციების საქმიანობის პირობები, დამახასიათებელი გახდა უწყვეტი ცვლილებები, ქრეატიული განვითარება, მზარდი ურთიერთკავშირები და ურთიერთდამოკიდებულება, მუშაკთა შესაძლებლობების მობილიზაციის და ორგანიზაციის რადიკალურად ახალი ხერხების გამოყენება. შესაბამისად, მენეჯმენტის წინაშე დადგა სხვა პრობლემები, რომელთა გადაწყვეტაც მოითხოვს მის ხელახალ გააზრებას, მენეჯმენტ-2-ზე გადასვლას. კონფერენციაზე გამოყოფილ იქნა 25 ურთიერთდაკავშირებუ-

ლი ძირითადი ამოცანა, მათ შორის 10 ყველაზე მნიშვნელოვანი, რომელთა გადაწყვეტა უზრუნველყოფს მენეჯმენტის შემდგომ განვითარებას. უმნიშვნელოვანეს ამოცანებს შორის დასახელებულ იქნა ნდობის ამაღლების აუცილებლობა. კონფერენციის მასალებში აღნიშნულია, რომ მომავლის მენეჯმენტი უნდა ემყარებოდეს ნდობის პრინციპს. მხოლოდ ნდობის ამაღლების პირობებშია შესაძლებელი ინფორმაციის თავისუფალი გაცვლა, აზრის თავისუფალი გამოხატვა, საკუთარ თავზე რისკის აღების სტიმულირება, რაც ასე აუცილებელია თანამედროვე პირობებში წარმატების მისაღწევად.

ბიზნეს-სტრუქტურების ურთიერთობაში ნდობა გულისხმობს პასუხისმგებლობის, პატიოსნების და პროგნოზირებადობის მაღალ დონეს. იმის მოლოდინს, რომ პარტნიორების ქცევა იქნება კეთილსინდისიერი – მიღებული ზოგადი ნორმების შესაბამისად.

პრაქტიკამ აჩვენა, რომ მხოლოდ მაღალი ნდობის პირობებშია შესაძლებელი გამოყენებულ იქნეს თანამედროვე მენეჯმენტის დახვეწილი მეთოდები და ინსტრუმენტარი, მხოლოდ ამ შემთხვევაში ვლინდება მისი უპირატესობები, ე.ი. თვით ნდობა არის მენეჯმენტის განვითარების, ფირმის მენეჯერული სტრატეგიის სრულყოფის აუცილებელი პირობა.

ბიზნეს -პროცესების განხორციელებას საფუძვლად უდევს ნდობა. ერთ ბიზნეს-სტრუქტურას კავშირი აქვს სხვა ბიზნეს-სტრუქტურებთან, თავის მხრივ, მათ სხვა ჯგუფებთან და ა.შ. იქმნება ურთიერთობის ქსელი, სადაც ხდება სხვადასხვა რესურსის და საქმიანობის გაცვლა ყიდვა-გაყიდვის კონტრაქტების საფუძველზე. კონტრაქტული ურთიერთობა იმდენად მნიშვნელოვანი და გავრცელებულია, რომ მენეჯმენტის სპეციალისტების ერთმა ჯგუფმა ჩამოაყალიბა კონტრაქტული მოდელის კონცეფცია, რომელშიც ფირმას ახასიათებენ, როგორც რეალური და ნაგულისხმები კონტრაქტების ერთობლიობას. კალიფორნიის უნივერსიტეტის პროფესორის ს. ბრეინბრიჯის აზრით, "ფირმა არის იურიდიული ფიქცია, რომელიც ფარავს საკონტრაქტო ურთიერთობათა ერთობლიობას."[1] კონტრაქტების ფორმები და შინაარსი განსხვავებულია, მაგრამ ის ყოველთვის შეიცავს ნდობის მომენტს, რადგან თითოეული მხარე მიიჩნევს, რომ პარტნიორის ქცევა იქნება კეთილსინდისიერი, მიღებული ზოგადი ნორმების შესაბამისად და შეასრულებს კონტრაქტით ნაკისრ ვალდებულებებს.

[1] Bainbridge S. Corporation law and Economics, New-York; foundation Press. 2002, p.26.

კონტრაქტების გაფორმება და ნაკისრი ვალდებულებები არ წარმოადგენს მხოლოდ ორი მხარის კერძო, იზოლირებულ აქტს, მასზე გადამწყვეტ გავლენას ახდენს ის გარემო, სადაც მზადდება, იდება და სრულდება გარიგება. ამჟამად დასავლეთელი ეკონომისტები და სოციოლოგები დიდ ყურადღებას უთმობენ ბიზნეს-ქსელის ანალიზს და ქსელში ნდობის პრობლემებს. პირველად ქსელის როგორც ბიზნეს-სტრუქტურებისა და მათ შორის კავშირის კონცეფცია წამოაყენა ჯ. ბარნესმა[1]. ცალკეული ბიზნეს-სტრუქტურების პირდაპირი კავშირები ანუ კონტაქტების რაოდენობა განსაზღვრავს ბიზნეს-ქსელის სიმკვრივეს. ქსელის სიმკვრივის ზრდა ამაღლებს ყველაზე ოპტიმალური პარტნიორის მოძებნის ანუ ბიზნესის ეფექტიანობის ამაღლების შესაძლებლობას. თანამედროვე ინფორმაციული ტექნოლოგიების განვითარება მნიშვნელოვნად აფართოებს კონტაქტების შესაძლებლობას როგორც ტექნიკური, ასევე დანახარჯების თვალსაზრისით.

მაგრამ, არის ერთი ფაქტორი, რომელიც განსაზღვრავს კონტაქტების რაოდენობას და აქედან გამომდინარე ქსელის სიმკვრივეს. ეს ფაქტორია ნდობის ხარისხი. ბიზნეს-ჯგუფებს შორის ნდობის ხარისხი თუ დაბალია, მაღალია იმის სუბიექტური მოლოდინი, რომ ნდობა ბოროტად იქნება გამოყენებული, ამიტომ იზღუდება საქმიანი ურთიერთობის წრე იმ ჯგუფებით, რომელთაც ურთიერთნდობა აქვთ. ამით მცირდება პოტენციურ კონტრაგენტთა რაოდენობა და საერთოდ ბიზნესის ეფექტიანობა.

ამასთან, ბიზნეს-ჯგუფებს შორის თანამშრომლობა ხდება მხოლოდ ფორმალური წესებისა და რეგლამენტის ფარგლებში, რაც მოითხოვს მნიშვნელოვან ხარჯებს და მაკონტროლებელ აპარატს, ფერხდება ახალი სუბიექტების გამოსვლა ბაზარზე.

[1] www.psyfactor.org/lib/trast.htm.

ნდობის მაღალი ხარისხის შემთხვევაში ფართოვდება გარიგებაში მონაწილეთა პოტენციური არეალი, განვითარებულია ბიზნესჯგუფების ურთიერთთანამშრომლობა, შედეგად გარემო კონკურენტული ხდება, იზრდება ეკონომიკურად უფრო მომგებიანი გარიგების დადების ალბათობა. საბოლოო ანგარიშით, ნდობის ხარისხი განაპირობებს რესურსების გამოყენების ეფექტიანობას და ქვეყნის ეკონომიკურ წინსვლას.

ნდობის არსისა და ასპექტების განხილვისას ინოვაციურ მენეჯმენტში ახალი აქცენტები ისმება. კერძოდ, თანამედროვე პირობებში წარმატებისათვის განსაკუთრებული მნიშვნელობა აქვს ინოვაციური პროდუქციის წარმოების და ბაზარზე მიწოდების სისწრაფეს, აუცილებელი ხდება კორპორაციული ალიანსების შექმნა, რომელიც კონცენტრირებულია ინოვაციებსა და უწყვეტ სრულყოფაზე. ეს გულისხმობს მრავალმხრივ და მრავალდონიან კავშირებს. ასეთ ქრეატიულ ქსელში ნდობა უკავშირდება ერთობლივ საქმიანობაში სხვადასხვა კომპანიის მონაწილეობის შესაძლებლობის შეფასებას, თუ რამდენად შეუწყობს ხელს ამა თუ იმ კომპანიის ჩართვა ქსელში ინოვაციური პროცესების დაჩქარებას და ეფექტიანობის ამაღლებას.

ნდობის კიდევ ერთ ასპექტზე ამახვილებს ყურადღებას ცნობილი ამერიკელი ბიზნეს-კონსულტანტი რ. შო, რომლის აზრით ნდობა მძლავრი უნივერსალური ძალაა, რომელიც ორგანიზაციაში მიმდინარე ყველა პროცესზე გავლენას ახდენს და წარმოადგენს კორპორაციული კულტურის უმნიშვნელოვანეს მახასიათებელს.[1]

კორპორაციული კულტურა მჭიდრო კავშირშია იმ ამოცანების გადაწყვეტასთან, რომელიც დასახეს კალიფორნიაში შეკრებილმა მენეჯმენტის ცნობილმა სპეციალისტებმა მენეჯმენტ-2-ზე გადასასვლელად.

კორპორაციული კულტურა ფასეულობებისა და კულტურის ერთობლიობაა, რომელსაც იზიარებენ ორგანიზაციის წევრები, აერთიანებს და მათ ძალისხმევას მიმართავს განსაზღვრული მიზნის მიღწევად. პირველად ორგანიზაციული კულტურის საკითხებს ყურადღება მიაქციეს მენეჯმენტის ცნობილმა სპეციალისტებმა კამერონმა და კუნინმა. მათ გამოყვეს კორპორაციული კულტურის ოთხი ტიპი:

I. იერარქიული კულტურა - ხასიათდება იმით, რომ კოლექტივის საქმიანობას საფუძვლად უდევს ფორმალიზებული წესები და პროცედურები. ხშირად მას უწოდებენ ბიუროკრატიულ ორგანიზაციულ კულტურასაც. ორგანიზაციის წარმატება დაკავშირებულია საქმიანობის სტაბილურობასთან, დასაქმების გარანტიებთან;

II. კლანური კულტურა - ორგანიზაცია იწვევს ყველას მიერ გაზიარებული მიზნებითა და ფასეულობებით გამსჭვალული დიდი ოჯახის ასოციაციას. წევრთა ურთიერთობა ეფუძნება ტრადიციებს და ნდობას, ლიდერები აზროვნებენ პატერნალისტურად, ზრუნავენ თანამშრომლებზე. დიდი ყურადღება ექცევა კოლექტივის დარაზმულობას, ორგანიზაციისადმი ერთგულებას, ჰუმანურ ურთიერთდამოკიდებულებებს.

ასეთი ორგანიზაციის კლასიკური მაგალითია იაპონიის მსხვილი კორპორაციები;

III. საბაზრო კულტურა დომინირებს ისეთ ორგანიზაციებში, რომლებიც ორიენტირებულია უპირატესად შედეგებზე და მათი მთავარი ამოცანაა დასახული ამოცანის შესრულება. კოლექტივის წევრები მიზანდასახულნი არიან, ისინი ურთიერთთან მეტოქეობენ, მგრამ აერთიანებთ გამარჯვებისაკენ სწრაფვა, წარმატება და რეპუტაცია მათი საერთო ზრუნვის საგანია;

IV. ადჰოკრატული კულტურა - გულისხმობს დინამიკურ სამეწარმეო და შემოქმედებით სამუშაო ადგილს. ადჰოკრატული კულტურისთვის დამახასიათებელია მოქნილობა და სწრაფად ცვალებად გარემოსთან ადაპტირება. სტრუქტურებს ახასიათებენ როგორც "კარვებს" და არა "სასახლეებს", ე.ი. დინამიკურს, რომელთა შეცვლაც სწრაფად ხდება ახალი გარემოების წარმოშობასთან ერთად. ასეთი ორგანიზაციები ორიენტირებულია ინოვაციებსა და დროსთან წინმსწრებ

[1] Шо Р. В. Ключи к доверию в организации (пер. с англ.) , М., Дело, 2000.

გადაწყვეტილებებზე. ორგანიზაციის წარმატება დაკავშირებულია უნიკალური და ორიგინალური პროდუქტის წარმოებასთან.

კორპორაციულ კულტურასთან დაკავშირებულია კალიფორნიის კონფერენციაზე დასახული მენეჯმენტ-2-ის ამოცანები:

- მენეჯმენტის კონცენტრირება სოციალურად მნიშვნელოვან კეთილშობილურ მიზნებზე;
- პირამიდული იერარქიის შეცვლა ბუნებრივი-ჰორიზონტალური იერარქიით;
- ძალაუფლების გადანაწილება და დელეგირება, შემოქმედების და ინიციატივის დამთრგუნველი ზევიდან მკაცრი კონტროლის გარდაქმნა თვითკონტროლად;
- განსხვავებული აზრებისა და იდეების გამოყენება სტრატეგიული მნიშვნელობის განახლებისათვის;
- თანამედროვე ცვალებად გარემოში მენეჯმენტის სტრატეგიის შემუშავების გადაქცევა უწყვეტად განვითარებად პროცესად;
- თანამშრომელთა ავტონომიურობის ამაღლება;
- გადაწყვეტილებების დეპოლიტიზება და კოლექტიურ სიბრძნეზე დაყრდნობა;
- ქრეათიული და ინოვაციური აზროვნების განვითარება;
- ბიზნეს-პრაქტიკის ჰუმანიზაცია, სიმართლის, სიყვარულის, სილამაზის და პატიოსნების იდეების გადაქცევა ბიზნესის ფასეულობებად.

ამ ამოცანების რეალიზაცია მჭიდრო კავშირშია ადჰოკრატულ ორგანიზაციებთან, რაც უკანასკნელ წლებში ფართოდ გავრცელდა და ხასიათდება :

- სტრუქტურული ქვედანაყოფების და მართვის რგოლების მცირე რაოდენობით;
- ვერტიკალური იერარქიის ნაცვლად ჰორიზონტალური კავშირებით;
- პრობლემებზე ორიენტირებულ, მაღალინტელექტუალური სპეციალისტების ჯგუფით;
- გამჭვირვალობითა და ინფორმაციის თავისუფალი გაცვლით;

დაბოლოს, შეიძლება დავასკვნათ, რომ ნდობის ხარისხის ამაღლება წარმოადგენს როგორც კორპორაციული კულტურის; ასევე XXI საუკუნის მენეჯმენტ-2-ის ქვაკუთხედს.

სუბიექტების მიხედვით გამოყოფენ ნდობას: ბიზნეს-სტრუქტურის წევრებს შორის; მენეჯერებსა და თანამშრომლებს შორის; ბიზნეს-სტრუქტურებს შორის; ბიზნეს-სტრუქტურებსა და სახელმწიფოს შორის.

თითოეული მათგანის მნიშვნელობის ჩამოყალიბების, განვითარების და შეფასების შესახებ მრავალი გამოკვლევა არსებობს. ჩვენი აზრით, ყურადღებას იმსახურებს დენის და მაიქლ რეინების გამოკვლევა, რომელიც ეხება ორგანიზაციის შიგნით ნდობის ფორმირებას და შეფასებას. ისინი გამოყოფენ ნდობის სამ სახეობას: კონტრაქტული ნდობა, კომუნიკაციური ნდობა და კომპენტენტური ნდობა.

კონტრაქტული ნდობა სამუშაო ადგილზე ნდობის ამოსავალია და გულისხმობს,რომ ორგანიზაციის წევრებმა უნდა დაიცვან შეფასების პირობები და პასუხი აგონ თავიანთი მოქმედებების შედეგებზე.

კომუნიკაციური ნდობა დაკავშირებულია ისეთი გარემოს შექმნასთან, რომელშიც მუშაკები თავს იგრძნობენ უსაფრთხოდ და კომფორტულად, ადამიანების ურთიერთობა იქნება ღია და პატიოსანი.

კომპეტენტური ნდობა დაკავშირებულია თანამშრომელთა შორის ინფორნაციის, აზრების და იდეების თავისუფალ გაცვლასთან, ურთიერთდახმარებასა და ერთობლივი გადაწყვეტილების მიღებასთან.

დ. და ნ. რეინების აზრით, ორგანიზაციაში ნდობა შეიძლება გაიზომოს შემდეგი პარამეტრებით: ხელშეკრულების დაცვით, ინფორმაციის გაცვლით, ინფორმაციის კონფედენციალობის დაცვით, მიღებული ერთობლივი გადაწყვეტილებებით და სხვ.[1]

რობერტ შო ორგანიზაციაში მენეჯმენტსა და პერსონალს შორის ნდობის ამაღლებას უკავშირებს ისეთ ცნებებს, როგორიცაა წესიერება, პატიოსნება, ზრუნვა.

მრავალი მკვლევარი მენეჯმენტსა და პერსონალს შორის ურთიერთობის განმსაზღვრელი ფაქტორებიდან ყველაზე მნიშვნელოვნად მიიჩნევს მართვის სისტემის თავისებურებებს, ორგანიზაციულ კულტურას.

[1] 1. Reina D; Reina M: (2007) Building Sustainable trust. OD Practitioner, Vol.9 №1.

მრავალ ქვეყანაში ნდობის დონის რაოდენობრივ შეფასებას, როგორც საზოგადოების და ბიზნესის მდგომარეობის მნიშვნელოვან ასპექტს, დიდი ყურადღება ექცევა. მაგალითად, გერმანიაში კვლევითი ჯგუფი GFK სწავლობს ბიზნესისადმი ნდობის დინამიკას (GFK trust), იაპონიაში ბანკი "ტანკანი" ანხორციელებს ყოველკვარტალურ კვლევას. უკანასკნელ პერიოდში განსაკუთრებული პოპულარობა მოიპოვა საერთაშორისო ორგანიზაციის Edelman-ის ყოველწლიურმა გლობალურმა გამოკვლევებმა, რომლითაც ფასდება ხელისუფლების, ბიზნესისა და სხვადასხვა საზოგადოებრივი ორგანიზაციისადმი ნდობის დონე (Trust Barometer). ამ გამოკვლევაში საქართველო არ არის ჩართული, არც რომელიმე ადგილობრივი ორგანიზაცია იკვლევს ნდობის დონეს. ეს მაშინ, როცა თითქმის ყველა პოსტსაბჭოთა ქვეყანაში არსებობს ორგანიზაცია, რომელიც იკვლევს საზოგადოებაში ნდობის სხვადასხვა ასპექტს. მაგალითად, რუსეთში ამ კვლევას ანხორციელებს მენეჯმენტის საერთაშორისო ინსტიტუტი.

ზოგიერთ ქვეყანაში ნდობის ხარისხის შესწავლისას განსაკუთრებული ყურადღება ექცევა ე. წ. არაპიროვნული ნდობის ფორმას, როდესაც ენდობიან არა ცალკეულ სუბიექტს, როგორც ეს პიროვნული ნდობის შემთხვევაშია და რომელიც ყალიბდება ნაცნობებს შორის, არამედ გარემოს, რადგან ამ საზოგადოებრივ გარემოში ჩამოყალიბებული ნორმების შესაბამისად არსებობს იმის ზოგადი მოლოდინი, რომ პარტნიორის დამოკიდებულება ნაკისრი ვალდებულებების შესრულებისადმი იქნება კეთილსინდისიერი.

ასეთი ნდობის პირობებში შესაძლო პარტნიორების წრე მკვეთრად ფართოვდება, უცნობი ბიზნეს-ჯგუფები შედიან საქმიან ურთიერთობაში და შესაბამისად იზრდება ყველაზე ეფექტიანი მენეჯერული გადაწყვეტილების მიღების შესაძლებლობა. ასეთი ნდობა წარმოადგენს თანამედროვე საზოგადოების განვითარების ერთ-ერთ უმნიშვნელოვანეს ფაქტორს. ფ.ფუკუიამა წერს: " უპიროვნო ნდობის განხილვისას თანამედროვე ეკონომიკური ცხოვრების შესწავლა ცხადყოფს, რომ ქვეყნის კეთილდღეობა სულ უფრო განისაზღვრება ერთი უმნიშვნელოვანესი მაჩვენებლით - საზოგადოებაში ჩამოყალიბებული ნდობის ხარისხით".[1]

[1] 1 Ф. Фукуяма. Великий разрыв, М., 2004, с. 267.

არაპიროვნული ნდობა გულისხმობს დადებული კონტრაქტების შესრულების მაღალ კულტურას, რომელიც საზოგადოებაში ყალიბდება აღზრდისა და გარემოს გავლენით, იმ შემთხვევაში, როდესაც სისტემა უშეცდომოდ აფიქსირებს უპატიოსნო ქცევას და მაშინვე გავლენას ახდენს ბიზნეს-ჯგუფის რეპუტაციასა და ეკონომიკურ შედეგებზე.

როგორია საქართველოში ბიზნეს-სტრუქტურებს შორის ნდობის ხარისხი? არის თუ არა კონტრაქტების შესრულების ხელშემწყობი გარემო? – სპეციალისტების მიერ შემუშავებული მრავალი მაჩვენებლიდან, ჩვენი აზრით, საქართველოში ნდობის ხარისხის შესაფასებლად შეიძლება გამოყოფილ იქნეს:

1.ბიზნეს-სტრუქტურებს შორის სასამართლო დავების რაოდენობა;

2.წინასწარ ანაზღაურების ხვედრითი წონა ბიზნეს-სტრუქტურებს შორის ანგარიშსწორების მთლიან რაოდენობაში;

3.ბიზნესის დაცულობა კრიმინალური ელემენტებისაგან;

4.სამეურნეო დავების განხილვისა და აღსრულებისათვის საჭირო დრო

რაც უფრო მაღალია ბიზნეს-სტრუქტურებს შორის ანგარიშსწორების მთლიან რაოდენობაში წინასწარი ანაზღაურების მაჩვენებელი, მით უფრო დაბალია ნდობის ხარისხი. ეს მაჩვენებელი პოლონეთში, ჩეხეთსა და უნგრეთში შეადგენს დაახლოებით 10%-ს, რუსეთში - 40%-ს, საქართველოში კი გაცილებით მაღალია - 70-80 %-ს აღწევს, რაც იმაზე მიუთითებს, რომ ბიზნესის სფეროში ტოტალური უნდობლობაა. კონტრაქტის შეუსრულებლობა და "სიტყვის გატეხვა" წესად არის ქცეული. მყიდველი არ ენდობა გამყიდველს, ბაზარი გაჯერებულია უხარისხო, ფალსიფიცირებული პროდუქციით. მყიდველის და გამყიდველის ურთიერთობის პრიმიტიულ დონეს ასახავს ის გარემოება, რომ მოსახლეობის დიდი ნაწილი გამყიდველს არ ენდობა და საკუთარ სასწორს დაატარებს ჩანთით, ნორმად იქცა, რომ გამყიდველი წონაში იტყუება.

ბიზნესმენებს შორისაც დაბალია ნდობის ხარისხი, რაზეც მიუთითებს მათ შორის სასამართლო დავების აურაცხელი რაოდენობა.

ბიზნესმენები მასობრივად მიმართავენ დაცვის კერძო სამსახურებს, რაზეც ხარჯავენ უზარმაზარ სახსრებს. ეს კი იმისი დადასტურებაა, რომ სახელმწიფო ვერ იცავს ბიზნესს.

ბიზნესის სფეროში წარმოშობილი დავების განხილვის და აღსრულების მდგომარეობა ნათლად აჩვენებს, რომ კანონები, სასამართლო სისტემა და საქმის განხილვის პროცედურა მოუქნელია-მოქმედებენ ნელა და არაეფექტიანად, სამოქალაქო და სამეურნეო დავები გრძელდება რამდენიმე წელიწადს. საბოლოოდ შეიძლება ითქვას, რომ ამჟამად საქართველოში ნდობაზე დამყარებული ბიზნესის წარმოება თითქმის შეუძლებელია.

ნდობის დაბალი ხარისხი უარყოფითად აისახება ეკონომიკურ ეფექტიანობაზე, ბიზნეს-გარემოზე, ეკონომიკურ თავისუფლებასა და საბოლოოდ-ცხოვრების დონეზე. ბიზნესი ნდობაა, ამიტომ მისი ხარისხის ამაღლება წარმოადგენს საქართველოს ეკონომიკური განვითარების სტრატეგიულ ფაქტორს.

Trust – Foundations of Modern Management

S. Vardishvili

In the article is discussed a question of trust between business-structures. A stress is made on non-private trust, when not a separate subject is trusted, but the social surroundings. In conditions of this kind of trust a circle of probable partners significantly broadens. Accordingly, a possibility of receiving of most effective managerial decisions grows. Trust represents the most important factor of modern society development.

In the article is analyzed the quality trust between Georgian business-structures. The amount of court disputes is great, the court and case discussion procedures are not flexible, the disputes continue during many years. A seller doesn't trust a buyer. There are a lot of counterfeit low-quality products at the market. A level of trust between the Georgian business-structures is low. The low quality of trust negatively reflects on the economical effectiveness and business surroundings. Raising the trust quality level represents a strategic factor of economic development of Georgia.

Leadership and Cultural Context

Nino Tkeshelashvili
Doctoral Student of International
Black Sea University

Abstract: *There is ample evidence that the world of business is increasingly global. From a leadership perspective, it requires the ability to work with and influence individuals inside and outside the corporation representing a diversity of cultural backgrounds to help achieve the corporation's goals. A critical question of importance to management scholars and researchers is the nature and dynamic of leadership in a cross cultural environment.*

Using the notion of culturally endorsed implicit leadership theory, we have outlined a theoretical framework to describe the relationship between national cultures, organizational culture, and leadership. Additionally, we examined uncertainty avoidance, power distance, institutional collectivism, in-group collectivism, gender egalitarianism, assertiveness, future orientation, performance orientation, and humane orientation cultural variables of Georgia to get a better understanding of how Georgians view their own culture and how perception of their own culture compares to that of other countries.

Keywords: Culture, Leadership, Cultural dimensions, GLOBE, Implicit Leadership Theory,

Introduction

Since World War II, globalization has been advancing throughout the world. Globalization is the increased interdependence (economic, social, technical, and political) between nations. People are becoming more interconnected. There is more international trade, cultural exchange, and use of worldwide

telecommunication systems. In the last 10 years schools, organizations, and communities have become far more global than in the past. The globalized business world of today provides firms with unprecedented opportunities but also formidable challenges because it represents a higher level of complexity resulting from conditions of multiplicity, interdependence, and ambiguity. Increased globalization has created many challenges, including the need to design effective multinational organizations, to identify and select appropriate leaders for these entities, and to manage organizations with culturally diverse employees. Globalization has created a need to understand how cultural differences affect different socio-economic processes.

Cultural Context and Implicit Leadership Theory

Many researchers use Implicit Leadership Theory as a base for their researches. The implicit leadership theory holds that individuals gradually develop, beginning as young children, a set of beliefs about the behaviors and characteristics of leaders. For most individuals, details of his or her belief-set, or theory, are out of conscious awareness, i.e., they are "implicit."

A key element of implicit leadership theory is that leadership is in the eye of the beholder. That is, "leader" is a term applied by observers (think of them as followers, at least potentially) to someone whose behaviors and characteristics match the observers' implicit belief-set.

Existing research-based leadership theory holds that people in an interacting group – in a team, organization, community, or society – all share implicit leadership theories that are similar. This occurs because people in groups share a great deal, including their environment, past history, recent experiences, common challenges, systems of reward, philosophic or religious beliefs, core values - this list could go on and on. It would be quite astonishing if they did not also share a system of beliefs about leaders. This research is also based on Implicit Leadership Theory.

Leadership and Cultural Context

The literature on the relationship between cultural context and leadership consists of two different levels of analysis: 1) *the relationship between organizational culture and leadership,* and 2) *the relationship between national culture and leadership.* The two streams of research are almost mutually exclusive with little theoretical or empirical linkage.

. Very few well conducted empirical or conceptual studies of the relationship between organizational culture and relationship have appeared in the literature. Several writers have suggested that leaders shape organizational cultures (Peters and Waterman, 1980; Smirsich, 1983; Nicholls, 1988; Quick, 1992; Simms, 1997). Another stream of thought on the relationship between leadership and organizational culture was proposed by Schein (1992) who argued that organizational life cycle is a key determinant of the connection between leadership and organizational culture. He suggested that in the early part of the life cycle, leaders play a major role in shaping the culture of the organization but over time, as the organization gains more maturity its culture influences the actions and behaviors of its leaders.

The literature on relationship between leadership and organizational culture is intuitively appealing and is almost taken for granted and lacks empirical scrutiny. Ogbanna and Harris (2000) are among the few researchers who have conducted a large scale study of this issue and they found that leadership styles are associated with organizational culture.

The second level of analysis relates to the relationship between national culture and leadership. Given the fact that individuals and groups with diverse cultural backgrounds are increasingly working together in the business world, scholars and practitioners have been keen to understand the implications of national culture for a variety of managerial and organizational issues including leadership. More recently, GLOBE researchers provided empirical evidence that both organizational and societal cultural values are predictive of specific global leadership dimensions.

It is important to clarify the concept of 'culture' to better situate it in the context of multicultural leadership processes. This is not an easy task, however, because there are multiple definitions of this term. As early as 1952, the US anthropologists Kroeber and Kluckhohn had listed 164 definitions of culture.

For our purposes, *culture* is defined as the commonly shared beliefs, values, and norms of a group of people.

In the past 30 years, many studies have focused on identifying various dimensions of culture. The best known is the work of Hofstede (1980, 2001), who identified five major demensions: *power distance, uncertainty avoidance, individualism-collectivism, masculinity-femininity, and long-term – short-term orientation.* The recent work of GLOBE is the only rigorous empirical attempt to bridge research streams about leadership and culture. As a part of their study of culture and leadership, GLOBE researchers developed their own classification of cultural dimensions. Based on their own research and the work of others (e.g., Hofstede, 1980, 2001; Kluckhohn & Strodtbeck, 1961; McClelland, 1961; Triandis, 1995), GLOBE researchers identified nine cultural dimensions: *uncertainty avoidance, power distance, institutional collectivism, in-group collectivism, gender egalitarianism, assertiveness, future orientation, performance orientation,* and *human orientation.*

Uncertainty avoidance refers to the extent to which a society, organization, or group relies on social norms, rules and procedures to alleviate unpredictability of future events.

Power distance refers to the degree which members of a collective expect power to be distributed equally.

Institutional collectivism describes the degree to which individuals are integrated into groups within the society.

In-group collectivism refers to the degree to which individuals have strong ties to their small immediate groups.

Gender egalitarianism measures the degree to which a collective or society minimizes gender role differences and promotes gender equality.

Assertiveness refers to the degree to which individuals are assertive, dominant and demanding in their relationships with others.

Future orientation refers to the extent to which a collective encourages and rewards future-oriented behaviors such as delaying gratification, planning and investing in the future.

Table 1 *Country Clusters According to GLOBE*

Anglo	Nordic Europe	Latin America	Southern Asia	Confucian Asia	Middle East	Eastern Europe	Sub-Saharan Africa	Latin Europe	Germanic Europe
Canada	Denmark	Ecuador	Philippines	Singapore	Turkey	Greece	Zimbabwe	Israel	Austria
U.S.A.	Finland	El Salvador	Indonesia	Hong Kong	Kuwait	Hungary	Namibia	Italy	The Netherlands
Australia	Sweden	Colombia	Malaysia	Taiwan	Egypt	Albania	Zambia	Switzerland (French Speaking)	Switzerland
Ireland		Bolivia	India	China	Morocco	Slovenia	Nigeria	Spain	Germany-east
England		Brazil	Thailand	South Korea	Qatar	Russia	South Africa (Black Sample)	Portugal	Germany-west
South Africa (White Sample)		Guatemala	Iran	Japan				France	
New Zealand		Argentina							
		Costa Rica							
		Venezuela							
		Mexico							

SOURCE: Adapted from House, R.J., Hanges, P.J., Javidan, M., Dorfman, P.W., & Gupta, V. (Eds.), *Culture, Leadership, and Organizations: The GLOBE Study of 62 Societies, copyright 2004*, Sage Publications, Inc.

Performance orientation describes the extent to which a collective encourages and rewards group members for performance improvement and excellence.

Human orientation refers to the degree to which a culture encourages and rewards individuals for being fair, altruistic, generous, caring and kind to others.

The GLOBE Studies and Country Clusters

The GLOBE studies offer the strongest body of findings to date on culture and leadership. Using established quantitative research methods, GLOBE researchers studied how 17,000 managers from 62 different countries viewed leadership. As a part of their study they analyzed the similarities and differences between regional clusters of cultural groups by grouping countries into 10 distinct clusters (**Table 1**): Anglo, Latin Europe, Nordic Europe, Germanic Europe, Eastern Europe, Latin America, Middle East, Sub-Saharan Africa, Southern Asia, and Confucian Asia. An analysis of each of the 10 clusters revealed the particular dimensions on which each region was strong or weak and unique from other regions.

We used similar to GLOBE researchers' questionnaire to measure cultural dimensions of Georgia. A total of 160 citizens representing different organizations in five major cities of Georgia were selected for a sample. Among them were doctors, nurses, lawyers, bank managers, teachers, musicians, salespersons, housewives and others. They were requested to fill out questionnaires to measure nine cultural dimensions of Georgia.

Table 2 provides an overall mean for how these dimensions were viewed by people from all of the cultures. We entered Georgia's cultural dimensions mean scores in the last column to get a better understanding of how Georgians' perception of their own culture compares to that of others (e.g., Middle East or Latin America). How Georgian culture relates to other cultures is the first step to improved understanding between Georgian people and people from other cultures.

Table 2 *Cultural Dimensions and Mean Scores for Selected Cultural Clusters*

	Mean Scores of Selected Cultural Clusters						
GLOBE Cultural Dimensions	*Anglo*	*Latin America*	*Middle East*	*Southern Asia*	*Latin Europe*	*Globe Overall*	*Georgia*
Uncertainty avoidance	4.42	3.62	3.91	4.10	4.18	4.16	3.00
Power distance	Not available	Not available	Not available	Not available	Not available	5.17	5.03
Institutional collectivism	4.46	3.86	4.28	4.35	4.01	4.25	3.31
In-group collectivism	4.30	5.52	5.58	5.87	4.80	5.13	5.11
Gender egalitarianism	3.40	3.41	2.95	3.28	3.36	3.37	2.77
Assertiveness	4.14	4.15	4.14	3.86	3.99	4.14	5.04
Future orientation	4.08	3.54	3.58	3.98	3.68	3.85	3.08
Performance orientation	4.37	3.85	3.90	4.33	3.94	4.10	3.33
Humane orientation	4.20	4.03	4.36	4.71	3.71	4.09	3.25

Power distance dimension scores for different selected cultural clusters are not available because GLOBE research data of power distance dimension were not conclusive for cultural clusters.

Georgia's cultural dimensions' high-score categories are in-group collectivism, assertiveness, and power distance. The low-score categories are gender

egalitarianism, uncertainty avoidance, and future orientation. Human orientation, institutional collectivism, and performance orientation are medium-score categories.

Table 3 provides information of countries with highest, medium, and lowest rankings on GLOBE nine cultural dimensions.

Table 3 ***Cultural Dimension Results for Selected Countries***

Cultural Dimension	Highest Ranking	Medium Ranking	Lowest Ranking
Assertiveness Future orientation Gender egalitarianism Uncertainty avoidance Power distance Collectivism In-group collectivism Performance orientation Human orientation	Germany(4.73), Australia(4.62) Singapore(5.07), Switzerland(4.73) Hungary(4.08), Poland(4.02) Switzerland(5.37), Sweden(5.32) Morocco(5.80), Russia(5.52) Sweden(5.22), South Korea(5.20) Iran(6.03), India(5.92) Singapore(4.90), Taiwan(4.56) Philippines(5.12), Ireland(4.96)	Egypt(3.91), Ireland(3.92) Slovenia(3.59), Egypt(3.86) Italy(3.24), Brazil(3.31) Israel(4.01), U.S.(4.15) England(5.15), France(5.28) Hong Kong(4.13), U.S.(4.20) Israel(4.70), Austria(4.85) Sweden(3.72), Israel(3.85) Hong Kong(3.90), Sweden(4.10)	Sweden(3.38), New Zealand(3.42) Russia(2.88), Argentina(3.08) South Korea(2.50), Egypt(2.81) Russia(2.88), Hungary(3.12) Denmark(3.89), Netherlands(4.11) Greece(3.25), Hungary(3.53) Denmark(3.53), Sweden(3.66) Russia(2.88), Argentina(3.08) Germany(3.18), Spain(3.32)

The most family collective country is Iran and the lowest one is Denmark. As we observe Georgia is between medium and the most family collective countries on in-group collectivism. It was clear from conducted interviews that this variable is decreasing though it would be higher a decade ago.

Georgia's the second high ranking is on assertiveness. Sweden and Germany (former East) are the least and the most assertive countries respectively. Georgia is among the most assertive countries.

Georgia's the third high ranking is on power distance. Based on people's

implicit beliefs Denmark is the lowest power distance country and Morocco is the highest one on it. Georgia is close to medium power distance countries.

Georgia's ranking on performance orientation is 3.33. Russia is the least performance oriented country and Singapore is the most performance oriented. Georgia is among the least performance oriented countries.

Georgia's ranking on institutional collectivism is 3.31. Greece is the most individualistic country but Sweden is the most collectivist one. Georgia is among the most individualistic countries.

Georgia's ranking on human orientation is 3.25. Former West Germany is the least human oriented country and the Philippines are most human oriented. Georgia is among the least human oriented countries.

Georgia's ranking on future orientation is 3.08. Russia is the least future oriented country and Singapore is the most future oriented. Georgia is among the least future oriented countries.

Georgia's ranking on uncertainty avoidance is 3.00. Russia has the lowest uncertainty avoidance index and Switzerland is high on it. Georgia is among the lowest uncertainty avoidance countries.

Georgia's ranking on gender egalitarianism is 2.77. Hungary and South Korea have the most and the least gender egalitarianism cultural indexes respectively. Georgia is among the most gender differentiated countries.

Conclusion

As several recent studies have found out definitions and perceptions of leadership vary considerably from culture to culture. In the global business world, organizations and executives face a growing need to understand the subtleties and nuances of leadership as it is exercised in different cultures.

Leaders are expected to have vision, but how this is displayed differs from culture to culture. Instant communications and easy accessibility may shrink this world, but distinct cultures have always and will always continue to exist throughout the global economy. The most successful businesses will be those that not only understand the nuances that exist among different cultures, but

train their executives to lead in ways that demonstrate an understanding and appreciation for distinct cultures. The global executive's leadership style will need to be protean, changing from situation to situation.

We evaluated cultural dimensions of Georgia in our research and compared them to the same variables of other countries based on GLOBE researchers' data.

This is how people in Georgia view their society according to questionnaire data and interviews: they are moderately devoted, loyal and cohesive to their families or organizations. Generally children live with their parents before their marriage and aging parents generally live at home with their children. Parents take pride in the individual accomplishments of their children and children do the same, though presently this tendency is moderately decreasing; they are highly dominant, confrontational and demanding in their relationships with others; power is uniquely shared throughout the society and followers are often expected to obey their leaders without question (Georgia is between medium and high power distance countries); people are less sensitive to others (Georgia is among least human oriented countries); they are less achievement driven because they are not rewarded for excellent performance (Georgia is among least performance oriented countries); they prefer individual interests rather than broader collective goals and accomplishments (Georgia is among the most individualistic countries). Individual interests are preferable even if collective goals suffer; Women are unequally treated (Georgia has high gender differentiation index); Rules and laws are not stressed as a way to maintain order (Georgia has low uncertainty avoidance index); and they don't emphasize strategic planning and are engulfed in solving current problems than in planning for the future (Georgia has low future orientation index).

In comparison with other world cultural clusters, Georgia is more close to Eastern Europe cluster, but exception is low gender egalitarianism.

REFERENCES

Adler, N. J., & Bartholomew, S. (1992). *Managing globally competent people. Academy of Management Executive, 6, 52-65*

Bing, J. W. (2004). *Hefstede's consequences: The impact of his work on consulting and business* practices. *Academy of Management Executive, 18*(1),

80-87.

Dorfman, P. W., Hanges, P. J., & Brodbeck, F. C. (2004). Leadership and cultural variation: The identification of culturally endorced leadership profiles. In R. J. House, P. J. Hanges, M. Javidan, P. W. Dorfman, V. Gupta, & Associates (Eds.), *Culture, leadership, and organizations: The GLOBE study of 62 societies (pp.669-722).* Thousand Oaks, CA: Sage.

Gudykunst, W. B., & Ting-Toomey, S. (1988). *Culture and interpersonal communication.* Thousand Oaks, CA: Sage.

Gudykunst, W. B., & Kim, Y. Y. (1997). *Communicating with strangers: An approach to intercultural communication* (3rd ed.). New York: McGraw-Hill.

Hall, E. T. (1976). *Beyond culture.* New York: Doubledaty.

Hofstede, G.(1980). *Culture's consequences: International differences in work-related values.* Beverly Hills, CA: Sage.

Hofstede, G. (2001). *Culture's consequences: Comparing values, behaviors, institutions, and organizations across nations.* Thousand Oaks, CA: Sage.

House, R. J., & Javidan, M. (2004). Overview of GLOBE. In R. J. House, P. J. Hanges, M. Javidan, P. W. Dorfman, V. Gupta, & Associates (Eds.), *Culture, leadership, and organizations: The GLOBE study of 62 societies* (pp. 9-28). Thousand Oaks, CA: Sage.

Kluckhohn, R. R., & Strodtbeck, F. L. (1961). *Variations in value orientations.* New York: HarperCollins.

Lord, R., & Maher, K., J. (1991). *Leadership and information processing: Linking perceptions and performance.* Boston: Unwin-Everyman.

McClelland, D. C. (1961). *The achieving society.* Princeton, NJ: Van Nostrand.

Ponterotto, J. G., & Pedersen, P.B. (1993). *Preventing prejudice: A guide for counselors and educators.* Thousand Oaks, CA: Sage.

Porter, R. E., & Samovar, L. A. (1997). An introduction to intercultural communication. In L. A. Samovar & R. E. Porter (Eds.), *Intercultural communication: A reader* (8th ed., pp. 5-26). Belmont, CA: Wadsworth.

Ronen, S., & Shenkar, O. (1985). Clustering countries on attitudinal dimensions: A review and synthesis. *Academy of Management Review, 10*(3), 435-454.

Ting-Toomey, S. (1999). *Communicating across cultures.* New York: Guilford.

Triandis, H. C. (1995). *Individualism and collectivism.* Boulder, CO: Westview.

Trompenaats, F. (1994). *Riding the waves of culture.* New York: Irwin.

მართვა და კულტურული გარემო

ნ. ტყეშელაშვილი

მრავალი ფაქტორი ადასტურებს იმას, რომ ბიზნესის სფერო დიდი ხანია გასცდა ერთეული ქვეყნების საზღვრებს და სულ უფრო და უფრო მზარდი გლობალური პროცესის სახეს იძენს. გლობალიზაციამ, ერთი მხრივ, საბაზრო ეკონომიკის სწრაფი ზრდა გამოიწვია და ახალი შესაძლებლობების ფართო სპექტრი შესთავაზა მეწარმეებს, თუმცა, მეორე მხრივ, ისინი ახალი გამოწვევებისა და სირთულეების წინაშე აღმოჩნდნენ. ამ ცვლილებების ფონზე მენეჯერული და მმართველობითი პროცესებისათვის ერთ-ერთი გამოწვევა გახდა კორპორაციის შიგნით თუ გარეთ სხვადასხვა ეროვნული და კულტურული წარსულის მქონე ადამიანებთან ერთად მუშაობის უნარისა და საერთო ორგანიზაციული მიზნების მიღწევის აუცილებლობა. მეცნიერებისა და მკვლევარების წინაშე აქტუალური გახდა მმართველობით პროცესებსა და კულტურულ გარემოს შორის არსებული დინამიკის ტენდენციების შესწავლა. საინტერესოა თუნდაც ის, რომ მართვითი ფუნქციის განსაზღვრება და აღქმა განსხვავდება სხვადასხვა კულტურულ გარემოში.

სამეცნიერო კვლევებსა და ლიტერატურაში მართვასა და კულტურული გარემოს შესახებ არსებული პროცესების შესწავლა ძირითადად ორი მიმართულებით ხდებოდა: 1) დამოკიდებულება ორგა-

ნიზაციულ კულტურასა და მმართველობით პროცესებს შორის და 2) დამოკიდებულება ეროვნულ კულტურასა და მმართველობით პროცესებს შორის. კვლევის ეს ორი მიმართულება განსხვავდება და გამონაკლისს მათ შორის მცირეოდენი თეორიული და ემპირიული კავშირი წარმოადგენს.

უახლოეს წარსულში, მეცნიერთა ერთმა ჯგუფმა ჩაატარა გლობალური GLOBE კვლევა მსოფლიოს 62 ქვეყანაში, რომლის დროსაც 17 ათასი მენეჯერი იქნა გამოკითხული. მეცნიერები შეეცადნენ დაეკავშირებინათ ზემოხსენებული ორი განსხვავებული მიმართულება და უფრო ღრმა და გლობლური ანალიზი გაეკეთებინათ. ამ კვლევის ერთ-ერთ სფეროს წარმოადგენდა მსოფლიოს შესწავლა ცხრა კულტურული მახასიათებლის მიხედვით. ეს მახასიათებლებია:

გარკვეულობის ხარისხი (Uncertainty avoidance) – თუ რამდენად ეყრდნობა საზოგადოება, ორგანიზაცია ან ჯგუფები მკაფიოდ გამოხატულ სოციალურ ნორმებსა და წესებს, როგორც მომავალში გაუთვალისწინებელი მოვლენების შემცირების საშუალებას;

ძალაუფლების დისტანცია (Power distance) - *საზოგადოების წევრების თვალთახედვიდან, თუ რამდენად თანაბრად არის ძალაუფლება საზოგადოებაზე გადანაწილებული;*

ინსტიტუციონალური კოლექტივიზმი (Institutional collectivism) - *თუ რამდენად არიან ადამიანები ინტეგრირებულნი საზოგადოებაში არსებულ ჯგუფებში;*

ჯგუფს-შიგა კოლექტივიზმი (In-group collectivism) - *თუ რამდენად მჭიდრო კავშირი აქვთ ადამიანებს მათს უშუალო მცირე ჯგუფებთან (ოჯახი, ნათესავები, ...);*

გენდერული თანასწორობა (Gender egalitarianism) - *თუ რამდენად არის საზოგადოებაში გენდერული თანასწორობის პრინციპები დაცული;*

გამტანიანობა (Assertiveness) - *თუ რამდენად არიან ადამიანები საკუთარი უფლებების დამცველები, დომინანტები და მომთხოვნები სხვების მიმართ;*

მომავალზე ორიენტირება (Future orientation) - *თუ რამდენად დადებითად არის საზოგადოება განწყობილი მომავალზე ორიენტირებული ისეთი ღონისძიებების მიმართ, როგორიცაა სამომავლო დაგეგმ-*

ვა და შესაბამისი ინვესტიციების ჩადება, თუნდაც დღევანდელი კეთილდღეობის შედარებითი შემცირების ხარჯზე;

სამუშაოს შესრულების შედეგებზე ორიენტირება (Performance orientation) - *თუ რამდენად აფასებს საზოგადოება ადამიანების მიერ კარგად შესრულებულ სამუშაოს;*

ჰუმანური ორიენტაცია (Human orientation) – *თუ რამდენად უწყობს საზოგადოება ხელს, რომ ადამიანები იყვნენ სამართლიანები, არაეგოისტურები, ხელგაშლილები, მზრუნველები და კეთილები სხვების მიმართ.*

GLOBE მკვლევარებმა კულტურული მახასიათებლების მსგავსების საფუძველზე მსოფლიო 10 კულტურულ დაჯგუფებად დაყვეს: ანგლო-საქსური, ლათინური ევროპა, ჩრდილოეთი ევროპა, გერმანისტული ევროპა, აღმოსავლეთი ევროპა, ლათინური ამერიკა, შუა აღმოსავლეთი, საჰარის აფრიკა, სამხრეთი აზია და კონფუცისტური აზია.

ჩვენ საქართველოს ხუთ ქალაქსა (თბილისი, რუსთავი, გორი, კასპი, ქუთაისი) და რეგიონებში ჩავატარეთ მსგავსი კვლევა, რომლის დროსაც გამოკითხულ იქნა (კითხვარებითა და ღია ინტერვიუებით) 200 სხვადასხვა პროფესიის მოქალაქე და შედეგები შევადარეთ კვლევის შესაბამის მაჩვენებლებს. **ცხრილი 2** -ის ბოლო სვეტში მოყვანილია კვლევის შედეგები საქართველოსთვის და შედარებულია სხვა კულტურული დაჯგუფებების შესაბამის მაჩვენებლებს. ხოლო **ცხრილი 3** ასახავს იმ ქვეყნებს, რომლებსაც გააჩნიათ ყველაზე მაღალი, საშუალო და დაბალი კულტურული მახასიათებლების მაჩვენებლები.

ჩვენი კვლევის შედეგების მიხედვით საქართველოს ყველაზე მაღალქულიან კულტურულ მახასიათებლებს წარმოადგენენ ***ჯგუფსშიგა კოლექტივიზმი,*** *გამტანიანობა და* ***ძალაუფლების დისტანცია.***

ყველაზე დაბალქულიან კულტურულ მახასიათებლებს წარმოადგენენ ***გენდერული*** *თანასწორობა,* ***გარკვეულობის ხარისხი*** *და მომავალზე ორიენტირება.*

საშუალოქულიანი კულტურული მახასიათებლებია ***ჰუმანური*** *ორიენტაცია, ინსტიტუციონალური კოლექტივიზმი და სამუშაოს შესრულების შედეგებზე ორიენტირება.*

სოციალურ-შრომითი კონფლიქტების მართვის საკითხები

ნაირა ღვედაშვილი
ივ. ჯავახიშვილის
თსუ ასოცირებული პროფესორი

სოციალური პარტნიორობის იდეოლოგიის საფუძველია სოციალურ-შრომითი კონფლიქტების კონცეფცია და მისი გადაჭრის გზებისა და მეთოდების განსაზღვრა. ეს კონცეფცია, ფაქტობრივად, ნიშნავს იდეოლოგიაში სოციალური პარტნიორობის შემოღებასაც. ამიტომ, პარტნიორობის ანალიზს ჩვენ ვიწყებთ სოციალურ-შრომითი კონფლიქტებით, რომელიც სოციალური კონფლიქტების ერთ-ერთი სახეობაა.

სოციალური კონფლიქტების თავისებურებაა ის, რომ იგი წარმოიქმნება ტოტალური კრიზისის პირობებში, რომელიც მოიცავს საზოგადოებრივი ყოფიერების ყველა ძირითად სფეროს. ამ პირობებში სოციალური კონფლიქტები განპირობებულია სოციალური წინააღმდეგობების განსაკუთრებული გამწვავებით, რომელთა გადაჭრაში სჭარბობს ძალადობის მომენტები. ყოველივე ამის გამო აუცილებელია კონფლიქტებთან დაკავშირებული პრობლემების თეორიული კვლევა, კონფლიქტების მართვისთვის პრაქტიკული ღონისძიებების შემუშავება და აგრეთვე, მათი წარმოქმნისა და შესაძლო შედეგების პროგნოზირება.

კონფლიქტების პრობლემა ისევე ძველია, როგორც სამყარო. მისი კვლევის სათავეები მომდინარეობს ჯერ კიდევ უძველესი სამყაროს ფილოსოფოსებიდან, რომლებიც ცდილობდნენ განესაზღვრათ გარემომცველი სამყაროს განვითარების წყარო, კანონზომიერებები და წინააღმდეგობები.

კონფლიქტების კვლევას დიდ ყურადღებას უთმობდა რომაელი პოლიტიკოსი ნ. მაკიაველი. განიხილავდა რა სხვადასხვა დონის

კონფლიქტს, მიუთითებდა მის დადებით როლზე საზოგადოების განვითარებაში.

კონფლიქტი როგორც სოციალური მოვლენა, ღრმად იქნა გაანალიზებული ადამ სმითის ნაშრომში „გამოკვლევა ხალხთა სიმდიდრის ბუნებისა და მიზეზების შესახებ" (1776წ). იგი მიიჩნევდა, რომ კონფლიქტებს იწვევს საზოგადოების კლასებად დაყოფა.

კონფლიქტების კვლევისათვის დიდი მნიშვნელობა ჰქონდა ჰეგელის მოსაზრებებს დაპირისპირებულთა ერთიანობისა და ბრძოლის შესახებ. კონფლიქტის ერთ-ერთ მთავარ მიზებად ჰეგელი მიიჩნევდა მოსახლეობის სოციალურ პოლარიზაციას(ერთი მხრივ, „სიმდიდრის დაგროვებასა" და მეორე მხრივ, „შრომისმოყვარე ღარიბ კლასს" შორის).

XX საუკუნის 60-იანი წლების შუა პერიოდში გერმანელმა სოციოლოგმა რ. დარენდორფმა დაასაბუთა სოციალური კონფლიქტის ახალი თეორია, რომელმაც მიიღო სახელწოდება „საზოგადოების კონფლიქტური მოდელი". მისმა ნაშრომმა, რომელიც გამოვიდა 1965 წელს სახელწოდებით „კლასები და კლასობრივი კონფლიქტი ინდუსტრიულ საზოგადოებაში", ფართო აღიარება მოიპოვა. უცხოეთის პოლიტოლოგები და სოციოლოგები ამ ფენომენის ფორმალურლოგიკური მიდგომით შესწავლასა და კონფლიქტის კვლევის ცნებითი აპარატის შემუშავებაში საკმაოდ შორს წავიდნენ. სოციალური კონფლიქტის ისეთი ასპექტები, როგორიცაა – წარმოშობის მიზეზები, განვითარების მიმდინარეობა, გადაჭრის მეთოდები და შედეგები, მრავალ მკვლევარის ნაშრომში მკაფიო, სქემატიზებული მოდელების სახითაა წარმოდგენილი. თვით პოლიტოლოგია, რომელიც აშშში ერთ-ერთ ყველაზე ავტორიტეტულ საზოგადოებრივ მეცნიერებად იქცა, გარდაიქმნა კონფლიქტური სიტუაციის ფლობის, კონფლიქტების რეგულირების თეორიად. მისი პრაქტიკული დანიშნულება სწორედ კონფლიქტების რეგულირების ხელშეწყობაა[1].

აშშ-ში გამოდის ათეულობით ჟურნალი კონფლიქტოლოგიაზე, მოქმედებს მრავალი კონფლიქტოლოგიური კვლევითი ცენტრი, 1980 წლიდან ფუნქციონირებს სპეციალური სასწავლო ცენტრი, რომელიც კონფლიქტური სიტუაციების მართვის მენეჯერებს ამზადებს.

[1] Здравомыслов А. Г. Социологиа конфликта-М., 1995, с. 67.

მოთხოვნა ასეთ სპეციალისტებზე სულ უფრო იზრდება. ამ ცენტრის გარდა, კონფლიქტების გადაჭრის თეორია და პრაქტიკა შეისწავლება ამერიკის 150 კოლეჯსა და უნივერსიტეტში.

ჯერ კიდევ XX საუკუნის დასაწყისში, როდესაც იმატა მწვავე შრომითმა კონფლიქტებმა, აშშ-ის ადმინისტრაციამ შექმნა შერიგების მომსახურებისა და შუამავლობის ფედერალური სააგენტო, ხოლო 60-იან წლებში, ეთნოკონფლიქტების წინა პლანზე წამოწევასთან ერთად, პრეზიდენტ ლ. ჯონსონის ინიციატივითა და იუსტიციის სამინისტროს ეგიდით ჩამოყალიბებულ იქნა საზოგადოებრივი ურთიერთობების სამსახური. საერთაშორისო კონფლიქტების გამწვავების კვალობაზე 70-იანი წლების ბოლოს აშშ-ს კონგრესის ინიციატივით შეიქმნა კონფლიქტების გადაჭრისა და მშვიდობის აკადემია. 1981 წელს კი დაარსდა საოჯახო შუამავლობის აკადემია. როგორც ჩანს, კონფლიქტის თითოეულ დონეს აშშ-ში შეესაბამებოდა მართვის გარკვეული ორგანოები და მისი გადაჭრის პროცედურები.

სოციალური კონფლიქტის უამრავი სახეობიდან ჩვენ ძირითად ყურადღებას გავამახვილებთ სოციალურ-შრომით კონფლიქტზე, რაც არის შრომითი პროცესის მონაწილეებს შორის კონფლიქტურ ურთიერთობათა სპეციფიკური სახეობა.

შრომითი კონფლიქტის თეორიის საკვანძო საკითხთა შორის მნიშვნელოვანი ადგილი უკავია მათ ტიპოლოგიას. ცნობილია სოციალურ-შრომითი კონფლიქტების სხვადასხვა კლასიფიკაცია, რომელთა საფუძველს შეადგენს კონფლიქტის წყაროები, მისი შინაარსი, კონფლიქტური ფაქტორების მნიშვნელობა, სტრუქტურულ-ადამიანური მახასიათებლები (ინტენსიურობა, ხანგრძლივობა და სხვ.), ფუნქციური შედეგები, ინსტიტუციონალიზაციის ხარისხი და სხვ.

უწინარესად აღვნიშნავთ, რომ არსებობს „შეტევების" ტიპის სოციალურ-შრომითი კონფლიქტები, როდესაც მოწინააღმდეგეები დგანან შეურიგებელ პოზიციებზე და კონფლიქტების გადაჭრა შესაძლებელია მხოლოდ ერთ-ერთი მხარის გამარჯვებით; ასევე არსებობს „დებატების" ტიპის კონფლიქტები, როდესაც შესაძლებელია კამათი, მანევრები, მაგრამ პრინციპში, ორივე მხარეს შეიძლება ჰქონდეს კომპრომისის იმედი; არსებობს „თამაშის" ტიპის კონფლიქტი, როცა ორივე მხარე მოქმედებს ერთი და იმავე წესის ჩარჩოებში, რის

გამოც ასეთი კონფლიქტი ან არასდროს გადაიჭრება, ან კიდევ შეიძლება დასრულდეს ურთიერთობათა მთელი სტრუქტურის დაშლით.

როგორი მრავალფეროვანიცაა კონფლიქტები, ისეთივეა მისი წარმოქმნის მიზეზები. ნებისმიერ კონფლიქტს საფუძვლად უდევს სიტუაცია, რომელიც მოიცავს ან მხარეთა წინააღმდეგობრივ პოზიციებს, ან ურთიერთსაწინააღმდეგო მიზნებს და მათი მიღწევის საშუალებებს მოცემულ გარემოებებში. მაგალითად, ყველაზე გავრცელებული ეკონომიკური კონფლიქტები გამოწვეულია უპირატესად არსებობის საშუალებების უკმარისობით. შესაბამისად, რაც უფრო ღარიბია საზოგადოება, მით უფრო ხშირია ასეთი კონფლიქტები.

საზოგადოებრივ ცხოვრებაში არსებული კონფლიქტების კვლევისას აუცილებელია კონფლიქტის ფუნქციის გარკვევა, რომელიც შეიძლება იყოს პოზიტიური ან ნეგატიური.

კონფლიქტის **პოზიტიური ფუნქციაა** მოწინააღმდეგეებს შორის დაძაბულობის განმუხტვა. სოციალურად კონტროლირებადი და მართვადი კონფლიქტი ხელს უწყობს საზოგადოებრივი ცხოვრების გათავისუფლებას მოწინააღმდეგე მხარეებს შორის არსებული დაძაბულობისაგან, რაც საშუალებას იძლევა განახლდეს მათი გაწონასწორებული ურთიერთობები. კონფლიქტი ასრულებს თავისებურ „გამოსაბოლქვი სარქველის“ როლს დაგროვილი ვნებებისთვის.

უსათუოდ პოზიტიურია მოწინააღმდეგე მხარეებს შორის საკომუნიკაციო-საინფორმაციო და დამაკავშირებელი პროცესები. დაპირისპირების მსვლელობაში ადამიანებს შეუძლიათ უკეთესად გაიცნონ ერთმანეთი, დაუახლოვდნენ ერთმანეთს გარკვეული ერთობის ჩარჩოებში და დადგნენ რაიმე საერთო პლატფორმაზე.

კონფლიქტის პოზიტიური ფუნქცია ვლინდება იმით, რომ ის შეიძლება გახდეს სოციალური ცვლილებების სტიმულატორი და მამოძრავებელი ძალა. კონფლიქტი სოციალურ ურთიერთობებს უფრო მობილურს ხდის. საზოგადოების ძირითად ფენებსა და ძალებს შორის არსებული თანხმობის პირობებში სოციალური ცხოვრების დინება თანაბრად, ნელა, თითქოს ინერციით ვითარდება, მაგრამ როგორც კი მათ შორის გაღვივდება კონფლიქტი, მაშინვე ყველაფერი მოძრაობაში მოდის. ქცევისა და მოქმედების ჩვეულ ნორმებს, რომლებიც წლობით აკმაყოფილებდა მათ, ისინი უკუაგდებენ საოცარი გაბედ-

ულებით და ყოველგვარი სინანულის გარეშე. კონფლიქტის დროს მთელი საზოგადოება შეიძლება ისე გარდაიქმნას, როგორც ბუნება გამოდარების შემდეგ, მაგრამ მან შეიძლება მიიღოს „მბოლავი ნანგრევების" სახეც. რაც უფრო ძლიერია სოციალური კონფლიქტი, მით უფრო შესამჩნევია მისი გავლენა სოციალური პროცესების მიმდინარეობასა და მათი განხორციელების ტემპებზე.

ადამიანთა მოთხოვნილებები, ინტერესები, მიზანდასახულობები, აგრეთვე, სოციალური დაუკმაყოფილებლობის ან პროტესტის მიზეზები მშვიდ ვითარებაში ქცევისა და მოქმედებების ჩვეულ ნორმებშია მოქცეული, კონფლიქტურ სიტუაციებში კი ადამიანები უფრო მკაფიოდ აცნობიერებენ როგორც საკუთარ, ასევე მათ საწინააღმდეგო ინტერესებს, უფრო სრულად ავლენენ საზოგადოებრივი განვითარების ობიექტური პრობლემებისა და წინააღმდეგობების არსებობას. არცთუ იშვიათად, ეს დაკავშირებულია სოციალური დიფერენციაციის პროცესის დაწყებასთან, რომელსაც თან სდევს ძველი სოციალური სტრუქტურების შეცვლა ან დაშლა.

კონფლიქტი იწვევს მოწინააღმდეგე ძალების პოლარიზაციას, მაგრამ ამასთან ერთად მიმდინარეობს ახლადწარმოქმნილი ცენტრების ირგვლივ წინანდელი ერთობის დაშლილი ნაწილების გაერთიანების, ინტეგრაციის პროცესი. იქმნება წინაპირობა ახალი ერთობის წარმოქმნისათვის, რომელსაც შეუძლია კონფლიქტში დამოუკიდებელი როლი შეასრულოს.

რა თქმა უნდა, რეალურ სინამდვილეში ეს პროცესი ყოველთვის ასე ერთმნიშვნელოვნად არ გამოიყურება. სოციალურ კონფლიქტში ერთმანეთს შეიძლება დაუპირისპირდეს არა ორი ან სამი, არამედ გაცილებით უფრო მეტი მხარე, ხოლო მათი ფრონტების გამყოფი საზღვრები შეიძლება არც ისე მკაფიო იყოს. ამასთან, კონფლიქტში სოციალურ ძალთა პოლარიზაციის პროცესი შეიძლება იმდენად ძლიერი აღმოჩნდეს, რომ თავისი გავლენის სფეროში ჩაითრიოს ის პირებიც, რომლებსაც სურდათ დარჩენილიყვნენ მის ფარგლებს გარეთ.

ეს იმაზე მიგვანიშნებს, რომ როგორც ნებისმიერ საზოგადოებრივ მოვლენას, ასევე კონფლიქტს, თან ახლავს უარყოფითი შედეგებიც. უწინარესად ეს ეხება სტიქიურ კონფლიქტებს. მაგალითად,

ასეთი კონფლიქტი შეიძლება ემუქრებოდეს საზოგადოების ინტეგრაციას, არასასურველი გავლენა მოახდინოს ხელისუფლების საქმიანობაზე, გამოიწვიოს განხეთქილება ნაკლებად მყარ ჯგუფებში და სხვ. კონფლიქტი – პირდაპირი გამოწვევაა შრომითი კოლექტივის შინაგანაწესისთვისა და სტაბილურობისთვისაც. კონფლიქტის სწორედ ასეთი ნეგატიური გავლენა წარმოადგენს პრობლემას, რომელიც საჭიროებს კონტროლსა და მართვას, რათა ის არ გაღრმავდეს არამედ, შეამციროს თანმდევი ნეგატიური შედეგები.

სოციალურ-შრომითი კონფლიქტი უნდა განვიხილოთ დინამიკაში, ანუ გავითვალისწინოთ მისი გენეზისი და განვითარების ყველა სტადია. კონფლიქტის განვითარებაში გამოყოფენ კონფლიქტისწინა, საკუთრივ კონფლიქტურ და კონფლიქტის შემდგომ სტადიებს.

კონფლიქტური ურთიერთობების რეგულირების მეტ-ნაკლებად მოხერხებული პირობები არსებობს შრომითი კონფლიქტის ფორმირების **პირველ ეტაპზე**. თუმცა, ასეთი პირობები შეიძლება აღმოჩნდეს კონფლიქტური ურთიერთობების განვითარების სხვა ეტაპებზეც.[1] კონფლიქტის ამ სტადიაზე არც ერთი მხარე არ არის მასში ჩაფლული იმდენად, რომ საწყის პოზიციებთან დაბრუნება შეუძლებელი იყოს.

გარდა ამისა, კონფლიქტის საწყის ეტაპზე ყველა მის რეალურ და პოტენციურ მონაწილეს შორის შეინიშნება მერყეობა. შემთხვევითი არ არის, რომ ღია კონფლიქტის მომხრეები, სწორედ ამ პერიოდში, ასეთ დიდ მნიშვნელობას ანიჭებენ საბრძოლო სულისკვეთების შენარჩუნებას. ამ სტადიაზე გადამჭრელი ზომების მიღებამ შეიძლება მიგვიყვანოს წარმატებამდე, ღია შეჯახების შეჩერებამდე, კომპრომისამდე. მრავალი სამართლიანი საყვედური გამოითქმის ქვეყნის ხელმძღვანელობის მისამართით, თუკი ის მუდმივად აგვიანებს გადამჭრელი ზომების მიღებას მაშინ, როდესაც მართლაც გაცილებით ადვილი იქნებოდა მშვიდობისა და თანხმობის მიღწევა.

მეორე ეტაპი არის გამოწვევა, რომლითაც მთელი რიგი მოთხოვნის ან პრეტენზიების წამოყენებით ერთ-ერთი მონაწილე მხარე ახდენს კონფლიქტის ინიცირებას, დათმობების ან დადებითი შედეგების მიღწევის მიზნით. გამოწვევა მოიცავს მისი ინიციატორის მიზნებს და განსაზღვრავს კონფლიქტის ძირითად მიზეზებს. ტაქტიკური მიზნით მას თან ახლავს მუქარა ან სანქციების გამოყენება – სხვადასხვა შუალედური ზომის გამოყენებიდან დაწყებული და ხანგრძლივი, მასობრივი გაფიცვით დამთავრებული. კონფლიქტი ყოველთვის იწყება მკვეთრად გამოხატული გამოწვევით.

[1] Александрова Е. В. Регулирование трудовых конфликтов на промышленых предприатиях, М., 1999, с. 54.

მესამე ეტაპი არის თავდაპირველი რეაქცია გამოწვევაზე. ის გამოიხატება თავდაცვით, თავისამრიდებელ ან შეტევით მოქმედებებში, რომელთა მიზანია თავის არიდება ან გამოწვევის ინიციატორის მხრიდან საფრთხის ნეიტრალიზება.

მეოთხე ეტაპზე ხდება ერთი მხარის მიერ მეორეზე ძალზე აქტიური ზემოქმდება მისი წინააღმდეგობის დაძლევის, სიტუაციის ჩიხიდან გამოყვანისა და ამით რომელიმეს სასარგებლოდ კონფლიქტის გადაჭრის მიზნით.

მართვის სტრატეგია შეიძლება მიმართული იყოს აგრესიული, კონფრონ-ტაციული ქცევის დაძლევისკენ, კომპრომისის მიღწევისკენ, კონფლიქტის აღკვეთისკენ, მისგან თავის არიდებისკენ (რაც გამართლებულია გონივრული და ცივილიზებული გამოსავლის ძიებით), და თანამშრომლობისკენ (ეს საშუალებას გვაძლევს მივაღწიოთ მაქსიმალურ ეფექტს).

მეხუთე ეტაპია კონფლიქტის დარეგულირება, რომელსაც ემყარება კონფლიქტის დასრულების პირობები და მიიღწევა ახალი შეთანხმებები ან წარმოებს მოლაპარაკება ან კონფლიქტის დაწყებამდე არსებული მდგომარეობის აღდგენის თაობაზე, ან ადრე არსებულ შეთანხმებაში კორექტივების შეტანასა და ორივე მხარისთვის მისაღებ პირობებზე. მოლაპარაკებებში მონაწილე მხარეთა პოზიციების სიმტკიცის მიხედვით კონფლიქტის დარეგულირებამ ერთ-ერთ მხარეს შეიძლება საშუალება მისცეს მოითხოვოს ადრე არსებული მდგომარეობის შეცვლა, რომელიც ნიშნავს ერთი მხარის მიერ თავისი მიზნების სრულ ან ნაწილობრივი მიღწევას მეორის ხარჯზე.

მეექვსე ეტაპი შედეგებია, რაც წარმოადგენს კონფლიქტის „დასრულების დაწყებას“. ეს ეტაპი შეიძლება დავახასიათოთ როგორც კონფლიქტის დარეგულირების მონაპოვრისა და დანაკარგის შეჯამების პერიოდი.

კონფლიქტის განვითარების სხვადასხვა ეტაპზე შრომით კოლექტივში არსებული ურთიერთობა ხასითდება სხვადასხვა ხარისხით.

ურთიერთობათა დამაკმაყოფილებელი მდგომარეობა: შრომითი კოლექტივის მუშაკთა დაუკმაყოფილებლობის ხარისხი აღწევს 20%-მდე. აღნიშნული ურთიერთობები არის ნორმალური (სამუშაო) სოციალური დაძაბულობის პირობებში.

ურთიერთობათა არამყარი მდგომარეობა: მუშაკების დაუკმაყოფილებლობის ხარისხი მერყეობს 20%-დან 40%-მდე ინტერვალში. ეს ურთიერთობა ხასიათდება მაღალი ხარისხის სოციალური დაძაბულობით. ასეთი სიტუაცია შეიძლება სწრაფად გადაიზარდოს კონფლიქტში. მოცემული მდგომარეობის განმსაზღვრელი ფაქტორების ანალიზმა და მისი მმართველობითი გადაწყვეტილებების დროულმა მიღებამ შეიძლება გამოიწვიოს შრომით კოლექტივში არსებული სოციალური დაძაბულობის შემცირება.

ურთიერთობათა კონფლიქტისწინა მდგომარეობა: მუშაკების დაუკმაყოფილებლობის ხარისხი მერყეობს 40%-დან 70%-მდე ინტერვალში. ეს ურთიერთობები ხასიათდება საკმაოდ მაღალი ხარისხის სოციალური დაძაბულობით. ადეკვატური ლიდერის გამოჩენა და საწარმოო ჯგუფების გადასვლა ემოციურ მდგომარეობაში უმართავს ხდის კოლექტივს და იწვევს კოლექტივში ღია კონფლიქტებს.

ურთიერთობათა კონფლიქტური მდგომარეობა – მუშაკების დაუკმაყოფილებ-ლობის ხარისხი მერყეობს 70%-დან 100% -მდე ინტერვალში. აღნიშნული ურთიერთობები ხასიათდება ძალზე მაღალი ხარისხის სოციალური დაძაბულობით. კოლექტივი, ლიდერის ან საინიციატივო ჯგუფის მეშვეობით, ორგანიზებულად გამოდის თავისი მოთხოვნებით, გამოსავალი შექმნილი სიტუაციიდან არის წამოყენებული მოთხოვნების მიღება, ლიდერთან ან საინიციატივო ჯგუფთან დიალოგი.

ერთ-ერთ მნიშვნელოვან პრობლემას წარმოადგენს სოციალურ-შრომითი კონფლიქტის ეპიცენტრის სწორი განსაზღვრა. ასეთ ეპიცენტრია კონფლიქტი ორ ძირითად ძალას–დაქირავებულ მუშაკებსა და მათ დამქირავებლებს შორის. სხვადასხვა შიგა და გარე ფაქტორის ზემოქმედებით ის შეიძლება შეწყდეს, ან პირიქით, გამწვავდეს, მიიღოს უხეში სოციალური დაპირისპირების ფორმა.

ამერიკელი მკვლევარი მერი ფოლეტი, რომელმაც წამოაყენა „კონსტრუქციული კონფლიქტის" იდეა, განასხვავებს კონფლიქტის გადაჭრის სამ ტიპს: „დომინირება", ანუ ერთი მხარის გამარჯვება მეორეზე; „კომპრომისი", ე.ი. ურთიერთდათმობების ხარჯზე მიღწეული შეთანხმება; „ინტეგრაცია" – წინააღმდეგობათა ყველაზე კონსტრუქციული გამოყენება, როცა არც ერთი მხარე არა თუ არაფერს კარგავს, არამედ ეძებს კიდევაც.[1]

კონფლიქტებზე მსჯელობისას ხაზგასმით უნდა აღვნიშნოთ, რომ ცხოვრება მხოლოდ კონფლიქტებისაგან არ შედგება, მასში ერთმანეთს ენაცვლება სიმშვიდე და დაპირისპირება, დადებითი და უარყოფითი მოვლენები. კონფლიქტის როგორც, რაღაც დამოუკიდებლი ფენომენის წარმოდგენის ყოველგვარი მცდელობა, შეიძლება მხოლოდ პირობითად ასახავდეს სინამდვილეს, რადგან ამ შემთხვევაში ხელოვნურად გამოვრიცხავთ მის გვერდით სიმშვიდისა და თანხმობის არსებობას. თუმცა თეორიულად ეს სავსებით დასაშვებია.

ამასთან დაკავშირებით წარმოიჭრება საკითხი თანხმობის, კონსენსუსის შესახებ. კონსენსუსი განისაზღვრება იმით, თუ როგორი ურთიერთკავშირი არსებობს წამყვან სოციალურ ძალებს შორის. ეს არის სხვადასხვა სოციალურ-პოლიტიკური ჯგუფის შეხედულებათა მაქსიმალურად შესაძლო დაახლოება, პერსპექტიული პრობლემების გადაჭრისადმი მიდგომების ფორმულირება. კონსენსუსის ძირითადი პირობაა სხვისი ინტერესების ცნობა, როგორც საკუთარი ინტერესების განხორციელების პირობა. მისი პრინციპებია – არ ჩაახშონ დაპირისპირება ძალის გამოყენებით, გამოიმუშაონ მათი რეგულირების მშვიდობიანი საშუალებები, გამოძებნონ საერთო მიზნები, დაამკვიდრონ ნდობის ატმოსფერო, გამართონ კონსტრუქციული მოლაპარაკება, გამორიცხონ ჭარბი ემოციურობა.

ცნობილია, რომ საზოგადოებრივ განვითარების წყაროა დაპირისპირებულთა ბრძოლა, მაგრამ ძალზე მნიშვნელოვანია გავითვალისწინოთ მისი ხასიათი. არ შეიძლება წინააღმდეგობათა გადაჭრა დავიყვანოთ მხოლოდ ერთ ხერხამდე – ძალადობამდე, მის ჩახშობამდე. ახალი ხედვა მდგომარეობს ძალადობის და არა ზოგადად

[1] Михеев В А.Государственная служба регулирование конфликтов и социальное партнерство.-М; 1999. с. 63.

ბრძოლის, როგორც განვითარების წყაროს უარყოფაში. ძალადობისა და ჩახშობის გამოყენება არა ნორმა, არამედ მხოლოდ საზოგადოებრივი ცხოვრების ერთ-ერთი შესაძლო ვარიანტია.

უკანასკნელ ათწლეულებში განვითარებულ ქვეყნებში გამომუშავებულია და წარმატებით გამოიყენება სოციალურ-შრომითი ურთიერთობების რეგულირების არაძალდობრივი ხერხი—'სოციალური პარტნიორობა", რასაც დიდი საზოგადოებრივი ეფექტი მოაქვს.

ამრიგად, სოციალური შრომითი კონფლიქტი უნდა განვიხილოთ არა მარტო როგორც კონფრონტაცია, არამედ როგორც მდგომარეობა, რომლის დროსაც კონფლიქტის სუბიექტები მიილტვიან ურთიერთმისაღები შედეგების მიღწევისაკენ. სოციალური კონფლიქტი – სოციალური განვითარების ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი ფაქტორია, რაშიც დიდი როლი ეკისრება თანხმობას, მოლაპარაკებას. ამასთან, თანხმობა ითვლება საზოგადოების მუდმივ მდგომარეობად, ხოლო კონფლიქტი – დროებითად. თუმცა, ცივილიზებულ საზოგადოებაში სოციალური კონფლიქტი ისეთივე ნორმალურია, როგორც სიტყვის თავისუფლება, არჩევითობა, ალტერნატიულობა და სხვა პროცედურები.

Rule and Regulation of Social-work conflicts

N.Gvedashvili

The article points out, that all conflicts in a society is based on the situation, which includes either opposite positions or conflicting purposes and ways to fulfil them in a present situations. The most widely arespread economical conflicts, that is provoked especially a lack of ways.

To examine conflicts in a community life it is necessary to understand a function of conflict, that mag be positive or negative.

A social conflict is one the most important factor of the social development. The social conflict is so normal in the modern society as free speech, alternative and other processes.

საქართველოს მოსახლეობის ჯანმრთელობის დაცვის მდგომარეობის სტატისტიკური მიმოხილვა

ზამირა შონია

ივ. ჯავახიშვილის სახელობის

თსუ ასისტენტ-პროფესორი

ინფორმაციას მოსახლეობის ჯანმრთელობის დაცვის შესახებ მოიპოვებენ სტატისტიკური დაკვირვების რიგი მეთოდით,როგორიცაა: ანგარიშგება, სპეციალურად ორგანიზებული სტატისტიკური დაკვირვება, გამოკითხვის ნაირსახეობები, შერჩევითი დაკვირვება და სხვ.

სტატისტიკური დაკვირვების ცნობილი ფორმა-ანგარიშგება, სამედიცინო სექტორში ფართოდ გამოიყენება. სწორედ მისი მეშვეობით მოიპოვება სტატისტიკური ინფორმაცია ჯანდაცვის დაწესებულებების, სამკურნალო საშუალებათა წარმოების, მარაგის შესახებ. საწარმოთა ანგარიშგებებიდან ვგებულობთ მონაცემებს ტრავმატიზმის, წარმოებაში უბედური შემთხვევებით მოკვდავობის და მრავალ სხვათა შესახებ.

თავისი შინაარსის მიხედვით ანგარიშგების ფორმები შეიძლება იყოს ტიპური, სპეციალიზებული, მიმდინარე, წლიური და სხვ.

ტიპური ანგარიშგების არსია ის,რომ იგი ყველა დარგისთვის ერთიანია, სპეციალიზებული კი ეხება ცალკეულ დარგს. ეს უკანასკნელი გამოიყენება ჯანმრთელობის სტატისტიკაშიც.

ანგარიშგებით, მაგალითად, ინფექციურ დაავადებათა შესახებ სწავლობენ დაავადებათა დონეს მათი ძირითადი ჯგუფების მიხედვით, ტრავმატიზმის შემთხვევებს, მათ დინამიკას, რაც საშუალებას გვა-

ძლევს წარმოდგენა გვქონდეს დაავადებათა ცალკეული სახეობების გავრცელების, ჯანმრთელობაზე გარემოს გაჭუჭყიანების ზეგავლენის და ა.შ. თაობაზე.

ინფორმაცია ჯანმრთელობის შესახებ სტატისტიკური დაკვირვების მე-2 ფორმის – სპეციფიკურად ორგანიზებული სტატისტიკური დაკვირვების, მაგალითად, მოსახლეობის აღწერის მონაცემებშიცაა.

მოსახლეობის სამედიცინო მომსახურების დასახასიათებლად ფართოდ მიმართავენ გამოკითხვას. ეს მეთოდი სტატისტიკაში ხშირად გამოიყენება პაციენტების ავადმყოფობის დასადგენად.

გამოკითხვას, ბერძენი ისტორიოგრაფის – ჰეროდოტეს ცნობით, პირველად მიმართეს ჩვენს წელთაღრიცხვამდე ეგვიპტელთა და მათი შემოსავლის აღწერისას. მას ცნობილი ბელგიელი მკვლევრი ადოლფ კეტლეც იყენებდა XIX საუკუნის მეორე ნახევრიდან სოციალურ მოვლენათა გამოკვლევებში – შობადობის, მოკვდავობის და ა.შ. შესასწავლად.

გამოკითხვა იყოფა ანკეტირებად და ინტერვიუდ.

განასხვავებენ ინდივიდუალურ და ჯგუფურ ანკეტირებას, ანკეტირებას საცხოვრებელი, სასწავლო და სამუშაო ადგილის მიხედვით, ანკეტების დარიგებით, საფოსტო და პრესით გავრცელებით. ინფორმაციის მოპოვების ამ სახეობას ფართოდ მიმართავენ სპეციალურ გამოკვლევებში. იმისათვის, რომ შესწავლილ იქნეს სამკურნალო-პროფილაქტიკური დაწესებულებების მუშაობა, მოსახლეობა გამოიკითხება ანკეტების მეშვეობით.

მოსახლეობის ჯანმრთელობის, ცხოვრების დონის შესასწავლად ფართოდ იყენებენ აგრეთვე მონიტორინგულ გამოკვლევებს. ცნობილია, რომ ამ მეთოდის გამოყენება ბოლო ხანებში რუსეთის ტერიტორიაზე და თანამეგობრობის ქვეყნებში ძალიან ხშირია.

მოსახლეობის გამოკითხვის ერთ-ერთი სახესხვაობის – ინტერვიუს გამოყენება სოციალურ სფეროში პოპულარულია. მას მიმართავენ ჟურნალისტიკაში, მედიცინაში, ეთნოგრაფიაში, პედა-

გოგიკაში და ა.შ. სოციალური მეცნიერებები მისით ოპერირებენ XVIII საუკუნიდან. მისი ნაირსახეობიდან ფართო გამოყენებაშია დოკუმენტური, თავისუფალი (არასტანდარტული), ფორმალიზებული, სატელეფონო, სამუშაო და საცხოვრებელი ადგილების მიხედვით ინტერვიუები.

სოციალურ გამოკვლევებში და მათ შორის, ჯანმრთელობის სფეროში, მაგალითად, მოსახლეობაზე გარემო პირობების ზეგავლენის შესწავლისას, მონაცემთა მოპოვების ერთ-ერთი საიმედო მეთოდია შერჩევითი დაკვირვება. ის დაფუძნებულია გენერალური (მთლიანი) ერთობლიობიდან მონაცემების შემთხვევით შერჩევაზე.

სტატისტიკური დაკვირვების ამ სახეობას, სრული დაკვირვებისგან განსხვავებით, ინფორმაციის მოპოვებისა და დამუშავებისათვის ნაკლები ფულადი ხარჯი, შრომითი რესურსები და დროს ჭირდება.

შერჩევითი დაკვირვების დაწყებამდე წინასწარ უნდა დადგინდეს გამოკვლევას დაქვემდებარებულ ობიექტთა რიცხოვნობა, ე.ი. სწორად უნდა განისაზღვროს შერჩევის მოცულობა. ამასთან, შერჩევით ერთობლიობაში პროპორციულად უნდა იყოს წარმოდგენილი მთლიანი ანუ გენერალური ერთობლიობის ყველა ჯგუფი. აუცილებელია მონაცემთა სიზუსტის დაცვა, რამდენადაც ამ სახეობის დაკვირვებასაც ახლავს შეცდომები. ერთ-ერთი მათგანია რეპრეზენტაციის (წარმომადგენლობის) შეცდომა. თუმცა, შეცდომების აღმოფხვრა ხერხდება არითმეტიკული და ლოგიკური კონტროლის საშუალებით.

მოსახლეობის დაავადებათა და ჯანმრთელობის დაცვის შესახებ მაჩვენებლებს, მაჩვენებელთა სისტემას სოციალური სტატისტიკის ეს დარგი, რომელიც სამედიცინო სტატისტიკადაა ცნობილი, მონაცემების მოპოვების, კომპიუტერებით დამუშავების შემდეგ, როგორც სტატიკაში, ასევე დინამიკაში, წარმოგვიდგენს აბსოლუტური, შეფარდებითი და საშუალო სიდიდეების სახით.

სამედიცინო სტატისტიკის მაჩვენებლებიდან უმნიშვნელოვანესია დემოგრაფიული მაჩვენებლები, მაჩვენებლები დაავადებათა შესახებ, დაავადებებზე გარემოს პირობების ზეგავლენის, ჯანმრთელობის დაცვის შესახებ[1].

დემოგრაფიულ მაჩვენებლებს მიეკუთვნება – მოსახლეობის სიცოცხლის საშუალო ხანგრძლივობა, მათ შორის, მამაკაცების, ქალების, მოკვდავობის დონის, მიზეზების მაჩვენებლები.

სამედიცინო სტატისტიკის მაჩვენებლთა კლასიფიკაციაში განსაკუთრებული ადგილი უკავია დაავადებათა მაჩვენებლებ ძირითადი ჯგუფების მიხედვით, დაავადებულთა კონტინგენტს ასეთივე ასპექტით და ა.შ.

სამედიცინო მომსახურების დასახასიათებლად კი გამოიყენება მაჩვენებლები, როგორიცაა: სამკურნალო-პროფილაქტიკური დაწესებულებების სიმძლავრე (ცვლაში ადამიანთა მიმართვების რიცხვი, სტაციონარში საწოლთა რიცხვი), პალატებში ავადმყოფთა მაქსიმალური რიცხვი, სამედიცინო ტექნიკით, სატრანსპორტო საშუალებებით უზრუნველყოფის დონე, სამკურნალო-პროფილაქტიკურ დაწესებულებათა მაჩვენებლები და სხვ.

მოსახლეობის ჯანმრთელობაზე ზემოქმედებს შრომისა და გარემომცველი პირობებიც. ამასთან დაკავშირებით სტატისტიკა ანგარიშობს მთელ რიგ მაჩვენებელს. შრომის პირობებთან დაკავშირებით უნდა ითქვას, რომ ვიბრაციის, ხმაურის, ტემპერატურის, სინოტივის, მონოტონურობის და სხვა ფაქტორების ზეგავლენა თავის გამოსახვას პოულობს ტრავმატიზმისა და პროფესიულ დაავადებათა გავრცელებაში[2].

ამასთან დაკავშირებით სტატისტიკა ანგარიშობს წარმოებაში უბედურ შემთხვევათა, ასევე დაზარალებულთა რიცხვის, ტრავმის მიზეზით შრომის უუნარობის შედეგად გაცდენილ კაც-დღეთა მაჩვენებლებს.

[1] უფრო ვრცლად იხ. В.С.Балинова. Статистика в вопросах и ответах. М., Проспект, 2004, с. 134.

[2] იხ. Н.П.Дашинская. Международная статистика. Изд-во ЦЕНТР, БГУ, 2007, с. 247-249.

ანგარიშობენ, აგრეთვე, სიმძიმისა და მოკვდავობის სხვა სახეობის კოეფიციენტებს. სიმძიმის კოეფიციენტი მიიღება უბედური შემთხვევის შედეგად დაღუპულთა რიცხვის გაყოფით დაზარალებულთა რიცხვზე. იანგარიშება პრომილეში – ყოველ 1000 კაცზე, ხოლო მოკვდავობის კოეფიციენტი მიიღება უბედური შემთხვევით დაღუპულთა რიცხვის გაყოფით დასაქმებულთა საშუალო რიცხვზე. ეს მაჩვენებელიც პრომილეში იანგარიშება.

საინტერესოა, აგრეთვე, სტატისტიკური მაჩვენებლები, რომლებიც წარმოდგენას გვიქმნის ადამიანის ჯანმრთელობაზე გარემოს ზეგავლენის შედეგად. ასეთად გვევლინება, ვთქვათ, ჰაერის გაჭუჭყიანებასთან დაკავშირებული ინდქსი, რომელიც მიიღება:

$$Y = \frac{\sum X_1 N_1}{\sum X_0 N_0},$$

სადაც X_1 და X_2 - ატმოსფეროს გაჭუჭყიანების დონეა მიმდინარე და საბაზისო პერიოდში;

N_1 და N_0 - მოსახლეობის რიცხვია, რომელიც ცხოვრობს ამ გაჭუჭყიანებულ გარემოში მიმდინარე და საბაზისო პერიოდში.

მსგავსი მაჩვენებლები იანგარიშება ადამიანის ჯანმრთელობაზე მიწის, ბუნებრივი წყლის და ა.შ. ადამიანზე ზეგავლენის დასადგენად, რათა მომავალში გატარდეს აუცილებელი ღონისძიებები.

ჯანმრთელობის დაცვის საქმეს ემსახურება, აგრეთვე, სანიტარულ-საკურორტო მკურნალობა, დასვენება, ფიზიკური კულტურით, სპორტით, ტურიზმით დასაქმება.

სტატისტიკა აღნიშნულთან დაკავშირებით ანგარიშობს ისეთ მაჩვენებლებს, როგორიცაა: სანატორიუმებისა და დასვენების დაწესებულებათა, მათში ადგილთა რიცხვი; დასასვენებელ სახლებში, პანსონატებში, ტორისტულ ბაზებში, მოსწავლეთა ბანაკებში დამსვენებელთა რიცხვი, ტურისტულ ლაშქრობებში მონაწილეთა, ტურისტული თბომავლით მოგზაურთა რიცხვი.

გავაანალიზოთ სტატისტიკური მაჩვენებლები ჯანმრთელობის დაცვის შესახებ. მაგალითად, ექიმების რიცხვი ცალკეული სპეციალობის მიხედვით 2004-2007 წლების საქართველოში, დაავადებათა ძირითადი ჯგუფების მიხედვით მოსახლეობის ავადობისა, ბავშვთა ავადობისა (0-14 წლის ასაკში), მოსახლეობის ავადობისა ინფექციური დაავადებებით, სასწრაფო დახმარებით მოსახლეობის მომსახურების მაჩვენებლები[1].

თუკი 2004 წლისათვის საქართველოში მუშაობდა 21396 ექიმი, მათი რიცხვი 2007 წლისათვის შემცირდა 1445-ით, ე.ი. გახდა 19951. 49,6 პროდეციმილედან (ათი ათასიდან) გახდა 45,5 პროდეციმილე, შემცირდა 4,1-ით.

2004 წლისათვის იყო 2470 თერაპევტი, 2007 წლისათვის – 1875, ე.ი. შემცირდა 595-ით – 5,7 პროდეციმილედან გახდა 4,3 პროდეციმილე, შემცირდა 1,4-ით;

2004 წლისათვის იყო 1011 ქირურგი, 2007 წელს გახდა 906, ანუ 2,3 პროდეციმილედან შემცირდა უმნიშვნელოდ – გახდა 2,1 პროდეციმილე, ე.ი. შემცირდა 0,2-ით.

სტატისტიკა საინტერესო ინფორმაციას გვთავაზობს 2008 წლისათვის საქართველოში მოსახლეობის, მათ შორის ბავშვთა ავადობის შესახებ დაავადებათა ძირითადი ჯგუფების მიხედვით[2].

პირველად დადგენილი დიაგნოზით რეგისტრირებულია ბავშვთა დაავადების რიცხოვნობა (ათასობით) 2002 წლისათვის 190,2, რომელიც 2007 წლისათვის გახდა 273,0, ე.ი. გადიდდა 82,8-ით. მათ შორის ზოგიერთი ინფექციური და პარაზიტული დაავადების რაოდენობა 2002 წლისათვის იყო 23,2, 2007 წლისათვის – 25,1, გადიდდა 1,9-ით. ასევე იმატა სისხლისა და სისხლმბადი ორგანოებისა და იმუნური მექანიზმის ჩათრევით მიმდინარე ცალკეულმა დარღვევებმა – თუკი 2002 წლისათვის იყო 4,0, 2007 წლისათვის გახდა 4,9, ე.ი. 0,9-ით გადიდდა.

[1] სტატისტიკური წელიწდეული. 2008, თბ., 2009, გვ. 99.
[2] იქვე, გვ. 102-103.

მწვავე ნაწლავური ინფექციები 2005 წლისათვის მოზრდილებში იყო 9574 შემთხვევა, ბავშვებში – 6261, 2007 წლისათვის იგივე მაჩვენებელი 1503 და 8895-ია. ამრიგად, მოზრდილებში გაიზარდა 5429-ით, ბავშვებში – 2634-ით[1].

ვირუსულმა ჰეპატიტმა 2007 წლის 1376 შემთხვევიდან, 2007 წლისათვის იკლო 306-ით, ე.ი. გახდა 1070. ეს სასიამოვნო ფაქტია.

საქართველოში მოსახლეობის ჯანმრთელობის დაცვას ემსახურება სასწრაფო დახმარება (იხ. ცხრილი).

საქართველოში მოსახლეობის მომსახურება სასწრაფო დახმარებით 2001-2007 წლებში[2]

წლები	პირველი სამედიცინო დახმარება სულ	მათ შორის			
		უბედური შემთხვევების დროს	უცაბედად ავად გახდომის დროს	მშობიარობისა და პათოლოგიური ფეხმძიმობის დროს	ავადმყოფების, მშობიარეებისა და ახალშობილების გადაყვანა
2001	135539	7618	124233	1126	2562
2002	162376	8421	14701	1243	5011
2003	192641	10166	172589	2104	7782
2004	215478	19560	191379	3137	4112
2005	453422	38594	393183	5246	16399
2006	683003	44068	599335	6584	33016
2007	726779	15930	644912	3319	62618

მოცემული ცხრილიდან გავაანალიზოთ ზოგიერთი მაჩვენებელი. როგორც ჩანს, 2007 წლისათვის 2001 წელთან შედარებით, პირველადი სამედიცინო დახმარება მთლიანად 591240-ით მეტია. ამ ფაქტს შეიძლება ორნაირი დასკვნა გაუკეთდეს. ასეთ შემთხვევებს ადგილი რომ ჰქონოდა, ცუდია, მაგრამ ამაზე სასწრაფო დახმარების რეაგირება დროულად რომ მოხდა, კარგია. სამწუხაროა ის, რომ 2007 წლისათვის უბედურ შემთხვევათა რიცხვმა იმატა 8312-ით. ასევე არასასიამოვნოა ისიც, რომ უცაბედად ავადგახდომის შემთხ-

[1] სტატისტიკური წელიწდეული. 2008. თბ., 2009, გვ. 104.
[2] იქვე, გვ. 105.

ვევათა რიცხვი 2007 წლისათვის 2001 წელთან შედარებით, 8312-ით გაიზარდა. კარგია, რომ მშობიარობის რიცხვმა იმატა 2193-ით და რომ ავადმყოფების, მშობიარეებისა და ახალშობილთა გადაყვანის რიცხვმაც იმატა.

ამრიგად, სტატიაში ყურადღება გამავახვილეთ ჯანდაცვის თაობაზე სტატისტიკური ინფორმაციის მოპოვების ისეთ ფორმებსა და მეთოდებზე, როგორიცაა – ანგარიშგება, სპეციალურად ორგანიზებული სტატისტიკური დაკვირვება, გამოკითხვა, მონიტორინგი, ანკეტირება, ინტერვიუ, შერჩევითი დაკვირვება; ასევე შევჩერდით ჯანმრთელობისა და ჯანმრთელობის დაცვის მაჩვენებელთა სისტემაზე. მიღებული შედეგები არც თუ სახარბიელოა, თუმცა არაა საგანგაშო, მაგრამ ისიც ცხადია, რომ გაცილებით მეტ ყურადღებას იმსახურებს საქართველოს მოსახლეობის ჯანმრთელობისათვის ზრუნვა.

The statistic analysis of the modern conditions of health of Georgian population

Z. Shonia

In the work we stopped on the essence of health, we stressed the main factors influencing a person's health; these factors are: the level of life, the level of public healthj service developing, ecological conditions.

In the theoretical and section our attention was directed to the forms, methods of procuring statistic information about the public health service in Georgian reality. Such methods and forms are – plural accounts, specially organized statistic observation, questioning, monitoring, filling in forms, interviews, selective observation. We specially stopped on the system of health and health protecting indices.

It is evident that the research results don't push us to the basis of fear, but of course, health in Georgia deserves much greater attention, because it is a very useful phenomenon for a person.

პარტნიორული კონფერენციის ორგანიზების საკითხების თაობაზე

იოსებ მასურაშვილი
თსუ პროფესორი

ბიზნესში პარტნიორული ქსელის განვითარებასთან ერთად ბევრი კომპანიებისათვის აქტუალურად რჩება ისეთი გავრცელებული პრობლემა, როგორიცაა ქსელის ეფექტიანობის დაცემა. დილერების რაოდენობა იზრდება და თქვენი საქონელი არც თუ ისე ცუდად იყიდება, მაგრამ ზრდა მაინც არ შეიმჩნევა. ყველაზე არასასიამოვნოა როცა პარტნიორები თქვენს კომპანიას აღარ განასხვავებენ იმ კონკურენტებისგან, რომელთა პროდუქციაც თითქმის ხშირად აღმოჩნდება ხოლმე მარკეტებში არც თუ უფრო მომგებიან ადგილას და უკეთესადაც იყიდება. „ასეთი ავადმყოფობისაგან" განკურნების რეცეპტი მარტივია, იტყვიან ოპონენტები - მენეჯერები და პარტნიორებთან ურთიერთობის სპეციალისტები – „შესთავაზეთ თქვენს დილერებს უფრო მომგებიანი პირობები, აღჭურვეთ ისინი რეკლამით, ორგანიზება გაუკეთეთ თქვენი საქონლის ტრანსპორტირებას მათ საწყობებამდე და ყველაფერი ისევ კარგად იქნება". დავუშვათ, შევთავაზეთ, აღვჭურვეთ, ორგანიზებაც გავუკეთეთ. შედეგად ამისა ყუთები რომლებშიც რეკლამებია სავსებით შესაძლებელია, რომ პარტნიორი ფირმის ცენტრალურ ოფისში ჩარჩეს, ხოლო საქონელი ისევ ძველებურად დარჩეს მარკეტის თაროებზე - ყველაზე შორეულ კუთხეში. ძალიან ნაცნობი სიტუაციაა.

რა თქმა უნდა, მსოფლიოში ცნობილმა მსხვილმა კომპანიებმა შეიძლება ითქვას თავს უფლება უნდა მისცენ და შეინახონ ცალკეული მერჩენდაიზერების განყოფილებები – ანუ იმ სპეციალურ თანამშრომლებზეა ლაპარაკი,რომლებიც აკონტროლებენ წარმოების პროდუქციის განთავსებას სავაჭრო ქსელში, რეკლამის რაოდენობას ადგილზე და სარეკლამო აქციების ჩატარებას. თუმცა თვით ორგანიზაციებიც კი,რომლებიც გვევლინებიან ლიდერებად თავიანთ დარგებში, ისეთები როგორიცაა „მაიკროსოფტი" და „ნესტლე" არ იზღუდებიან

მერჩენდაიზერების დაქირავებით და მუდმივად ზრუნავენ კომპანია-პარტნიორებთან ურთიერთობების განვითარებაზე[1].

დღეს კომუნიკაციის განვითარების წყალობით შეიძლება ვაწარმოოთ ბიზნესი, მაგალითად, ვიყიდოთ მასალები ან განვახორციელოთ საქონლის ჩამოცლა ტელეფონით, ელექტრონული ფოსტით ან skype-ით. პირადი ურთიერთობა, როდესაც პარტნიორები ერთმანეთს ხვდებიან, საუბრობენ და თვალებში უყურებენ, დაყვანილია მინიმუმამდე. ამრიგად თანამშრომლობა გვევლინება აბსოლუტურად ფორმალურად, რომელიც მოკლებულია ემოციურ და ინდივიდუალურ შელამაზებებს. თუმცა, ადამიანები, ცხადია რობოტები არ არიან და ურთიერთობებში "შიმშილის" შეგრძნებისთანავე იწყებენ მისი დაკმაყოფილების სახსრების ძიებას. პარტნიორული კონფერენცია – ძლიერი საშუალებაა ბიზნეს-ურთიერთობების გაუარესების, ე.წ. „დაჟანგვის" საწინააღმდეგოდ[2], რომელიც ხელს უწყობს გაყიდვების გაზრდას სადილერო ქსელის მეშვეობით.

მაშასადამე, გადაწყვეტილია – ვატარებთ პარტნიორულ კონფერენციას. ხელმძღვანელის თანხმობა მიღებულია, ახლა უნდა გავთვალოთ ღონისძიების ბიუჯეტი, პირველ რიგში, უნდა განისაზღვროს, თანხის შეგროვება მოხდება მონაწილეებისაგან თუ თქვენ თვითონ დააფინანსებთ. როგორც დაკვირვებამ გვიჩვენა, ამგვარი ღონისძიებების უმეტესობა გვევლინება ფასიანად. ჯერ-ერთი, ორგანიზატორები ასეთი მეთოდით ამცირებენ თავიანთ ხარჯებს. მეორეც, ეს ძალიან მნიშვნელოვანია – კონფერენციის მონაწილეობაში თანხის გადახდა წარმოადგენს გარანტიას, რომ მოწვეული სტუმრები ნამდვილად ჩამოვლენ.

მონაწილეთა სიის შედგენისას უნდა გვახსოვდეს, რომ პარტნიორული კონფერენცია გულისხმობს ურთიერთობას არა მარტო პარტნიორებთან. ტრადიციულად ხდება პრესის წარმომაგენლების მოწვევა. კომპანიის იმიჯის ფორმირება შეუძლებელია მის წარმატებებზე და მიღწევებზე ინფორმირებულობის გარეშე, ამიტომაც ნდობითი ურთიერთობა ჟურნალისტებთან, განსაკუთრებით თქვენს პარტნიორებთან საუბარში მონაწილეობაზე, მათი მოწვევის შედეგად კომპანიის და ორგანიზებული ღონისძიების შესახებ პრესის მიერ მაღალ დონეზე ფასდება და უხვად ჯილდოვდება პუბლიკაციებით. პრესის ღონისძ-

[1] http://uaconsultant.org/supremum/Uaconsult/UK_wiw_news.php?ID=1240.

[2] http://www.disa.mil/conferences/2010/index.html

იებაში მონაწილეობის ყველა ხარჯს თავის თავზე იღებს ორგანიზატორი-კომპანია[1].

კონფერენციის ჩატარების დროის შერჩევისთანავე უნდა იქნას გათვალისწინებულ იქნას რიგი ფაქტორი. მასზე უნდა გადაწყდეს არა მარტო სტრატეგიული, არამედ ტაქტიკური ამოცანებიც. მაგალითად, თქვენი კომპანია უშვებს ახალ პროდუქტს ან ცვლის პარტნიორებთან მუშაობის პირობებს. ასეთ შემთხვევაში ლოგიკური იქნება ღონისძიების ორგანიზება უშუალოდ ახალი პროდუქციის გამოშვების წინ, იმისათვის, რომ თქვენი დილერები წინასწარ გაეცნონ სიახლეს და გაყიდვების დაწყება იყოს უფრო წარმატებული.

გასათვალისწინებელია სხვა კომპანიების ღონისძიებების გრაფიკიც. მაგალითად, თუ თქვენთან ერთდროულად მსგავს ღონისძიებებს ატარებენ თქვენი კონკურენტები, მიმდინარეობს გამოფენები ან სხვა რაიმე დარგობრივი მოვლენა - დილერები იძულებული იქნებიან აირჩიონ სად წავიდნენ. ამ მიზეზით სასურველია ღონისძიება დაინიშნოს საქმიანი აქტივობის დასაწყისში ან ბოლოს - სხვაგვარად კონფერენციაზე თქვენ მნიშვნელოვან პარტნიორები ვერ გეყოლებათ.

განსაკუთრებული ყურადღება უნდა დაეთმოს ღონისძიების ჩატარების ადგილს. ტრადიცულად კომპანიების უმეტესობა მისწარფვის იქითკენ, რომ თავისი პარტნიორები გაიყვანოს იქ, სადაც სითბოა - ზღვასთან, მზესთან ახლოს. ჩამოყალიბდა აზრი, რომ პარტნიორული კონფერენაცია აუცილებლად უნდა ჩატარდეს საზღვარგარეთის კურორტზე და რაც უფრო შორსაა და ძვირადღირებულია, მით უფრო პრესტიჟული ღონისძიებაა და უფრო მიმზიდველია პარტნიორებისათვის. თუმცა მოდით დავფიქრდეთ, დილერები რატომ მოდიან თქვენთან? გაეცნონ ახალ პროდუქციას, ჩაატარონ მოლაპარაკებები, განიხილონ შემდგომი თანამშრომლობის პირობები ან წავიდნენ ექსკურსიაზე, ინებივრონ ზღვაზე, გაირუჯონ? რა თქმა უნდა, მუშაობა მთელი დღე და ღამის განმავლობაში შეუძლებელია და პროგრამა უნდა ითვალისწინებდეს დასვენების შესაძლებლობებს. აუცილებელია მხოლოდ ზუსტად გადანაწილდეს ყველაფერი. პირველ რიგში საქმიანი ნაწილი, ხოლო გასართობი პროგრამა განხორციელდეს მეორე რიგში, საღამოს.

კვლევებმა გვიჩვენა, რომ აუცილებელი არ არის საზღვარგარეთ გამგზავრება. ჩვენთან, საქართველოშიც საკმარისად დიდებული ადგილებია მუშაობისათვის და დასვენებისათვის.

[1] http://www.infoway-inforoute.ca/about-infoway/events/upcoming-events/spring-2010-partnership-conference.

ფორმალური თვალსაზრისით კონფერენციის ჩატარების ადგილი უნდა პასუხობდეს შემდეგ მოთხოვნებს:

– საკონფერენციო დარბაზის ტევადობას, რომელიც აღჭურვილი იქნება ეკრანით და პროექტორებით, ხმოვანი აპარატურით და მიკროფონებით (არანაკლებ ორისა, წინააღმდეგ შემთხვევაში შეიძლება შეიქმნას სირთულეები დარბაზთან ურთიერთობის ორგანიზებისას;

– გასართობი ინფრასტუქტურის რაოდენობის ან ექსკურსიაზე წასვლის შესაძლებლობას, ადგილობრივი ღირსშესანიშნაობების დათვალიერებას. როგორც კვლევამ გვიჩვენა, კონფერენციის მონაწილეებს უყვართ ახალი შთაბეჭდილებები და ორგანიზატორების მადლიერები იქნებიან, თუკი კულტურული პროგრამა არ შემოიფარგლება მხოლოდ რესტორანში ვახშმობით.

მოსაწყენი ოფციალური ღონისძიებები არაპოპულარულია, ადამიანებს მობეზრდათ ერთფეროვნება. კონფერენციის პროგრამის შედგენის დროს გამოვლენილი უნდა იქნას კრეატულობა და აზროვნების არასტანდარტულობა.

კვლევამ გვიჩვენა, რომ კონფერენცია ბუნებაში, როდესაც მაგალითად, პროექტორის ეკრანი მაგრდება ხეზე, ხოლო მიკროფონი საერთოდ საჭირო არც არის, მონაწილეების მიერ აღიქმება გაცილებით უფრო შთამბეჭდავად და აღაფრთოვანებს მათ. ეს კი თქვენს ფირმას საშუალებას მისცემს განასხვაონ იგი სხვა მწარმოებლებისგან ან მომწოდებლებისგან, ჩამოუყალიბდეთ მისდამი თბილი დამოკიდებულება[1].

მომზადების შემდეგი ეტაპია – ღონისძიების პროგრამის შემუშავება. ეს ძირითადი მომენტია, რამდენადაც უნდა გადაწყვიტოთ, როგორ ჩატარდება კონფერენიცია. ყველაზე გავრცელებული ვარიანტი ასეთია:

- საქმიანი ნაწილი: ორგანიზატორი კომპანიის თანამშრომელთა მოხსენებები და მონაწილეთა შეკითხვებზე პასუხები.

- გასართობი ნაწილი: ექსკურსია, კონცერტი და ა.შ

იმ შემთხვევაში თუ კონფერენციის ამოცანაა – ორგანიზება გაუკეთდეს პარტნიორებთან არაფორმალურ ურთიერთობას, შეიძლება გამოყენებულ იქნეს საქმიანი თამაშების ფორმატი. როგორც პარქტიკა გვიჩვენებს, ეს უფრო საინტერესოა, ვიდრე ოფიციალური მოხსენებების მოსმენა.

[1] http://www.cnsc.net/cnsc/events/2010-partnership-conference.htm.

როცა აუცილებელია, რომ პარტნიორებს გავაცნოთ მნიშვნელოვანი ინფორმაცია და მოხსენების გარეშე ეს შეუძლებელიაა, მაშინ უნდა გავამზადოთ ილუსტრირებული მასალები (მაგალითად პრეზენტაცია ფორმატში PowerPoint, ახალი პროდუქციის ნიმუშები და ა.შ).

როგორც ამბობენ, თეატრი იწყება გარდერობიდან, ხოლო პარტნიორული კონფერენცია – სპეციალური საფირმო ნაკრებით, რომელიც ჩვეულებრივ მოიცავს კონფერენციის მასალებს, საფირმო სუვენირებს. საკუთრივ სწორედ ამ ნაკრების შემცველობა ასახავს ღონისძიებების მომზადების დონეს.

აქ არ არის წვრილმანები, მაგრამ ნებისმიერი წვრილმანი ხელს უნდა უწყობდეს ორაგნიზატორი კომპანიის წინსვლას. პირველ რიგში აუცილებელია შევიმუშავოთ ღონისძიების საფირმო სახელწოდება და გრაფიკული ლოგოტიპი. ღონისძიების საფირმო სტილი თან უნდა სდევდეს ყველას და ყველგან, თუნდაც საკონფერენციო დარბაზის და სუვენირების გაფორმებისას.

უნდა აღინიშნოს, რომ ასეთ კონფერენციებზე მიღებულია შეჯამებულ იქნას წლის განმავლობაში მუშაობის შედეგები. ბევრი კომპანია იყენებს ღონისძიებას, რათა საჩუქრები გადასცენ საუკეთესო დისტრიბუტორებს და დილერებს. თუ არ გსურთ დახარჯოთ ფული საფირმო საჩუქრების დამზადებაზე, მაშინ შესანიშნავი იქნება, მაგალითად, ციფრული ფოტოჩარჩო, რომელიც არა მარტო გაალამაზებს პარტნიორი კომპანიის ოფისს, არამედ კონფერენციაზე გატარებულ სასიამოვნო წუთებსაც მოაგონებს კონფერენციის მონაწილეებს.

პოტენციური მონაწილეებისთვის ინფორმაციის გაგზავნისას აუცილებელია დავიცვათ გარკვეული გრაფიკი. პირველი მოსაწვევი სასურველია გავგზავნოთ კონფერენციის დაწყებამდე არა უგვიანეს 6-8 კვირისა. თქვენს პარტნიორებს აქვთ თავისი გეგმები და გრაფიკი, ამიტომ უკეთესი იქნება ადრევე შეატყობინოთ მათ დასაგეგმი შეხვედრის თაობაზე. მხედველობაში გვაქვს ღონისძიების შესახებ ზოგადი მონაცემები: ჩატარების ადგილი, თარიღი, იმ სავარაუდო თემების სია, რომელთა განხილვაც იგეგმება.

მეორე მოსაწვევი ეგზავნება თქვენს პარტნიორებს კონფერენციამდე 3-4 კვირით ადრე. მასში უნდა იყოს ჩართული ღონისძიებების პროგრამა, დაგეგმილი ექსკურსიების და სხვა გასართობების აღწერილობა. ეს დაგზავნა შეახსენებს მონაწილეებს კონფერენციის თაობა-

ზე და იმათ ვინც მერყეობს, უბიძგებს გადაწყვეტილების მიღებისა. და ბოლოს, მესამე წერილი უნდა მოიცავდეს ზუსტ ინფორმაციას იმის შესახებ, თუ როგორ მოვიდნენ ღონისძიების ადგილამდე (შეიძლება დავურთოთ რუკაც), ღონისძიების ორგანიზებაზე პასუხისმგებელ პირთა მობილურის ნომრების და სხვა საცნობარო ინფორმაციას, რომელიც შეიძლება დასჭირდეს მონაწილეებს.

არ დაგავიწყდეთ პარტნიორული კონფერენცია – ეს შესანიშნავი საშუალებაა დასვენებასთან შეათავსოთ სამუშაო. მოაწყვეთ რამდენიმე დღით თქვენი პარტიორებისათვის დღესასწაული და შემდგომი თანამშრომლობა თქვენთვის ნამდვილად იქცევა დღესასწაულად.

ლიტერატურა:

1.http://uaconsultant.org/supremum/Uaconsult/UK_wiw_news.php?ID=1240.
2.http://www.disa.mil/conferences/2010/index.html.
3.http://www.infoway-inforoute.ca/about-infoway/events/upcoming-events/spring-2010-partnership-conference.
4.http://www.cnsc.net/cnsc/events/2010-partnership-conference.htm.

For the organization of partner conference

I. Masurasvili

Today, Thanks to the development of communications, such as engaging in procurement of spare parts or make shipment of goods by phone, email or even on skype. Personal communication, when the partners meet, talk and watch each other's eyes, is minimized. As a result of cooperation pochas is completely formal, devoid of emotional and personal coloring. Odnoko people - not robots, and otschutiv hunger communication, they begin to seek a means to quench it. Partner Conference - a powerful tool against the obsolescence of business relationships, contributes to increase sales through dealer network.

პირველი ქართული სახელმძღვანელო ეკონომიკურ პოლიტიკაში[1]

ეკონომიკური პოლიტიკის კურსი მსოფლიოს ელიტარული უნივერსიტეტების ეკონომიკისა და ბიზნესის სპეციალისტთა მოსამზადებელ კურიკულუმებში ძირითად საგანს წარმოადგენს. თანდათან სულ უფრო ცხადი ხდება, რომ ეკონომიკური პოლიტიკის ცოდნის გარეშე შეუძლებელია არა მარტო სახელმწიფოს სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების სწორი სტრატეგიის შემუშავება, არამედ ცალკეული სუბიექტების რთულ ეკონომიკურ სისტემებში ჩართვა და ეფექტიანი ფუნქციონირება.

მისასალმებელია, რომ ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტსა და სხვა უმაღლეს სასწავლებლებში ეკონომიკისა და ბიზნესის სპეციალობის სტუდენტობა სწავლების ყველა საფეხურზე ეუფლება ეკონომიკური პოლიტიკის ურთულეს პრობლემებს, რაშიც დიდ როლს ასრულებს თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის პროფესორების **რევაზ გველესიანისა და ირინა გოგორიშვილის** სახელმძღვანელო **„ეკონომიკური პოლიტიკა"** ორ წიგნად. ცოტა ხნის წინ გამოვიდა მათი მეორე წიგნი ცნობილი გერმანელი მეცნიერის, პროფესორ ვოლფგანგ ვენგის რედაქტორობით.

სახელმძღვანელო წარმოადგენს ეკონომიკური პოლიტიკის სფეროში მსოფლიოში აღიარებულ მეცნიერთა მონოგრაფიებისა და სახელმძღვანელოების შემოქმედებითი გააზრების შედეგს.

ეკონომიკური პოლიტიკის სახელმძღვანელოს პირველი წიგნი მიეძღვნა ეკონომიკური პოლიტიკის საგანს, მიზანსა და ამოცანებს,

[1] რევაზ გველესიანი, ირინა გოგორიშვილი. ეკონომიკური პოლიტიკა, წიგნი II, თბილისი, 2009. – 245გვ.

ეკონომიკური წესრიგის, კონკურენციის, საფინანსო, ფულადი, შემოსავლებისა და სოციალური პოლიტიკის სტრატეგიებსა და წინააღმდეგობებს, სახელმძღვანელოს მეორე ნაწილი კი პირველის ლოგიკური გაგრძელებაა და მასში გადმოცემულია შრომის ბაზრისა და დასაქმების პოლიტიკის, საგარეო ეკონომიკური პოლიტიკის, გარემოს დაცვის, აგრარული პოლიტიკისა და განვითარების ეკონომიკური პოლიტიკის საკითხები.

ავტორების მიერ თითოეულ თემაში განსახილველი მასალა ლოგიკურადაა დალაგებული ერთი პრინციპით, რაც სტუდენტს გაუადვილებს გადმოცემული მასალის მთლიანობაში აღქმასა და გააზრებას. ცალკეული სახეობის პოლიტიკის ზოგადი მიმოხილვის შემდეგ ავტორები გვთავაზობენ მასთან დაკავშირებით არსებული მდგომარეობის ანალიზს, მის თეორიულ საფუძველს, მიზნებსა და სტრატეგიებს, პოლიტიკის გამტარებლებს, ინსტრუმენტებსა და ეკონომიკური პოლიტიკის ამა თუ იმ პრობლემის მოქმედების არეალს. მაგალითად, უაღრესად ლოგიკურია, როცა განიხილება შრომის ბაზრის ზოგადი მდგომარეობა, რასაც მოჰყვება მისი ინდიკატორების გადმოცემა, მას ლოგიკურად მოსდევს ანალიზის ძირითადი შედეგი – უმუშევრობა და დასაქმების ამოცანები. იგი უნდა გადაიჭრას დასაქმების პოლიტიკის გააქტიურებით. აქ დიდი მნიშვნელობა ენიჭება დასაქმების აქტიური და პასიური პოლიტიკის შეხამებას. დასაქმების პოლიტიკის წარმართვაში განსაკუთრებული როლი აკისრია შესაბამის ინსტიტუტებს, რომელთა მოქმედების მექანიზმი უნდა ემყარებოდეს რომელიმე თეორიულ მოდელს. ავტორებს მაგალითად მოჰყავთ ნეოკლასიკური მოდელი. საბოლოოდ, სახელმძღვანელოში არ არის არც ერთი საკითხი ქრესტომათიულ დონეზე არ იყოს გადმოცემული და განმარტებული.

ასეთივე თანმიმდევრობით ხასიათდება სხვა თემებიც. მაგალითად, გარემოს დაცვა მთელ მსოფლიოში უპირველეს პრობ-

ლემადაა მიჩნეული. ავტორები ცდილობენ სწორად გაარკვიონ სტუდენტები, თუ რამდენადაა გარემოს დაცვის პრობლემა ბაზრისა და პოლიტიკის წარუმატებლობა თუ მორალის დეფიციტი. მსჯელობით კარგადაა გამოყოფილი გარემოს დაცვის გლობალური და ეროვნული პოლიტიკის მიზნები და ამოცანები. ავტორებმა სავსებით სწორად, აუცილებლად მიიჩნიეს გარემოს დაცვაში შედარებით წარმატებული ევროკავშირის ქვეყნების გარემოს დაცვის მიზნები, ამოცანები, პოლიტიკის პრინციპები,გამტარებლები და ინსტიტუტები განეხილათ.

მომავალი ქართველი სპეციალისტისათვის არანაკლები მნიშვნელობა აქვს აგრარული პოლიტიკის თეორიული საკითხების დაუფლებას. სახელმძღვანელო ევროპის ქვეყნების მაგალითზე სტუდენტებს გააცნობს ამ სფეროში იქ არსებულ პრაქტიკას, რის შედეგადაც მათ დიდ წარმატებას მიაღწიეს.

ასევე ბევრი შეიძლება ითქვას სახელმძღვანელოს სხვა თემების ღრმაშინაარსიან გადმოცემაზე, მრავალმხრივობაზე, საკითხების გამიჯვნის ეფექტიან მეთოდებზე და ა.შ.

აშკარად ჩანს, რომ ავტორებს დიდი შრომა გაუწევიათ, რათა სრულიად მოწესრიგებულად გადმოეცათ ეკონომიკური პოლიტიკით მოცული უზარმაზარი პრობლემური მასალა. სახელმძღვანელო დიდ დახმარებას გაუწევს არა მარტო ბაკალავრიატის, არამედ მაგისტრატურისა და დოქტორანტურის სტუდენტებსაც. ის ასევე საინტერესო იქნება პროფესორ-მასწავლებლებისა და მეცნიერ-მკვლევარებისათვის. ღრმად ვართ დარწმუნებული, რომ სტუდენტობა მადლიერებით მიიღებს სახელმძღვანელოს, რომელიც მოწონებულია ჩიკაგოსა და ბერლინის უნივერსიტეტების ამ დარგის პროფესორების მიერ, რაც საერთაშორისო აღიარებაა.

გვჯერა, რომ სახელმძღვანელოს შემდეგი გამოცემები კიდევ უფრო დაიხვეწება, უფრო ადაპტირდება ქართულ სინამდვილესთან;

ცუდი არ იქნება, თუ [illegible]ის ქართველი რედაქტორიც დაემატება. ცხადია, მადლობის გრ[illegible] ვეუფლება პროფესორი ვ. ვენგის მიმართაც, რომელიც ესოდენ გაიჯილა ქართველ სტუდენტთა ცოდნის მისაღებად.

კმაყოფილებით ვთვლით, რომ სახელმძღვანელო ქართული ეკონომიკური ლიტერატურის დიდი შენაძენია და ვუსურვებთ ავტორებს მომავალ წარმატებებს.

ივ. ჯავახიშვილის სახელობის
თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის პროფესორები,
ეკონომიკურ მეცნიერებათა დოქტორები:
იური ანანიაშვილი,
რევაზ გოგოხია,
მირიან ტუხაშვილი

ქართულ-გერმანული ინსტიტუტის მიერ ორგანიზებული ეკონომიკურ-პოლიტიკური ფორუმი

25 ნოემბერს ივ. ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსტეტში გერმანულ-ქართული ინსტიტუტის ინიციატივითა და ორგანიზებით ჩატარდა ეკონომიკურ-პოლიტიკური ფორუმი „თბილისის ბალკონი". ფორუმი მიეძღვნა მომხმარებელთა ინტერესების დაცვასა და მომხმარებელთა განათლების დონის ამაღლებას. იგი გახსნა ეკონომიკისა და ბიზნესის ფაკულტეტის დეკანმა პროფესორმა ელენე ხარაბაძემ. ქალბატონმა ელენემ ისაუბრა ევროპის უნივერსიტეტებსა და უცხოელ კოლეგებთან თანამშრომლობის ფორმების შესახებ, შეაფასა უცხოელი პარტნიორების მონაწილეობის როლი სამეცნიერო-პრაქტიკულ კონფერენციებსა და სასწავლო პროცესში.

ფორუმს მისასალმებელი სიტყვით მიმართა თსუ რექტორმა, პროფესორმა გიორგი ხუბუამ. მან მადლობა გადაუხადა ღონისძიების ორგანიზატორებს და აღნიშნა, რომ პრობლემა საქართველოსთვის განსაკუთრებით აქტუალურია და ასეთი ფორუმების გამართვა ქვეყნის კეთილდღეობის ამაღლებაში მნიშვნელოვან წვლილს შეიტანს.

ფორუმზე მთავარი მოხსენებით გამოვიდა ეკონომიკური პოლიტიკისა და განათლების ქართულ-გერმანული ინსტიტუტის თანადირექტორი, ბერლინის ტექნიკური უნივერსიტეტის დოქტორი, პროფესორი ვოლფგან ვენგი. მისი მოხსენების თემა იყო „თბილისის ბალკონი", როგორც ეკონომიკურ-პოლიტიკური ფორუმი თემებისათვის: მომხმარებელთა დაცვა და მომხმარებელთა განათლება".

ბატონმა ვ. ვენგმა განსაკუთრებული ყურადღება გაამახვილა მომხმარებელთა უფლებების დაცვის სამართლებრივ ბაზაზე, ისაუბრა ამ სფეროში გაერთიანებული ერების ორგანიზაციის როლზე, მომხმარებელთა ინტერესების დაცვის ფუნდამენტურ პრინციპებზე. მომხსენებლის აზრით, ტრადიციული სამეურნეო კავშირების რღვევისა და ახალი ურთიერთობების ფორმირების პერიოდში, განსაკუთრებით აქტუალური ხდება მომხმარებელთა უფლებების დაცვა, რადგან „საბაზრო ურთიერთობა თავისთავად არ არის დაცული კონკურენციის შემზღუდავი და მომხმარებელთა შემლახავი ფაქტორებისაგან. . . . მომხმარებელთა უფლებების დაცვა პირდაპირ კავშირშია სახელმწიფოში სამომხმარებლო ბაზრის ზედამხედველობის სისტემის გამართულ მუშაობასთან".

ეკონომიკური პოლიტიკისა და ეკონომიკური განათლების ქართულ-გერმანული ინსტიტუტის დირექტორმა, პროფესორმა რევაზ გველესიანმა მადლობა გადაუხადა უცხოელ კოლეგებს ფორუმის ორგანიზებაში გაწეული თანადგომისათვის. ფორუმის დიდი ინტერესი გამოიწვია მისმა მოხსენებამ „მომხმარებელთა ინტერესების დაცვის ეკონომიკურ-პოლიტიკური წანამძღვრები".

მომხსენებლმა აღნიშნა, რომ მომხმარებელთა ინტერესების გათვალისწინებისა და მათი უფლებების დაცვის სათავე უნდა ვეძიოთ ქვეყნის შიგა ეკონომიკურ და პოლიტიკურ ჩარჩო პირობებში. მან ეს პრობლემა ახსნა ეკონომიკური წესრიგის პოლიტიკის, პროცესის პოლიტიკისა და სტრუქტურული პოლიტიკის ურთიერთზემოქმედების საფუძველზე.

„მომხმარებელთა დაცვისა და მომხმარებელთა განათლების მნიშვნელობა ევროკავშირში ინტეგრაციისა და განვითარებისათვის" – ასეთი იყო მოხსენების თემა, რომელიც წაიკითხა ბერლინის ტექნიკური უნივერსიტეტის პროფესორმა ჰაიკო შტეფენსმა. პროფესორმა განსაკუთრებული ყურადღება გაამახვილა სახელმწიფოს როლზე მომხმარებელთა უფლებების დაცვის სფეროში. მან ისაუბრა მომხმარებელთა უფლებების დაცვის საკანონმდებლო ბაზის სრულყოფის აუცილებლობაზე, დაასაბუთა ამ საკანონმდებლო ბაზის ევროკანონმდებლობასთან დაახლოების მნიშვნელობა.

საქართველოში მომხმარებელთა დაცვის მდგომარეობაზე ვრცელი მოხსენებით გამოვიდა საქართველოს მომხმარებელთა ფედერაციის თავმჯდომარის მოადგილე ბატონი რევაზ კობახიძე. მან ფორუმის მონაწილეებს გააცნო ამ სფეროში გამოვლენილი პრობლემები, წარმოადგინა ფედერაციის საქმიანობის პრიორიტეტები, შეაფასა ქვეყნის სამომხმარებლო ბაზარზე საქართველოს მომხმარებელთა ფედერაციის ქმედების როლი ეკონომიკის მდგრად განვითარებაში.

ფორუმში მონაწილეობდა იაპონიის ცუკუბას უნივერსიტეტის პროფესორი ნეანტრო სააველრა-რივანო. დასასრულს გაიმართა დისკუსია პროფესორ ჰაიკო შტეფენსთან. მან ამომწურვი პასუხი გასცა სტუდენტებისა და აკადემიური პერსონალის მრავალრიცხოვან შეკითხვას. დისკუსიაში აქტიური მონაწილეობა მიიღეს თსუ პროფესორებმა და მოწვეულმა სტუმრებმა: ეთერ სარჯველაძემ, პაატა კოღუაშვილმა, დავით ნარმანიამ, უჩა გოგიშვილმა და სხვებმა.

ივ. ჯავახიშვილის თსუ ეკონომიკისა და ბიზნესის ფაკულტეტის საზოგადოებასთან ურთიერთობის სამსახურის უფროსი, ეკონომიკურ მეცნიერებათა დოქტორი, პროფესორი ეთერ ხარაიშვილი

დასანანი საქციელი

პოლემიკა სამეცნიერო ურთიერთობის განუყოფელი კომპონენტია, რომელიც მეცნიერების განვითარების ქმედით როლსაც ასრულებს. სამწუხაროდ, ჩვენ ამ საშუალებას ამჯერად მოკლებული ვართ, რადგან, რაოდენ პარადოქსულადაც არ უნდა ჩანდეს, ჩვენი განხილვის საგანს არ წარმოადგენს მეცნიერული შეხედულებების არსობრივი განხილვა, მათი მოწონება ან კრიტიკა. ჩვენი ამოცანა ახალგაზრდა მეცნიერის დასანანი საქციელის გამომზეურებაა, რომელიც სიტყვასიტყვით პლაგიატით გამოიხატა.

მრავალი საუკუნეა, რაც ინტელექტუალურმა საზოგადოებამ პლაგიატი არა მარტო უზნეო და სამარცხვინო მოვლენად აღიარა, არამედ მისგან დაცვის სამართლებრივი მექანიზმებიც შექმნა. თუმცა, ცდუნებას აყოლილი ადამიანები, თავს მაინც ვერ იკავებენ და ამ სენისგან უახლოეს მომავალში განკურნების ილუზიაც არ უნდა გვქონდეს.

მეტად დასანანი და სამწუხაროა, რომ სხვისი ინტელექტუალური საკუთრების მიმტაცებელმა, საქართველოს უპირველესი უმაღლესი სასწავლებლის – ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ეკონომიკისა და ბიზნესის ფაკულტეტის საერთაშორისო რეფერირებადი და რეცენზირებადი სამეცნიერო-პრაქტიკული ჟურნალის „ეკონომიკა და ბიზნესის" საპატიო ფურცლები დაიჭირა.

სწორედ აღნიშნულ ჟურნალში გამოქვეყნდა (2009 წ., №6, გვ. 108-123), **ეკონომიკის აკადემიური დოქტორის, სუზანა დობორჯგინიძის** სამეცნიერო სტატია: „განათლების მენეჯმენტის არსი და ძირითადი მიმართულებები", რომელიც ზუსტად იმეორებს ჩემს მიერ 2008 წელს გამოცემულ სახელმძღვანელოს „უმაღლესი სკოლის პედაგოგიკის"[1] ერთ-ერთი პარაგრაფის სათაურს.

სათაურის თანხვედრას უკმაყოფილება ნამდვილად არ გამოუწვევია ჩემში, პირიქით, სასიამოვნო მოლოდინმაც გამიელვა გონებაში, ვგების ამ საჭირბოროტო თემას ახალი მკვლევარი და მოჭირნახულე

[1] ა. ასათიანი, უმაღლესი სკოლის პედაგოგიკა, რედ. პროფ. თ. კარანაძე, რეცენზენტები: პროფ. დ. მალაზონია, პროფ. ლ. მენთეშაშვილი, საგამომცემლო სახლი „ტექნიკური უნივერსიტეტი", თბ., 2008.

გამოუჩნდა - მეთქი! მაგრამ ტექსტის გაცნობამ არა მარტო იმედი გამიცრუა, არამედ უკიდურესად აღმაშფოთა კიდეც.

ჟურნალში გამოქვეყნებული სტატია, თავიდან ბოლომდე, სულ 16 გვერდი, ჩემი წიგნის დასახელებული პარაგრაფის ასლია, იმ განსხვავებით, რომ ცოტა შეუმცირებია და თითო აბზაცი შეუცვლია თავბოლოში. ე. წ. „ავტორს" სქოლიოში" მითითებული შენიშვნები და დაზუსტებებიც უცვლელად გადაუტანია. ეტყობა, კარგად გაწაფულა კომპიუტერული წიგნიერების - „Copy-Paste"-ის პროცედურაში. ამდენად, ხსენებული ნაშრომის სახით საზოგადოებას საქმე აქვს არა აზრობრივ ან სიტყვათა არაპირდაპირ პლაგიატთან, რომელიც ასევე სამრახისია, არამედ სიტყვა-სიტყვით პლაგიატთან, რაც პირწმინდა ქურდობაა და სპეციალურ ლიტერატურაში სხვისი აზრის სიტყვასიტყვით მისაკუთრებას ნიშნავს. აღნიშნული ქმედება დასჯადია საქართველოს კანონებითაც.

არ შეიძლება იმის უთქმელობაც, რომ ქალბატონი სუზანა იმაზეც გარჯილა, რომ ოდნავ მაინც შეენიღბა თავის ნამოქმედარი. მართალია, პარაფრაზირებით თავი არ შეუწუხებია, მაგრამ ჩემი წიგნიდან გადაწერილი ტექსტის თანმიმდევრობა ნამდვილად შეუცვლია, რაც აბზაცებისთვის ადგილის შეცვლით ამოუწურავს. ამასთან ერთად, „თავის ნაშრომში" (გვ. 110), ჩემი წიგნის ციტირებასაც ახდენს. ამით საქმეში ჩაუხედავ მკითხველს საკუთარ მეცნიერულ კეთილსინდისიერებაში არწმუნებს. თითქოს, მხოლოდ მის მიერ ციტირებული მხოლოდ ექვსი სტრიქონი იყოს ჩემი ტექსტიდან გადატანილი. სინამდვილე კი სხვაგვარია: დამოწმებულ ციტატამდე და მის შემდეგაც ტექსტი მთლიანად ჩემია.

დობორჯგინიძის „ნახელავმა" ჟურნალის ფურცლებზე, უნებლიედ მის მიერ ჩადენილ კიდევ ერთ უკადრის საქციელს ახადა ფარდა. სტატიაში (გვ. 114) ე.წ. ავტორი იმოწმებს მისსავე წიგნს, რომელსაც მეტად სოლიდური სათაური „განათლების მენეჯმენტი" ჰქვია.[1]

საკუთარი წიგნიდან რაღაც მონაკვეთის ციტირება მაინცდამაინც დიდ ცოდვად არ ჩაეთვლებოდა ავტორს, რომ არა კიდევ ერთი უკადრისი საქციელი: ციტირებული ტექსტი არის ჩემი ზემოთ მითითებული პარაგრაფის ერთი მონაკვეთის ასლი (გვ. 257), რომელსაც საკუთარ ნააზრევად წარმოგვიდგენს ე.წ. ავტორი. სწორედ ამ ციტატამ მიგვაკვლევინა ს. დობორჯგინიძის კიდევ ერთ „ნახელავთან", რომელსაც, როგორც აღინიშნა „განათლების მენეჯმენტი" ჰქვია და სახელმძღვანელოს სტატუსზე აცხადებს პრეტენზიას. მართალია, ის არც ერთ საგანმანათლებლო დაწესებულების მიერ არ არის დამტკიცებული, თუმცა, ავტორი მას ამგვარად მოიხსენიებს, რაც, რბილად რომ ვთქვათ, არაკორექტულია.

როგორც ირკვევა, ს. დობორჯგინიძეს ჯერ ზემოხსენებული წიგნი („განათლების მენეჯმენტი") გამოუცია და შემდეგ ამ წიგნის ერთი პარაგრაფი: „განათლების მენეჯმენტის არსი და ძირითადი მიმართულებები" სამეცნიერო სტატიად გამოუქვეყნებია ჟურნალში. ალბათ, იფიქრა, ე.წ. სახელმძღვანელოს მხოლოდ მაგისტრანტები თუ წაიკითხავენო და მისი „ღრმამეცნიერული აღმოჩენები" ხომ არ უნდა დარჩენილიყო ფართო სამეცნიერო საზოგადოების ყურადღების მიღმა. ამიტომ, ამოიღო ერთი პარაგრაფი, რომელიც უფრო ადრე ჩემი წიგნიდან ჰქონდა გადმოწერილი და გამოაქვეყნა. ალბათ, ასევე გამოაქვეყნებს ჩემგან მითვისებულ სხვა მონაკვეთებსაც, რომელთა სიმცირეს არ განიცდის მისი „ხელთუქმნელი" წიგნი.

რაღა ბევრი გავაგრძელო და აღნიშნული წიგნის პირველი და მეხუთე თავები და მეექვსე თავის პირველი პარაგრაფი ჩემი წიგნის სიტყვასიტყვითი პლაგიატია. ხოლო წიგნის დანარჩენ ნაწილებთან მიმართებით შეინიშნება არაპირდაპირი და აზრობრივი პლაგიატის შემთხვევები. ნიშანდობლივია ის გარემოებაც,რომ თანდართული ლიტერატურის ნუსხაც ჩემი წიგნის თარგზეა აწყობილი.

ს. დობორჯგინიძე არ დასჯერდა ჩემი სახელმძღვანელოდან რამდენიმე პარაგრაფის მიტაცებას და მათი სამართლებრივი დასაკუთრებისთვისაც იზრუნა. კერძოდ, ჩემი და კიდევ სხვა ავტორების აზრებით გაჯერებულ, მაგრამ ბედის ირონიით „მის წიგნში", გამომცემლობის რეკვიზიტების გვერდით, დაურთო საავტორო უფლების დამცავი ნიშანი. ამით ქალბატონმა სუზანამ, როგორც მას ჰგონია, სამართლებრივად დაისაკუთრა მიტაცებული თავები და პარაგრაფები და აწი ბუზსაც ვერავინ აუფრენს! გამოდის, რომ მას კარგად სცოდნია საავტორო უფლების შესახებ არსებული წესები, მაგრამ საკვირველი ისაა, რომ ჩემს წიგნზე დატანებული საავტორო უფლების დამცავი ნიშნები მას თვალში არ მოსდის თუ ხუმრობა ჰგონია, ვერ გავარკვიე. სხვათა შორის, მისგან განსხვავებით, ჩემი წიგნის საავტორო უფლებას, ჩემთან ერთად, იზიარებს საგამომცემლო სახლი „ტექნიკური უნივერსიტეტი".

[1] ს. დობოჯგინიძე, განათლების მენეჯმენტი, რედ. პროფ. ქ. ჭკუასელი, რეცენზენტები: პროფ. დ. ნარმანია, პროფ. მ. ცარციძე, გამომცემლობა „უნივერსალი", თბ., 2009.

ნუთუ ეს არაფერს ნიშნავს თქვენთვის ქალბატონო სუზანა თუ მართლა გგონიათ რომ ისევ ბნელა საქართველოში?

არსებობს იმის დიდი ალბათობა, რომ ს. დობორჯგინიძის „ხელიხელსაგოგმანებელი" წიგნის სხვა მონაკვეთებში წარმოდგენილი დებულებები სწორედ იმავე ხერხით იყოს მოპოვებული, როგორც ეს ჩვენს მიერ ხსენებულ მონაკვეთებში დაფიქსირდა. ასეთი ეჭვის საფუძველი წიგნის ზედაპირულმა გაცნობამაც გაგვიჩინა, ხოლო მისი საგულდაგულო ანალიზი კიდევ მრავალ „მარგალიტს" გვაპოვნინებს. ამასთან ერთად, ხალხურ სიბრძნესაც თუ გავითვალისწინებთ, ჩვეულება ხომ რჯულზე უმტკიცესია. სამწუხაროდ, ს. დობორჯგინიძესაც აკვიატებია მავნე ჩვევა - სხვისი ნაშრომების მითვისებისა.

დარწმუნებული ვარ მკითხველს გაუჩნდება კითხვა: თუ ასეა, რატომ სასამართლოში არ მიდიხარ და საკადრისსაც იქ მიუზღავენო? ასეთი კითხვა სრულიად ლეგიტიმურია,რადგან შესაბამისი ნაბიჯები ჯანსაღი მეცნიერული გარემოს ჩამოყალიბებისთვის აუცილებელია. თუმცა, ამ ნაბიჯისაგან, ამჯერად მხოლოდ იმიტომ ვიკავებ თავს, რომ ს. დობორჯგინიძემ აღიარა მისი „შეცოდებანი" და პირობა დადო, რომ მისი წიგნი „განათლების მენეჯმენტი", რომელიც (მისივე განცხადებით) ოციოდე ეგზემპლარად დაიბეჭდა, ამოღებული იქნება მიმოქცევიდან და ბიბლიოთეკებიდან, ხოლო თავად არასოდეს ჩაიდენს ასეთ საქციელს. ამიტომაც, ამჯერად, ვკმაყოფილდები შეგონებით და არა დასჯით. ეთიკური ზემოქმედება ზოგჯერ სამართლებრივ სანქციაზე უფრო ეფექტური და სარგებლობის მომტანია როგორც პიროვნებისთვის, ასევე საზოგადოებისთვისაც. მისი ასაკიდან გამომდინარე, კეთილსინდისიერი კვლევა-ძიებისათვის მას კიდევ ბევრი დრო აქვს, ჯერი მასზეა.

ბოლოს, მინდა იმედი გამოვთქვა, რომ ს. დობორჯგინიძე, მისი აკადემიური ხარისხიდან გამომდინარე, სრულად გამოავლენს თავის შესაძლებლობებს ჩვენი ქვეყნის სოფლის მეურნეობის ისეთ საჭირბოროტო დარგში, როგორიცაა ჩაის წარმოების განვითარება საქართველოში, რადგან, სწორედ მას ეძღვნება მისი სადოქტორო დისერტაცია.

ავთანდილ ასათიანი

პედაგოგიკის მეცნიერებათა დოქტორი,
საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტის
ასოცირებული პროფესორი

რედაქციისაგან

ჟურნალ „ეკონომიკა და ბიზნესის" სარედაქციო კოლეგიამ იმსჯელა პროფ. ა. ასათიანის წერილთან დაკავშირებით, რომელიც ეხება ეკონომიკის აკადემიური დოქტორის, ს. დობორჯგინიძის სტატიას - „განათლების მენეჯმენტის არსი და ძირითადი მიმართულებები" (ჟურნ. „ეკონომიკა და ბიზნესი", 2009, №6).

პროფ. ა. ასათიანმა წარმოადგინა დასაბუთებული დასკვნა, რომ დასახელებული სტატია თითქმის მთლიანადაა გადმოწერილი მისივე (ა. ასათიანის) წიგნიდან - „უმაღლესი სკოლის პედაგოგიკა" (თბ., 2008), რაც ყოვლად დაუშვებელია, უფრო მეტიც – დანაშაულია.

ჟურნალ „ეკონომიკა და ბიზნესის" კოლეგიამ საქმიანად იმსჯელა ავტორთა, ასევე რედკოლეგიის წევრთა პასუხისმგებლობის შესახებ და დაადგინა:

1. ს. დობორჯგინიძეს ჩამოერთვას აღნიშნული სტატიის ავტორობა;

2.მიზანშეუწონლად ჩაითვალოს მომავალში რედაქციასთან მისი თანამშრომლობა;

3.გაძლიერდეს რეცენზენტთა მომთხოვნელობა ავტორებისადმი.

ჟურნალ „ეკონომიკა და ბიზნესის" სარედაქციო კოლეგია