

სპირაქულ-ეკონომიკური
მეცნიერება
და
ტექნოლოგიები

№4

**თბილისი
2019**

UDC (უკავ)332.2. ა.243

სბრარულ-ეკონომიკური
მეცნიერება
და
ტექნოლოგიები

№4

**თბილისი
2019**

ISSN 1987-6335

**სტრატეგულ-ეკონომიკური
მეცნიერება და ტექნოლოგიები**
2019 №4(45)

საერთაშორისო სამეცნიერო-
მეთოდოლოგიური და პრაქტიკული,
ყოველკვარტალური რეფერირებული
ჟურნალი

**Agrarian-economic
Science and Technologies**
2019 №4(45)

International Scientific-
Methodological and Applied,
Quarterly Referenced Journal

2019 №4(45)

ჟურნალი დაფუძნებულია და გამოდის
2008 წლიდან, ყოველკვარტალურად

Journal was Founded in 2008
and is issued quarterly
599-22-75-50

E-mail: areal 55555@gmail.com
www. gaas.dsl.ge

თბილისი- Tbilisi
2019

ომარ ქეშელაშვილი

სარედაქციო-სამეცნიერო საბჭოს თავმჯდომარე და მთავარი რედაქტორი, ეკონომიკის მეცნიერებათა დოქტორი, პროფესორი, საქართველოს სოფლის მეურნეობის მეცნიერებათა აკადემიის აკადემიკოსი.

სარედაქციო-სამეცნიერო საბჭო:

საქართველოს სოფლის მეურნეობის მეცნიერებათა აკადემიის აკადემიკოსები: გ.ალექსიძე, ნ.ბალათურია, ვ.გუგუშვილი, ვ.კაციაძე, პ.კოლუაშვილი, გ.მარგველაშვილი, რ.მასხარობლიძე, ნ.ქარქაშაძე, ნ.ჩხარტიშვილი, ე.შაფაქიძე, ზ.ცქიტიშვილი, გ.ჯაფარიძე.

სარედაქციო-სამეცნიერო საბჭოს უცხოელი წევრები:

მარტინ აპენბრიკი (გერმანია), სერგი კაზარიანი (სომხეთი), ალექსეი სიზონოვი (უკრაინა), იან პიკული (პოლონეთი), იოსებ კანია (პოლონეთი), ანდრეი ლეპიარჩიკი (პოლონეთი), ჩაბა ჩაკი (უნგრეთი), პანომირ ტენოვი (ბულგარეთი), სადიგ სალახოვი (აზერბაიჯანი), გალიბ გაჯიევი (აზერბაიჯანი).

საგამომცემლო-სარედაქციო კოლეგია:

დ.ეგიაშვილი-მთავარი რედაქტორის მოადგილე, სოციალურ მეცნიერებათა აკადემიური დოქტორი, ე.შაფაქიძე-სმმ აკადემიის აკადემიკოსი, ა.მესხიშვილი-ეკონომიკის აკადემიური დოქტორი, ნ.დამენია-ბიზნესის მართვის აკადემიური დოქტორი, მ.ჩავლეიშვილი-ეკონომიკის აკადემიური დოქტორი.

O. Keshelashvili

Editor-in-chief and Head of Editor-Scientific Board; Doctor of Economic Sciences; Professor; Academician of the Academy of Agricultural Sciences.

Editorial-scientific Board:

Academicians of the Academy of Agricultural Sciences: G.Aleksidze, G. Baghaturia, J.Gugushvili, G.Margvelashvili, R. Makharoblidze, G. Japaridze, N. Karkashadze, J. Katsitadze, P.Koguashvili, N. Chkhartishvili, Z.Tskitishvili, E.Shapakidze.

Foreign members of Editorial-Scientific Board:

Martin Apenbreke (German); Sergi Kazarian (Armenia), Aleksei Sizonov (Ukrain), Ian Piculi (Poland), Jozef Kania (Poland), Andrzej Lepiarczyk (Poland), Chaba Chaki (Hungary), Panomir Tzenov (Bulgaria), Sadig Salakhov (Azerbaijan), Galib Gadjiev (Azerbaijan),

Publishing Board

D.Egiashvili-Deputy editor, Academic doctor, E.Shapakidze- academician, A.Meskhishvili-Academic doctor, N.Damenia-Academic doctor, M. Chavleishvili-Academic doctor.

1. ეკონომიკა და ბიზნესი Economics and Business

ბიზნესის სახელმწიფოებრივი რეგულირება

ომარ ქემელაშვილი-

ეკონომიკის მეცნიერებათა დოქტორი, პროფესორი,
საქართველოს სოფლის მეურნეობის მეცნიერებათა
აკადემიის აკადემიკოსი

რეფერატი

(ინტერნეტული ვერსია)

გამუქებულია სახელმწიფო რეგულირების როლი ეკონომიკისა და ბიზნესის განვითარებაში, ეკონომიკისა და ბიზნესის სამართლებრივი უზრუნველყოფა და გარანტიები, ინდიკატური დაგეგმვა და მისი როლი ეკონომიკის სახელმწიფო რეგულირებაში, მმართველობისა და თვითმმართველობის პრინციპები.

მოცემულია ადგილობრივი თვითმმართველობისა და მმართველობის კომპეტენციის ძირითადი მუხლები.

სახელმწიფო რეგულირების როლი ეკონომიკისა და ბიზნესის განვითარებაში

ეკონომიკისა და კერძოდ, ბიზნესის განვითარება ბიზნესმენტთა თავისუფლებასა და დამოუკიდებლობას ეყრდნობა. ამასთან იბადება კითხვა, იგი რეგულირებადი უნდა იყოს თუ არა? როგორც მსოფლიო გამოცდილება ადასტურებს, ბიზნესი შეუფერხებლად უნდა ვითარდებოდეს, მაგრამ გარკვეული დოზებით იგი უნდა რეგულირდებოდეს და იმართებოდეს სახელმწიფოს მიერ.

მიუხედავად იმისა, რომ სახელმწიფო ერევა და აუცილებლად უნდა მონაწილეობდეს ბიზნესის განვითარებაში, მასაც არ აქვს უფლება ზედმეტად ჩაერიოს ამ სფეროში. მის ჩარევასაც თავისი შეზღუდვები გააჩნია. ასე, რომ ბიზნესი და სახელმწიფო მხოლოდ დასაშვები და ამა თუ იმ, სახელმწიფოსათვის მისაღები

პროპორციულობით არიან ერთმანეთთან დაკავშირებულ-დამოკიდებულნი.

ბიზნესის სახელმწიფოებრივი რეგულირება საზოგადოების მოთხოვნებით სორციელდება.

ეკონომიკისა და ბიზნესის განვითარებაში სახელმწიფო ჩარევა სხვადასხვა ფორმით ვლინდება:

1. გარკვეულად ზღუდავს ამა თუ იმ სფეროს განვითარებასა და ამა თუ იმ საქონლის წარმოებას;
2. აყალიბებს სამართლებრივ ბაზას და უზრუნველყოფს საზოგადოებრივ ატმოსფეროს, რომელიც ხელს უწყობს ბიზნესისა და საერთოდ, საბაზრო სისტემის ეფექტურობას;
3. იცავს კონკურენციას;
4. ასტიმულირებს ამა თუ იმ სფეროს განვითარებასა და ამა თუ იმ საქონლის წარმოებას;
5. ახალისებს მონოპოლიას;
6. ახდენს ფასების ფიქსირებას, გაყინვას და ა.შ.;
7. ადგენს საგადასახადო ნორმებს, განაკვეთებს და ა.შ.;
8. ახდენს შემოსავლისა და სიმდიდრის გადაანაწილებას;
9. ახდენს დასაქმებისა და ინფლაციის დონის კონტროლს;
10. იცავს სოციალურ და ეკოლოგიურ წონასწორობას.

სახელმწიფოს ჩარევა ბიზნესში კერძოდ გამოიხატება იმაში, რომ სოციალური და ეკოლოგიური წონასწორობის დაცვის მოთხოვნების შესაბამისად აკონტროლებს, ასტიმულირებს და არეგულირებს ენერგეტიკის, ტრანსპორტის, ტელეკომუნიკაციების, კავშირგაბმულობის, წყალმომარაგების, სანიტარული სამსახურისა და სხვათა განვითარებას. წინააღმდეგ შემთხვევაში ეს სფეროები მთლად კონკურენციაზე იქნებოდა დამოკიდებული, რასაც შეიძლება დიდი სირთულეები მოჰყოლოდა ქვეყნის პოლიტიკური და ეკონომიკური სტაბილიზაციის თვალსაზრისით.

სახელმწიფოს ჩარევა ბიზნესში გამოიხატება იმაშიც, რომ სპეციალური კანონების ძალით განსაკუთრებულ მდგომარეობაში იმყოფებიან ბანკები, სადაზღვევო კომპანიები, ფასიანი ქაღალდების ბირჟები, საქველმოქმედო ორგანიზაციები, საკრედიტო კომპანიები და სხვ.

განსაკუთრებით ვლინდება სახელმწიფო როლი საგადასახადო მექანიზმში. ეს მექანიზმი სხვადასხვა ქვეყანაში მკვეთრად განსხვავებულია. მაგ. შვეციაში მისი ძირითადი მოტივაციაა ის, რომ მიღწეული იქნას შესაძლო გამოთანაბრება მაღალ და დაბალშემოსავლიან მუშაკს შორის და ამით მიღწეული იქნას სოციალურად

ორიენტირებული საბაზრო ეკონომიკა. ამ ქვეყანაში მართლაც ასეა მიღწეული.

ზოგიერთი ქვეყნის საგადასახადო მექანიზმი ზედმეტად ჰუმანური, ზოგან კი ზედმეტად შემზღუდველია. ძირითადი პრინციპი ის უნდა იყოს, რომ მან, ჯერ ერთი, შეწონასწორებულად უნდა უზრუნველყოს სახელმწიფო ბიუჯეტის მიზნობრივი შევსება და მეორეც- ბიზნესმენტა, მეწარმეთა, ბანკერთა და სხვათა სტიმულირება და არა შებოჭვა.

საგადასახადო მექანიზმი პერიოდულად, ეტაპების მიხედვით უნდა კორექტირდებოდეს, იხვეწებოდეს და ვითარდებოდეს. მისი მოტივაცია უნდა იყოს სახელმწიფოსა და ბიზნესის ურთიერთრე-გულირებული და ურთიერთშეპირობებული განვითარება, საგარეო-ეკონომიკური ურთიერთობის განმტკიცების გათვალისწინებით.

სახელმწიფოს როლი ბიზნესის განვითარებაში განსაკუთრებით ვლინდება ფულად-საკრედიტო და საფინანსო-საბანკო ურთიერთობებში

სახელმწიფო ასტიმულირებს იმ ინვესტიციებს და საგარეო-ეკონომიკურ კავშირებს, რომლებიც ყველაზე მეტადაა გამართლებული და მისაღები სახელმწიფოსათვის, რომლებსაც სტრატეგიული და ტაქტიკური მნიშვნელობა აქვს, რომლებიც ხელს უწყობენ გარემოს დაცვას, სოციალური კლიმატის გაუმჯობესებას.

სახელმწიფო ძირითადად აკონტროლებს: ეროვნულ ვალუტას, მის კონვერტირებას; ინფლაციასა და სხვა პროცესებს, რაც ფულთან არის დაკავშირებული, ბანკების ფუნქციონირებას ეროვნული სახელმწიფო ბანკის მეშვეობით და ა.შ.

უნდა განიმარტოს, რომ ინფლაცია-ეს არის ფასების საერთო დონის მომატება, მაგრამ იგი არ გულისხმობს იმას, რომ აუცილებლად მატულობდეს ყველა საქონლის (მომსახურების) ფასი.

გამოიყოფა ინფლაციის შემდეგი სახეები (ტიპები):

მოთხოვნის ინფლაცია-ცვლილებები ფასებში ჭარბი მოთხოვნით აისახება. ეს იმას ნიშნავს, რომ მეტი იხარჯება, ვიდრე იწარმოება. ეს იმასაც ნიშნავს, რომ „ბევრ ფულს უნდა მცირე რაოდენობის საქონელი“.

წარმოების ხარჯების გადიდებით ან მოწოდების შემცირებით გამოწვეული ინფლაცია-წარმოიშობა ბაზარზე მიწოდების ცვლილების შედეგად. ეს გამოწვეულია იმით, რომ პროდუქციის ერთეულზე იზრდება დანახარჯები და შესაბამისად ფასები საქონელზე. ამ სახის ინფლაცია გამოვლინდება აგრეთვე ხელფასების მომატებაშიც.

ინფლაციის განსაკუთრებული სახეა ჰიპერინფლაცია, რომელიც დამანგრეველ გავლენას ახდენს ეკონომიკაზე. ეს ის შემთხვევაა, როდესაც ფასები ნელა და გამუდმებით იზრდება. ამის გამო, მოსახლეობა და საწარმოები, ფასების შემდგომი ზრდის მოლოდინით, იძულებული ხდებიან ხარჯონ დანაზოგი ფინანსები, ზოგჯერ არა აუცილებელი საქონლის შესაძენად. ეს ახდენს ფასებზე უარყოფით ზემოქმედებას, დაწოლას, რის გამოც ინფლაცია, როგორც ამბობენ, იწყებს „საკუთარი თავის გამოკვებას“. ამ სიტუაციის გამო ხდება ხელფასების იძულებითი მომატებაც.

სწორედ ჰიპერინფლაციის გამანადგურებელი შედეგების თავიდან აცილებაში უნდა გამოვლინდეს სახელმწიფოს როლი, რაც ეკონომიკური რეფორმის მთელი სისტემის თანამიმდევრულ გატარებას მოითხოვს.

ეკონომიკისა და ბიზნესის რეგულირების პროცესში სახელმწიფოს ძირითადი ეკონომიკური ფუნქციებია:

1. სამართლებრივი საფუძვლების შექმნა;
2. მაკროეკონომიკური სტაბილიზაციის მიღწევა;
3. ეკონომიკური ეფექტიანობის ასამაღლებლად რესურსების გაადგილებაზე ზემოქმედება;
4. შემოსავლის განაწილებაზე ზემოქმედება.

უკანასკნელ ხანს ყურადღება გამახვილდა „საზოგადოებრივი არჩევის“ თეორიასა და პრაქტიკაზე. იგი სახელმწიფოს მიერ გადაწყვეტილებების მიღების პროცესს შეისწავლის და აანალიზებს: რა? როგორ? და ვისთვის?

ამ თეორიის მიხედვით პოლიტიკოსები ისე იქცევიან, რომ ხელახალი არჩევისათვის მაქსიმალური შანსი მოიპოვონ, ამიტომ სახელმწიფო რეგულირების სისტემასაც ამ მოტივაციაზე აგებენ.

ბიზნესის რეგულირებაში დადებით როლს თამაშობს იაპონიის სახელმწიფო, მას გააჩნია თავისებურებანი, კერძოდ ეს არის:

1. სახელმწიფო პოლიტიკაში მკაცრად განსაზღვრული სტრატეგიული მიმართულება და მისი განხორციელების ორიგინალური მექანიზმი—განსაზღვრავენ ეკონომიკის განვითარების წამყვან პროფილს, რომელზეც ხდება ეკონომიკური პოლიტიკის ორიენტაცია. მაგ. 40-იან წლებში პრიორიტეტი მიენიჭა ფოლადსასხმელ და ქვანახშირის მრეწველობას; 50-იან წლებში— მანქანათმშენებლობას; 60-იან წლებში—ავტომობილმშენებლობას, ელექტრომწიფობილობის წარმოებას; დღეისათვის—ელექტროგამოთვლითი და ინფორმაციულ-გადამუშავებელი ტექნიკის განვითარებაა წინ წამოწეული;

2. შეუნელებელი ზრუნვა ეროვნული ეკონომიკის განვითარებისათვის. ამ მიმართულებით სახელმწიფო განსაკუთრებულ ყურადღებას უთმობს ინფრასტრუქტურის განვითარებას ბიუჯეტის სახსრებით. ნეოპროტექციონიზმის მაგალითია ბრინჯის წარმოებისადმი განსაკუთრებული ხელის შეწყობა;

3. ისეთი ორგანიზაციული ფორმების განვითარებისათვის ხელშეწყობა, რომლებიც წარმოების ეფექტიანობის ამაღლებისა და იაპონური საქონლის კონკურენტუნარიანობის ზრდის შესაძლებლობას იძლევა.

საყურადღებოა, რომ სწორედ ეს ფუნდამენტური პრინციპი დაედო საფუძვლად პრივატიზაციის იაპონურ პროგრამას, რომელიც 70-იან წლებში დაიწყო.

როგორც ჩანს, სახელმწიფოს მიერ ეკონომიკის რეგულირება იაპონიაში ძირითადად ეროვნულ ნიშან-თვისებებს ეყრდნობა, ამავე დროს იგი ორიენტირებულია შრომის საერთაშორისო დანაწილების მოთხოვნებზე და თანამედროვე მსოფლიო ეკონომიკის ინტერნაციონალიზაციის პროცესზე. ეს მიუთითებს იმაზე, რომ იაპონიის სახელმწიფო თვითონ გამოდის ქვეყნის ძირითადი მენეჯერის როლში, რაც ძალზე საყურადღებოა ბიზნესის თანამედროვე გააზრების თვალსაზრისით.

ეკონომიკისა და ბიზნესის სამართლებრივი უზრუნველყოფა და გარანტიები

მსოფლიოს ყველა ქვეყანაში ბიზნესი და საერთოდ, ეკონომიკა სამართლებრივად საკმაოდ უზრუნველყოფილი და დაცულია. ეს განმტკიცებულია იურიდიული დოკუმენტებით—შესაბამისი კანონებითა და კანონქვემდებარე აქტებით. ამას სხვადასხვა ფაქტორი განაპირობებს, რომელთაგან უნდა გამოიყოს:

1. ფირმების ერთმანეთისაგან დაცვის აუცილებლობა (გულისხმობს არაკეთილსინდისიერი კონკურენციის გავლენების აღმოფხვრას);
2. მომხმარებლების არაკეთილსინდისიერი საქმიანი პრაქტიკისაგან დაცვა (უვარგისი საქონლის გამოშვება და სხვ.);
3. საზოგადოების უზენაესი ინტერესების დაცვა მეწარმეთა ალვირასნილობისაგან (ეს ეხება გარემოს გაჭუჭყიანებას და სხვ.);

მაგ. აშშ-ში მრავალი კანონია, რომელიც არეგულირებს ბიზნესის განვითარებას, მათგან შეიძლება დავასახელოთ: ზორცის პროდუქტების ხარისხის კონტროლის კანონი; კანონი პრაქტიკული საქმიანობის ცალკეული სახეების აკრძალვის შესახებ; საგზაო მო-

ძრაობისა და ავტოტრანსპორტის უსაფრთხოების ეროვნული პოლიტიკის შესახებ კანონი; კანონი ბავშვთა უსაფრთხოების უზრუნველყოფის შესახებ; კანონი გარემოს დაცვის შესახებ; კანონი ეროვნული პოლიტიკის შესახებ; კანონი სამომხმარებლო საქონელზე ფასების დაწესების შესახებ; კანონი კრედიტების თანაბარი უფლებებით მიღების შესახებ და სხვ.

საერთოდ, სამართალი ეს არის იმ ქვეყნის ზოგადსავალდებულო წესების ერთობლიობა, რომელიც აწესრიგებს საზოგადოებრივ ურთიერთობებს მათში მონაწილეების უფლებების აღიარებისა და მათი შესაბამისი მოვალეობების დაკისრების გზით და რომელთა განხორციელება და სამართლებრივი დაცვა დარღვევის შემთხვევაში უზრუნველყოფილია სახელმწიფო იძულების გამოყენების შესაძლებლობით.

სახელმწიფოებში კანონების დაცვის, გატარებისა და მათზე კონტროლისათვის არსებობს სხვადასხვა სამსახურები, ინსპექციები, სააგენტოები, სამმართველოები, კომისიები და სხვ.

ეკონომიკისა და ბიზნესის განვითარებას სხვა ფაქტორებთან ერთად უზრუნველყოფს შესაბამისი იურიდიული დოკუმენტები, მათგან აღსანიშნავია ხელშეკრულებები და კონტრაქტები, რომლებიც ფართოდაა გავრცელებული მთელ მსოფლიოში და ყველაზე ხშირად გამოსაყენებელი დოკუმენტებია. ამას გარდა არსებობს გარიგებები და შეთანხმებები ყიდვა-გაყიდვაზე; აქციები და სხვ. მნიშვნელოვანი იურიდიული დოკუმენტია კანონი გაკოტრების შესახებ. იგი მოიცავს იმ პირობებს, რომ გაკოტრებული მევალე თავისი ქონების მოვალეებზე (კრედიტორებზე) განაწილების შემდეგ თავისუფლდება პასუხისმგებლობისაგან.

არსებობს გაკოტრების 2 სახე: ნებაყოფლობითი და იძულებითი. ნებაყოფლობითია ისეთი, როდესაც ფირმა თავისი შესაძლებლობების შეფასების საფუძველზე თავს გაკოტრებულად აცხადებს და ისტუმრებს ვალებს. იძულებითი გაკოტრება შეიძლება გამოიწვიოს საქმის ჩავარდნამ ანდა იგი მოხდეს კრედიტორის პრეტენზიების საფუძველზე.

საყურადღებოა, რომ გაკოტრების კანონი არ ვრცელდება ბანკებზე, სადაზღვევო კომპანიებზე, რკინიგზაზე, ზოგიერთ სპეციალიზებულ კომპანიაზე და სხვ.

ბიზნესის იურიდიული უზრუნველყოფა და გარანტიები მაღალ დონეზეა დაყენებული გერმანიაში, იაპონიაში, ინგლისში, შვეიცარიაში და სხვა ქვეყნებში.

შეიძლება დაბეჯითებით ითქვას, რომ იქ, სადაც ეს სფერო კარგად არის მოწესრიგებული და მაღალ დონეზე იმყოფება, იქ ასევე მაღალი და სანიმუშოა ბიზნესის კულტურაც. მართალია ამ მხრივ ჯერ კიდევ არის ბევრი წინააღმდეგობა და შეუსაბამობა, მაგრამ განვითარების ტენდენცია საფუძველს იძლევა ითქვას, რომ ბიზნესი თანდათან უფრო კანონქვემდებარე, იურიდიულად განმტკიცებული და გარანტირებული ხდება.

ინდიკატური დაგეგმვა და მისი როლი ეკონომიკის სახელმწიფო რეგულირებაში

ეკონომიკისა და ბიზნესის სახელმწიფო რეგულირებისათვის სხვა მეთოდებთან ერთად მსოფლიო პრაქტიკაში გამოიყენება ე.წ. ინდიკატური დაგეგმვა.

ინდიკატურ დაგეგმვას სხვანაირად „შერბილებულ“ დაგეგმვასაც უწოდებენ. მას განმარტავენ აგრეთვე ბიზნესის „განათლების“ მიმართულებად.

როგორც წესი ასეთ გეგმაში მოცემული ამოცანები, პრიორიტეტები და ინდიკატორები (მაჩვენებლები) ატარებენ სარეკომენდაციო, ძირითადი მიმართულების მიცემის ხასიათს და არ არის სავალდებულო და ღირეპტიული.

ინდიკატურ გეგმაში მოცემულია ქვეყნის ეკონომიკის და მისი ცალკეული სფეროებისა და რეგიონების თვალსაწიერ პერსპექტივაში (3-5 წელი) განვითარების განჭვრეტილი ხაზები, ფორმები, მაჩვენებლები, შესაძლო ცვლილებები, ტენდენციები, ზღვრები, ინვესტიციები, კონტურები და ა.შ.

ეკონომიკის რეგულირების მიზნით ინდიკატურ გეგმებს დიდი ხანია იყენებენ სხვადასხვა ქვეყანაში. მას წარმატებით იყენებენ მაგალითად საფრანგეთში (1945 წლიდან), იაპონიაში (1955 წლიდან), კორეაში, გერმანიაში, ინგლისში, აზიის, აფრიკის, ლათინური ამერიკის ქვეყნებში, კანადაში და სხვაგან. აშშ-ში ასეთ მარეგულირებელ როლს ასრულებს სხვადასხვა კანონი და კანონქვემდებარე აქტი, შეზღუდვები, ფორმები, მექანიზმები.

ინდიკატური გეგმის საშუალებით სახელმწიფოები ახორციელებენ სამინისტროების, უწყებების, ბიზნესის სტრუქტურების, რეგიონების ინტერესებისა და საქმიანობის კოორდინაციას საერთო ინტერესებიდან გამომდინარე. ამასთან, ეს გეგმა გვევლინება, როგორც ეკონომიკური, სოციალური, ინოვაციური, ინვესტიციური,

რეგიონალური და საგარეო-ეკონომიკური პოლიტიკის რეალიზაციის საფუძველი და მიმართულების მიმცემი.

ინდიკატური გეგმა როგორც წესი ძირითადად 3 ნაწილ-საგან უნდა შედგებოდეს, ესენია:

1. ქვეყნის სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების კონცეფცია;
2. ქვეყნის ეკონომიკური, სოციალური, რეგიონული, საგარეო-ეკონომიკური განვითარების ანალიზი და პროგნოზი;
3. მარეგულირებელი ინდიკატორები;
პირობითად ინდიკატური გეგმა უნდა მოიცავდეს:
 1. განვითარების ზოგად კანონზომიერებებს;
 2. უმნიშვნელოვანეს პრობლემებს, ჩამორჩენის თავისებურებებს;
 3. სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების სტრატეგიას (მიზანი, პრიორიტეტები, ეტაპები);
 4. მაკროეკონომიკურ და ინსტიტუციონალურ პოლიტიკას;
 5. სტრუქტურულ პოლიტიკას;
 6. მეცნიერულ-ტექნიკურ პოლიტიკას;
 7. ინვესტიციური საქმიანობის სტიმულირებას;
 8. სექტორულ (დარგობრივ) პოლიტიკას;
 9. რეგიონულ პოლიტიკას;
 10. საგარეო-ეკონომიკურ პოლიტიკას.

მისი შემადგენელი ნაწილებია აგრეთვე:

1. უმნიშვნელოვანესი მაკროეკონომიკური მაჩვენებლები: ეროვნული შემოსავალი, მოხმარება, დაგროვება, კაპდაბანდებები, სამრეწველო პროდუქციის წარმოება, სოფლის მეურნეობის პროდუქციის წარმოება, მიმოქცევაში მყოფი ფულის მასა, დასაქმებულთა რაოდენობა სფეროების მიხედვით და სხვ.);

2. ფასები და ფასწარმოქმნა (მაგ. აღნიშნულია, რომ მოიხსნება ფასებისა და ტარიფების პირდაპირი სახელმწიფო რეგულირება; ზოგიერთი პროდუქციის ფასი მიაღწევს მსოფლიო ფასების დონეს და სხვ.);

3. მოსახლეობის ფულადი შემოსავლების და ხარჯების ბალანსი;

4. მოგება სახალხო მეურნეობაში;

5. ინვესტიციები;

6. დასაქმება და ცხოვრების დონე;

7. პრივატიზაცია და ბაზრის ფორმირება (მაგ. აღნიშნულია, რომ ფართო მასშტაბით უნდა გაგრძელდეს სახელმწიფო საწარმოთა აქციონირება და სხვ.);

8. მეცნიერულ-ტექნოლოგიური განვითარება;

9. სოციალური ინფრასტრუქტურა;
10. სოფლის მეურნეობა;
11. მრეწველობა;
12. კომუნიკაციები;
13. სამშენებლო კომპლექსი;
14. რეგიონული ეკონომიკა;
15. პროდუქციის ექსპორტ-იმპორტი;
16. უმნიშვნელოვანესი რესურსებისა და სტრატეგიული პროდუქტების ბალანსები.

ამას გარდა: ეკონომიკის სახელმწიფო რეგულირება და სახელმწიფო მიზნობრივი პროგრამები, რომელიც ძირითადად მოიცავს პარაგრაფებს:

1. ფასწარმოქმნა;
2. სახელმწიფო ბიუჯეტი (აქ მოცემულია საგადასახადო განაკვეთების საპროგნოზო დონეები);
3. ანტიმონოპოლიური პოლიტიკა და მომხმარებელთა ინტერესების დაცვა;
4. საგარეო-ეკონომიკური ურთიერთობები;
5. ეკონომიკის რესურსული უზრუნველყოფა;
6. სახელმწიფო მიზნობრივი პროგრამები (ბავშვთა კვება, მარცვალი, შაქარი, მინერალური და მტკნარი წყლები, ნავთობი, დიდი ქიმიკა, ცემენტი, განათლება და სხვა პროგრამები).

წარმოდგენილი უნდა იყოს ძირითადი საპროგნოზო მაჩვენებლები (ცხრილების სახით), რომელიც მოიცავს ნაწილებს:

1. მაკროეკონომიკური მაჩვენებლები;
2. მეცნიერულ-ტექნოლოგიური განვითარება;
3. სოციალური სექტორი;
4. სოფლის მეურნეობა;
5. მრეწველობა;
6. ტრანსპორტი და კავშირგაბმულობა;
7. კაპიტალური მშენებლობა;
8. საგარეო-ეკონომიკური ურთიერთობები;
9. უმნიშვნელოვანესი რესურსებისა და სტრატეგიული პროდუქციის საბალანსო მაჩვენებლები.

როგორც წესი, ინდიკატურ გეგმაში ძირითად მარეგულირებელ ინდიკატორებად (მაჩვენებლებად, რეგულატორებად) მიჩნეულია:

1. ცალკეულ საქმიანობათა ლიცენზირება;
2. ცალკეული სახის პროდუქციის გატანა-შემოტანის კვოტირება;

3. საწარმოების მიერ საკუთრების ფორმების მიუხედავად სახელმწიფოსათვის საჭირო პროდუქციის მიწოდების მოცულობები;
4. ცენტრალიზებული ფინანსური და სავალუტო სახსრები და კრედიტები, რომელიც უნდა გამოიყოს ცალკეული მიმართულებების, დარგების, რეგიონების, საწარმოების, პროგრამების რეალიზაციისათვის;
5. ცენტრალიზებული კაპიტალური დაბანდებები;
6. ცვლილებები საგადასახადო განაკვეთებში, ამორტიზაციის ნორმებში, მათი დარიცხვის წესში, კრედიტის პროცენტებში, ბაჟებსა და მოსაკრებლებში, საიჯარო გადასახადებში და ა.შ.
7. მოსახლეობის სოციალური დაცვისა და სოციალური პრობლემების გადასაწყვეტი ღონისძიებები;
8. ეკონომიკური რეფორმის განხორციელების პირობები.

მომავალში ინდიკატური გეგმის როლი კიდევ უფრო ამალდება. სავარაუდოა, რომ ასეთ გეგმებს საერთაშორისო ხასიათი მიეცემა (მაგ. ტრანსეროვნული გაერთიანებებისათვის).

მმართველობა და თვითმმართველობა

საქართველოში მოქმედებს ორგანული კანონი „ადგილობრივი თვითმმართველობისა და მმართველობის შესახებ“.

ამ კანონის შესაბამისად: ადგილობრივი თვითმმართველობა არის საქართველოს მოქალაქეთა კონსტიტუციით აღიარებული უფლება, შესაძლებლობა და პასუხისმგებლობა დადგენილი წესით, თვითმმართველობის ერთეულებში მათ მიერ შექმნილი ადგილობრივი ორგანოების მეშვეობით, კანონის საფუძველზე, საკუთარი პასუხისმგებლობით და დამოუკიდებლად გადაწყვიტონ საქართველოს კონსტიტუციით და კანონმდებლობით განსაზღვრული ადგილობრივი მნიშვნელობის სკითხები.

ადგილობრივი მმართველობა არის კანონმდებლობით განსაზღვრული სახელმწიფო აღმასრულებელი და წარმომადგენლობითი ორგანოების ურთიერთკოორდინირებული საქმიანობა, რომელიც ადგილებზე, მოსახლეობის მოთხოვნათა გათვალისწინებით, უზრუნველყოფს სახელმწიფო ინტერესების დაცვას.

თვითმმართველობა (საკრებულოების) არის წარმომადგენლობითი მმართველობა (გამგეობა), აღმასრულებელი ორგანო.

ადგილობრივი თვითმმართველობის კომპეტენციის ძირითადი მუხლებია:

ქონების ფლობა, სარგებლობა, განკარგვა; მიწათსარგებლობის საკითხების გადაწყვეტა;

ბიუჯეტის ფორმირება, დამტკიცება, შესრულება, კონტროლი; ადგილობრივი გადასახადებისა და მოსაკრებლების შემოღება და გაუქმება;

სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების პროგრამების შემუშავება და განხორციელება;

ადგილობრივი სამსახურებისა და საწარმოების შექმნა და ლიკვიდაცია;

საბინაო და არასაცხოვრებელი ფონდის შექმნა და განკარგვა;

კომუნალური მეურნეობა;

ადგილობრივი არქივის შექმნა და შენახვა;

ტრანსპორტით მომსახურების ორგანიზაცია;

საინფორმაციო სამსახურის ფორმირება და შენახვა;

განათლების, ჯანდაცვის, კულტურისა და სპორტის საკითხების გადაწყვეტა;

წყალმომარაგების ორგანიზება;

გზების შეკეთება, რეკონსტრუქცია, მშენებლობა;

სოციალური მომსახურება;

სხვა საკითხები.

ადგილობრივი მმართველობის კომპეტენციის ძირითადი მუხლებია:

- ❖ საზოგადოებრივი წესრიგის დაცვა;
- ❖ კონტროლი ადამიანის უფლებებისა და კანონიერების დაცვაზე;
- ❖ ბუნებათსარგებლობა, გარემოს დაცვა, ეკოლოგიური უსაფრთხოება;
- ❖ მიწათსარგებლობის საკითხების გადაწყვეტა;
- ❖ საყოფაცხოვრებო ნარჩენების გადამუშავებისა და უტილიზაციის ორგანიზება;
- ❖ სანიტარულ-ეპიდემიოლოგიური და ვეტერინარული ღონისძიებების განხორციელება;
- ❖ განათლების, ჯანდაცვის, კულტურის, სპორტის, ტურიზმის საკითხების გადაწყვეტა;
- ❖ ენერგიით, წყლით, გაზით მომარაგება და სამელიორაციო სისტემების ორგანიზაცია;
- ❖ მოსახლეობის სოციალური დაცვა და დასაქმება;
- ❖ კატასტროფების, სტიქიური უბედურებებისა და ეპიდემიების შედეგების ლიკვიდაცია, სამოქალაქო თავდაცვა;

- ❖ სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების პროგრამების შედგენა და დაფინანსება;
 - ❖ მოსახლეობისა და ტრანსპორტის რეზერვების მობილიზება (კანონით გათვალისწინებულ შემთხვევებში);
 - ❖ სამხედრო ძალებისათვის სამობილიზაციო სამუშაოების ჩატარება; სამხედრო-სასწავლო შეკრებებისათვის, სამხედრო ნაწილების სასოფლო-სამეურნეო პროდუქციით მომარაგებაში ხელის შეწყობა;
 - ❖ სხვა საკითხები.
- ადგილობრივი მმართველობის ორგანოები წარმოადგენენ საჯარო სამართლის იურიდიულ პირებს.

State Regulation of Business

O. Keshelashvili-

Doctor of Economic Sciences, professor,
Academician of the Georgian Academy
of Agricultural Sciences

Abstract (Internet Version)

The article focuses on the role of the state and Government in development of economy and business in the country. In particular, it discusses the function of the state as a law making and enforcement body, as a guarantor for regulating the management processes, and an implementation of self-government principles. The article also provides major principles dealing with local self-management and competences of Government.

2. აგრარული ეკონომიკა Agrarian Economy

ორგანული სოფლის მეურნეობა და მისი
განვითარების ცვლილებები ევროპის ქვეყნებში

გ. ნატროშვილი-
ეკონომიკის აკადემიური დოქტორი,

მ. ცინცაძე-
სოფლის მეურნეობის აკადემიური დოქტორი, სტუ-ს
პროფესორი,

ნ. ნატროშვილი-
ვეტერინარიის აკადემიური დოქტორი, სტუ-ს პროფესორი

რეზიუმე (ინტერნეტული ვერსია)

ეკოლოგიურად უსაფრთხო კვების პროდუქტების ბაზრის მოცულობა შეადგენს ათეულ მილიარდ დოლარს. მსოფლიოს განვითარებულ ქვეყნებში ყოველწლიური ზრდის ტემპები 20-30%-ია. „Organi Monitor“-ის მონაცემებით, ორგანიზაციები რომლებიც დაკავლებულნი არიან მარკეტინგის გამოკვლევებით 2005 წ. კვების ეკოლოგიური პროდუქტების მრავალი ბაზრის ბრუნვამ 85,5 მილიარდი ევრო შეადგინა და ყოველწლიურად იზრდება დიდი ტემპით. ასე მაგალითად, 1999 წელს იგი შეფასებული იქნა 15 მილიარდი დოლარით, 2006 წელს დაახლოებით 30 მილიარდით, ხოლო 2017 წ. მან 80 მილიარდი დოლარი შეადგინა. ორგანული პროდუქტის ბრუნვა 1999 წ. შედარებით 5-ჯერ გაიზარდა.

განვითარებული ქვეყნების მთავრობები აქტიურად უჭერენ მხარს ეკოწარმოებას, რადგანაც იგი ხელს უწყობს შიგა ბაზრის განმტკიცებას (გამყარებას) ექსპორტის ზრდას და ეკოლოგიური და ეკონომიკური პრობლემის გადაწყვეტას.

დღეს მსოფლიოს 32 ქვეყანას აქვს ეკოლოგიურად უსაფრთხო პროდუქტებზე დამტკიცებული სტანდარტები. 9 ნერგავს სტანდარტიზაციას, ხოლო 15 ამუშავებს ასეთ სტანდარტებს, მაგრამ ევროკავშირის მთელი გამოცდილება გვიჩვენებს, რომ სახელმწიფო მხარს უჭერს ამა თუ იმ პროექტს, მაშინ როცა მას მოაქვს ფული და ეკონომიკის ნაწილი ხდება.

ორგანული პროდუქციის ძირითადი მასა რეალიზდება მსოფლიოს მაღალგანვითარებულ ინდუსტრიულ ქვეყნებში. მთლიანი მოხმარების დაახლოებით 70% მოდის დასავლეთ ევროპასა და სამხრეთ ამერიკაზე, ქვეყნებს, რომლებსაც აქვთ ორგანული პროდუქტების შედარებით დიდი ბაზრები მიეკუთვნებიან აშშ, გერმანია, საფრანგეთი.

როგორც ცნობილია ორგანული პროდუქტების მომხმარებლისათვის მოტივაციებია:

- კვების ეკოლოგიური უსაფრთხოება;
- პროდუქციის მაღალი ხარისხი და სიახლე;
- ორგანული პროდუქციის მაღალი კვებითი თვისებები;
- გენეტიკურ-მოდირებული ორგანიზმების არ არსებობა.

ორგანული პროდუქციის ძირითადი მომხმარებელია ქალაქის მაღალი სოციალური და საშუალო სოციალური კლასის მოსახლეობა, მაღალი მსყიდველობითი უნარით, რომლებიც ზრუნავენ ოჯახის ჯანმრთელობაზე და ორიენტირებულნი არიან მაღალხარისხიან პროდუქციაზე.

2014 წლის მონაცემებით ორგანული პროდუქციის მოხმარებით ერთ სულ მოსახლეზე ყველაზე მაღალი დონე იყო შვეიცარიაში, სადაც კვების ორგანული პროდუქტი ერთ სულ მოსახლეზე შეადგენდა, საშუალოდ 221 ევროს, წელიწადში. დანიაში 162 ევროს და ლუქსემბურგში 164 ევროს.

ევროპის ქვეყნების საცალო ორგანული ბაზრის საერთო ღირებულება შეადგენდა 24 მლდ ევროს, მაშინ როცა 2005 წ იგი იყო 11,1 მლნ ანუ 2,2 ჯერ მეტი.

შესაბამისად, უკანასკნელი 3 ათწლეულის განმავლობაში კვების ორგანული პროდუქტების წარმოება გაიზარდა როგორც მსოფლიოში, ისე ევროპაშიც. ორგანული წარმოების ქვეშ მყოფი სასოფლო-სამეურნეო სავარგულების ფართობი ევრო-

პის ქვეყნებში შეადგენდა 10, 3 მლნ ჰა. ამას თან ახლდა ორგანული პროდუქტების წარმოების მნიშვნელოვანი ზრდა.

ერთიანი ეკონომიკური პოლიტიკის პრიორიტეტების თანახმად 2030 წ. ევროპის ქვეყნებში სასოფლო სამეურნეო სავარგულების 50% უნდა დაეთმოს ჯანმრთელობას, ეკოლოგიასა და სამართლიანობას.

უნდა აღინიშნოს, რომ ორგანული წარმოების უპრეცედენტო ზრდის მიუხედავად ჯერ კიდევ არის დისბალანსი ორგანული პროდუქტების მიწოდებასა და მოთხოვნას შორის. წარმოება დაბალია მოხმარებაზე. მაგ. 2014 წ 10,3 მლნ ჰა იყო დაკავებული ორგანიკით, რაც ევროპის ქვეყნების მთლიანი სას, სამ. სავარგულების 5,7% შეადგენდა, მაგრამ ორგანულად მართვა-დი მიწების ყოველწლიური მატება შენედა და შეადგინა 2014 წ 11, 1%. მიუხედავად ამისა ორგანული მწარმოებლების რაოდენობა უკანასკნელი 10 წლის განმავლობაში გაიზარდა თითქმის 60%.

ორგანული წარმოების ლიდერ ქვეყანებში, როგორცაა ავსტრია, გერმანია და დიდი ბრიტანეთი, ორგანული მიწებისა და ორგანული ფერმების რაოდენობა სტაგნაციას განიცდის ან მცირდება, ისეთ ქვეყანებში, როგორცაა ბელგია, საფრანგეთი, იტალია, პორტუგალია, ესპანეთი, ბულგარეთი, ხორვატია და სლოვაკეთი ორგანული ფართობი 2014 წელს გაიზარდა 5%-ით და მეტჯერ 2013 წელთან შედარებით. ზოგიერთი ქვეყნისთვის, როგორცაა პორტუგალია, ესპანეთი, ბულგარეთი ეს ზრდა გამოწვეულია ორგანული ფერმების ზრდით.

მთლიანად კვების ორგანული პროდუქტების წარმოება დიდ შესაძლებლობებს უქმნის ფერმერს, ბიზნეს იმპორტიორებსა და საცალო მოვაჭრეებს. იქმნება საშიშროება იმისა, რომ მზარდი მოთხოვნა დაიფარება იმპორტის ხარჯზე და ევროპელი ბიზნესმენები ვერ მიიღებენ სარგებელს.

2014 წ. ევროკავშირში დარეგისტრირებული იქნა თითქმის 260000 ორგანული პროდუქტის მწარმოებელი. ყველაზე დიდი მწარმოებელია იტალია (თითქმის 49000), თურქეთი (71000- ზე მეტი). უკანასკნელი ათწლეულის მანძილზე მათი რიცხვი გაიზარდა 57%-ით, ორგანულ ფერმერთა თითქმის 15% ევროპაშია.

ორგანული პროდუქტის მომწოდებლების და იმპორტიორების რიცხვი გაიზარდა ევროპის თითქმის ყველა ქვეყანაში 2014 წ. ევროკავშირის ქვეყნებში დარეგისტრირებული იქნა თითქმის 50 ათასი მიმწოდებლები და 1700 იმპორტიორი. მიმწოდებლებისა და იმპორტიორების რიცხვი ევროკავშირში გაიზარდა შესაბამისად 18,6% და 16%. მიმწოდებელთა შედარებით დიდი რიცხვით იტალიაში (12 000-ზე მეტი) და იმპორტიორთა ყველაზე დიდი რიცხვით გერმანიაში (396). იმპორტიორთა და მიმწოდებელთა ყველაზე დიდი ნაწილი განთავსებულია ძველ ქვეყნებში-ევროკავშირის ქვეყნებსა და შვედეთში.

გლობალურ დონეზე, 2014 წ. არსებული სასოფლო-სამეურნეო სავარგულების 43,7 მლნ ორგანული იყო და დაახლოებით 27% მსოფლიო ორგანული სასოფლო-სამეურნეო სავარგულებისა იყო ევროპაში. ევროპის ოთხი ქვეყანა, რომლებიც ზემოთ იყო დასახელებული, შედიოდა მსოფლიოს ათ ქვეყანაში, რომლებიც დიდ (მსხვილ) ორგანულ ტერიტორიებს ფლობენ. ევროკავშირის ორგანული მიწები შეადგენს მთელი სასოფლო-სამეურნეო სავარგულების 5,7%. ყველაზე მაღალი ხვედრითი წილი ორგანული სასოფლო-სამეურნეო სავარგულების ევროკავშირში აქვს ავსტრიას 19,4%) ლიხტენშტეინს (31%).

ახალი წევრი ქვეყნების 10%-ზე მეტი ორგანულ სასოფლო-სამეურნეო სავარგულებისა არის ესტონეთში, ჩეხეთში, ლატვიაში. ორგანული სასოფლო-სამეურნეო მიწების მაღალი ხვედრითი წონის მიუხედავად ზოგიერთ ქვეყანაში მაღალი ხვედრითი წონის სამოვრებისა და გადამამუშავებელი სიმძლავრეების სიმცირისა ორგანული წარმოება დაბალ დონეზეა.

როგორც ცნობილია 2014 წ მსოფლიოში თითქმის 1% სასოფლო-სამეურნეო სავარგულებისა იყო ორგანული. ყველაზე მაღალი წილით-ფოლკუნდის კუნძულები-36%, შემდეგ მოდიოდა ევროპის ქვეყნები. მსოფლიოს 11 ქვეყანაში სახნავის 10%-ზე მეტი იყო ორგანული.

ევროპაში ორგანული სასოფლო-სამეურნეო სავარგულების დინამიური განვითარების მიუხედავად 2014 წ ადგილი

ჰქონდა ევროკავშირში სას. სამ სავარგულების მცირე ზრდას (1,1% ან 110 ათას ჰა) და ევროპაში (2,3% ან 260 ათ. ჰა).

ორგანული მიწების მაღალი ზრდით გამოირჩევა ესპანეთი (100 ათ. ჰა), იტალია (70 000 ჰა) და რუმინეთი (60 000 ჰა). მნიშვნელოვანი შემცირება შეინიშნებოდა საბერძნეთში (130 000ჰა) და შეერთებულ სამთავროში (37 ათ. ჰა)

მთლიანად 2005 წლიდან ორგანული სასოფლო სამეურნეო სავარგულები ევროკავშირში გაიზარდა 60%-ით, (70%-ით ევროპაში).

ევროკავშირის ბევრ ქვეყანაში ორგანული სასოფლო– სამეურნეო სავარგული უკვე გაიზარდა საკმაოდ მაღალ დონემდე. ზრდის დიდი ნაწილი მოდიოდა უკანასკნელ წლებში თურქეთზე.

ევროკავშირში ორგანული ბაზრის სფეროში გავანალიზეთ კვების ორგანული პროდუქტების თანამედროვე ტენდენციები:

-ევროკავშირის ორგანული პროდუქტების ბაზარი მუდმივად იზრდება და 2014 წელს გაიზარდა 7,4%-ით. ეს გასაკვირია თუ გავითვალისწინებთ ზრდის საშუალო ტემპებს (2006-2012) პროდუქტიულ საცალო ბაზრებზე 2% -დან 3%-მდე.

-მომხმარებლები ხარჯავენ მეტს ორგანულ პროდუქტებზე: 2005 წლიდან 2011 წ-ის ჩათვლით, ერთ სულ მოსახლეზე ორგანული პროდუქტის მოხმარება გაიზარდა 110 %-ით, 22,4 ევროდან 47,4 ევრომდე. ამავე პერიოდში უალკოჰოლო სასმელებისა გაიზარდა მხოლოდ 13%-ით.

-ორგანული პროდუქტები ბაზარზე იკავებენ უფრო მეტ წილს:

1. ორგანული კვერცხის წილი 11-დან-22%-მდეა ავსტრიაში, ბელგიაში, ფინეთში,/გერმანიაში, ნიდერლანდებში.

2. რძის პროდუქტებს უკავია ბაზრის 5-10% ავტრიაში, გერმანიაში და ნიდერლანდებში. ავსტრიაში ეს მაჩვენებელი აღწევს 15, 7%.

3.ხილი და ბოსტნეული ამჟამად შეადგენს ყველა ეროვნული ბაზრის ერთ მეხუთედს. მაგალითად იტალიაში, ირლანდიაში, საფრანგეთში , გერმანიაში, შვეციაში.

მომხმარებელზე ორგანული პროდუქცია რეალიზდება გასაღების შემდეგი არხებით:

- პირდაპირი გასაღება (გაყიდვა უშუალოდ მეურნეობებში, ადგილობრივ ბაზრებში, აგრეთვე ქალაქის მაღაზიებში, ინტერნეტის საშუალებით)
- ფერმერებსა და მაღალი ვაჭრობის და რესტორნების წარმომადგენლებს შორის პირდაპირი შეთანხმებით;
- მიყიდვა გადამმუშავებელ საწარმოებზე რომლებმაც გაიარეს სერტიფიცირება;
- საბითუმო ვაჭრობაზე მიყიდვა;
- რეალიზაცია საწარმოო კოოპერატივების მეშვეობით;
- გასაღების მნიშვნელოვანი არხებია მსხვილი სასურსათო მაღაზიები, რომლებიც ტრადიციულ საქონელთან ერთად

სთავაზობენ ორგანული პროდუქციის ფართო ასორტიმენტს.

აღსანიშნავია, რომ ტერმინი „დიდი სასურსათო მაღაზიები“ აერთიანებენ სასურსათო მაღაზიებს სავაჭრო ფართით 400-800 მ² და ჰიპერმარკეტები 800 მ² მეტი. უმრავლეს ქვეყნებში ასეთ მაღაზიებზე მოდის 50% მთელი ორგანული პროდუქციის გაყიდვისა.

მსოფლიოს ბევრი ქვეყანა ორგანული პროდუქციის წარმოებისას ორიენტირებული არიან საგარეო ბაზრებზე. ორგანული სურსათის ექსპორტის მხრივ ლიდერი პოზიცია უკავია საფრანგეთს, კანადას, აშშ, ავსტრიას, ლიხტენშტეინს; შვეციას, დანიას, ლუქსემბურგს, შვეიცარიას.

კვების ორგანული პროდუქტების ბაზრები ყოველ ქვეყანაში სხვადასხვა ტემპით ვითარდება. მართლაც იმ პერიოდში როცა საცალო ვაჭრობა 2014 წ გაიზარდა შვეციაში (45%) და საფრანგეთში (10%). ისეთ ქვეყნებში, როგორცაა ბელგია (3,8%) და დიდი ბრიტანეთი (4%) საცალო ვაჭრობის ორგანული ტემპები საშუალოზე დაბალი იყო. ამას გარდა არსებობს მნიშვნელოვანი განსხვავებები კვების ორგანული პროდუქტების მხრივ 1 სულ მოსახლეზე ევროკავშირის ქვეყნებს შორის, მაღალი დონის ლუქსემბურგიდან და დანიიდან დაბალი დონის სლოვაკეთიდან ბულგარეთამდე. მიუხედავად ამ განსხვავებებისა ევროკავშირის მომხმარებლებმა საშუალოდ მნიშვნელოვნად გაზარდეს კვების ორგანულ პროდუქტებზე დანახარჯები.

უნდა აღინიშნოს რომ ორგანიკის პოტენციალი მთლი-

ნად არ არის გამოყენებული, რასაც ადასტურებს ჩატარებული კვლევები აშშ-ში და დასავლეთ ევროპაში, რომლებმაც აჩვენა, რომ ქალები, გურმანები, ახალგაზრდა ხალხი დაინტერესებული იქნებიან ორგანულ პროდუქტებზე.

ამას გარდა დიდი მნიშვნელობა აქვს იმ ფაქტს, რომ ყველა მომხმარებელმა არ იცის კვების ორგანული პროდუქტების შესახებ და მათ უპირატესობაზე. ამავე დროს როგორც გაიგებენ ორგანული პროდუქტების შესახებ მათი მოთხოვნილება მასზე გაიზრდება. მაგალითად მომხმარებელთა მხოლოდ ნახევარს ესმის ორგანულსა და არაორგანულს შორის განსხვავება ან კიდევ კონკრეტულად ორგანული წარმოების პირობების შესახებ, რომელსაც ითხოვს „ორგანული“ ეტიკეტები აშშ-ში. მაგ. მომხმარებელთა 92% თვლის, რომ ორგანული პროდუქტები თავისი გემოთი იგივეა, როგორც ჩვეულებრივი პროდუქტები. მაშინ როცა დასავლეთ ევროპაში საუკეთესო გამოსათვის ლოდინი ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ფაქტორია.

ლიტერატურა

1. ნაკაშიძე, დ.ჯაში-ორგანული სოფლის მეურნეობა. თბ. 2013
2. ე. გუგავა, გ. მელაძე-მცენარეთა ეკოლოგია. თბ. 2003.
3. თ. ურუშაძე-აგროეკოლოგია. თბ. 2001.
4. შ. ფალავანდიშვილი და სხვ. ნიადაგის ეკოლოგია. თბ. 2009.

Organic farming and changes in development in European countries

G.Natroshvili-Academic doctor of Economic,

M.Tsintsadze-Academic doctor of Agriculture,
professor of GTU,

M. Natroshvili Academic doctor of Veterinary,
professor of GTU

Abstract (Internet Version)

The study revealed the main trends in the development of food. Demand is far ahead of the supply of organic products. The reason is that: The first is the lack of state support for organic agriculture;

The second. Inefficient organic supply chain is the difference between supply and demand. Logistical and other problems that allow each other's demand and delivery

Thirdly, organic farming is the first on the first level of production. At the same time, consumer expectations are often expressed in terms of the final product of processing, while organic processing is less developed and poorly regulated than primary production.

V rezul'tate issledovaniya byli once again the question of the most important, but less publicized kaartul publikatsiebshi.evropis scientific experience in the development of organic agriculture allows useful for human food, and at the same time maintain environmental conditions, improve environmental and socio-economic development of the country's regions. Environmental degradation threatens people as a biological, physical and mental health, future health, economic well-being.

ფერმერული მეურნეობის დაპროექტების კონცეპტუალური საკითხები

გიორგი ნატროშვილი-
აგროინჟინერიის აკადემიური დოქტორი
მეგი გლუნჩაძე-
სტუ-მაგისტრანტი

რეზიუმე (ინტერნეტული ვერსია)

სტატიაში მოცემულია საქართველოში საპროექტოდ შერჩეული ფერმერული მეურნეობის არსებული მდგომარეობის მოკლე მიმოხილვა და ამის საფუძველზე ჩამოყალიბებულია საპროექტო პარამეტრები, რომლებიც გარკვეულწილად შეიძლება გამოყენებულ იქნეს როგორც სახელმძღვანელო.

აგრარული რეფორმის პირობებში განსაკუთრებულ აქტუალობას იძენს ახალი ფერმების შექმნის პრობლემა. ამასთან დაკავშირებით ეკონომიკის მეცნიერების წინაშე დგას რიგი ამოცანები, რომელთა გადაწყვეტა საშუალებას მოგვცემს საბაზრო ეკონომიკის შესაბამისად განისაზღვროს მეურნეობრიობის ფორმები, რომლებიც შეესაბამება ამა თუ იმ დარგს, ბუნებრივ და სხვა პირობებს. ამასთან ერთად პრაქტიკული ამოცანები, რომლებიც დაკავშირებულია სასოფლო-სამეურნეო საქონელმწარმოებელთა მეურნეობრიობის ფორმების სრულყოფის მოთხოვნის რიგი განსაზღვრული საკითხების გადაწყვეტას. ფერმერული მეურნეობის განვითარების როლზე მნიშვნელოვანია მისი ჩამოყალიბებისთვის იმ პირობების გათვალისწინება, რომელშიც იგი იმუშავებს და სწორად დაგეგმავს.

ამ მხრივ, ჩვენ შევეცადეთ მოგვეცა ფერმერული მეურნეობის საპროექტო გაანგარიშებები, რომელთა გამოყენება ჩვენი აზრით გარკვეულწილად დაეხმარება ამ კუთხით დაინტერესებულ პირებს ფერმერული მეურნეობის ჩამოყალიბებაში.

ფერმერს სარგებლობაში გააჩნია 100 ჰა. სასოფლო-სამეურნეო სავარგული, რომელსაც ამჟამად იყენებს ერთწლიანი კულტურების მოსაყვანად. კერძოდ, მას 60 ჰექტარზე დათესილი აქვს ხორბალი, ხოლო 40 ჰექტარზე სიმინდი. ფერმერს სურს 80 ჰექტარ ფართობზე გააშენოს ვენახი, ხოლო 20 ჰექტარზე განახორციელოს ტერიტორიის ორგანიზაცია: მოაწყოს საირიგაციო სისტემა და შიდა სამეურნეო გზები, გააშენოს ქარსაფარი ზოლი.

არსებული მდგომარეობით, ფერმერს ერთ ჰექტარ ფართობზე მოჰყავს 20 ც ხორბალი. აქედან გამომდინარე, 60 ჰექტარ ფართობზე იგი იღებს 1200 ც ხორბალს. 1 ც ხორბლის თვითღირებულება შეადგენს 30 ლარს და ხორბლის მთლიანი პროდუქციის თვითღირებულება იქნება 36 000 ლარი. 1 ც ხორბლის საბაზრო ფასია 50 ლარი, აქედან გამომდინარე საერთო მოსავლის ღირებულებაა 60 000 ლარი. ზემოთ აღნიშნული გაანგარიშებით ფერმერის წმინდა მოგება ხორბლიდან შეადგენს 24 000 ლარს, რადგანაც საერთო მოსავლის ღირებულებისა და მთლიანი პროდუქციის თვითღირებულების სხვაობამ მოგვცა მოგება.

ფერმერს ერთ ჰექტარ ფართობზე მოჰყავს 25 ც სიმინდი. აქედან გამომდინარე 40 ჰექტარ ფართობზე იგი იღებს 1000 ც სიმინდს. 1 ც სიმინდის თვითღირებულება შეადგენს 40 ლარს და სიმინდის მთლიანი პროდუქციის თვითღირებულება იქნება 40 000 ლარი. 1 ც სიმინდის საბაზრო ფასია 60 ლარი, აქედან გამომდინარე საერთო მოსავლის ღირებულებაა 60 000 ლარი. ზემოთ აღნიშნული გაანგარიშებით ფერმერის წმინდა მოგება სიმინდიდან შეადგენს 20 000 ლარს, რადგანაც საერთო მოსავლის ღირებულებისა და მთლიანი პროდუქციის თვითღირებულების სხვაობამ მოგვცა მოგება.

ზემოთაღნიშნული გაანგარიშებიდან გამომდინარე, 100 ჰა ფართობზე ორივე კულტურისათვის საერთო მოსავლის ღირებულება 120 000 ლარია, ხოლო ფერმერს მათი თვითღირებულება უჯდება 76 000 ლარი. ამიტომ, წმინდა მოგება ორივე კულტურის წარმოებისგან რჩება 44 000 ლარი.

ფერმერს პროექტით გათვალისწინებული აქვს 100 ჰექტარ ფართობზე ვენახის პლანტაციის გაშენება, საიდანაც უშუა-

ლოდ ვენახისთვის გამოყოფილი აქვს 80 ჰექტარი ფართობი. ერთ ჰექტარ ფართობზე მას შეუძლია მოიყვანოს 100ც ყურძენი. აქედან გამომდინარე, 80 ჰექტარზე იგი მიიღებს 8 000 ც ყურძენს. 1 ც ყურძნის თვითღირებულება შეადგენს 50 ლარს და ყურძნის მთლიანი პროდუქციის თვითღირებულება იქნება 400 000 ლარი. 1 ც ყურძნის საბაზრო ფასია 120 ლარი, აქედან გამომდინარე საერთო მოსავლის ღირებულებაა 960 000 ლარი.

ზემოთ აღნიშნული გაანგარიშებით ფერმერის წმინდა მოგება შეადგენს 560 000 ლარს, რადგანაც საერთო მოსავლის ღირებულებისა და მთლიანი პროდუქციის თვითღირებულების სხვაობამ მოგვცა მოგება.

თუ შევადარებთ არსებულ მდგომარეობასა და პროექტით გათვალისწინებულ პერსპექტივას ვნახავთ, რომ ერთწლიან კულტურებთან შედარებით ვენახის გაშენება ფერმერს აძლევს ნამატ მოგებას და იგი შეადგენს 516 000 ლარს.

გასათვალისწინებელი გვაქვს კაპიტალური ხარჯები, რომელშიც მოიაზრება ვენახის, ქარსაფარის, გზების, მორწყვის სისტემის მოწყობის და ასევე მათი ექსპლუატაციის ხარჯები.

ვენახის გაშენება 1 ჰექტარზე გვიჯდება 6 000 ლარი, ამიტომ 80 ჰექტარზე მის გასაშენებლად საჭიროა 480 000 ლარი. ქარსაფარის გაშენებას ესაჭიროება 10 ჰექტარი და მისი ღირებულება 1 ჰექტარზე შეადგენს 100 ლარს, ხოლო 10 ჰექტარზე 1 000 ლარს. შიდა გზების მოწყობა ფერმერს 1 ჰექტარზე დაუჯდება 150 ლარი და 6 ჰექტარზე მისი დანახარჯი შეადგენს 900 ლარს. საი-რიგაციო სისტემების მოწყობას 1 ჰექტარზე სჭირდება 7 000 ლარი და 84 ჰექტარის მოწყობას დასჭირდება 588 000 ლარი, მისი ექსპლუატაციის თანხას 1 ჰექტარზე სჭირდება 100 ლარი და ამიტომ 80 ჰექტარზე დასჭირდება 8 000 ლარი.

ზემოთ აღნიშნული გაანგარიშებიდან გამომდინარე, ფერმერის კაპიტალური დანახარჯები იქნება 1 078 000 ლარი, რომლის ანაზრაურების ვადა შეადგენს ორ წელს და მისი უკუგების კოეფიციენტი კი 0,48-ს.

ამრიგად, ჩვენს მიერ მოტანილი პროექტი არის ფერმერული მეურნეობის შექმნის სანიმუშო მაგალითი და მისი გამოყენება შესაძლებელია სოფლის მეურნეობის სხვა დარგებშიც.

ლიტერატურა

1. ჰეჯესი-ფერმერული მეურნეობის ორგანიზაცია. თბ. 2007.
2. შ.ხუბუნია-მეწარმეობა.თბ.2010.
3. ე.ხარაიშვილი-ფერმერულ მეურნეობათა მასშტაბები და აგრობიზნესის განვითარების საჭიროებები საქართველოში. საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენციის „ეროვნული ეკონომიკის მდგრადი განვითარების აქტუალური პრობლემები“ შრომათა კრებული.თბ.2015.

Conceptual issues of agricultural design

Giorgi Natroshvili-

Academic doctor of Agroengineering,

Megi Glunchadze-

Master of STU

Abstract

(Internet Version)

A farm is a form of heritage in the agricultural sector that functions economically. In a market economy, enterprises are widely disappearing, which are characterized by a reorganization of enterprises, characteristic of the system of the indigenous population. It depends on the development of this important sector of the agrarian economy. Each proposal and recommendation in this regard is of great importance for what we have submitted.

3. კვების მრეწველობა Food Industry

პურის ნაწარმის ფორტიფიცირების ახალი
მიდგომები მრეწველობაში
არსებული მემორატი რესურსების გამოყენებით

გ. გრიგორაშვილი-
ბიოლოგიის მეცნიერებათა დოქტორი,
ე. კალატოზიშვილი-
ტექნიკის მეცნიერებათა დოქტორი,
ნ. ილურიძე-
ინჟინერი

რეზიუმე (ინტერნეტული ვერსია)

სტატიაში წარმოდგენილია ახალი სახეობის პურის ნაწარმის შექმნის შესაძლებლობები ცილოვანი ნივთიერებების მაღალი შემცველობით და დაბალანსებული ამინომჟავური შემადგენლობით. განსაზღვრულია მისი გამოყენების არეალი მოსახლეობის კვებაში.

რაციონალური კვება ეს, ადამიანის ორგანიზმის განსაზღვრული რაოდენობით ცილით, ნახშირწყლებით, ცხიმებით და მინერალური ნივთიერებებით უზრუნველყოფაა. აღნიშნულზე მოთხოვნილებას მნიშვნელოვანი სახით აკმაყოფილებს პურის ნაწარმი. პური გათვალისწინებული მასობრივი მოხმარებისათვის პირველ ყოვლისა მოითხოვს მისი კვებითი ღირებულების ამაღლებას მრავალი ქვეყნის საკვებ რესურსებში სრულფასოვანი ცილის მნიშვნელოვანი დეფიციტის გათვალისწინებით. ამ პრობლემის კვებითი ღირებულების გაზრდისათვის საჭიროა მისი გამდიდრება საკვები ნივთიერებებით. ყველაზე მნიშვნელოვან პრობლემას ცილის შეუცვლელი ამინომჟავების შემცველობის მხრივ დაბალანსების მიღწევაა.

დადგენილია, რომ ცილის კვებითი ღირებულება მათ ამინომჟავურ შემადგენლობაზე დამოკიდებულია. აღმოჩენილ 20 ამინომჟავას შორის 8 შეუცვლელია, რომელთა გადაჭარბება ორგანიზმში არ

ხდება. აქედან გამომდინარე, საჭიროა მათი განსაზღვრული რაოდენობით შეტანა პროდუქტებში კვების სრულფასოვანი რაციონით ზურუნველყოფისათვის (1).

მცენარეული ცილების დაბალი კვებითი ღირებულება მნიშვნელოვანწილად გაპირობებულია მათი ამინომჟავური შემადგენლობის დაუბალანსებით (როგორც რაოდენობრივად, ისე ხარისხობრივად). აქედან გტამომდინარე, დიდი მნიშვნელობა ენიჭება ახალი სახეობის პურის ნაწარმის შემუშავებას გაუმჯობესებული ცილოვანი ნივთიერებების შემადგენლობით. ამისათვის მიზანშეწონილია პურის დამზადების რეცეპტურაში ისეთი ახალი წყაროების შეტანა, რომლებიც მის კვებით ღირებულებას მნიშვნელოვნად გაზრდის (2).

პურის კვებითი ღირებულების გაზრდისათვის მის ცხობაში გამოიყენება სრულფასოვანი ცილებით მდიდარი ნატურალური პროდუქტები. ერთ-ერთ ასეთ პროდუქტს წარმოადგენს მალალცილოვანი ხორბლის ფქვილი, რომელიც 15,5%-მდე ცილებს შეიცავს. ყველაზე იაფ ცილოვან გამამდიდრებლებს მიეკუთვნება: მშრალი ცხიმგამოცლილი რძე, სოიოს ცილა, თევზის ფქვილი, საფუარები, საკვები კოპტონი. ყველა ეს ჩამოთვლილი პროდუქტი პურს ასევე ამდიდრებენ მინერალური და სხვა ბიოლოგიურად აქტიური ნივთიერებებით.

მშრალი, ცხიმგაცლილი რძე ფართოდ გამოიყენება მრავალი ქვეყნის პურის ცხობაში. პურის რეცეპტურაში I-ხარისხის ხორბლის ფქვილში 5% მშრალი ცხიმგაცლილი რძის დამატება პურის ცილების შემცველობას 10-12%-ით, ლიზინის 38%-ით, მეთიონინის 30%-ით ზრდის; კალციუმის შემცველობა ორჯერ იზრდება.

სოიოს ფქვილი 48-50% ცილას და 5-6% მინერალურ ნივთიერებებს შეიცავს. სოიოს ცილოვან ნაერთებს ძვირფასი ამინომჟავური შემადგენლობა აქვთ. სოიოს ცხიმგაცლილი ფქვილი 10-ჯერ მდიდარია ლიზინით ხორბლის ფქვილთან შედარებით, რეკომენდებულია სოიოს ფქვილის პურის ნაწარმის რეცეპტურაში შეტანა ფქვილის საერთო მასის 3-5%-ის რაოდენობით. საზღვარგარეთ პურის ცხობაში ასევე იყენებენ სოიოს ცილის კონცენტრატებს, რომლებიც თვით 70-80% ცილას შეიცავენ (3).

პერსპექტიულია პურის ცხობაში ბარდას ფქვილის გამოყენება, რომელიც საშუალოდ მშრალ ნივთიერებაზე 25% ცილას შეიცავს. ზოგიერთ ქვეყანაში პურის ნაწარმის ცილით გამდიდრებისათვის იყენებენ საკვებ თევზის ფქვილს, რომელიც 70-80% სრულფასოვან ცილის ნაერთებს შეიცავს. შემუშავებულია სპეციალური სახეობის პურის ნაწარმი, რომელიც 2-3% თევზის ფქვილს შეიცავს (5).

უნდა აღნიშნოს, რომ თითქმის ყველა ცილოვანი გამამდიდრებელი (მშრალი რძე, სოიოს ფქვილი) ზემოთ მოყვანილი ღოზირების ნორმების გაზრდისას აუარესებს ცომის ფიზიკურ თვისებებს, პურის მოცულობას და ფორიანობას. თანამედროვე წარმოდგენით ამის ძირითადი მიზეზი სხვადასხვა ნედლეულის ცილების ტექნოლოგიური შეუთავსებლობაა, რომელიც მით უფრო ძლიერ ვლინდება, რაც უფრო ცილების სხვადასხვაობაა და რაც უფრო ხანგრძლივია სხვადასხვა ცილების კონტაქტი ერთმანეთთან.

გარაუდობენ, რომ პურის გამამდიდრებელი ცილოვანი ნივთიერებები ურთიერთქმედებენ წებოგვარას ცილებთან და ამყარებენ მის სტრუქტურას ახალი სულფიდური კავშირების წარმოქმნის ხარჯზე. ამის თავიდან აცილებისათვის შემუშავებულია ახალი ტექნოლოგიები, რომლებშიც გათვალისწინებულია ცილოვანი დანამატების ცომთან კონტაქტის შემცირება, ცომის პლასტიფიკაცია, ბარდას ცილის ფერმენტაცია, საფუარების ღოზირების ზრდა და სხვა ხერხები.

ახალი ტექნოლოგია საშუალებას იძლევა დამზადდეს პური 10-20% მშრალი ცხიმგამოცლილი რძის ან 25% სოიოს ან ბარდას ფქვილის დამატებით. მეტად პერსპექტიულია პურის გამდიდრება ლიზინით, იმის გათვალისწინებით, რომ ამჟამად ხორციელდება მისი სამრეწველო მიკრობიოლოგიური სინთეზი.

როგორც ცნობილია, წარმოების მოცულობის ზრდა გარდაუვალად მეორადი მატერიალური რესურსების მოცულობის ზრდას იწვევს. მეორადი მატერიალური რესურსები ეს წარმოების ნარჩენებია, რომლებიც მოცემულ ეტაპზე შეიძლება გამოყენებული იქნას სახალხო მეურნეობაში როგორც ნედლეული ან დამატებითი პროდუქცია. ასეთებს პირველ რიგში, მიეკუთვნება მოცემული წარმოებისათვის ძირითადი პროდუქციის დასამზადებლად გამოყენებული ნედლეულის და დამხმარე მასალების ნარჩენები და წარმოების პროცესში ძირითადი პროდუქციის პარალელურად მიღებული თანმდევი პროდუქტები. საკუთრივ ნარჩენები ეწოდება ძირითადი პროდუქციის დამზადების პროცესში გამოყენებული ნედლეულის, მასალების და ნახევარფაბრიკატების ნაშთს, რომელსაც მთლიანად არ დაუკარგავს საწყისი სამომხმარებლო ღირებულება და შეიძლება გამოყენებული იყოს ახალი პროდუქციის მისაღებად. როგორც ნედლეული ან მასზე დანამატი ნარჩენები გამოყენებლობის შემთხვევაში გადაყრას ექვემდებარება, რაც საგრძნობლად აბინძურებს გარემოს.

კვების მრეწველობის მეორად მატერიალურ რესურსებს მიეკუთვნება ყურძნის ღვინოდ გადაამუშავების პროცესში წარმოქმნილი ნარჩენები, რომელთა წილი 10-20%-ს შეადგენს. ეს ე.წ. მეორადი

პროდუქტები (ნარჩენებია): კლერტი, ყურძნის ჭაჭა, საფუარის ლექი, ღვინის ქვა, საკონიაკე ბუყი და სხვა. მათი რაციონალური გადამუშავებით შესაძლებელია ეთილის სპირტის, ღვინომჟავას, მცენარეული ზეთის, უალკოჰოლო და მცირეალკოჰოლიანი სასმელების, პოლიფენოლური და პოლივიტამინური კონცენტრატების, საკვები, კოსმეტიკური და ფარმაცევტული დანიშნულების სხვადასხვა პროდუქტის მიღება (4, 6).

აღნიშნული ნედლეულიდან ყურძნის ჭაჭა ცილის მაღალი შემცველობით (10%) ხასიათდება, რის საფუძველზე იგი შეიძლება განვიხილოთ როგორც პერსპექტიული ნედლეული ცილის დამატებითი წყაროს მისაღებად. ყურძნის ჭაჭადან ცილის მიღების შემუშავება საშუალებას მოგვცემს მივიღოთ ცილის კონცენტრატი, რომლის შეტანა პურის ნაწარმის დამზადების რეცეპტურაში ამ ნაწარმში ცილის რაოდენობის გაზრდას და შეუცვლელი ამინომჟავებით დაბალანსების საშუალებას მოგვცემს. ასეთი პურის ნაწარმის შემუშავება მნიშვნელოვნად გააუმჯობესებს მოსახლეობის სრულფასოვანი რაციონით უზრუნველყოფას.

გამოყენებული ლიტერატურა

1. ნ. ვეფხვაძე, პრევენციული მედიცინა, თბილისი, 2009.
2. ა. თარხნიშვილი, კვების პროდუქტების ზოგადი ტექნოლოგია, თბილისი, 1995.
3.,, 1993.
4.,, 1973.
5.,, 2001.
6. ფ. მაჭავარიანი, გ. გრიგორაშვილი, მეღვინეობის ნარჩენების რაციონალური გამოყენება, თბილისი, 1989.

New approaches to fortification of bread products using secondary resources in the food industry

G. Grigorashvil –

Doctor of Biological scientific

E. KalatoziShvili–

Candidate of Technical scientific,

N. Iluridze-

Engineer

Abstract

(Internet version)

The article opportunities to create new types of the bread products using protein, mineral and vitamin substances. Defined area of use in the diet.

4. უწყვეტი სწავლების დარბაზი Continuous Studying Hall

უძღვება ეკონომიკის მეცნიერებათა დოქტორი,
პროფესორი, აკადემიკოსი
ომარ ქეშელაშვილი

ლექცია 21 დარბოზში ბიზნესის ორგანიზაცია

21.9. ბიზნესის მმცნიერული უზრუნველყოფა და ბიზნესის ორგანიზაცია მმცნიერებაში

ბიზნესის საერთო სისტემაში განსაკუთრებული ადგილი უკავია მეცნიერულ უზრუნველყოფას. დაბეჯითებით უნდა ითქვას, რომ მეცნიერების გარეშე თითქმის წარმოუდგენელია ჯანსაღი ბიზნესის განვითარება. ბიზნესის დღევანდელი მიღწევები გაპირობებულია სწორედ მეცნიერულ-ტექნიკური პროგრესით, რის შედეგადაც შეიქმნა ბიზნესის სრულიად ახალი მიმართულებები.

მეცნიერების განვითარების შედეგად დასაბამი მიეცა ახალ ტექნოლოგიებს, ახალი სახის საქონლის გამოშვებას, ახალ და სრულყოფილ მატერიალურ-ტექნიკურ ბაზას, კომპიუტერულ და რობოტიზირებულ სისტემებს, მოდერნიზებულ მენეჯმენტს და ა.შ.

ამასთან, მეცნიერება იძლევა სპეციფიკურ სასაქონლო პროდუქციასაც ბაზრისათვის, თუმცა ასახსნელია რა ხარისხით შეიძლება მასში კომერციალიზაციის განვითარება. ამ შემთხვევაში მხედველობაშია მისაღები ფუნდამენტური და გამოყენებითი მეცნიერებების პროდუქციის სპეციფიკურობა.

საზღვარგარეთული ინფორმაციის გაცნობა გვიჩვენებს, რომ ფუნდამენტურ და ხანგრძლივპერიოდიან მეცნიერებაზე გაღებული ხარჯები ყოველთვის როდი ნახულობს უკუგებას პრაქტიკაში და არ წარმოადგენს ბიზნესის განვითარების აქტიურ ფაქტორს. ისინი ამისათვის ქმნიან მხოლოდ პოტენციურ შესაძლებლობას და თეორიულ ბაზას. ამიტომაც, ეს პროდუქცია მოწყვეტილია მომხმარებლისაგან, ნაკლებად ესმით მასებს მათი საჭიროება, არა აქვს საკმარისი მიზნობრივი ხასიათი კონკრეტული პრობლემების გადაწყვეტისათვის.

საზღვარგარეთული პრაქტიკის მიხედვით 100 ექსპერიმენტული ახალი იდეიდან წარმატებით რეალიზდება 5-10 (ზოგიერთი შეფასებით 2). ამასთან, 100 დანერგილი სიახლიდან 75 კითხვას ბაღებს მომხმარებლისათვის საჭიროების შესახებ.

ამრიგად, ფუნდამენტური მეცნიერება საბაზრო ურთიერთობების მიღმა დგას და მისი კომერციალიზაცია არ არის გამართლებული.

გამოყენებითი მეცნიერების პროდუქცია, რომელიც შეიძლება საქონლად იქცეს, უნდა აკმაყოფილებდეს განსაზღვრულ პირობებს, მათზე უნდა არსებობდეს მოთხოვნილება და უნდა იყოს კონკურენტუნარიანი.

მეცნიერულ პროდუქციას, როგორც საქონელსა და ყიდვა-გაყიდვის საგანს ახასიათებს თავისი სპეციფიკური თვისებები:

ეს არის განსაკუთრებული სახის საქონელი. ამ საქონლის თითოეული სახე თავის შინაგან თვისებებს ავლენს ინდივიდუალურად, აქვს პრაქტიკულად განუმეორებელი შინაარსი, მოიცავს მეცნიერულ ინფორმაციას, რაც მხოლოდ მას ეკუთვნის;

ეს თვისებები გავლენას ახდენს ამ საქონლის ფასწარმოქმნის პროცესზე.

მეცნიერების სფეროში ბიზნესის ორგანიზაციის დროს გასათვალისწინებელი:

1. როგორც წესი, მეცნიერული პროდუქცია იყიდება სახელშეკრულებო ფასებით, რომლის დროსაც მხედველობაში მიიღება: სიახლის ხარისხი, ათვისების მასშტაბები და ვადები, გამოყენების ეფექტიანობა. ამასთან ამ პროდუქციას უნდა ახლდეს ტექნიკური, ტექნოლოგიური და ეკონომიკური ინფორმაცია.

2. მეცნიერული პროდუქციის გასაყიდი ფასის განსაზღვრისას მხედველობაშია მისაღები ის გარემოება, რომ მისი შექმნისათვის გაწეული ხარჯები არ შეიძლება იყოს მისი ღირებულების შეფასების ერთადერთი საფუძველი.

3. მეცნიერული პროდუქციიდან შეიძლება გაიყიდოს მისი მხოლოდ ნაწილი, ვთქვათ, ტექნოლოგიური იდეა. თანაც რამდენჯერმე და რამდენიმე ადგილას. პროდუქციის მფლობელი ინარჩუნებს უფლებას ინტელექტუალურ საკუთრებაზე.

4. მეცნიერულ-ტექნიკური პროდუქციის, როგორც საქონლის, განმასხვავებელი ნიშანია ისიც, რომ მისი გამოყენება როგორც წესი, უზრუნველყოფს მომხმარებლისათვის დანახარჯების შემცირებას.

მეცნიერულ-ტექნიკური პროდუქცია შეიძლება გაიყიდოს მეცნიერულ-ტექნიკური პროდუქციის ბირჟებზე, აუქციონებზე, გამოფენებზე, სამეცნიერო-ტექნიკურ სემინარებზე და სხვ.

მეცნიერული პროდუქცია შეიძლება გაიყიდოს როგორც დასრულებული კვლევის შედეგი და როგორც წინადადება გამოკვლევათა შედეგად.

მეცნიერული პროდუქცია შეიძლება იყოს მაგ. ახალი ჯიშები და ჰიბრიდები, საჯიშე მოზარდული, პირუტყვისა და ფრინველის ხაზები და კროსები, თანდართული ტექნოლოგიითა და სპეციფიკაციით.

წინადადების სახით შეიძლება გაიყიდოს ცნობები მიღებული სიახლეებისა და შედეგების შესახებ.

მეცნიერული პროდუქცია შეიძლება იყოს ახალი ტექნოლოგიები, ეკონომიკური მექანიზმები, მენეჯმენტის სრულყოფის მეთოდები და ფორმები, კომპიუტერული პროგრამები, პროგნოზული გაანგარიშებები, ბიზნეს-გეგმები, მარკეტინგული პარამეტრები და სხვ.

მეცნიერულ-ტექნიკური პროდუქციის მფლობელ-მიმწოდებლები შეიძლება სამ ჯგუფად დავყოთ:

1. გამომგონებლები და რაციონალიზატორები, მეცნიერები, კონსტრუქტორები და სხვ.;

2. სამეცნიერო-კვლევითი ინსტიტუტები, საკონსტრუქტორო ბიუროები, სასელექციო და საცდელი სადგურები, უმაღლესი სასწავლებლები და სხვ.;

3. მეორე ჯგუფის წარმომადგენლები სარეკლამო-საინფორმაციო სამსახურებთან ან სხვასთან პარტნიორობით.

მეცნიერების სფეროში ბიზნესის განვითარება კონცენტრირებულია მსხვილ კორპორაციათა და კომპანიათა მფლობელობაში არსებულ კვლევით ცენტრებში, კერძო უნივერსიტეტების კერძო ცენტრებში, აქციონერულ კვლევით დაწესებულებებში და სხვა ამგვარი ტიპის სტრუქტურებში. უნდა ითქვას, რომ ბევრი ასეთი მეცნიერული ცენტრი მსოფლიოშია აღიარებული. იქ მუშავდება ფუნდამენტური და გამოყენებითი ხასიათის მრავალი პრობლემა. ამ ცენტრებში მოღვაწე მრავალი მეცნიერი ნობელის პრემიის ლაურეატია და თავისი სკოლა აქვს ჩამოყალიბებული. ამ ცენტრებში მოხდა ბევრი მსოფლიო აღმოჩენა. ყველაზე მეტად თუ ვინმეს სჭირდება დამოუკიდებლობა, ეს მეცნიერს სჭირდება, ამიტომაც არის, რომ სწორედ დამოუკიდებლად, თავისუფლად მოაზროვნე და არა

ადმინისტრაციული მეთოდებით შებოჭილი მეცნიერები აღწევენ დიდ და რეკოლუციურ აღმოჩენებს.

ბიზნესი მეცნიერებაში უპირატესად იმას ნიშნავს, რომ მეცნიერმა თავისი აღმოჩენის, პროგრესული ტექნოლოგიის შექმნის, ახალი, რაციონალური ეკონომიკური მექანიზმის დადგენის თუ სხვა გამოკვლევათა საფასურად მიიღოს კუთვნილი მაღალი ანაზღაურება.

მეცნიერებაში ბიზნესის ორგანიზაციისათვის დიდი მნიშვნელობა აქვს მომხმარებლის (ბაზრის–ფართო გაგებით) მოთხოვნილებების შესწავლას და კვლევის ისეთ ორიენტაციას, რომელიც დააკმაყოფილებს და გააჯერებს ამ მოთხოვნილებებს.

მეცნიერული პროდუქციის ბაზრის როლში გამოდის ინდივიდუალური მეწარმე, ფირმა, სახელმწიფო სტრუქტურა, კვლევითი დაწესებულება, ბირჟა, ბანკი, საერთაშორისო ორგანიზაცია, ასოციაცია, აკადემია და სხვ.

ამის გათვალისწინებით, მეცნიერების განვითარება თანდათანობით უფრო მეტად ხდება ორიენტირებული მცირე, საშუალო და დიდ ბიზნესზე, ქვეყნის განვითარების ეკონომიკურ და სოციალურ მოტივაციებზე, მომავლის ტენდენციებზე.

ამრიგად, მეცნიერებაში ბიზნესის ორგანიზაცია ახალ აზროვნებასა და ხედვას მოითხოვს.

ბევრი კითხულობს იმის შესახებაც, რომ შეიძლება თუ არა კომერციული საქმიანობა მეცნიერების სფეროში და საერთოდ, სწორია თუ არა დავსვით საკითხი მეცნიერების კომერციალიზაციის შესახებ.

ეს იმას ნიშნავს, რომ იმ შემთხვევაში, როცა სახელმწიფო არ (ან ვერ) ზრუნავს მეცნიერების განვითარებაზე, თვით მეცნიერები ეძებენ გზებს თავის დასაღწევად. ერთ-ერთი ასეთი გზა საბაზრო ურთიერთობებზე, ანუ კომერციულ პრინციპებზე ხელის ჩავლებაა, ჩვენთან, ამ უბანზედაც დიდი წინააღმდეგობები ხვდება მათ. მაგრამ, საერთოდ პრინციპული გაგებით, სწორია თუ არა და, შეიძლება თუ არა, საერთოდ, მეცნიერების ბიზნესურ წრედში ჩართვა და ამრიგად, მისი სრული კომერციალიზაცია. პასუხი ერთმნიშვნელოვანია—არავითარ შემთხვევაში. არსებობს მეცნიერების დარგები, უპირატესად ფუნდამენტური მეცნიერებები, რომელიც კომერციის კლანჭებში არ უნდა ჩავაგდოთ და ეს ვერც მოხერხდება. მეცნიერებათა ამ დარგების განვითარებას და ამ სფეროში გაშლილ კვლევით, საძიებო თუ სხვა სამუშაოებს სახელმწიფო უნდა აფინანსებდეს.

უნდა განვმარტოთ, რომ ის, ვინც კომერციულ საქმიანობას ეწევა, საქართველოში მოქმედი კანონმდებლობით უნდა რეგისტრი-

რდებოდეს სამეწარმეო კანონის შესაბამისად. სიტყვას „სამეწარმეო“, ყველა ერთნაირი გაგებით როდი ხმარობს, ბევრი მიიჩნევს, რომ მეწარმეობა ეს იგივეა, რაც წარმოება და მეწარმე მხოლოდ ის არის, ვინც აწარმოებს. სინამდვილეში კი, ჩვენ, არასწორად ნათარგმნ სიტყვას „მეწარმეობა“ ვხმარობთ. ეს სიტყვა ჩვენს ხმარებაში შემოვიდა რუსული თარგმანიდან, რომლის შესატყვისს თუ ვნახავთ, საქმე გვაქვს მფლობელთან, მესაკუთრესთან, მოგების მიმღებთან, მომგებიან საქმიანობასთან. ამრიგად, უნდა ვიხმაროთ არა „მეწარმე“, „მეწარმეობა“, „სამეწარმეო კანონი“ და ა.შ., არამედ „კომერციული საქმიანობა“, კანონი კომერციის შესახებ, „კომერსანტი“ (იგივე „ბიზნესმენი“) და გამოვა, რომ კომერსანტი (აქამდე ჩვენი გაგებით მეწარმე) არა მხოლოდ უნდა აწარმოებდეს (ვთქ. პურს, ლუდს და ა.შ.), არამედ იგი შეიძლება ვაჭრობდეს, გასაღების აგენტად მუშაობდეს, საბანკო, საადვოკატო თუ სხვა საქმიანობას ეწეოდეს, თარჯიმნობდეს, შეკვეთილ სამეცნიერო მოღვაწეობაში იყოს ჩართული და ა.შ. და ყოველივე ამის შედეგად მოგებას ნახულობდეს.

კომერციული საქმიანობა არც მეტი და არც ნაკლები მოითხოვს, რომ კომერსანტი იყოს თავისუფალი აზროვნებასა და გადაწყვეტილების მიღებაში. კომერციალიზაცია გულისხმობს საკუთრებასა და მფლობელობას, ხოლო იმ შემთხვევაში, როდესაც მასში ერთგება მბრძანებლურ-ადმინისტრაციული მეთოდები, მისი განვითარება შეუძლებელი ხდება. კომერციული სტრუქტურა ანგარიშვალდებული უნდა იყოს სახელმწიფო ბიუჯეტის წინაშე და იგი არ უნდა იბოჭებოდეს იმით, რომ რომელიმე ზემდგომ ორგანოს სისტემატიურად უხადოს მოგების წილი და თან, ამ წილს, ზემდგომი ორგანო როგორც უნდა ისე განსაზღვრავს, წლების მიხედვით.

ასეთი მიდგომა და მეთოდი ჩანასახშივე ანშობს კომერციულ საქმიანობას.

შეიძლება თუ არა კომერციული საქმიანობა წარმართონ საბიუჯეტო სამეცნიერო-კვლევითმა დაწესებულებებმა. ამ მხრივ დიდი სიფრთხილეა საჭირო. კვლევით კოლექტივს, როდესაც სახელმწიფო ვერ უზრუნველყოფს სათანადო ხელფასით, საშუალება უნდა მიეცეს ხელი მიჰყოს საქმიანობის კომერციულ ფორმასაც, მაგრამ ამ სფეროში მას უნდა მიეცეს სრული დამოუკიდებლობა და თავისუფლება. ეს უბანი მას შეუძლია დასაიდუმლოებული ჰქონდეს. კომერციალიზაციის გაგებაში თავისთავად არის აკუმულირებული ბიზნესის საიდუმლო, ამის გაცხადების შემთხვევაში მისი მთელი კლასიკური პრინციპი ირღვევა.

21.10. ბიზნესის ორგანიზაცია კულტურის, ხელოვნებისა და სპორტის სფეროებში

ბიზნესური საქმიანობა ამ სფეროებში განსაკუთრებულ და სპეციფიკურ ხასიათს ატარებს.

როგორც კულტურაში, ისე ხელოვნებასა და სპორტშიც ბიზნესი შეიძლება განვითარდეს მხოლოდ მათ მიერ, ვინც დაჯილდოებულია ნიჭით და ვისაც უნარი აქვს ჰქონდეს წარმატებები ხელოვნების, კულტურისა და სპორტის ამა თუ იმ სახეობაში.

კულტურისა და ხელოვნების სფეროში საკმაოდ შესაძლებელია დიდი ბიზნესი. ამის მაგალითია პოლივედი-კინოხელოვნების მსოფლიო გიგანტი. ბიზნესმა ამ სფეროში მისცა კაცობრიობას გამოჩენილი კინოვარსკვლავები, მათი მონაწილეობით კი კინოშედეგები.

კულტურასა და ხელოვნებაში ბიზნესის ფორმები: კინოფესტივალები, შოუ-ბიზნესები, სამუზეუმო გამოფენები, კონცერტები, გასართობი პროგრამები და სხვა მრავალი.

ბიზნესმა ამ სფეროში უკანასკნელ წლებში გააფართოვა მასშტაბები და ინტეგრირებული ხასიათი შეიძინა.

სპორტულმა ბიზნესმა დაბადა სპორტის ტალანტები და ფენომენები: ფეხბურთელები, ჩოგბურთელები, მოჭიდავეები, მოკრივეები, ტანმოვარჯიშეები, მძლეოსნები და სხვა. ბიზნესის ამ ფორმის საქმიანობის შედეგია მსოფლიო და სხვა ჩემპიონატები სპორტის სხვადასხვა სახეობაში, სხვადასხვა შეჯიბრებები, რითაც ბიზნესმენები დიდ მოგებას ნახულობენ. სახელმწიფოც საკმარის წილს ღებულობს აქედან, დაბეგვრის სხვადასხვა ფორმის გამოყენებით.

ასე, რომ ბიზნესი კულტურასა, ხელოვნებასა და სპორტში ერთის მხრივ დიდად სარფიანი და მომგებიანია თვით ბიზნესმენტათვის, მეორეს მხრივ დიდ სარგებლობას აძლევს სახელმწიფოს და შესაძლებელია მხრივ „მომხმარებელთა“ (მაყურებელთა, მონაწილეთა) დიდ ინტერესს იწვევს.

ამ სფეროებში ბიზნესის ორგანიზაცია ძირითადად გულისხმობს:

1. სწორად გაირკვეს ბიზნესის გაშლის არეალი და მასშტაბი;
2. სწორად შეირჩეს ობიექტები, შემსრულებლები, მონაწილენი, მუშაკები;
3. დადგინდეს მატერიალურ-ტექნიკური ბაზის სრულყოფის, საჭირო საშუალებებით, რესურსებით და სხვათა მომარაგებისა და უზრუნველყოფის პირობები, წყაროები, შესაძლებლობები;

4. დადგინდეს საჭირო ფინანსური რესურსების შექმნის, მოზიდვის, მიზნობრივი ხარჯვის წესები, ფორმები;
5. განისაზღვროს ბიზნესის სტრატეგია და მცოცავი ტაქტიკური გეგმა;
6. გამოყენებული იქნას მორგებული მენეჯმენტი.

გასათვალისწინებელია, რომ ბიზნესის განვითარება ამ სფეროებში თავისი ბუნებითა და ხასიათით არასტაბილურია, რადგან ხშირად იცვლებიან „შემსრულებლები“ (კინომსახიობები, სპორტსმენები და სხვა), ახლებმა კი შეიძლება ვერ გამოავლინონ სათანადო ძალა და უნარი. ამიტომ ბიზნესმენს ყოველთვის უნდა გააჩნდეს შემხვედრი გეგმები და პროგრამები, სარეზერვო საშუალებები და ვარიანტები. მიზანშეწონილობის შემთხვევაში მან რადიკალურადაც შეიძლება შეცვალოს ბიზნესის მიმართულება. ეს დიდ სიფხიზლეს, ალღოს, გამჭრიახობასა და უნარს მოითხოვს.

21.11. ბიზნესის ორგანიზაცია ფუნქციონალურ რგოლ- ლებში

ბიზნესის ფუნქციონალურ რგოლებს წარმოადგენს მისი ინფრასტრუქტურის ელემენტები, კერძოდ ბანკები, ბირჟები, აუდიტორული სამსახურები და ა.შ.

ამ რგოლებში ბიზნესის წარმართვა განსაკუთრებული უბანია ბიზნესის საერთო სისტემაში, რადგანაც ეს რგოლები ჯერ ერთი განაპირობებენ, ხელს უწყობენ და ემსახურებიან ბიზნესის განვითარებას სხვა სფეროებში, მეორეს მხრივ კი თვით წარმოადგენენ ბიზნესის წმინდა ობიექტებს.

ბიზნესის ამ ფორმას ფუნქციონალური ეწოდება იმიტომ, რომ მისი თითოეული რგოლი ბიზნესის განვითარების მკაცრად გამორჩეულ ფუნქციას ასრულებს. სხვანაირად ამ რგოლებს ბიზნესის მომსახურე რგოლები ჰქვია.

თანამედროვე მსოფლიო ბიზნესი წარმოუდგენელია ამ რგოლების გარეშე.

უკვე დიდი ხნის პრაქტიკაა დაგროვილი ამ რგოლებში ბიზნესის განვითარების ხაზით. ეს განსაკუთრებით ითქმის ბანკებზე და ბირჟაზე.

ბანკი და ბირჟა-ეს მთელი ბიზნესია. ბანკებსა და ბირჟებზე იხატება ქვეყნის დიდი ბიზნესის სურათი, იქ სარკესავით ჩანს როგორ მიიწევს წინ ბიზნესი.

ქვეყნის ბიზნესის განვითარებასა და რეგულირებაზე, მათ შორის თვით ბანკებისა და ბირჟების ბიზნესზეც კეთილსასურველ გავლენას ახდენს აუდიტორული სამსახური, როგორც მოქნილი ფორმა ნაკლოვანებების აღმოჩენისა და უმაღლესე გამოსწორებისა, რაც დიდი სარგებლობის მომტანია. ამიტომაც არის, რომ ბიზნესმენები დიდად აფასებენ, ემაღლიერებიან, ენდობიან და ხარბად პარტნიორობენ აუდიტორულ სამსახურებთან.

აუდიტორული სამსახური მომავლის ბიზნესისათვის დიდი დახმარების აღმომჩენი გახდება. ეს ფორმა უახლოეს წლებში დიდ გაქანებას შეიძენს.

ამ ფუნქციონალურ რგოლებში ბიზნესის ორგანიზაცია სხვა პოზიციებსა და საკითხებთან ერთად აუცილებლად მოიცავს შემდეგ ძირითადს:

1. უნდა შეირჩეს მოქმედების სწორი და მკაცრად გამიზნული პროგრამა;

2. უნდა დამყარდეს პარტნიორობთან ხანგრძლივადიანი, საქმიანი და მყარი ურთიერთობები;
 3. უნდა გაირკვეს და დამუშავდეს ორმხრივისასარგებლო და მისაღები საკონტრაქტო პირობები და მოთხოვნები;
 4. წესად უნდა დამკვიდრდეს კონტრაქტის პირობების დათქმულ ვადებში უთუო შესრულება;
 5. უნდა ფართოვდებოდეს პარტნიორობის მასშტაბები, იხვეწებოდეს დამოკიდებულების ფორმები;
 6. სრულყოფილი უნდა ხდებოდეს ფუნქციონირების ტექნიკურ-ტექნოლოგიური საშუალებები;
 7. დიდი ყურადღება უნდა დაეთმოს კომპეტენტურობას, მაღალკვალიფიციურობას, კადრების კვალიფიკაციის დონის ამაღლებას, სამუშაო ადგილების სრულყოფასა და გაუმჯობესებას;
 8. უნდა გამოიყენებოდეს საქმიანობის (მომსახურების) ახალი, პროგრესული ფორმები და საშუალებები;
 9. დიდი მნიშვნელობა აქვს მთავარ მენეჯერთა სწორად შერჩევას, მათ ავტორიტეტსა და გამოცდილებას;
 10. დიდი ყურადღება უნდა დაეთმოს საქმიანობის მრავალმხრივობას, ბიზნესის განვითარების რეზერვების ძიებასა და ამოქმედებას, ძირითადი და ირიბი პროგრამების შეწონასწორებულ რეალიზაციას და სხვ.
- ამ რგოლებში ბიზნესის განვითარება დიდად არის დამოკიდებული ჯერ ერთი—სხვა სფეროების შეუფერხებელ მუშაობაზე და მეორეს მხრივ—თვით ამ რგოლების სწორ სტრუქტურულ აგებასა და პროგრესული მეთოდების გამოყენებით გაძლიერებაზე.
- აღნიშნული ფუნქციონალური რგოლების ბიზნესი დიდ პერსპექტივებს და შესაძლებლობებს მოიცავს. მან თავისი დადებითი წვლილი უნდა შეიტანოს ბიზნესის ახლებური აზროვნების დამკვიდრებასა და განვითარებაში.

21.12. მცირე ბიზნესის ორგანიზაცია

მთელ მსოფლიოში, ბიზნესის საერთო სისტემაში როგორც გავრცელების არეალით, ისე საქმიანობის მრავალფეროვნებითა და მასშტაბით დიდი როლი და ადგილი განეკუთვნება მცირე ბიზნესს. იგი ყველაზე მობილური ფორმაა.

ჰარვარდის (აშშ) უნივერსიტეტის მცირე მეწარმეობის განვითარების ცენტრის დირექტორის უილფორდ ლ. უაიტის განმარტებით მცირე ბიზნესის არსი, რომელიც საზოგადოებრივი სარგებლიანობით განისაზღვრება, გამოიხატება: ჯერ ერთი—მომხმარებლისათვის საჭირო საქონლის შექმნა—მიწოდებასა და მომსახურების გაწევაში; მეორე—ადამიანების ხელსაყრელი სამუშაოთი უზრუნველყოფაში; მესამე—მოგების მიღებაში.

აშშ-ში 80-იანი წლების დასაწყისში 437 ათასი მცირე, დამოუკიდებელი ფირმა და 5.5 მილიონი მცირე მეწარმეობითი უჯრედი არსებობდა, რომელთა გარეშე შეუძლებელია ამერიკის წარმოდგენა. ასევე ითქმის სხვა ქვეყნებზეც. ამერიკის ამ მცირე ფირმებში დასაქმებული იყო სამუშაო ძალის 47.8%.

ერთ-ერთი ამერიკელი მკვლევარის ხატოვანი გამოთქმით ამერიკის ეკონომიკის ხერხემალი არის მსხვილი კორპორაციები, ხოლო მისი კუნთები—მცირე კომპანიები, რომლებსაც მოჰყავთ მოძრაობაში დიდი ბიზნესი. მაგ. კორპორაცია „ჯენერალ ელექტრიკი“ დაკავშირებულია 45 ათას ფირმასთან, რომელთაგან 90%-ზე მეტი მცირე ფირმაა.

საყურადღებოა, რომ ბოლო დროს ისეთი აზრიც მკვიდრდება, რომ მცირე ბიზნესი (ფირმები)—ეს არა მარტო ამერიკის კუნთებია, არამედ მისი ტვინის მნიშვნელოვანი ნაწილიც. 80-იანი წლებიდან შეიმჩნევა მცირე ბიზნესის აქტიური ზრდა.

მცირე ბიზნესის დიდისაგან გამიჯვნის მიზნით აშშ-ში არსებობს შესაბამისი კანონი მცირე ბიზნესის შესახებ. ეს აუცილებელია მცირე ფირმებისათვის კრედიტის მისაღები პირობებით გამოყოფისათვის. ამ კანონის მიხედვით მცირე ფირმა ეს ისეთი საწარმოა, რომელიც ფუნქციონირებს დამოუკიდებლად, მისი მფლობელი დამოუკიდებელია სხვებისაგან, იგი არ დომინირებს თავისი სფეროს ბიზნესში. ამავე კანონით საწარმო ითვლება მცირედ, თუ მოსამსახურეთა რიცხვი შეადგენს 250-1500 კაცს.

აშშ-ში მცირე ფირმები იყოფა 5 კატეგორიად: უმცირესი (1-24 მუშაკი), მცირე (25-99), შუალედური (100-499), მსხვილი (500-999), უმსხვილესი (1000 და მეტი). საბითუმო-სავაჭრო

საწარმო მცირედ ითვლება თუ მისი წლიური ბრუნვა 3-18 მილიონი დოლარის ფარგლებში მერყეობს; საცალო ვაჭრობასა და მომსახურების სფეროში ეს ზღვარი უდრის 1-5 მილიონ დოლარს.

საქმიანობის მიმართულებების მიხედვით გამოიყოფა: სამრეწველო, სავაჭრო, სერვისული, საფინანსო-საკრედიტო, საშუამავლო, მრავალდარგოვანი და სხვა ფორმები.

ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმის მიხედვით გამოიყოფა: ინდივიდუალური, წვრილი ოჯახური, ფერმერული, ერთი პირის, ერთობრივი, სახელმწიფო, მუნიციპალური, შეზღუდული პასუხისმგებლობის, კომანდატური (შერეული), დამატებითი პასუხისმგებლობის.

მცირე ბიზნესი საქმიანობის თითქმის ყველა მიმართულებას მოიცავს.

ეკონომიკური, პოლიტიკური და სოციალური ცვლილებების გავლენით მცირე ბიზნესი ახალ და ახალ მიმართულებებს იძენს. ამას, უწინარეს ყოვლისა მეცნიერულ-ტექნიკური პროგრესი და ბიზნესის ახალი აზროვნების იმპულსები განაპირობებს.

უკანასკნელ ხანს მცირე ბიზნესის გავრცელებულ მიმართულებებად გამოიყოფა ისეთი ფორმები, როგორცაა: „დამოუკიდებლად დასაქმებული“, „დროებითი შემოქმედებითი კოლექტივი“ და სხვ.

გავრცელდა სრულიად ახალი ფორმაც, ე.წ. მცირე ბიზნესის „ინკუბატორები“.

იმის გამო, რომ მცირე ფორმებს, დასაწყის ეტაპზე, სირთულეები უჩნდებათ ისეთი საკითხების მოგვარებაზე როგორცაა: დაფინანსება, გაადგილება, პროდუქციის გასაღების არხები, მენეჯმენტისა და კომერციის დაუფლება, დიდი მნიშვნელობა აქვს მათი გადაწყვეტისათვის ხელშეწყობასა და სტიმულირებას. ეს ფუნქცია იკისრეს მცირე ბიზნესის „ინკუბატორებმა“, აშშ-ში ასეთი სტრუქტურების რიცხვი უკანასკნელ 10 წელიწადში 50-ჯერ გაიზარდა.

„ინკუბატორები“ თავიანთ კლიენტებს 10-15%-ით ნაკლებს ახდევინებენ ოფისში, უზრუნველყოფენ გამოცდილ მენეჯერთა და იურისტთა კონსულტაციებით, დახმარებას უწევენ საქმის წარმოებაში, ორგანიზაციული და ტექნიკური საკითხების გადაწყვეტაში, მარკეტინგსა და დიზაინში, საშუალებას აძლევენ ისარგებლონ კომპი-უტერებით და კავშირგაბმულობის საშუალებებით.

„ინკუბატორთა“ უმეტესი ნაწილი კერძო, არაკომერციული ორგანიზაციებია. მათ განვითარებას სახელმწიფოც უწყობს ხელს და მოქმედებენ რეგიონული განვითარების ორგანოების ეგიდით. ზოგ მათგანს ვიწრო სპეციალიზაცია აქვს, მაგ. ემსახურებიან მხოლოდ

არქიტექტურულ ან ბიოტექნოლოგიურ ფირმებს, სხვები აერთიანებენ სერვისული მიმართულების კომპანიებს და ა.შ.

არსებობს კომერციული ხასიათის „ინკუბატორებიც“, სადაც საიჯარო ქირა არ არის ნაკლები ჩვეულებრივზე, მაგრამ პარტნიორისათვის განკუთვნილია სხვა შეღავათები.

იაპონელი ექსპერტები ცდილობენ რა შეაფასონ მცირე ბიზნესის პერსპექტივები და მისი ადგილი მსოფლიო ეკონომიკაში, გამოთქვამენ მოსაზრებას, რომ თვალსაწიერ პერსპექტივაში მცირე და საშუალო საწარმოები ძირითადები იქნებიან გადამმუშავებელ მრეწველობაში. სწორედ ისინი უზრუნველყოფენ იმ მოქნილობასა და ოპერატიულობას, რომელიც აუცილებელია მსოფლიო ეკონომიკის სწრაფი ცვლილებების პირობებში.

ერთ-ერთ გლობალურ ტენდენციად იქცევა საბაზრო პრინციპების როლის ამაღლება ეკონომიკაში, პოლიტიკური ხელისუფლების დეცენტრალიზაცია და რეგულირების შემობრუნება ვაჭრობის სფეროში.

ამასთან, მცირე ბიზნესს გარკვეული სირთულეები მაინც ექნება. ჰარვარდის უნივერსიტეტის პროფესორი ჯეიმს მილოფი აცხადებს, რომ „როდესაც ადამიანები აქებენ მცირე ბიზნესს, ისინი ცხადია მხედველობაში არ იღებენ მასში თავიანთ მონაწილეობას. მცირე კომპანიებში მუშაობას ვერ უწოდებ საუკეთესოს. იგი ნიშნავს დაბალ ანაზღაურებას შრომაზე, მინიმალურ დახმარებას და მოკრძალებულ სოციალურ დაცვას“.

უნდა ითქვას, რომ ბიზნესი სწორედ იმიტომაა რთული და მომხიბვლელი, რომ ერთიან მიდგომასა და დამოკიდებულებას ვერ იტანს და ამას არც მისი პრაქტიკა ადასტურებს. ღილი წარმატებები შეიძლება მიღწეული იქნას ღილი იდეების წყალობით, რაც გადამწყვეტწილად არ უკავშირდება მის მასშტაბებს. ასე, რომ მცირე ბიზნესმა შეიძლება მეტი წარმატება მოუტანოს ბიზნესმენს, ვიდრე მსხვილმა ანდა პირიქით.

21.13. მომავლის ბიზნესი

მეცნიერულ-ტექნიკური პროგრესის, ბიზნესის განვითარებაში დაგრვილი დიდი მიღწევების შედეგად იკვეთება მომავლის ბიზნესის კონტურები.

ბიზნესის ინტერნაციონალიზაცია 90-იან წლებში გაუგონარ მასშტაბებს აღწევს. განსაკუთრებულ მნიშვნელობას იძენს „საერთო ბაზრის“ ქვეყნებს შორის საზღვრების ფაქციური ლიკვიდაცია, როდესაც ჩნდება საქონლის უნიფიცირებული სტანდარტები და ფასები საქონელზე და მომსახურებაზე.

ბუნებრივია, ეს ბადებს ახალ მოთხოვნებს ხელმძღვანელების, ბიზნესმენების მიმართ. ხვალინდელი ლიდერი ვალდებული იქნება შორს გაიხედოს, წინასწარ განჭვრიტოს არაორდინალური შესაძლებლობები. გამოითქმება მოსაზრება, რომ უნდა გამოჩნდეს „გლობალური მენეჯერის“ ტიპი, რომელიც მოერგება ნებისმიერ ქვეყანას, ეცოდინება ენები და ტრადიციები, არ ექნება ეროვნული უპირატესობები.

მომავლის ბიზნესისათვის დამახასიათებელი გახდება:

1. მართვის დონეების რიცხვის მნიშვნელოვანი შემცირება. შესაბამისად, რამდენჯერმე გაიზრდება კონტროლის დიაპაზონი, რაც ადვილად იქნება მისაღწევი კომპიუტერიზაციით და ინფორმაციული ტექნოლოგიის განვითარებით;

2. პროფესიულ ცოდნასთან ერთად, პორიზონტალური და ვერტიკალური სტრუქტურების გამოყენების დროს დიდი როლი მიენიჭება მოლაპარაკებების წარმართვის ხელოვნებას, ხალხის იმაში დარწმუნების უნარს, რომ მათი და თქვენი ინტერესები ერთხვევა ერთმანეთს. ამასთან, ითვლება: რომ გაიმარჯვო პარტნიორზე ანდა იგი კუთხეში მოაქციო, ეს სულელური კონცეფციაა. აუცილებელია ხანგრძლივპერიოდის ურთიერთობების დამყარების სწავლა.

3. საწარმოო ურთიერთობებში სერიოზული ცვლილებების ერთ-ერთი ელემენტი მომავალ ათწლეულში გახდება მომუშავეთა მართვაში რეალური მონაწილეობის გაფართოება.

ჰარვარდის ბიზნესის სკოლის პროფესორი რობერტ ხეიზი მენეჯერის ამოცანად თვლის: „ნოვატორობისადმი ინტერესის შექმნას, საქმიანობის გაუმჯობესების გზებისათვის მათი აღმაფრენის გამოწვევას“.

4. მალე კომპიუტერი გახდება უფრო მეგობრული საშუალება და ხელმძღვანელებს არ მოუწევთ დიდი შრომა მათ გამოყენებაში.

5. მოხდება მომხმარებელთა შორის ინფორმაციის დეცენტრალიზებული ცირკულირების გაფართოება; კომპანია „ქსეროქსის“ ვიცე-პრეზიდენტი ხიკსი თვლის, რომ მისი კომპანიის მიერ შემოღებული დოკუმენტების დამუშავების ტექნოლოგია უახლოეს ათწლეულში გამოიწვევს „თეთრი საყელოების“ შრომის ნაყოფიერების ზრდას არა ნაკლებ 40%-ით.

6. საუკეთესო იქნება ისეთი სისტემა, რომელიც მოგვცემთ პრინციპულად სხვა გადაწყვეტას, რათა შეგახსენოთ, რომ ყოველთვის არსებობს სხვა ხერხები პრობლემაში ჩასახედად.

7. გამოიყოფა სიახლეებისა და მათი ეფექტურობის ამაღლების დაჩქარების ორი მიმართულება, რომლებიც ერთმანეთს ავსებენ.

პირველი უკავშირდება გამოკვლევებზე და ნამუშევრებზე კაპიტალდაბანდების და მიმდინარე დანახარჯების მნიშვნელოვან ზრდას (ეს გამოწვეულია იმით, რომ კონკურენციის პირობებში აუცილებელი ხდება ტექნოლოგიების სრულყოფა).

მეორეა სიახლეების სწრაფი რეალიზაცია.

8. განსაკუთრებულ როლს დაიჭერს სერვისი-მომხმარებელთა მომსახურება. საერთო აზრით, კონკურენციაში გაიმარჯვებს ის, ვინც შეძლებს მნიშვნელოვნად გააფართოოს მყიდველთა მომსახურება, აამაღლოს მისი ხარისხი და შეამცირებს ფასებს. ზოგმა კომპანიამ ამისათვის სპეციალურად შეადგინა კომპიუტერული დოსიე თავის ყველა კლიენტზე. ამას გარდა, ელექტრონული ბაზა საშუალებას აძლევთ მათ მოახდინონ სისტემატიური აღრიცხვა ტელევიზორების, აუდიოსისტემების და სხვათა ტექნიკურ მზადყოფნაზე.

9. მოსალოდნელია, რომ მსხვილ სავაჭრო ფირმებთან ერთად კვლავ ფართო პოპულარობას მოიხვეჭს მცირე „ოჯახური“ მაღაზიები.

10. მომსახურების განვითარების მნიშვნელოვანი ელემენტი ხდება ყოვლისმომცველი, ოპერატიული და კეთილსინდისიერი რეკლამა, პირველ რიგში ტელევიზიის გამოყენებით.

11. ხვალინდელი დღის ლიდერებმა უნდა ეცადონ გამონახონ მომხმარებლებთან კონტრაქტის ახალი, სრულყოფილი გზები.

როგორც ირკვევა, მომავლის ბიზნესი დიდ პერსპექტივებს და შესაძლებლობებს, ახალ ტენდენციებსა და კანონზომიერებებს სახავს, რამაც მისი თითოეული რგოლის მაღალი კულტურა უნდა განაპირობოს.

5. ტერმინები

Terms

ომარ ქემელაშვილი-
საქართველოს სოფლის მეურნეობის მეცნიერებათა
აკადემიის აკადემიკოსი

5.1 მენეჯმენტის მიზანი და ამოცანა

მენეჯმენტის ძირითადი მიზანი და ამოცანაა საქმიანობის იმდარად მოწყობა (აწყობა) და ორგანიზაცია, რომ მაქსიმალური უკუგებითა და ეფექტიანობით იყოს გამოყენებული რესურსები და ყველა პოტენციური საშუალება და ბერკეტი, რამაც უნდა უზრუნველყოს ეკონომიკური წინსვლა და საბოლოო ჯამში მოგების მიღება.

მოგება კი პირველ რიგში ბიზნესის ამოსავალი მიზანია: ბიზნესური საქმიანობა მხოლოდ იმიტომ არსებობს და ბიზნესიც იმიტომ გაჩნდა, რომ ადამიანებმა, რომლებიც ამა თუ იმ სფეროში არიან დასაქმებულები, მოგება მიიღონ.

ამრიგად, ლოგიკურად იკვეთება, რომ ბიზნესი ანუ მომგებიანი საქმიანობა—ეს მენეჯმენტის ძირითადი მოტივაციაა და მენეჯმენტი სწორედ ბიზნესზეა ორიენტირებული.

ამიტომაც, მენეჯერი უწინარეს ყოვლისა, ზედმიწევნით უნდა ერკვეოდეს და ფლობდეს ეკონომიკისა და ბიზნესის საფუძვლებს. იგი, თავის საქმიანობაში, პირველ რიგში, უნდა ხელმძღვანელობდეს ბიზნესის პრინციპებითა და მოთხოვნებით, და მხოლოდ ამის შემდეგ მიაღწევს დადებით შედეგებს და წარმატებებს მენეჯმენტის დინამიურ პროცესში.

5.2 მენეჯმენტის პრინციპები და ფუნქციები

მენეჯმენტს თავისი სპეციფიკური ფუნქციები და პრინციპები გააჩნია.

პრინციპებიდან უნდა გამოიყოს:

- სამმართველო ფუნქციების ცენტრალიზაციისა და დეცენტრალიზაციის ოპტიმალური შეთანაწყობის;
- ერთმმართველობისა და კოლექტივობის;
- უფლებების, მოვალეობათა და პასუხისმგებლობათა შეთანაწყობის;
- მეცნიერულის.

ფუნქციებიდან უნდა გამოიყოს:

1. შრომის კოორდინაცია და ინტეგრაცია;
2. სამუშაო ადგილების რაციონალიზაცია და სრულყოფა;
3. წარმოების სტრუქტურის რაციონალიზაცია და სრულყოფა;
4. სამუშაო ძალის გამოყენების რეგულირება;
5. ძალაუფლება და მომთხოვნელობა;
6. ერთმმართველობა;
7. კერძო ინტერესების პრიორიტეტულობა;
8. კერძო მოტივაციების რეგულირება;
9. კოორდინაცია;
10. სტიმულირება;
11. ფუნქციების რეგლამენტირება;
12. ეკონომიკური და იურიდიული სამართლიანობა;
13. ინიციატივიანობა;
14. მენეჯერის ავტორიტეტულობა და მისი ამაღლება;
15. მიზნობრიობა;
16. სტრატეგიისა და საერთო მიზნის ერთგულება, მისი სრულყოფისა და განვითარების გათვალისწინებით;
17. კონტროლი.

ამ ძირითადი პოზიციებიდან გამომდინარე, მენეჯერსაც გააჩნია თავისი ძირითადი ფუნქციები, რომლებიც ბიზნესის განვითარების კუთხით შემდეგნაირად ყალიბდება-მენეჯერი:

1. უზრუნველყოფს და კოორდინაციას უწევს წარმოების განვითარებას საერთო მიზნისა და საქმიანობის ტაქტიკისა და სტრატეგიის შესაბამისად, თვითონვე ხელმძღვანელობს რა მათ შემუშავებას;
2. უზრუნველყოფს მენეჯმენტის ფუნქციებისა და პრინციპების თანამიმდევრულ განხორციელებას;

3. უზრუნველყოფს რეკომენდაციების დამუშავებას ყველაზე ხელსაყრელი ბაზრების შესარჩევად, წარმოების პოტენციალის შესაბამისად და წარმოებისა და რეალიზაციის პროცესის მომგებიანი წარმართვისათვის;

4. სისტემატიურად აანალიზებს საწარმოო, საბაზრო, სოციალურ სიტუაციებს და იღებს შესაბამის გადაწყვეტილებებს;

5. სისტემატიურად აანალიზებს ინფორმაციას და იყენებს მართვაში;

6. სრულყოფს მართვის მეთოდებს, ხერხებს, საშუალებებს;

7. ხელს უწყობს მეცნიერულ-ტექნიკურ პროგრესს და წარმართავს მას მაღალი მოგების მიღების მიზნით;

8. ხელმძღვანელობს ტექნიკო-ტექნოლოგიურ, მარკეტინგულ, სოციალურ და სხვა გამოკვლევებს და მიზნობრივად იყენებს მათ შედეგებს;

9. ზრუნავს საწარმოს იმიჯის გაუმჯობესებისათვის;

10. უზრუნველყოფს სხვათა გამოცდილების გაზიარებასა და გამოყენებას;

11. ამყარებს საქმიან შიდა და საგარეო ეკონომიკურ კავშირებს;

12. უზრუნველყოფს ეკონომიკური ინტეგრაციის განვითარებას;

13. უზრუნველყოფს საწარმოს ფულად-საკრედიტო და საფინანსო-საბანკო ურთიერთობათა სრულყოფას და ამ სფეროს შეუფერხებელ ფუნქციონირებას;

14. კოორდინაციას უწევს კადრების კვალიფიკაციის ამაღლებას, მათ მონაცვლეობას და ღრულ შეცვლასა და გაუმჯობესებას;

15. უზრუნველყოფს მენეჯმენტის, როგორც მართვის მექანიზმის სისტემატიურ სრულყოფასა და გაუმჯობესებას.

დროთა განმავლობაში მართვის ფორმებმა და მეთოდებმა დიდი ცვლილება და სრულყოფა განიცადა. ფართო მასშტაბით მუშავდება მისი ეფექტიანობის ამაღლების პროგრამები. ეს პროგრამები სხვადასხვაგვარი და ნაირფეროვანია. მათგან შეიძლება გამოვყოთ:

1. ყურადღება მახვილდება საწარმოო პროცესის ტექნიკურ-ტექნოლოგიურ ასპექტებზე;

2. ყურადღება მახვილდება სოციალურ ბერკეტებზე;

3. სიმძიმის ცენტრი გადადის მატერიალურ სტიმულირებაზე.

მენეჯერის ხელოვნებაზე დამოკიდებული თუ რომელი პროგრამა მოურგოს ამა თუ იმ ეტაპს, ანდა იქნებ მათი პროპორციული შერწყმა აირჩიოს იმისათვის, რომ ეფექტს მიაღწიოს მენეჯმენტში.

ცნობილია რვა ნიშან-კრიტერიუმი, რომლებიც ახასიათებს სანი-მუშო მენეჯმენტის დამახასიათებელ თავისებურებებს, ესენია:

1. ორიენტაცია მოქმედებაზე, წარმატების მიღწევაზე;
2. პირით მომხმარებლისაკენ;
3. დამოუკიდებლობა და გერგილიანობა;
4. მაღალმწარმოებლურობა ადამიანისაგან;
5. კავშირი ცხოვრებასთან, ფასეულობებითი ხელმძღვანელობა;
6. თავისი საქმისადმი ერთგულება;
7. ფორმის სიმარტივე, მმართველობის მოკრძალებული შტატი;
8. თავისუფლება და სიმტკიცე, ერთდროულად.

მენეჯმენტი მუდმივად უნდა განიცდიდეს სრულყოფასა და განვითარებას, რაც ძირითადად მენეჯერზეა დამოკიდებული. ამას გარდა მას განსაზღვრავს პოლიტიკური და სოციალური გარემო და პირობები, საერთაშორისო ასპექტები, მართვის ტექნიკისა და ტექნოლოგიის ცვლილებები და ა.შ.

5.3. მენეჯმენტის კანონები და კანონზომიერებები

მენეჯმენტს ახასიათებს თავისი სპეციფიკური კანონები და კანონზომიერებები.

კანონებიდან აღსანიშნავია:

1. მატერიალური წარმოებისა და მომსახურების შეგნებული, მიზანმიმართული მართვის უპირატესი ეფექტიანობის კანონი;
2. მატერიალური წარმოებისა და მომსახურების მართვის მიზნების, მეთოდებისა და ფორმების კონკრეტულ საზოგადოებრივ-ეკონომიკური წყობისათვის დამახასიათებელი საკუთრების ფორმებთან შესაბამისობის კანონი;
3. მენეჯმენტის ფუნქციების მონაცვლეობის კანონი;
4. მართვის იერარქიული საფეხურების რაოდენობის შემცირების კანონი;
5. კონტროლის ფუნქციის გავრცელების კანონი;
6. მართვის კანონების ერთობლივად მოქმედებს კანონი.

კანონზომიერებებიდან გამოიყოფა:

- საზოგადოება მიისწრაფვის მოწესრიგებული მართვის ორგანიზაციისაკენ
- ხდება მართვის ცენტრალიზაციისა და დეცენტრალიზაციის ოპტიმალური შეთანაწყობა;
- ხდება მმართველი და სამართავი სისტემის პროპორციული და ოპტიმალური შესაბამისობა.

5.4. მოტივაცია და მენეჯმენტის სრულყოფის მიმართულებები

მოტივაცია არის მუშაკთა შრომის სტიმულირების ისეთი ორიენტაციის პროცესი, რომლის დროსაც ისინი ცდილობენ ორგანიზაციის მიერ დასახული მიზნების მიღწევას.

მოტივაციის კლასიკური თეორიის მიხედვით ფული—ეს არის ერთადერთი სტიმული ნებისმიერ სამუშაო ადგილზე.

მენეჯერს უნდა შეეძლოს სხვისი ხელებით სამუშაოს შესრულება, რაც მხოლოდ მაშინ შეიძლება თუ მოხერხდება მუშაკთა ქცევის მოტივებზე ზემოქმედება და მათი წარმართვა საჭირო მიმართულებით.

მოტივაციის არსისა და მოთხოვნებიდან გამომდინარე გამოიყოფა მენეჯმენტის სრულყოფის შემდეგი კონცეფციები და მიმართულებები:

1. წარმოების სრულყოფის—მომხმარებლები კეთილგანწყობილნი იქნებიან იმ პროდუქციაზე, რომლებიც მისაწვდომ ფასებში მიეწოდება;

2. საქონლის სრულყოფის—მომხმარებლები კეთილად იქნებიან განწყობილნი იმ საქონლისადმი, რომლებიც მაღალი ხარისხითა და საუკეთესო საექსპლოატაციო თვისებებით გამოირჩევიან; ეს მოითხოვს საქონლის მუდმივ სრულყოფას;

3. ბიზნესის ინტენსიფიკაციის სრულყოფის—მყიდველები არ იყიდიან საქონელს, თუ მწარმოებელი არ გაატარებს ღონისძიებებს გასაღებისა და სტიმულირების სფეროში;

4. მარკეტინგის—საწარმოს (ფირმის) მიზნის მიღწევის საწინდარია მიზნობრივი ბაზრების, საჭიროების მოთხოვნილებებისა და ინტერესების განსაზღვრა და დაკმაყოფილების სასურველი ღონის მიღწევა, უფრო პროდუქტიული საშუალებებითა და რაციონალური მეთოდებით, ვიდრე ამას კონკურენტები იყენებენ.

ამ შემთხვევაში იყენებენ პრინციპებს: „მოძებნეთ მოთხოვნილებები და დააკმაყოფილეთ ისინი“, „აწარმოეთ ის, რისი გაყიდვაც შეგიძლიათ და არ გაყიდოთ ის, რასაც აწარმოებთ“, „გიყვარდეთ კლიენტი და არა საქონელი“ და სხვ.

მენეჯმენტის სრულყოფა თანამედროვე ბიზნესის ერთ-ერთი კარდინალური ამოცანაა. მას მრავალრიცხოვანი და ფართომასშტაბური გამოკვლევები ეძღვნება. უნდა ითქვას, რომ ბიზნესის მომავალი ძირითადად სწორედ მასზეა დამოკიდებული.

მენეჯმენტის ცვლილების პროცესში წარმართველია ბიზნესმენ-მენეჯერი, თავისი უნარით, გამოცდილებით, ინტელექტით, ფსიქოლოგიითა და ეთიკით.

უკანასკნელ ხანს განსაკუთრებული ყურადღება ექცევა მართვის სტრუქტურის გამარტივებას.

5.5. მართვის სისტემები და სტრუქტურა

მენეჯმენტში „სისტემა“ გულისხმობს ურთიერთდაკავშირებულ, ორგანიზებულად მოწესრიგებულ, შედარებით დამოუკიდებელი ელემენტების ერთობლიობას, ან მათ კომბინაციას.

დაქვემდებარების ფორმის მიხედვით არჩევენ მართვის **ხაზობრივ, ფუნქციონალურ** და **კომბინირებულ** სისტემებს.

ხაზობრივი სისტემის საშუალებით ხდება მართვის ისეთი პრინციპის განხორციელება, როგორცაა: ერთმმართველობისა და კოლევიალურობის პრინციპი, შრომის შედეგებით მატერიალური და მორალური დაინტერესების პრინციპი და ა.შ.

ფუნქციონალური სისტემა ითვალისწინებს მართვის ფუნქციების დანაწილებას არა საწარმოო ობიექტების, არამედ სპეციალობების მიხედვით.

კომბინირებული სისტემა გულისხმობს შემსრულებელთა უშუალო ხელმძღვანელისადმი ადმინისტრაციულ დაქვემდებარებას, ხოლო სპეციალური ფუნქციების შესრულებაში—მთავარი სპეციალისტებისადმი დაქვემდებარებას.

მენეჯმენტის სწორი ორგანიზაცია მოწოდებულია უზრუნველყოს:

- პროპორციულობა მუშაობაში;
- სინქრონულობა;
- მენეჯმენტის პროცესის შეუფერხებლობა;
- მართვის ციკლის უწყვეტობა;
- რიტმულობა მუშაობაში

მართვის სტრუქტურა წარმოადგენს მართვის ორგანოებისა და მუშაკების შემადგენლობას, აგრეთვე მათი ურთიერთდამოკიდებულების სისტემას.

მართვის სტრუქტურაში არჩევენ მართვის საფეხურებსა და მართვის რგოლებს.

მართვის სტრუქტურა შეესაბამება საწარმოს ორგანიზაციულ სტრუქტურას და იგი განიცდის ცვლილებებს.

მართვის სტრუქტურა, თუკი იგი კარგად არის აგებული უნდა უზრუნველყოფდეს:

- მაღალ ოპერატიულობას;
- ყველა სახის ინფორმაციის სანდოობას და მის სწრაფ მიწოდებას;
- წარმოების კონტროლის ეფექტიანობას;

- მოწინავე გამოცდილებისა და მეცნიერულ-ტექნიკური პროგრესის მიღწევების დანერგვის დაჩქარებასა და ეფექტიანობას;
- მარკეტინგული სამსახურის გამართულ მუშაობას;
- წარმოების შეუფერხებელ უზრუნველყოფას ნედლეულითა და მასალებით;
- პროდუქციის შეუფერხებელ რეალიზაციას.

5.6. მენეჯმენტის მეთოდები

მენეჯმენტში გამოიყოფა ეკონომიკურ-ორგანიზაციული, სოციალურ-ფსიქოლოგიური და ადმინისტრაციული მეთოდები.

ეკონომიკური მეთოდები წარმოადგენს ეკონომიკური სტიმულირების სისტემის გამოყენების კონკრეტულ მექანიზმს, რაც ითვალისწინებს საწარმოს მუშაკების მუდმივ მატერიალურ დაინტერესებასა და მატერიალურ პასუხისმგებლობას თავიანთი შრომის შედეგებით და დასახული ამოცანების მიღწევით.

ადმინისტრაციული მეთოდები წარმოადგენს ხელმძღვანელი ორგანოების, ან მენეჯერის მიერ დაქვემდებარებულზე ზემოქმედების მაიძულებელ ღონისძიებათა ერთობლიობას. ადმინისტრაციული მეთოდები ორ ჯგუფად იყოფა:

- ორგანიზაციული ზემოქმედება (მართვისა და წარმოების ორგანიზაციული სტრუქტურით, ტექნიკით, ტექნოლოგიით, ფუნქციებისა და მოქმედებათა რეგლამენტირებით, ნორმებით, ინსტრუქციებით და ა.შ.);
- განკარგულებითი ზემოქმედება (დირექტივები, დადგენილებები, ბრძანებები, მითითებები და ა.შ.).

სოციალურ-ფსიქოლოგიური მეთოდები არის შემსრულებელთა ჯგუფებზე ან მის თითოეულ წევრზე ზემოქმედების საშუალება მუშაკთა შემოქმედებითი შრომის პირობების შექმნის გზით.

ამ მეთოდების გამოყენებით: იქმნება ადამიანთა შორის კეთილი განწყობა; შემოქმედებითი საქმიანობის უკეთესი პირობები; თითოეული მუშაკის ინიციატივა, აქტიურობა სათანადო მხარდაჭერით სარგებლობს; წარმოჩინდება თითოეული მუშაკის შრომის მოტივაცია.

ფსიქოლოგიური განწყობა დიდ როლს თამაშობს მთელ ბიზნესურ საქმიანობაში.

მართვის მეთოდების არასწორმა გამოყენებამ შეიძლება წარმოშვას კონფლიქტური სიტუაციები, რომელსაც თავის მხრივ განაპირობებს:

- სირთულეების გვერდის ავლა და შიში, საკუთარი უნართი გადააჭარბოს ხელმძღვანელის უნარსა და შესაძლებლობებს;
- შეცდომის დაშვების შიში;
- პრესტიჟის დაცემის შიში;
- საკუთარ შესაძლებლობათა არასწორი შეფასება;
- შემგუებლობა (კომფორმიზმი);
- ორგანიზაციული სტრუქტურის არასწორი გაგება;
- კონტროლის ჩატარების ტექნიკის არცოდნა;

- ხელმძღვანელის მიერ პასუხისმგებლობის არასწორი გაგება;
- სინამდვილის არასწორი აღქმა.

კონფლიქტები 5 სახის შეიძლება იყოს: შიდაპიროვნული, პიროვნებათშორისი, პიროვნებასა და ჯგუფს შორის, ჯგუფებს შორის, ხელმძღვანელსა და ხელქვეითს შორის.

უკანასკნელ წლებში თავი იჩინა სტრესებმა. იგი ორგანიზმის ფსიქიკური დაძაბულობის მდგომარეობაა, რომელიც ვითარდება ძლიერი გამაღიზიანებლის გავლენით, როგორც ყოველდღიურ ცხოვრებაში, ისე სპეციფიკურ მდგომარეობაში.

სტრესმა შეიძლება მოახდინოს როგორც დადებითი, ისე უარყოფითი გავლენა.

სტრესს იწვევს ორი ძირითადი ფაქტორი: ორგანიზაციული და პირადული.

მენეჯმენტის თეორიასა და პრაქტიკაში მიღებულია ხელმძღვანელის, მენეჯერის ორი სტილი: ავტორიტარული და დემოკრატიული.

ავტორიტარული, ანუ მბრძანებლური სტილის მენეჯერისათვის დამახასიათებელია თავის ხელში ძალაუფლების კონცენტრაციის (თავმოყრა) მაღალი დონე. იგი ერთპიროვნულად წყვეტს პრობლემებს, ხშირად ერევა დაბალი რგოლის ხელმძღვანელთა მოქმედებაში და ზღუდავს მათ ინიციატივას.

ეს სტილი არ შეიძლება ოპტიმალურად ჩაითვალოს.

დემოკრატიული სტილის მენეჯერი საბოლოო გადაწყვეტილებას იღებს მხოლოდ დაქვემდებარებულთა აზრის გარკვევის შემდეგ, ადვილად ახორციელებს თავის უფლება-მოვალეობებს, საშუალებას აძლევს დაქვემდებარებულთ გამოავლინონ ინიციატივა.

5.7. მენეჯმენტის ტექნოლოგია და კომუნიკაცია

ახლა უკვე ხშირად ხმარობენ გამოთქმას-მენეჯმენტის *ტექნოლოგია*. იგი გულისხმობს პროცესების, ოპერაციათა შესრულების თანამიმდევრობას, ინფორმაციის ოპერატიული და მაღალხარისხოვანი გადამუშავების პირობების შექმნას, სათანადო გადაწყვეტილების დროული შემუშავებისა და განხორციელების მიზნით.

მენეჯმენტის ტექნოლოგია მოიცავს მუშაობის მეთოდებს, ხერხებს, ტექნიკურ საშუალებებს.

მენეჯმენტის ტექნოლოგიის მნიშვნელოვანი ნაწილია *კომუნიკაცია*. ეს არის ინფორმაციის მიმოქცევის პროცესი, რომლის შედეგადაც მენეჯერი იღებს ეფექტური გადაწყვეტილების ჩამოყალიბებისათვის აუცილებელ ცნობებს და დაჰყავს მიღებული გადაწყვეტილება მართვის ობიექტზე-შემსრულებელზე.

კომუნიკაციური სისტემის მაღალეფექტური ფუნქციონირება არსებითად განაპირობებს მიღებულ გადაწყვეტილებათა ხარისხს და მისი შესრულების გარანტიას იძლევა.

ინფორმაცია შეიძლება დაჯგუფდეს შემდეგი ნიშნებით:

1. წარმოშობის რიგითობა;
2. ოფიციალურობა;
3. დანიშნულება;
4. მოძრაობის მიმართულება;
5. სტაბილურობა;
6. გამოსახვის საშუალება;
7. დამუშავების ხერხი.

ინფორმაცია სახეებისა და წყაროების მიხედვით არის: ეკონომიკური; საწარმოო; ტექნიკური; მეცნიერული; შინაარსის მიხედვით: რაოდენობრივი, ხარისხობრივი და ა.შ.

კომუნიკაცია გაიგება შემდეგნაირად-როგორც ადამიანის ლაპარაკისა და მოსმენის უნარი, წერა-კითხვის კულტურა. სწორედ კომუნიკაციის უნარმა განაპირობა, რომ კაცობრიობამ დააგროვა ცოდნის უდიდესი მარაგი და ადამიანებს აქვთ საშუალება წარმართონ ერთიანი საზოგადოებრივი მოღვაწეობა.

ამ თვალსაზრისით, კომუნიკაცია არის აზრებისა და იდეების ორმხრივი გაცვლის პროცესი, რომლის მეოხებითაც ხდება ურთიერთგაგების მიღწევა.

კომუნიკაცია ლათინური სიტყვაა და ნიშნავს „საერთოს“.

კომუნიკაციის გადაცემას ახასიათებს უკუკავშირი, რომლითაც დასტურდება, რომ შეტყობინება (ინფორმაცია) გააზრებულია.

კომუნიკაციისათვის დამახასიათებელია ბარიერები, რაც ბაძებს კითხვას: რატომ არ ხდება ინფორმაციის გაცვლა სათანადო დონეზე?

ამის მიზეზი შეიძლება იყოს:

1. კომუნიკაციის მნიშვნელობის შეუფასებლობა;
2. ცალკეულ მუშაკთა არასწორი ფსიქოლოგიური განწყობა (აზროვნების სტერეოტიპი);
3. წინასწარ შექმნილი აზრი; არასწორი ურთიერთდამოკიდებულება; უყურადღებობა და ინტერესის დაკარგვა; არასრული ფაქტობრივი მონაცემები);
4. შეტყობინების ცუდი სტრუქტურა (სიტყვების არასწორად შერჩევა; შეტყობინების ორგანიზაციის შეცდომები; შეტყობინების მიმღების შესაძლებლობების არასწორი შეფასება; არასაკმარისი სანდოობა; არასაკმარისი კორექტულობა);
5. ცუდი მეხსიერება;
6. უკუკავშირის უქონლობა.

კომუნიკაციის სისტემასთან მჭიდრო კავშირშია დოკუმენტაცია და საქმის წარმოება, რომლის ხარისხი არსებითად განაპირობებს მენეჯმენტის ორგანიზაციის ღონეს და გარკვეულწილად მთელ მის ეფექტიანობას.

დოკუმენტების შედგენასა და საქმის წარმოებას თავისი სისტემა, სტრუქტურა, ხერხები და მეთოდები გააჩნია. თითოეულმა საწარმომ შეიძლება მასში მნიშვნელოვანი შესწორებები და გაუმჯობესებები შეიტანოს ანდა შემოიღოს საქმის წარმოების საკუთარი სისტემა და სტრუქტურა. ამ მხრივ მას, საერთოდ მიღებულ და სავალდებულო დოკუმენტაციის შექმნის გარდა შეზღუდვები არ გააჩნია.

5.8. ფერმერული მეურნეობა

ფერმერული მეურნეობა, ჩვენი, დღევანდელი სოფლის ახალი სახეა და თუ ადრე, სოფლად მცხოვრებ მეურნე კაცს გლეხად მოვიხსენიებდით, ეკონომიკისა და ბიზნესის განვითარებისა და საგარეო-ეკონომიკურ ურთიერთობათა თანამედროვე, შინაარსობრივი ინტერპრეტაციით იგი ფერმერად იწოდება.

აქ უნდა გაკეთდეს კიდევ ერთი განმარტება. გლეხი სოციალური კატეგორიაა ფერმერი კი ეკონომიკური კატეგორია. გლეხური მეურნეობა შინაარსს არასწორად გადმოსცემს. ეს იგივეა რომ ვთქვათ სოფლური მეურნეობა, მოხვეური მეურნეობა, აჭარული მეურნეობა და სხვა. ამ შემთხვევაში მართებული იქნება ითქვას: გლეხის მეურნეობა, გლეხის საკარმიდამო მეურნეობა, გლეხის პირად-დამხმარე მეურნეობა. ასეთი გამოთქმები მიანიშნებს, რომ მეურნეობა გლეხისაა და არა გლეხური.

რაც შეეხება ფერმერულ მეურნეობას (პასუხობს კითხვას როგორი?). ეს შინაარსობრივად განმარტავს, რომ საქმე ეხება ფერმერის (ანუ მეწარმის) კომერციული ხასიათის საქმიანობას. ეს ნიშნავს, რომ ამგვარი საქმიანობა სამეწარმეო, კერძომესაკუთრული ხასიათისაა და აიგება კომერციულ პრინციპებზე.

თუ შედარებას გავაკეთებთ, უნდა ითქვას, რომ ასევე სოციალური კატეგორიაა „მუშა“, და ამ ფუძიდან გამომდინარე ეკონომიკურ-პროფესიული კატეგორიებია: დურგალი, ზეინკალი და სხვა. ამ შემთხვევაშიც, ყოვლად მიუღებელი იქნებოდა გვეთქვა „მუშური მეურნეობა“, „მუშური საწარმო“. არსებობს შესაბამისი გამოთქმები: საღურგლო საქმე, საზეინკლო საქმე და სხვა.

ზემოთქმულიდან გამომდინარე, გამართლებული არ არის გავაიგივოთ „ფერმერი“ და „გლეხი“, ასევე, „ფერმერული მეურნეობა“ და „გლეხური მეურნეობა“ და ისინი სინონიმებად წარმოვიდგინოთ.

ზოგიერთი, აქამდე მიიჩნევდა, რომ ფერმერული მეურნეობა ეს იგივე გლეხური მეურნეობაა. ასეთი გაგება შინაარსობრივად არამართებული და მიუღებელია.

აგრარულ ეკონომიკაში უნდა დამკვიდრდეს მხოლოდ „ფერმერული მეურნეობა“ და ჩვენი აზროვნებაც ამ ტერმინზე უნდა გადავწყოს, ერთმნიშვნელოვნად.

არასწორია ისიც, რომ როგორც ზოგიერთი მიიჩნევდა, გლეხური მეურნეობა მცირემიწიანი, მცირემასშტაბური და მცირეშემოსავლიანია, ფერმერული მეურნეობა კი შედარებით დიდ ფართობებს იკა-

ვებს, წარმოების ინტენსიფიკაციის დონეც მაღალია და შემოსავალიც მეტ-ნაკლებად თვალსაჩინო.

ფერმერი, ახლებური ტიპის, სამეწარმეო მოტივაციებზე მორგებული სოფლის მეურნეა. იგი აგებს და უძღვება ამა თუ იმ სიდიდისა და მასშტაბის სასოფლო-სამეურნეო საწარმოს, რომელიც იწოდება ფერმერულ მეურნეობად (საწარმოდ).

ასეთი საწარმო ფერმერულ მეურნეობად, ანუ კომერციული ტიპის ორგანიზაციულ სტრუქტურად რომ იწოდებოდეს აუცილებელია მასში წარმოებული პროდუქცია (ან მისი ნაწილი) რეალიზაციის პროცესს გადიოდეს და ამ გზით ფერმერი გარკვეულ შემოსავალს ღებულობდეს. გადამწყვეტი მნიშვნელობა არა აქვს იმას თუ რა მოცულობის ფართობი უკავია, რა რაოდენობის პროდუქციას აწარმოებს, რამდენ შემოსავალს ღებულობს, როგორია წარმოების ინტენსიფიკაციის დონე. მთავარია მისი ფუნქციონირება ეყრდნობოდეს სამეწარმეო პრინციპებს.

თუ იურიდიულ მხარესაც დავეყრდნობით, ახალი კანონმდებლობა („კანონის სამეწარმეო საქმიანობის შესახებ“, სრულყოფის შემდეგ) ლოგიკურად გამორიცხავს ფერმერული და გლეხური მეურნეობების გაიგივებული სახით წარმოდგენა-ფორმულირებას.

შესაბამისი კანონის სრულყოფისდაკვალად, ფერმერული მეურნეობა იურიდიული პირს უნდა წარმოადგენდეს.

თუ უფრო შორს გავიხედავთ, სავარაუდოა, რომ შეიქმნება და წარმატებულ ფუნქციონირებას დაიწყებს ფერმერთა კავშირები ან ფერმერთა კოოპერატივები, ინტეგრირებული ან მინი-ინტეგრირებული ფერმერული მეურნეობები, შერეული საწარმოო და ინფრასტრუქტურული ტიპის ან საწარმოო, გადამმუშავებელი და სავაჭრო ტიპის ფერმერული მეურნეობები.

ფერმერულ მეურნეობათა სტრუქტურული სრულყოფისა და განვითარების ასეთ გზას ეკონომიკური ზრდის, მომავალზე ორიენტირებული საბაზრო მოტივაციები და ეკონომიკურ-ტექნოლოგიური გარემოს გამოყენების რაციონალიზაციის მოთხოვნები გვიკარნახებს.

რაც შეეხება იმის გარკვევას, თუ როგორ უნდა განიმარტოს სოფლის მცხოვრებთა სამოსახლოსთან მდებარე პატარ-პატარა ნაკვეთებზე გაშლილი წარმოება, იგი, როგორც ადრე, ახლაც, მისაღებია იწოდებოდეს საკარმიდამო მეურნეობად, რომლის პროდუქციასაც ძირითადად თვით ოჯახში მოიხმარენ და იგი რეალიზაციის პროცესს ნაკლებად გადის.

ამრიგად, ფერმერული მეურნეობები წარმოადგენს სოფლის ახალ სახეს, მის მფლობელს (მფლობელებს), ფერმერს (ფერმერებს) უფლება აქვს გამოიყენოს დაქირავებული მუშახელი, დაამყაროს შიდა და საგარეო-ეკონომიკური კავშირები, იქონიოს „საკუთარი ბაზარი“ და როგორც ითქვა, ფერმერულ მეურნეობათა საქმიანობა ეყრდნობა სამეწარმეო კანონის მოთხოვნებს და შესაბამისად კომერციული ანგარიშის პრინციპებს.

6.საკონსულტაციო ღარბაზი Consulting hall

ომარ ქეშელაშვილი-
საქართველოს სოფლის მეურნეობის მეცნიერებათა
აკადემიის აკადემიკოსი

6.1. ეკონომიკის გენეზისი (განმარტებები)

ეკონომიკის გენეზისი ათასობით წელს ითვლის და გამოირჩევა განსაკუთრებულობითა და თავისთავადობით. ეკონომიკის რთულ და ერთიან სისტემაში შეიმჩნევა გენეზისის მოდიფიკაციები და სახესხვაობები. ასევე შეინიშნება მათი ურთიერთდაკავშირებები. ამ სიბრტყეში, ძირითადი დამახასიათებელი კანონზომიერებაა ის, რომ ეკონომიკის გენეზისური პროცესი მჭიდროდ უკავშირდება და გადაჯაჭვულია საინფორმაციო რევოლუციებთან, რასაც საინფორმაციო ტექნოლოგიებსაც უწოდებენ.

ამრიგად, ჩანასახშივე, ეკონომიკა დაუკავშირდა და გადაეჯაჭვა ტექნოლოგიურ პროცესებს, ისე, რომ თანდათანობით თვით ეკონომიკაც წარმოსდგა ტექნოლოგიად. ამას, ამჟამად ეკონომიკური ტექნოლოგია ეწოდება.

ეკონომიკის გენეზისისთვის აშკარა და დამახასიათებელია: საწყისები, პროცესები, ეტაპები, კანონზომიერებები, ტენდენციები, პოზიციები, კავშირები, მდგომარეობები, მოვლენები, გავლენები, მოთხოვნები, პოზიციები და ა.შ.

თვით გენეზისი (ბერძნული ტერმინი) ფილოსოფიური კატეგორიაა და აღნიშნავს წარმოშობას, გაჩენას, უფრო ფართო გაგებით ჩანასახსა და შემდგომი გავითარების პროცესს, რომლის შედეგია გარკვეული მდგომარეობა, მოვლენა.

ეკონომიკის გენეზისის, როგორც ხანგრძლივი და დინამიური პროცესის გააზრებით, უნდა დადგინდეს, რომ ეკონომიკის მთელი სისტემის (მაშასადამე მისი გენეზისის) წარმოქმნილია ორი ძირითადი ფაქტორი: ბუნებრივი რესურსები და ადამიანის ფაქტორი.

ამას უნდა დამატოს აბრეშვიტის გეოგრაფიული გარემო (პირობები) და ხნოვანება (დრო).

განსაკუთრებით უნდა გამოიყოს ადამიანის ფაქტორი, რომელმაც გადაწყვეტი გავლენა მოახდინა თვით ბუნებრივი რესურსებისა და თავისი გავლენით შემჩინილი ახალი რესურსებისა და ფაქტორების–ეკონომიკური რესურსებისა (მ.შ. საწარმოო) და ტექნოლოგიური ფაქტორების გამოყენებაზე და სამართოდ მთელი ეკონომიკის განვითარებაზე.

ეკონომიკის გენეზისის მთელ წრედში, ბუნებრივი რესურსებიდან განსაკუთრებით უნდა გამოიყოს მიწის რესურსები და კონკრეტულად ნიადაგი, რომელზეც დაფუძნებულია სოფლის მეურნეობის და მასთან ფუნქციურად დაკავშირებული დარგების გაადგილება და განვითარება.

ნიადაგს თავისი გენეზისი ახასიათებს. ამას ნიადაგწარმოქმნელ ფაქტორებს უკავშირებენ. ასეთი ფაქტორებად გამოიყოფილია: დედაქანი, კლიმატი (ტემპერატურა, ტენი), მცენარე (ფლორა), მიკროორგანიზმები, ეროზიული პროცესები, ხნოვანება და ადამიანი.

6.2. ბიზნესი (ახლებური განმარტება)

ბიზნესი—ეს არ არის ადამიანის უბრალოდ ცხოვრების წესი, რომელიც საშუალებას აძლევს მას ფული გააკეთოს. ფულს ზოგიერთი შემთხვევითი ადამიანიც აკეთებს, ბიზნესი, რასაკვირველია, არ უარყოფს ეშმაკობასა და თამაშს, მაგრამ არასოდეს არა აქვს საქმე მოპარვასთან.

ბიზნესში ყველა მოქმედებს ისე, როგორც მას აწყობს და აბსოლუტურად როგორც მისთვისაა გასაგები.

უნდა ითქვას, რომ ამჟამად სიტყვა „ბიზნესი“ სხვადასხვა მნიშვნელობით გამოიყენება, კერძოდ, როგორც რაიმე საქმიანობა, კომერციული საქმიანობა, სავაჭრო ოპერაციები, მეწარმეობა, პროფესია, საქმიანი წრე, საქმიანი ცხოვრება, სერვისული კომერციული სამსახური, მარკეტინგული ურთიერთობები, ფირმისა თუ სხვა კომერციული სტრუქტურების ფუნქციონირება და სულაც უბრალოდ შემოსავლის წყარო და ა.შ., რაც იმას ნიშნავს, რომ იგი მრავლისმომცველი და ტევადი ცნებაა და იმაზეც მიგვანიშნებს, რომ მისი გაგება გარკვეულ შეზღუდვას მოითხოვს.

ბიზნესი—ეს არის ცოდნისა და კომერციული საქმიანობის კონკრეტული სახეების მთელი სისტემა. იგი მიმართულია პიროვნების მიერ საქონლის გამოშვებაზე (რაიმე მომსახურებაზე და ა.შ.), რომელსაც აქვს: მომხმარებლისათვის სასარგებლო თვისებები, აკმაყოფილებს მათ მოთხოვნებს და ყველაფერი ეს უკავშირდება მოგების მიღებას.

ბიზნესი, უპირველეს ყოვლისა, არის წარმოების პროცესი, მომსახურების სფერო, სავაჭრო და საბირჟო საქმიანობა. იგი უპირატესად არის ცოდნისა და ინტელექტუალური პოტენციალის გონივრული გამოყენება, მომჭირნეობა და ყაირათიანობა, საფინანსო რესურსების უნარიანი ათვისება; ამასთან, არის ტექნოლოგიური სრულყოფა და გაჯერება. რაც არანაკლებ მნიშვნელოვანია, იგი არის მენეჯმენტის სწორი და მართვადი პროცესი, რომელიც თავისივე საიდუმლოს ეყრდნობა და მოგებას უზრუნველყოფს.

უნდა განვიმარტოთ, რომ ეკონომიკა არ არის ბიზნესი და თვით ბიზნესიც არ არის ეკონომიკა და არც მისი შემადგენელი ნაწილი. ეკონომიკა არ ნიშნავს მხოლოდ მოგების მიღებას, ბიზნესი კი უცდილობდალ გულისხმობს მხოლოდ მოგების უზრუნველყოფას. თუ საჭირო გახდა,

უფრო უპრიანია (მართებულია) ვისმართ „ბიზნესური
ეკონომიკა“ (ანუ მოგებაზე ორიენტირებული ეკონომიკა).

ღაგუშვან, ბიზნესი თვით ეკონომიკის ნაწილად
ჩაითვალოს, მაშინ ალბიკურება გამოდის-ბიზნესმა,
რომლის მიზანია მხოლოდ მოგების მიღება, ეკონომიკის
სისტემაში ჩართვით უნდა შეიძინოს მისი ის ფუნქცია,
რომ ყოველთვის არ იყოს მოგების მიღებაზე ორიენტი-
რებული.

ბიზნესი უნდა განვიხილოთ როგორც ეკონო-
მიკასთან შემთავსობილი, ინტეგრირებული, მოგე-
ბაზე ორიენტირებული ფუნქციური სისტემა.

6.3.ინფორმაციული ტექნოლოგიების ქრონოლო- გია (განმარტებები)

შეიძლება ბევრი ვიკამათოთ იმაზე, თუ როგორ გამოეყო სადი ადამიანი ბუნებას-პირველი შრომის იარაღის გამოგონების წაყლობით თუ დანაწევრებული მეტყველებით. და, მაინც, **ენა პირველ უდიდეს საინფორმაციო გამოგონებას წარმოადგენს.** იგი, ამასთანავე, არის ეროვნული ცნობიერების პირველი მოდელი, ვინაიდან ენის ძირითად ცნებებში და მის ლინგვისტურ თავისებურებებში ყოველთვის აისახება ერის ლოგიკის და აზროვნების ხაზი.

**მეორე ინფორმაციული რევოლუცია, რომელიც მოიცავს დამ-
წერლობის გამოგონებას,** პირველისაგან გამოყოფილია რამდენიმე ათასი წლის პერიოდით. მეორე საინფორმაციო რევოლუციის წყალობით შესაძლებელი გახდა დიდი რაოდენობის ადამიანების შეერთება ცოდნასთან, განსაკუთრებით პროფესიულთან, და ისიც საკმაოდ შეკუმშულ ვადებში.

მესამე საინფორმაციო რევოლუციის არსი შეიძლება გამოვხატოთ ერთი სიტყვით—**წიგნების ბეჭდვა.** მან უპრეცედენტო გავლენა იქონია ურბანიზაციის პროცესზე, არნახულად მძლავრ ტექნოლოგიურ რევოლუციაზე, რომელიც დროში იყო შეკუმშული, მოამზადა დიდი გეოგრაფიული აღმოჩენები და სხვადასხვა კულტურა და ცივილიზაცია დააყენა გლობალიზაციის გზაზე.

**მეოთხე საინფორმაციო რევოლუცია დაკავშირებულია ტელე-
გრაფის, რადიოს, ტელეფონის და ტელევიზორის შე-
ქმნასთან.** მეოთხე საინფორმაციული რევოლუციის მთავარი, საზოგადოებრივად შესაგრძნობი შედეგი გახდა **სივრცის გადალახვა.** მსოფლიო პატარა გახდა. მის ერთ ბოლოში მიმდინარე მოვლენებმა უშუალო საინფორმაციო გავლენის მოხდენა დაიწყო პლანეტის სხვა, საკმაოდ მოშორებული კუთხეების ეკონომიკის და საზოგადოების მდგომარეობაზე. იდეების გაცვლამ გლობალური ხასიათი შეიძინა და საოცრად დაჩქარდა.

მეხუთე საინფორმაციო რევოლუციას შეიძლება ვუწოდოთ კომპიუტერული და ტელეკომუნიკაციური.

იგი თავისთავში მოიცავს: სხვადასხვა კლასის კომპიუტერების გაჩენას, რომელთაც შეუძლიათ წაშლით ასობით მილიონი და მილიარდი ოპერაციის გაკეთება; მძლავრი დამამახსოვრებელი მოწყობილობების შექმნას; მონაცემთა და ცოდნის გიგანტური, ავტომატიზებული ბაზების ჩამოყალიბებას, მუდმივ შევსებას და გაფართოებას, რომლებიც ასობით ათას ინფორმაციის გიგაბაიტს ითვლიან, რომელთაც პრაქტიკულად არა აქვთ შემდგომი განვითარებისათვის საზღვარი, რომელიც მისაწვდომია ნებისმიერი დაინტერესებული მომხმარებლისათვის და რომელიც ფლობს გლობალურ ქსელებთან შეერთებულ პერსონალურ კომპიუტერებს.

მეხუთე-ტელესაკომუნიკაციო და კომპიუტერული რევოლუციის დაწყებისთანავე, სოციალურად მნიშვნელოვანი ინფორმაციის საინფორმაციო ტექნოლოგიები და ნაკადები გლობალური, სოციალურ-კულტურული და ცივილიზაციური განვითარების ყველაზე მნიშვნელოვანი ფაქტორი გახდა.

თუკი მეოთხე საინფორმაციო რევოლუციის მთავარ შედეგს წარმოადგენდა სივრცის, ხოლო მეხუთისა-დროის დაძლევა, გადაცემული და გადაამუშავებული ინფორმაციის გიგანტური სიჩქარისა და მოცულობის წყალობით, მაშინ შესაბამისი ტექნოლოგიური რევოლუციებისათვის ყველაზე ფუნდამენტურ **შედეგებს ახალი რესურსები წარმოადგენენ**, ე.ი. ელექტრობის, ნავთობპროდუქტების (მეოთხესათვის) და ატომური ენერჯის (მეხუთე ტექნოლოგიისათვის) გამოყენება მთავარი წყაროს სახით.

იმავედროულად, მასთან ერთად იზრდება წარმოების სიჩქარე და ტრანსპორტის მოძრაობა მომსახურების და მართვის სფეროში. ყოველივე ამას თან ახლავს ხარისხობრივად ახალი ხელოვნური მასალების შექმნა, ეკოლოგიურად სუფთა წარმოების დანერგვა, ჩაკეტილი ტექნოლოგიების, წარმოების და მართვის ავტომატიზირებული სისტემების ჩამოყალიბება.

საინფორმაციო და ტექნოლოგიური რევოლუციები ერთიანდება საერთო ნაკადად, რომელსაც **სამეცნიერო-ტექნიკურ რევოლუციას უწოდებენ**. იგი გიგანტური გავლენის მოხდენას იწყებს ყველა ცივილიზაციურ და კულტურულ პროცესზე, გლობალური მასშტაბით.

ბოლო 100-150 წლის განმავლობაში საინფორმაციო და ტექნოლოგიური რევოლუციების გადაკვეთა და მზარდი შერწყმა, ახალი

ათასწლეულის დასაწყისში მათი სავარაუდო სრული ინტეგრაცია ნიშნავს, რომ თვით გლობალური ტრანსფორმაციის სისტემაში ხარისხობრივად ახალი ეტაპი დგება და იგი, უეჭველია, ფუნდამენტური და პრინციპული სახით დაკავშირებულია ყველაზე განსაკუთრებულ როლთან, რომლის თამაშსაც მეცნიერება და მეცნიერებატევადი ტექნოლოგიები გლობალური ტრანსფორმაციის სისტემაში იწყებენ.

უკვე აშკარად გამოიკვეთა მეექვსე საინფორმაციო რევოლუციის ნიშნები, რომელიც დაფუძნებულია ადამიანური ცოდნის საექსპერტო სისტემებსა და ხელოვნური ინტელექტის სხვა საშუალებების გლობალიზაციაზე. ამ პროცესების განვითარებისას გაიმარჯვებს ის ქვეყანა, რომელიც შეძლებს საუკეთესო ფორმით გამოიყენოს თავისი სამეცნიერო პოტენციალი.

ტრადიციულად, ეკონომიკურ მეცნიერებაში ითვლებოდა, რომ ეკონომიკის ზრდა დამოკიდებულია სამ ძირითად ფაქტორზე: მიწასა და სხვა ბუნებრივ რესურსებზე, კაპიტალზე, რომელიც მოიცავს ძირითადი შემადგენლის სახით საწარმოო საშუალებებს და შრომაზე.

თანამედროვე პირობებში მათ დაემატა ახალი, მეოთხე ფაქტორი-საინფორმაციო.

ეკონომიკის ზრდა გადამწყვეტი ხარისხით ცოდნისა და ინფორმაციის გამოყენებაზეა დამოკიდებული, განსაზღვრავს რა ინოვაციურ განვითარებას და მეცნიერულ-ტექნიკურ პროგრესს.

რაც უფრო განვითარებულია ქვეყანა, უფრო ძლიერ გამოიყენება მის განვითარებაში საინფორმაციო ფაქტორი და, პირიქით. ამგვარად, საინფორმაციო ფაქტორი განსაზღვრავს ამა თუ იმ ქვეყნის წარმატებას ეკონომიკაში.

ჩვეულებრივ, ეკონომიკის საინფორმაციო სექტორს მიაკუთვნებენ საინფორმაციო საქმიანობის არა ყველა სახეს, არამედ მხოლოდ საინფორმაციო საქონლის და მომსახურების უშუალო წარმოებას. არ შეიძლება არ აღინიშნოს, რომ საბოლოო განმტკიცებული აზრი იმის თაობაზე, თუ რას მოიცავს ეს სექტორი, ჯერჯერობით არ ჩამოყალიბებულა. უდავოა, რომ სექტორის ბირთვს

საინფორმაციო ინდუსტრია შეადგენს, ე.ი. კომპიუტერული ტექნიკის წარმოება, ინფორმატიზაციის, კომუნიკაციის და საპროგრამო პროდუქტების საშუალებები. გარდა ამისა, ინფორმაციულ სექტორში მუდმივად რთავენ მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებს, სხვადასხვა საინფორმაციო-საკონსულტაციო ორგანიზაციებს, სამეცნიერო და საპროექტო-საკონსტრუქტორო ორგანიზაციებს, სარეკლამო და მარკეტინგულ სააგენტოებს.

თავის მხრივ ინფორმაციულ ინდუსტრიაში საინფორმაციო და ტელესაკომუნიკაციო ტექნოლოგიების სეგმენტებს გამოყოფენ. ვინაიდან თანამედროვეობის წამყვან ტენდენციას ინფორმატიზაციის სხვადასხვა საშუალებათა კონვერგენცია წარმოადგენს, ეს ორი სეგმენტი აშკარად გამიჯნული არ არის.

ამ სეგმენტთა ერთობლიობას, რომლებიც შეადგენენ საინფორმაციო ინდუსტრიას, საინფორმაციო-ტელესაკომუნიკაციო ტექნოლოგიებსაც უწოდებენ.

ცივილიზებული კაცობრიობა ყოველთვის ძალიან გულდასმით ეკიდებოდა ინფორმაციის შენახვას, რითაც იგი არსებითად განსხვავდება არაცივილიზებულისაგან. კომპიუტერების გაჩენასთან ერთად მალევე დაიწყო ცივილიზებულმა საზოგადოებამ მისი ათვისება და პრაქტიკაში დანერგვა. დიდი პროგრესი განიცადა მონაცემთა ბაზების შექმნამ. ისინი განსხვავდებიან საინფორმაციო ბაზებისაგან, რომ ინფორმაცია მათში გადატანილია ელექტრონულ მატარებლებზე. პროგრამულად რეალიზებულ კატალოგებს და ინფორმაციის ძიების მექანიზმებს მონაცემთა მართვის სისტემებს უწოდებენ.

6.4. ინფორმატიკის ეკონომიკა (განმარტება)

თანამედროვე ინფორმატიკის ეკონომიკა დაფუძნებულია ორ ურთიერთშემავსებელ პროცესზე: ინფორმატიკის საშუალებათა გააფხვება და უპირველეს ყოვლისა, კომპიუტერებისა და ინფორმაციის გადაცემის მომსახურების ღირებულების შემცირება. ორივე ეს ფაქტორი იწვევს კომპიუტერთა რიცხვის ლავისებურ ზრდას და კომპიუტერული ქსელების არნახულად სწრაფ გაფართოებას, რასაც თავის მხრივ მივყავართ მათი მოხმარების გააფხვებისკენ.

ინტერნეტი მიეკუთვნება კაცობრიობის ტექნოლოგიური აღმოჩენების მცირე რიგს (ბორბალი, ორთქლი, ელექტროობა), რომლებმაც რევოლუციურად შეცვალეს არა მარტო ეკონომიკური წყობა, არამედ საზოგადოებრივი ცხოვრებაც. მან ლოგიკურად დაასრულა ინფორმაციული ტექნოლოგიების (რადიო, ტელეფონი, ტელევიზია, კომპიუტერი) მთელი ოჯახის განვითარება, რამაც განაპირობა ინფორმაციული საზოგადოების შექმნა.

ინტერნეტის გარეშე არ იქნებოდა მეგაეკონომიკა, მაგრამ სწორედ ობიექტურად გაპირობებულმა მსოფლიო ეკონომიკაზე გადასვლის პროცესმა მეგაეკონომიკაში გამოიწვია ინტერნეტის სიცოცხლისუნარიანობა.

დღეს ინტერნეტ-ეკონომიკა და ტრანსეროვნული კაპიტალი წარმოადგენენ გამარჯვებული ლიბერალიზმის სიმბოლოებს: ინტერნეტი პრაქტიკულად არავის მიერ არ კონტროლდება და ვითარდება როგორც სრულიად დამოუკიდებელი სისტემა.

მოცემულ ისტორიულ ეტაპზე გაბატონებული ინფორმაციული ტექნოლოგიები მრავალმხრივ განსაზღვრავენ ხელისუფლების სტრუქტურას, მართვის ტიპსა და საზოგადოებრივი ცხოვრების ფორმებს.

მასობრივი ინფორმაციის საშუალებების განვითარება, რადიო და ტელეარხების გაფართოების შესაძლებლობა, ვიდეომანგინტაფონების გამოჩენა, ასევე მძლავრი და სწრაფი ასლის გადაღების ტექნიკა, ტოტალურ რეჟიმებს არყევდა, რომელმაც არ იცოდა უცხო იდეოლოგიასთან ბრძოლის სხვა საშუალება, გარდა აკრძალვისა. საბოლოო ჯამში, საინფორმაციო ომი მოიგო დასავლეთმა და აღმოსავლეთ ევროპის ტოტალური რეჟიმები დაეშხო.

დასავლეთის დემოკრატიამ ტოტალიტარულ რეჟიმებზე უკეთ ისწავლა რადიო და ტელეარხების, როგორც საზოგადოებრივ აზრზე ზემოქმედების საშუალების გამოყენება. მათ თავიდანვე არ ეშინოდათ ამის, ნათლად ხედავდნენ რა იმას, რომ მრავალნაირი და დაუმუ-

შავებელი ინფორმაციის სიჭარბე პრაქტიკულად მოსახლეობისათვის მისი არქონის ტოლფასია. არ არის საჭირო რაღაცით ხელისუფლებისათვის მავნე აზრის ჩახშობა, უბრალოდ მათთან ერთად კარგია მიიტანო მოსახლეობამდე კიდევ ორი ათეული სხვადასხვა და ძირითადი საწინააღმდეგო აზრი. მაშინ იგი ჩაიძირება საინფორმაციო ხმაურში და აღარ ხდება საშიში. კაპიტალი არ კრძალავს, უბრალოდ ყიდულობს მასობრივ საინფორმაციო საშუალებებს.

XX საუკუნის ბოლო მეოთხედში წარმოიშვა საინფორმაციო-ფინანსური ოლიგარქია, რომელიც პრაქტიკულად აკონტროლებს პლანეტის საინფორმაციო და ფინანსური ნაკადების 90%-ზე მეტს. ბუნებრივია, ტყუილია, ვიფიქროთ, რომ არის პირთა რომელიღაც ჯგუფი, რომელიც ზის და წყვეტს, რა ინფორმაცია და როდის მიაწოდოს მსოფლიოს. არანაირი იატაკქვეშა, ჩრდილოვანი მსოფლიო ხელისუფლება, რომელიც საზოგადოებრივ ცნობიერებას აკონტროლებს, არ არსებობს. უბრალოდ ხელისუფლებაში მყოფ ადამიანებს, სასტიკად რომ უწევენ ერთმანეთს კონკურენციას და თან ებრძვიან, ბევრ საკითხში ობიექტურად ერთნაირი ინტერესები და საერთო იდეოლოგიური პოზიციები აქვთ.

კომპიუტერული ქსელების პრინციპული უპირატესობა, როგორც ახალი ნაირსახეობა მასობრივი ინფორმაციული საშუალებებისა, არის ინფორმაციული ზემოქმედების ინდივიდუალიზირებისა და პერსონიფიცირების შესაძლებლობა. უკვე, ახლა, კომპიუტერული ფირმები თანდათან ქმნიან ყოველი ინდივიდუალური მომხმარებლის სახეს, სწავლობენ მის გემოვნებას, ურჩევენ რა იყიდონ, რა ნახონ და ა.შ.


ამგვარად, თანამედროვე მიღწევები ინფორმატიკაში ძალიან შთამბეჭდავია, მას ფაქტიურად განვითარების საზღვრები არა აქვს, ის უკიდევანოდ ვითარდება და შედეგებიც ალბად შესაბამისი იქნება.


7. სოდნის სკიპრი Chest of Knowledge


საინტერესო ცნობები წყლის შესახებ


ომარ ქეშელაშვილი


 წყლის საერთო მოცულობა დედამიწაზე, შედგენს 326 მილიონ კუბურ ტონას;


 წყალი ერთადერთი ნივთიერებაა ჩვენს პლანეტაზე, რომელსაც შეუძლია მიიღოს სამი აგრეგატული მდგომარეობა: თხევადი, მყარი და აირადი, თუმცა მეცნიერები თხევადი წყლიდან გამოყოფენ 5 სხვადასხვა მდგომარეობას, ხოლო გაყინული წყლიდან 14 სხვადასხვა მდგომარეობას;


 წყალი ყველაზე ძლიერი და უნივერსალური გამხსნელია;


 ადამიანი წყურვილს გრძნობს უკვე მაშინ, როცა მისი ორგანიზმი კარგავს წყლის 1%-ზე მეტს;


 ინტენსიური ფიზიკური დატვირთვის დროს, ადამიანი მომენტალურად კარგავს წონას, მაგრამ არა იმის გამო, რომ წვავს ცხიმებს, არამედ იმის გამო, რომ კარგავს წყალს;


 წყლით ინტოქსიკაცია, ყველაზე ხშირად ხდება ინტენსიური სპორტული დატვირთვების დროს;


 ადამიანის წონის 18%-ს შეადგენს წყალი;


 წყალი შედგება ორი ელემენტისგან: წყალბადისგან და ჟანგბადისგან. მისი ქიმიური ფორმულაა H₂O. წყლის თითოეული მოლეკულა შედგება ერთმანეთთან დაკავშირებულ ორი ატომი წყალბადისა და ერთი ატომი ჟანგბადისგან;


 ჩვენს პლანეტაზე არსებობს წყლის წრებრუნვა. მეცნიერები დარწმუნებული არიან, რომ რაციონალური გამოყენების შემთხვევაში წყლის რესურსები ამოუწურავია;


 ნორმალური ატმოსფერული წნევის დროს, წყალი მყარ მდგომარეობაში გადადის (იყინება) 0° -ზე, ხოლო დუღდება 100° -ზე. წყლის გაყინვისა და ადუღების ტემპერატურა დამოკიდებულია ატმოსფერულ წნევაზე. წნევის მომატებასთან ერთად იმატებს წყლის ადუღების ტემპერატურაც;


 4° დან 0° ტემპერატურამდე დიაპაზონში, წყალი იმატებს მოცულობაში და იყინება. თუ ამ დროს წყალი იმყოფება წყალგაყვანილობის ლითონის მილში, იგი ადვილად ხეთქავს მას. 0° -ს ქვემოთ კი წყალი ისევ იკუმშება;


 დაბალი ატმოსფერული წნევის დროს, წყალს არ შეუძლია იმყოფებოდეს თხევად მდგომარეობაში, ხოლო ყინული გადაიქცევა უშუალოდ ორთქლად;


 არსებობს წყლის მოლეკულის 18 ნაირსახეობა. ჩვენთვის ყველაზე მეტად ცნობილია „მსუბუქი წყალი“. ნებისმიერი წყალი შეიცავს მოლეკულის ყველა სახეობას;


 ცხელი წყალი უფრო ეფექტურად აქრობს ხანძარს, ვიდრე ცივი წყალი;


 წყალი ერთადერთი თავისუფლად გავრცელებული ნივთიერებაა ბუნებაში, რომლის სიმკვრივე, მყარ მდგომარეობაში უფრო ნაკლებია, ვიდრე თხევადში. სწორედ ამიტომაც, რომ ყინული წყალში არ იძირება (მაგალითად უზარმაზარი აისბერგი), ხოლო წყალსატევები, როგორც წესი ფსკერამდე არ იყინება (თუმცა ექსტრემულ ტემპერატურაზე ეს შესაძლებელია);


 ზღვის წყალი იყინება -1,91 გრადუს ტემპერატურაზე;


 მსოფლიოში, ყველაზე ძვირადღირებული წყალი იყიდება ლოს-ანჯელესში. მწარმოებლები ბალანსირებული გემოს ძვირფას სითხეს, მნიშვნელობით 33, ასხამენ სვაროვსკის თვლებით მოპირკეთებულ ბოთლში. ასეთი წყლის ღირებულებაა 90 \$ - 1 ლიტრი;


 წყლის ერთ წვეთში არის 1. 000 000 000 000 000 მოლეკულა;


 წყალი ზოგჯერ იყინება იმ შემთხვევაშიც კი, როცა მისი ტემპერატურა არის „+“;


 მსოფლიოში, მტკნარი წყლის ყველაზე დიდი მარაგი მყინვარებშია; წყალი ყველაზე თბოტევადია ბუნებაში არსებულ სხვა სითხეებთან შედარებით;


 წყალი სიცოცხლის საწყისია, პირველი ცოცხალი ორგანიზმები, რომელიც გაჩნდა ჩვენს პლანეტაზე, წარმოიშვა წყალში;


 დედამიწის სხვადასხვა ნაწილებში, ყინულს გააჩნია სხვადასხვა ტემპერატურა. ყველაზე ცივი ყინული არის ანტარქტიდაში, სადაც ყინულის ტემპერატურა -60 გრადუსია, გრენლანდიაში ყინულის ტემპერატურა -28 გრადუსია, ხოლო ალპური ყინულის ტემპერატურა შეადგენს 0 გრადუსს;


 მეცნიერება ცნობს წყლის 2000-ზე მეტ სტრუქტურირებულ ფორმას;


 ბუნებაში შეიძლება გამოვყოთ დაახლოებით 1330 სახეობის წყალი, მათ განასხვავებენ წარმოშობის (ნიადაგის, წვიმის, ახალი ან ძველი თოვლის და ა.შ), მათში გახსნილი ნივთიერებების თვისებებისა და რაოდენობის მიხედვით;

 მსოფლიოში ყველაზე სუფთა წყალი არის ფინეთში;

 მეცნიერებმა ჩაატარეს ასეთი სახის ექსპერიმენტი: გამოჰყვეს ნავთობიდან წყალი, აღმოჩნდა, რომ ასეთი ნავთობი არ იწვოდა;

 ცივ წყალზე უფრო სწრაფად იყინება ცხელი წყალი. ლოგიკურად კი პირიქით უნდა იყოს. პასუხი კითხვაზე, თუ რატომ ხდება ეს, დღემდე არ არსებობს;


 მთელი ცხოვრების განმავლობაში, ადამიანი სვამს დაახლოებით 38 ტონა წყალს;

 დედამიწაზე არსებული ნივთიერებებიდან, წყალს გააჩნია ყველაზე მაღალი ზედაპირული დაჭიმულობა (ვერცხლისწყალის გარდა).;


 მკვლევართა ჯგუფები, სხვა პლანეტებზე უპირველს ყოვლისა ეძებენ წყალს;


 ადამიანს, წყლის გარეშე შეუძლია გაძლოს არაუმეტეს 7 დღისა;


 თუ ადამიანის ორგანიზმში წყლის რაოდენობა შემცირდება 20% - მდე, იგი დაიღუპება;

 დედამიწის ზედაპირის 80% დაფარულია წყლით. აქედან სასმელად ვარგისი მხოლოდ 1%-ია;


 დედამიწის მანტია (მყარი დედამიწის გარსი) შეიცავს 10-12-ჯერ მეტ წყალს, ვიდრე მსოფლიო ოკეანე;


 თუ განაგრძობთ სუფთა გაყინული წყლის გაყინვას, შეამჩნევთ უჩვეულო გარდაქმნებს. მინუს 120° -ზე, წყალი გახდება სუპერბლანტი და წელვადი, ხოლო მინუს 135° -ზე იგი გადაიქცევა „მინისებურ წყლად“. „მინისებური წყალი“ - არის მყარი ნივთიერება, რომელშიც არ არსებობს კრისტალური სტრუქტურა, ისე როგორც მინაში;


 ერთი ავტომობილის წარმოებას სჭირდება დაახლოებით 147 ათას 631 ლიტრი წყალი;


 მსოფლიო ოკეანე ფარავს პლანეტის დაახლოებით 71%-ს საშუალო სიღრმით - 4 კმ. და შეიცავს 97,6% თავისუფალი წყლის ცნობილ მსოფლიო მარაგებს;

 მიიჩნევა, რომ ადამიანის სისხლი 6-ჯერ უფრო სქელია წყალზე;


 მსოფლიოში არსებული ყველა ყინულის დნობის შემთხვევაში, ჩვენს პლანეტაზე წყლის დონე აიწევდა 64 მეტრით (დაახლოებით 20 სართულიანი სახლი) და ხმელეთის 1/8 დაიფარებოდა წყლით;


 ძროხამ უნდა დალიოს დაახლოებით 15 ლიტრი წყალი, რათა გასცეს 4 ლიტრი რძე;


 მეცნიერებმა დაადგინეს, რომ ხმოვანი ბგერა წყალში უფრო დიდი სიჩქარით ვრცელდება, ვიდრე ჰაერში;


 ნახევარი კილო ყავის საწარმოებლად, საჭიროა 11 ათასი ლიტრი წყალი;


 ერთი გაზეთისთვის საჭირო ქაღალდის საწარმოებლად, საჭიროა 300 ლიტრი წყალი;

 მსოფლიოში მოხმარებული წყლის 70% მოდის სოფლის მეურნეობაზე, მრეწველობაზე მოდის მხოლოდ 22%;

 წყლის 18 ლიტრიანი ჭურჭელი იწონის 20 კგ-ს;

 ორგანიზმში წყლის რაოდენობის 2%-ით შემცირება, 20%-ით ამცირებს გონებრივ და ფიზიკურ შრომისუნარიანობას;

 გველს წყალში კბენა არ შეუძლია;

 წყალს გააჩნია მეხსიერება. მას შეუძლია დაიმახსოვროს, შეინახოს და გადასცეს ნებისმიერი სახის ინფორმაცია წყალი რეაგირებს მის ირგვლივ

მყოფი ადამიანების აზრებსა და ემოციებზე, აგრეთვე მოვლენებზე, რომელიც ხდება საზოგადოებაში. ინფორმაციის დაგროვების შედეგად წყლის კრისტალები იცვლის ფორმას-ლამაზდება თუ ინფორმაცია კეთილმოსურნე და დადებითია და პირიქით - მახინჯდება და ირღვევა მისი ფორმა, თუ ინფორმაცია ნეგატიური, შეურაცხმყოფელი და უარყოფითია.



ყველა ბეგემოტი წყლის ქვეშ იბადება;



საყოფაცხოვრებო დრუბელს შეუძლია შეიწოვოს უფრო მეტი ცივი წყალი, ვიდრე ცხელი;



წყალი უამრავი დაავადების გადამტანია, რის გამოც ყოველწლიურად იღუპება დაახლოებით 20 მილიონი ადამიანი;



წყლის აორთქლების დროს გამოყოფილი სითბო, ყველაზე მეტია სხვა სითხეების აორთქლებით გამოყოფილ სითბოსთან შედარებით, ხოლო წყლის კრისტალიზაციის სითბო, ამ თვისებით ჩამორჩება მხოლოდ ამიაკს;



მსოფლიოში, მილიარდი (და კიდევ უფრო მეტი) ადამიანისთვის, არ არის ხელმისაწვდომი სუფთა წყალი. ამის გამო მათ უწევთ სასმელად უხარისხო წყლის გამოყენება;



ადამიანები, რომლებიც სვამენ დღის განმავლობაში 6-7 ჭიქა წყალს, რამდენადმე ამცირებენ გულის შეტევის რისკს;



მეცნიერებმა დაადგინეს, რომ წყალმა შეიძლება შეაჩეროს მთელი რიგი სერიოზული დაავადებები. ადამიანები, რომლებიც სვამდნენ დღის განმავლობაში არანაკლებ 1,5-2 ლიტრ წყალს, 50%-ით ამცირებდნენ საჭმლის მომნელებელი ტრაქტისა და შარდის ბუშტის კიბოს რისკს, აგრეთვე მცირდება სარძევე ჯირკვლების ანთების რისკი ქალებში;



დაბინძურებული მიწისქვეშა წყლების გაწმენდას სჭირდება ათასწლეულები;




წყლის იზოტოპური ნაირსახეობა 135-ზე მეტია. „ცოცხლი“ და „მკვდარი“ წყლების გარდა არსებობს „მძიმე“;





ადამიანის ორგანიზმის ქსოვილები, ასაკთან ერთად კარგავენ წყალს. მეძუძურ ბავშვებში წყლის შემცველობა 80-85% -ია, ზრდასრულ ადამიანებში 75%, ხოლო მოხუცებში 65-70%;





ოკეანის წყლების ლურჯი ფერი, აიხსნება წყალში სინათლის შერჩევითი შთანთქმითა და განაწილებით;


 წყალი, სხვადასხვა მდგომარეობაში შუქს ირეკლავს სხვადასხვაგვარად, მაგალითად: თოვლი ირეკლავს მზის სხივების დაახლოებით 85%-ს, ხოლო წყალი მხოლოდ 5%-ს;


 წყალი გამჭვირვალეა მხოლოდ ხილული სხივებისთვის და ძლიერ შთანთქავს ინფრაწითელ რადიაციას;


 ოკეანე შეადგენს დედამიწის ზედაპირის $\frac{3}{4}$ -ს, ამასთან იგი კლიმატის მძლავრი შემარბილებელია, რადგან რეგულარულად ათბობს ქვედა ატმოსფერულ შრეს;


 ზღვის წყალი საკმაოდ კვებითი სუბსტანციაა. 1 კუბური სანტიმეტრი ასეთი წყალი შეიცავს 1,5 გრ. ცილას და სხვა ნივთიერებებს. მეცნიერები თვლიან, რომ მხოლოდ ერთი-ატლანტიკური ოკეანის კვებითი ღირებულება 20 000 -ჯერ მეტია, ვიდრე ერთი წლის განმავლობაში მთელს დედამიწაზე (ხმელეთზე) აღებული მოსავალი;


 ბუნებაში არსებობს - საშიში წყალიც. მაგალითად: სიცილიაში, ერთ-ერთ ტბაში, რომელსაც „სიკვდილის ტბას“ ეძახიან არის წყალქვეშა მყავის საბადო, რომელიც წამლავს წყალს მთელს წყალსაცავში. ხოლო აზუბაიჯანში არსებობს წყალი, რომელიც შეიცავს ბევრ მეთანს, რის გამოც წყალს შეიძლება ცეცხლიც კი წაეკიდოს, თუ მასთან ასანთს მიიტანთ;


 თუ ადამიანები პირად და საქონლის საკვებად გამოიყენებდნენ ზღვებისა და ოკეანეების მცენარულ რესურსებს, საკვები საკმარისი იქნებოდა 290 მილიარდი ადამიანისთვის;


 წყალი მუხტავს საკვებს ენერგიით, რის შემდეგაც საკვების ნაწილაკები ამ ენერგიას გადასცემენ მთელს ორგანიზმს. დამტკიცებულია, რომ საკვებს, წყლის გარეშე არ გააჩნია არავითარი ენერგეტიკული ღირებულება ადამიანის ორგანიზმისთვის;


 სპეციალისტების მტკიცებით, 2 ჭიქა სუფთა წყალს შეუძლია გადალახოს დაღლილობა და დეპრესია;


 კოფეინის და ალკოჰოლის მოხმარება, იწვევს ორგანიზმის გაუწყლოვანებას, ამიტომ ყოველი ფინჯანი ყავისა და პორცია ალკოჰოლის მოხმარების შემდეგ, საჭიროა დამატებით ერთი ჭიქა წყლის მიღება;


 წყალი წყალგაყვანილობის მიღში შეიძლება გაიყინოს +20 გრადუს ტემპერატურაზეც კი, მხოლოდ ერთი პირობით, თუ იგი შეიცავს ბევრ მეთანს. ამ გაზის მოლეკულები იწვევს წყლის წნევის შემცირებას და გაყინვის ტემპერატურის მომატებას;


 წყლის აორთქლებული მოლეკულა, ჰაერში იმყოფება დაახლოებით 10 დღე, ვიდრე დაუბრუნდება დედამიწას ნალექის სახით და ხელახლა გაიმეორებს ციკლს;


 ჰიდროლოგიური ციკლი (წყლის წრებრუნვა) მთელს პლანეტაზე გამოიმუშავებს იმაზე მეტ ენერგიას, ვიდრე მთელი კაცობრიობა მისი არსებობის მანძილზე. 20 წუთის განმავლობაში ერთ ძლიერ წვიმასა და ჭექა-ქუხილს შეუძლია დედამიწაზე დაღვაროს 125 მილიონი ლიტრი წყალი;

 მარილიანი წყალი იყინება მინუს 1,8° და დნება პლიუს 2,3° ტემპერატურაზე;

 ერთადერთი სულიერი, რომელსაც შეუძლია წყალზე სირბილი, არის ქვეწარმავალი (ერთგვარი ხვლიკი) ბასილისკო;

 კენის დედაქალაქ ნაირობში, წყალი ღირს 10-ჯერ ძვირი, ვიდრე ნიუ იორკში;

 წყალი აუცილებელია ზედმეტი წონის დასაგდებად. დიეტის დროს აუცილებელია არანაკლებ 2 ლიტრი წყლის დალევა, რათა მან გამოდევნოს ორგანიზმიდან შლაკები;

 საშუალოდ, ადამიანი დღე-ღამეში მოიხმარს 80-100 ლიტრ წყალს, აქედან 74%-აბაზანა-ტუალეტზე, 21% - რეცხვაზე და 5 % სამზარეულოზე (შედარებისთვის: შუასაუკუნეებში ადამიანი დღე-ღამეში მოიხმარდა 5 ლიტრ წყალს).

მომზადდა ინტერნეტში გამოქვეყნებული
მასალების მიხედვით.

ჟურნალის „აგრარულ-ეკონომიკური მეცნიერება და ტექნოლოგიები“-ის თემატიკური სტრუქტურული სქემა (განყოფილებები)

- I. ზოგადი მიწათმოქმედება.
- II. მემცენარეობა.
- III. სელექცია, გენეტიკა, მეთესლეობა.
- IV. ნიადაგმცოდნეობა და აგროქიმია.
- V. მელიორაცია და ირიგაცია.
- VI. მცენარეთა დაცვა.
- VII. მექანიზაცია და ელექტიფიკაცია.
- VIII. აგროსატყეო-სამელიორაციო ღონისძიებები.
- IX. ნიადაგის ეროზია და მასთან ბრძოლის ღონისძიებები.
- X. სასოფლო-სამეურნეო კულტურათა მოვლა-მოყვანის ტექნოლოგიები.
- XI. მეცხოველეობა.
- XII. ვეტერინარია.
- XIII. სოფლის მეურნეობის პროდუქციის გადამუშავება და შენახვა.
- XIV. ეკონომიკა და ბიზნესი.
- XV. აგრარული ეკონომიკა.
- XVI. ეკონომიკური თეორია.
- XVII. საგარეო-ეკონომიკური ურთიერთობები.
- XVIII. მსოფლიო ეკონომიკა.
- XIX. ნორმატიულ-საცნობარო მასალები.
- XX. საკონსულტაციო დარბაზი.
- XXI. სადისკუსიო კლუბი.
- XXII. უწყვეტი სწავლების დარბაზი.
- XXIII. საინფორმაციო მაცნე.
- XXIV. აგრარული და აგროეკონომიკური ტერმინოლოგია.
- XXV. გამოჩენილი აგარარკოს-ეკონომისტი მეცნიერები.
- XXVI. სიტყვა აკადემიკოსს.
- XXVII. კომპეტენტური აზრი.
- XXVIII. დოქტორანტთა დარბაზი.
- XXIX. ახალგაზრდა მეცნიერის პოზიციები.
- XXX. საკითხის დასმა.

1. ეკონომიკა და ბიზნესი- Economics and Business	5
ომარ ქეშელაშვილი-ბიზნესის სახელმწიფოებრივი რეგულირება	5
O. Keshelashvili- State Regulation of Business	16
2. აგრარული ეკონომიკა-Agrarian Economy	17
გ. ნატროშვილი, მ. ცინცაძე, ნ. ნატროშვილი-ორგანული	
სოფლის მეურნეობა და მისი განვითარების ცვლილებები	
ევროპის ქვეყნებში	17
G.Natroshvili, M.Tsintsadze,M. Natroshvili Organic	
farming and changes in development in European countries	24
გიორგი ნატროშვილი, მეგი გლუნჩაძე-ფერმერული მეურნე-	
ობის დაპროექტების კონცეპტუალური საკითხები	25
Giorgi Natroshvili, Megi Glunchadze- Conceptual issues of	
agricultural designm	28
3. კვების მრეწველობა- Food Industry	29
გ. გრიგორაშვილი, ე.კალატოზიშვილი, ნ.ილურიძე-პურის	
ნაწარმის ფორტიფიცირების ახალი მიდგომები მრეწველობაში	
არსებული მეორადი რესურსების გამოყენებით	29
G. Grigorashvil, E. KalatoziShvili, N. Iluridze-New approaches	
to fortification of bread products using secondary resources in the	
food industry	33
4. უწყვეტი სწავლების დარბაზი-Continuous Studying	
Hall(ო. ქეშელაშვილი, O. Keshelashvili)	34
ლექცია 21 დარგობრივი ბიზნესის ორგანიზაცია	34
21.9. ბიზნესის მეცნიერული უზრუნველყოფა და ბიზნესის	
ორგანიზაცია მეცნიერებაში	34
21.10. ბიზნესის ორგანიზაცია კულტურის, ხელოვნებისა და	
სპორტის სფეროებში	39
21.11. ბიზნესის ორგანიზაცია ფუნქციონალურ რგოლებში	41
21.12. მცირე ბიზნესის ორგანიზაცია	43
21.13. მომავლის ბიზნესი	46
5. ტერმინები-Terms (ო. ქეშელაშვილი, O. Keshelashvili)	48
5.1 მენეჯმენტის მიზანი და ამოცანა	48
5.2 მენეჯმენტის პრინციპები და ფუნქციები	49
5.3. მენეჯმენტის კანონები და კანონზომიერებები	52
5.4. მოტივაცია და მენეჯმენტის სრულყოფის მიმართულებები	53

5.5. მართვის სისტემები და სტრუქტურა	55
5.6. მენეჯმენტის მეთოდები	57
5.7. მენეჯმენტის ტექნოლოგია და კომუნიკაცია	59
5.8. ფერმერული მეურნეობა	61
6. საკონსულტაციო დარბაზი- Consulting hall (ო. ქეშელაშვილი, O. Keshelashvili)	64
6.1. ეკონომიკის გენეზისი (განმარტებები)	64
6.2. ბიზნესი (ახლებური განმარტება)	66
6.3. ინფორმაციული ტექნოლოგიების ქრონოლოგია (განმარტებები)	68
6.4. ინფორმაციის ეკონომიკა (განმარტება)	72
7. ცოდნის სკივრი-Chest of Knowledge (ო. ქეშელაშვილი, O. Keshelashvili).....	74
საინტერესო ცნობები წყლის შესახებ	74
შინაარსი-CONTENTS	82

მოთხოვნები დასაბეჭდად წარმოსადგენი სტატიების მიმართ:

1. სტატიის მოცულობა–5-6 გვ-მდე; ნაბეჭდი (LitNusx– 11; 1,0 ინტერვალზე. სათაური LitMtavrPS –11, ფორმატი Page Setup-ში: Top 1.0; Left 15.8; Bottom 1.0.; Right 1.0;), ერთი ეგზემპლარი და CD-ზე. არ გადატვირთოთ დიაგრამებითა და სქემებით, ცხრილები უნდა იყოს კომპაქტური, ვერტიკალურად ნაბეჭდი.
2. სტატიას უნდა ახლდეს **რეზიუმე** (ინტერნეტული ვერსია–0,5 გვერდამდე) ქართულად და ინგლისურად;

2019 წლის IV კვარტალი

ტექნიკური რედაქცია:

გ.მოსაშვილი-აკადემიური დოქტორი-ტექნიკური რედაქტორი, ვებ-გვერდის რედაქტორი, კომპიუტერული უზრუნველყოფა: ინგლისური ვერსია-ი.ბახტაძე, თ. ეპიტაშვილი.

ჟურნალის დამფუძნებელი და გამომცემელია

საქართველოს სოფლის მეურნეობის მეცნიერებათა აკადემიის აკადემიკოსი ომარ ქეშელაშვილი.

ჟურნალის გამოცემის მხარდამჭერები არიან:

საქართველოს სოფლის მეურნეობის მეცნიერებათა აკადემია (პრეზიდენტი აკადემიკოსი გალექსიძე), შპს-პროფესიონალ კონსულტანტთა ჯგუფი (დირექტორი სოციალურ მეცნიერებათა აკადემიური დოქტორი დ.ეგიაშვილი).

საარტიკლ-საგამომცემლო თაბახი 5,3

პირობითი ნაბეჭდი თაბახი 5.5