

რეგიონული სოციალური სივრცე და ბიზნეს-გარემო, როგორც რეგიონის მენარემოების განვითარების საფუძველი

დავით ჩერქეზიშვილი, დოქტორანტი

რეზიუმე

სტატიაში, რომელიც ეხება რეგიონულ სოციალურ სივრცეს და ბიზნეს-გარემოს განხილულია სოციალური სივრცის არსი, სოციალურ სივრცეში ადამიანთა განლაგება ეკონომიკური, კულტურული და არამატერიალური კაპიტალის მიხედვით. დახასიათებულია მოსახლეობის სტრატეგიად დაყოფა და თითოეული სტრატის ადგილი, როლი და ფუნქცია რეგიონის მენარემოების განვითარებაში.

სტატიაში მიმდინარეობს მსჯელობა ისეთ ახალ ფენომენზე, როგორიცაა ბიზნეს-შრე. დასმულია საკითხი საქართველოს თითოეულ რეგიონში ბიზნეს-შრის გამოკვლევის დაწყების შესახებ.

Regional Social Spare and Business Environment as
the Basis of Production Development in Regions

Davit Cherkezishvili, Doctoral Candidate

Summary

The article concerns to regional Social spare and business environment. It considers an essence of Social spare and population settlement in social spare under the economic, cultural and nonfinancial capital sign. The article defines division of population into striations as well as the role, place and function of separate striation in regional production development

The article concerns new business layer phenomena and brings up an issue of starting business layer study in separate regions of Georgia.

* * * * *

საზოგადოებაში მიმდინარე მოვლენები სოციალურ სივრცეში ხორციელდება. ცალკეულ ქვეყანასთან მიმართებაში სოციალური სივრცე არის მისი მოსახლეობა, მათი სოციალური კავშირები და ურთიერთობები. იგივე ეხება რეგიონს. მაშასადამე, რეგიონის სოციალური სივრცე უნდა განვიხილოთ, როგორც ურბანიზებული რეგიონი, რომელიც შევსებულია სოციალური კავშირებით და ურთიერთობებით. იგი პრინციპულად განსხვავდება გეომეტრიული სივრცისგან, წარმოადგენს სოციალურ ურთიერთობათა ერთობლიობას, მისი სოციალური კოორდინატები ისახება მხოლოდ სოციალური ჯგუფების მიერ, ასახავს რეგიონის მოსახლეობას და მის სოციალურ მდგომარეობას.

ადამიანის და ადამიანთა ჯგუფის მდგომარეობას სოციალურ სივრცეში განსაზღვრავს ეკონომიკური კაპიტალი, კულტურული კაპიტალი, სოციალური კაპიტალი და არამატერიალური კაპიტალი (პრესტიჟი, იმიჯი). ადამიანები სოციალურ სივრცეში განლაგდებიან კაპიტალის სახის, მოცულობის და სტრუქტურის მიხედვით. ასე ყალიბდება რეგიონის მოსახლეობაში ფენები და კლასები ანუ სტრატები. დიდი კაპიტალის მქონე ადამიანებს იერარქიულ კიბეზე ზედა საფეხური უკავიათ. მათ ელიტა (მდიდრები) ეწოდებათ. შედარებით ნაკლები კაპიტალის მქონე საშუალო ფენაა, მცირე ანდა არაფრისმქონე მოსახლეობა კი – ღარიბები.

რეგიონის ელიტა ეს არის ადამიანთა მცირე ჯგუფი, რომელიც დიდი კაპიტალის წყალობით ფლობს უდიდეს ხელისუფლებას რეგიონის საზოგადოებაში და ამიტომაც იმყოფება საზოგადოების სოციალური პირამიდის მწვერვალზე. თავისი პროფესიული მდგომარეობით და დიდი მატერიალური შესაძლებლობით რეგიონის ელიტის წარმომადგენლებს ძალუძთ დიდი გავლენა მოახდინონ რეგიონში წარმოების განვითარებაზე. სამთავრობო სტრუქტურებში საქმიანობით მათ მენარემოების ლობირებაც შეუძლიათ და მისი დაფინანსებაც (კერძო ინვესტიციების ფორმით).

რეგიონის საზოგადოების მეორე ფენა არის მენარმეთა ფენა, ანუ საშუალო ფენა. ისინი ძირითადად მცირე და საშუალო მენარმეები არიან. მათ სოციალური სივრცის იერარქიულ კიბეზე საშუალო საფეხური უკავიათ. ესენი არიან ადამიანები, რომლებსაც მცირე კაპიტალი გააჩნიათ და ბიზნესის დასაწყებად და განსავითარებლად ბანკიდან სესხს ან კერძო ინვესტიციებს საჭიროებენ. რეგიონი და საერთოდ ქვეყნის ეკონომიკა ვერ განვითარდება თუ არ განვითარდა საშუალო და მცირე ბიზნესი, ანუ თუ არ ჩამოყალიბდა საშუალო ფენა. საქართველოს მაგალითზე ამას არ ყოფნის არც ბანკის კრედიტები (ისინი მაღალპროცენტუანია) და არც კერძო შიდა ინვესტიციები. დიდი კაპიტალის ადგილობრივი მფლობელები კი რისკის შიშით თავს არიდებენ საქართველოში კაპიტალის დაბანდებას. ასეთ შემთხვევაში ქვეყნის მთავრობამ მასტიმულირებელი ეკონომიკური პოლიტიკა უნდა გაატაროს მცირე და საშუალო ბიზნესის განსავითარებლად. ასეთ სტიმულად მიგვაჩნია ბიზნეს-სუბიექტებზე იაფი სახელმწიფო კრედიტების გაცემა.

რაც შეეხება სოციალური პირამიდის ქვედა საფეხურზე მყოფ მოსახლეობას, ისინი ღარიბებია. ეს ფენა სოციალურად დაუცველია და ბიზნესურ საქმიანობაში არც პირადი შრომით და არც ინვე-

სტირებით არ მონაწილეობს. ესენი არიან შრომისუ-
უნარონი, პენსიონრები და სხვები. მათ სახელმწიფო
აძლევს სოციალურ დახმარებას. მოსახლეობის ამ
ფენის სოციალური მდგომარეობა რეგიონში მე-
წარმოების განვითარების დონეზეა დამოკიდებული.
ბიზნესის განვითარებით ფართოვდება საგადასახა-
დო ბაზა და შესაბამისად ბიუჯეტის შემოსავლებიც,
ამაზე კი პირდაპირ არის დამოკიდებული რეგიონში
ლარიბი მოსახლეობისათვის სოციალური გასაცემ-
ების სიდიდე.

მაშასადამე, რეგიონული სოციალური სივრცე
შედგება გარკვეული ტერიტორიის მოსახლეობისა-
გან. როგორც ავლნიშნეთ, ისინი სტრატეგად არიან
დაყოფილნი. სხვადასხვა რეგიონში სტრატეგებს შორის
პროპორცია სხვადასხვანაირია (მაგალითად, აშშ-ში
ელიტას ანუ მდიდრებს უკავიათ მთელი მოსახლეო-
ბის – 0,5%, ხოლო ფლობენ სიმდიდრის – 35%-ს).
ელიტიდან გამოსაკვეთია მისი ის ჯგუფი, რომელიც
ხელისუფლებაშია დასაქმებული. მართალია ისინი
დიდ კაპიტალს ფლობენ, მაგრამ არა აქვთ ბიზნესის
წარმოების უფლება, ამიტომ ისინი მხოლოდ აფი-
ნანსებენ საშუალო ფენას, ანუ მეწარმეებს. ელიტის
დანარჩენი წარმომადგენლები სხვადასხვა სახის ბი-
ზნესში – ბანკები, სერვის-ცენტრები, კინო-ინდუს-
ტრია და ა. შ. საქმიანობენ და გარკვეულწილად
ტონს და მიმართულებას აძლევენ ამ დარგების გან-
ვითარებას ქვეყნის შიგნით და ქვეყნის გარეთაც კი.
ეს მაშინ ხდება თუ ისინი მრავალეროვნული ტრანს-
ნაციონალური კომპანიები არიან და სხვა ქვეყნებშიც
აქვთ ფილიალები.

რეგიონში მოსახლეობის ასეთი მსხვილი სტრატეგ-
ის არსებობას და მათ განთავსებას იერარქიულად
სოციალური სტრატეგიკაცია ეწოდება. სტრატეგი
ერთმანეთისგან განსხვავდებიან უთანაბრობით. იგი
მჟღავნდება:

- შემოსავლის უთანაბრობაში;
- განათლების უთანაბრობაში;
- ძალაუფლების უთანაბრობაში;
- პრესტიჟის უთანაბრობაში.

სოციალური პირამიდის მწვერვალზე მყოფ ელი-
ტას ოთხევე ეს ნიშანი მეტ-ნაკლებად უმაღლესი
აქვთ. დანარჩენ ჯგუფებს კი – დაბალი. თუმცა,
სოციალური სტრატეგიკაცია უცვლელი არ არის
და მასში გარკვეულ მობილობას აქვს ადგილი. ეს
იმაში გამოიხატება, რომ ადგილი აქვს ფენებს შორის
მოძრაობას – მდიდარი ლარიბდება, ხოლო ლარიბი
მდიდრდება. ასეთ შემთხვევაში იცვლება მათი ქცე-
ვაც ბიზნესის განვითარებასთან მიმართებაში.

ისმება კითხვა: რეგიონის მთელი მოსახლეობა
რომ თანაბრად მდიდარი იყოს, მაშინ მიეცემა
თუ არა სტიმული რეგიონში ბიზნესის განვითარე-
ბას? სპეციალისტების აზრით, საყოველთაო თანას-
ნორობა ადამიანებს ართმევს და უკარგავს წინსვლის
სტიმულს. ჩვენ ვეთანხმებით ამ მოსაზრებას, მაგრამ
ისეთი უთანასწორობა, როგორიც საქართველოშია,
როცა მოსახლეობის – 70% შიმშილობს (მათგან –
40% სიღატაკის ზღვარზეა), დანაშაულად მიგვაჩნია.

თუ ასე გაგრძელდა, არ უნდა გვქონდეს იმის იმედი,
რომ ეს მომომხილე ხალხი როდესმე ბიზნესის განვი-
თარებით ქვეყანას ააყვავებს.

სოციალური სტრატეგიკაციის ნაწილია რეგიონ-
ის ეკონომიკური სტრატეგიკაცია. იგი სოციალური
სტრატეგიკაციის პირველი კრიტერიუმის, ანუ შე-
მოსავლის მიხედვით მოსახლეობის კლასიფიცირე-
ბაში გამოიხატება. ეკონომიკური სტრატეგიკაციის
საფუძველს ყოველთვის წარმოადგენს შემოსავლების
დიფერენციაცია. შემოსავლების მიხედვით მოსახლე-
ობის დაყოფის გარდა იმ სქემისა, რომელზეც უკვე
ვისაუბრეთ (მდიდრები, საშუალო ფენა და ლარიბე-
ბი) არსებობს სხვა ტიპის დაყოფაც. ქართველი მეც-
ნიერი – ს. იაკობიძე ამ კრიტერიუმით რეგიონების
მოსახლეობას ყოფს უქონელთა ფენათ (მათ არაფერი
გააჩნიათ), ნაკლებად უზრუნველყოფილთა ფენათ
(მათ გააჩნიათ სახსრები მხოლოდ ყოველდღიური
აუცილებელი საჭიროებისთვის), უზრუნველყოფილ
ფენათ და მდიდრებად [2, გვ. 36]. ამ ჩამონათვალი-
დან როგორც საქართველოს რეგიონებში, ისე სხვა
გარდამავალი ეკონომიკის ქვეყნებში, სჭარბობს
უქონელთა ფენა და ნაკლებად უზრუნველყოფილი
ფენა. მათ ბიზნესის განვითარებაში მონაწილეობის
არავითარი სახსარი არ გააჩნიათ. განვითარებულ
ქვეყნებში კი ამ ფენების ხვედრითი წონა მინიმალუ-
რია. იქ უზრუნველყოფილი ფენა დომინირებს. ეს-
ენი ბიზნესში ჩართული ადამიანებია – მეწარმეები,
ბანკირები, ფინანსისტები და სხვები.

ბიზნესის სფეროში ჩართულ ადამიანთა ფენის
განსაზღვრის მიზნით ხმარებაში შემოვიდა ტერმინი
„ბიზნეს-შრე“. ბიზნეს-შრე განისაზღვრება როგორც
მწარმოებელ, კომერციულ და ფინანსურ საქმიანო-
ბის სუბიექტებში დასაქმებულთა ერთობლიობა. ბი-
ზნეს-შრე პირობითად შეიძლება დაიყოს 6 ჯგუფად:

- საკუთრივ მეწარმეები;
- თვითდასაქმებულები;
- ბიზნეს-მენეჯერები;
- მენეჯერ-თანამფლობელები;
- კლასიკური მენეჯერები;
- ნახევრადმეწარმეები.

ბიზნეს-შრის პირველი ჯგუფი მეწარმეები თავის
მხრივ ჯგუფდებიან: ხელისუფლების პოტენციალის
ნიშნით, ეკონომიკური პოტენციალის ნიშნით და
სოციო-კულტურული პოტენციალის ნიშნით. პირველ
ჯგუფში ერთიანდებიან კომპანიების ხელმძღვანელი
პერსონალი, მეორეში – მესაკუთრეები, მესამეში –
პროფესიონალი სპეციალისტები.

ბიზნეს-შრის წარმომადგენლები უკეთესად ცხოვ-
რობენ, ვიდრე დანარჩენი მოსახლეობა. ბიზნეს-
ში დასაქმებულებში 2-ჯერ ნაკლებია ლარიბები.
საქართველოში დასაქმებული მოსახლეობის – 8,6%
– ბიზნეს-შრის წარმომადგენლები არიან, უნგრეთ-
ში ეს მაჩვენებელი – 18,5%-ია, ჩეხეთში – 16,9%,
რუსეთში – 10,9% [1, გვ. 664]. ბიზნეს-შრის სტრუქ-
ტურაში საქართველოს დაბალი მაჩვენებელი ჩვენი
ქვეყნის ჩამორჩენილობაზე მეტყველებს.

საქართველოში ბიზნეს-შრის მაჩვენებლე-

ბი გამოკვლეული არ არის რეგიონების ჭრილში. ვფიქრობთ, რომ საქართველოს უმრავლეს იგი საშუალოზე დაბალი იქნება რეგიონებში (გარდა ქ. თბილისის და აჭარის რეგიონებისა). მისი დაბალი დონე ბიზნესის სტიმულების ნაკლებობაზე მეტყველებს. მხედველობაშია მისაღები შინაგანი სტიმულებიც ანუ ადამიანის მისწრაფება მიაღწიოს წარმატებას.

აუცილებლად უნდა ავლნიშნოთ, რომ ქართველ ადამიანში გენეტიკურად დევს თვითრეალიზაციის მოთხოვნილება, შესაძლებლობათა მაქსიმუმის მიღწევის მოთხოვნილება, შინაგანი მისწრაფება, რომ აჯობოს სხვას, მაგრამ მარტო ეს არ არის საკმარისი. რეალობა აბსოლუტურად განსხვავებულია. საქართველოს იმ რეგიონებში (განსაკუთრებით მთიანი მხარეები), სადაც მხოლოდ ეთნიკური ქართველები ცხოვრობენ, უფრო ნაკლებად არის განვითარებული ბიზნესი (სვანეთი, რაჭა, თუშეთი, ხევსურეთი), ვიდრე არაქართულ დასახლების მქონე რეგიონებში (სამცხე-ჯავახეთი, ქვემო ქართლი). ასეთ დროს საქართველოს ყველა რეგიონში ერთნაირი ბიზნეს-გარემოა შექმნილი (თუ არ ჩავთვლით სატრანსპორტო კავშირებს). ეს საკითხი არა მხოლოდ ეკონომისტ-მეცნიერების, არამედ სოციოლოგების და ფსიქოლოგების ერთობლივი შესწავლის საკითხია.

ჩვენი აზრით, რეგიონებში მენარმოების სწორი მიმართულებით განვითარებისთვის, მისი გაფართოებისა და აყვავებისთვის სხვა მრავალ ფაქტორთან (რესურსები) ერთად საჭიროა ბიზნეს-შრის სტრუქტურის გამოკვლევა, რათა დადგინდეს იქ მცხოვრები მოსახლეობის რა პროცენტი არის ჩართული ბიზნეს-პროცესებში და მისი რა ნაწილია დარჩენილი მის გარეთ. გამოსაკვლევა ისიც, რა უშლით მათ ხელს ბიზნესში ჩასართავად – შინაგანი სტიმულის არქონა თუ არასასურველი ბიზნეს-გარემო.

რეგიონებში შეიძლება არსებობდეს ხელსაყრელი ან არახელსაყრელი ბიზნეს-გარემო. თუ სამთავრობო ღონისძიებები აუმჯობესებენ რეგიონის ბიზნეს-გარემოს, ასეთი ბიზნესი იზიდავს ადამიანებს, პირველ რიგში, იმ ადამიანებს, რომელთაც იზიდავს ბიზნესი და რომელთაც აქვთ სამეწარმეო საქმიანობის შინაგანი სტიმულები. რეგიონში ბიზნესის განვითარების და გაფართოების გარანტიას იძლევა კანონმდებლობა, რომელიც დიფერენცირებული უნდა იყოს რეგიონების და სანარმოთა სიდიდის მიხედვით. ასეთ შემთხვევაში იგი იზიდავს ადამიანებს, მათ შორის ისეთებსაც კი, რომლებშიც შედარებით დაბალია წარმატების მიღების მოთხოვნილება.

მაშასადამე, რეგიონებში ბიზნესის განვითარება-გაფართოებისთვის უნდა შეიქმნას მისი მასტიმულირებელი კანონები და თუ ასეთი კანონები არ არსებობს, მაშინ რეგიონის ხელმძღვანელობას ბიზნესის განვითარების იმედი არ უნდა ჰქონდეს.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. ევ. ბარათაშვილი, ჯ. ზარანდია, ა. აბრალავა, რეგიონალიზმი: თეორია და პრაქტიკა, თბ., 2009, გვ. 664.
2. ს. იაკობიძე, მოსახლეობის საარსებო მინიმუმი და რეალური მოხმარების დინამიკა საქართველოში, ჟ. "მიკრომაკრო ეკონომიკა", №3, 2003, გვ. 36.