

ადამიანური კაპიტალის მარკეტინგი - ქვეყნის ინოვაციური განვითარების უმთავრესი ფაქტორი

ნანა ოქრუაშვილი

ედ, თსუ ასოცირებული პროფესორი

რეზიუმე

სტატიაში განხილულია ადამიანური კაპიტალის ფორმირების თანამედროვე მდგომარეობა, გამოვლენილია ის პრობლემები, რომელიც არსებობს ადამიანური კაპიტალის რაოდენობრივი და თვისებრივი ზრდის სფეროში, მოცემულია ადამიანური კაპიტალის მარკეტინგის არსი და მისი განვითარების თანამედროვე მდგომარეობა. გაანალიზებულია ის გარემოება, რომ ქვეყნის ინოვაციური განვითარების გზაზე, მხოლოდ ეფექტიანი ადამიანური კაპიტალის მარკეტინგის მეშვეობით მიიღწევა იმ სირთულეების აღმოფხვრა, რომელიც ხელს უშლის ქვეყნის სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების დაჩქარებას. ამასთან დაკავშირებით, გაშუქებულია ადამიანური კაპიტალის ორი დონე: - როგორც, სახელმწიფო მარკეტინგის პრიორიტული მიმართულება და როგორც, კომპანიათა აქტივობა მუდმივად სრულყონ და აამაღლონ ადამიანური კაპიტალის თვისობრივი მახასიათებლები თანამედროვე ტექნოლოგიურ და კომუნიკაციურ გამოწვევათა და ცვლილებათა შესაბამისად; განხილულია ადამიანური რესურსების მართვის მარკეტინგული სტრატეგია, რომლის გამოყენება ხელს უწყობს ქვეყნის სწრაფ სოციალურ-ეკონომიკურ განვითარებას და რაც მთლიანად დაკავშირებულია მოსახლეობის საბაზრო პირობებთან ადაპტაციასთან.

საკვანძო სიტყვები: ადამიანური კაპიტალი, ადამიანური კაპიტალის მარკეტინგი, ინვესტიციები ადამიანურ კაპიტალში, ადამიანური რესურსების მართვის მარკეტინგული სტრატეგია.

შესავალი

მსოფლიოში მიმდინარე უახლესი ტენდენციების შესწავლის საფუძველზე შეიძლება გადაუჭარბებლად ითქვას, რომ საქართველოში ეკონომიკური ზრდისა და მსოფლიო ინტეგრაციულ პროცესებში სრულფასოვანი ჩართვის ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი ფაქტორია ინოვაციური ეკონომიკის ფორმირება. ახალი ათასწლეულისათვის დამახასიათებელი პროცესები, რომლებიც გამოიჩენა მეცნიერულ-ტექნიკური პროგრესის ძალზე დაჩქარებული ტემპითა და საყოველთაო გლობალური ინტეგრაციისა და კონკურენციის დამკვიდრებით, აუცილებელს ხდის ქვეყანამ შეიმუშავოს ადეკვატური გადაწყვეტილებები ინოვაციური განვითარების მისაღწევად. ასეთ პირობებში ობიექტური აუცილებლობით დგება ინოვაციური ზრდის უმთავრესი ფაქტორის - ადამიანური კაპიტალის ეფექტიანი კვლავწარმოების ახალი მიდგომებისა და გზების ძიება. აღნიშნული ამოცანის გადაჭრა ეფუძნება ადამიანური კაპიტალის მარკეტინგს, როგორც ადამიანური კაპიტალის თვისებრივი და რაოდენობრივი ზრდისა და განვითარების, მისი ეფექტიანი მართვის თანამედროვე მეთოდოლოგიას. დღეისათვის სამეცნიერო საზოგადოება ერთხმად იზიარებს იმ მოსაზრებას, რომ ადამიანური კაპიტალი, ის უმთავრესი ფაქტორია, რომელიც უზრუნველყოფს ქვეყნის გრძელვადიან ეკონომიკურ ზრდასა და ეკონომიკის ინოვაციურ განვითარებას, თუმცა, სამწუხაროდ, აღნიშნული თეზისისა და ზოგადად „ადამიანური კაპიტალის“ კონცეფციის ცოდნა არასაკმარისია იმ სირთულეებისა და პრობლემების გადასაღებად, რომელიც არსებობს ადამიანური კაპიტალის კვლავწარმოების პროცესში. აუცილებელია გამოვლინდეს ადამიანური კაპიტალის ფორმირებისა და განვითარების პრიორიტეტული მიმართულებები და შემუშავდეს კონკრეტული ღონისძიებები, რომლის მიზანიც იქნება ქვეყნის ინოვაციური განვითარება და რომლის ცენტრშიც იქნება ადამიანი თავისი ცოდნით, კვალიფიკაციით, ინოვაციური იდეებით და მათი დანერგვის შესაძლებლობებით.

ძირითადი ნაწილი

XX საუკუნის ბოლო წლები და XXI საუკუნის დასაწყისი ეს არის პერიოდი, როდესაც საფუძველი ჩაეყარა უდიდეს ცვლილებებს - სამრეწველო ტიპის ეკონომიკიდან, რომელიც საუკუნეზე მეტხანს გრძელდებოდა, ახალ ეკონომიკაზე გადასვლას, რომლის საფუძველს წარმოადგენს ცოდნა. მსოფლიოში მიმდინარე უახლესი ტენდენციებისა და საერთაშორისო გამოცდილების შესწავლის საფუძველზე შეიძლება გადაუჭარბებლად ითქვას, რომ საქართველოში შრომის მწარმოებლურობის ამაღლების, ეკონომიკური ზრდისა და მსოფლიო ინტეგრაციულ პროცესებში სრულფასოვანი ჩართვის ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი ფაქტორია ინოვაციური ეკონომიკის ფორმირება. თუმცა დღეისათვის ამ მიმართულებით ქვეყნის მნიშვნელოვანი ჩამორჩენაა გამოხატული. 2014 – 2015 წლების გლობალური კონკურენტუნარიანობის ინდექსის რეიტინგში საქართველო ინოვაციის უნარით ერთ-ერთ ბოლო პოზიციებზე - 121-ე ადგილზე აღმოჩნდა 144 ქვეყანას შორის[8].

ახალი ათასწლეულისათვის დამახასიათებელი პროცესები, რომლებიც გამოირჩევა მეცნიერულ-ტექნიკური პროგრესის ძალზე დაჩქარებული ტემპითა და საყოველთაო გლობალური ინტეგრაციისა და კონკურენციის დამკვიდრებით, აუცილებელს ხდის ქვეყანამ შეიმუშაოს ადეკვატური გადაწყვეტილებები. ეს კი თავისთავად მეტად მნიშვნელოვანია მსოფლიო ასპარეზზე მისი საკუთარი ადგილის მოპოვებისათვის. ქვეყნის ეკონომიკური განვითარების დონე ყველაზე არსებითად განისაზღვრება მსოფლიო ბაზარზე უახლესი სამეცნიერო-ტექნიკური გადაწყვეტილებების დანერგვისა და მეცნიერებად-ტევადი წარმოების განვითარების ტემპებით, ეს კი დიდადაა დამოკიდებული ინოვაციური საქმიანობის ეფექტიან სტიმულირებაზე. მიუხედავად იმისა, რომ ნაკლებად მოიძებნება ციფრობრივი მასალა, რომლის საფუძველზეც ჩვენ შეგვიძლია განვახორციელოთ ჩვენი ქვეყნის ინოვაციური განვითარების დონის კომპლექსური ანალიზი, ისეთი ამოსავალი პარამეტრე-

ბის მიხედვით, როგორცაა დაფინანსება ადამიანის განვითარებაზე, ინოვაციათა დაფინანსება და საინფორმაციო-კომუნიკაციური ტექნოლოგიების ბაზრის განვითარება, მეტყველებს იმ ფაქტზე რომ საქართველოში ჯერაც არ ამოქმედებულია ინოვაციური საქმიანობის სტიმულირების ძირითადი რეზერვები.

საქართველოში, ისე როგორც პოსტსაბჭოთა ქვეყნების უმრავლესობაში, არსებობს ინოვაციური საქმიანობის განვითარების მეტად დიდი პოტენციალი ფუნდამენტური მეცნიერების სფეროში, მაგრამ ადგილი აქვს ფუნდამენტური გამოკვლევებიდან კომერციულ ტექნოლოგიამდე ინოვაციური ციკლის წყვეტის მეტად მწვავე პრობლემას, გამოყენებითი კვლევებისა და დამუშავებების სექტორის განვითარების დაბალ დონეს და ინოვაციური ინფრასტრუქტურის განუვითარებლობას მოწინავე ტექნოლოგიების კომერციალიზაციის სფეროში.

ინოვაციური პროცესის სტიმულირებაში მნიშვნელოვან როლს თამაშობენ არა მხოლოდ სუბიექტები, არამედ მათ შორის ჩამოყალიბებული ურთიერთობებიც. დღეისათვის ჩამოყალიბებული ტრადიციებიდან გამომდინარე, ნაკლებადაა განვითარებული ინსტიტუტები, რომელიც მოახდენდა სამეცნიერო, სასწავლო ორგანიზაციებსა და ინოვაციურ კომპანიების კავშირურთიერთობების სტიმულირებას.

ცოდნაზე დამყარებული ეკონომიკის მოთხოვნები გულისხმობს სახელმწიფოს მესვეურთა ძალისხმევის გაზრდას და კონცენტრირებას ადამიანური კაპიტალის რაოდენობრივი, განსაკუთრებით კი თვისობრივი ზრდის მიმართულებით. თუმცა, სამწუხაროდ, დღეისათვის ჩვენს ქვეყანაში ამ თვალსაზრისით არსებული მდგომარეობა არცთუ სახარბიელოა. ის ფაქტი, რომ საქართველოს მთავრობის მიერ 2013 წელს შემუშავებულ დოკუმენტში - „საქართველოს სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების სტრატეგია - 2020“ (პროექტი), სახელმწიფოს ზრუნვის პრიორიტეტად მიჩნეული არ არის ადამიანური კაპიტალის განვითარება, წარმოაჩენს იმ გარემოებას, რომ ადამიანური კაპიტალის განვითარების ხელშემწყობი სახელმწიფო პოლიტიკა სათანადოდ დეკლარირების დონეზეც კი არ არის

გამოცხადებული. ადამიანური კაპიტალის განვითარებისადი სახელმწიფოს მეტად მოკრძალებული როლი ვლინდება, ჩვენს ქვეყანაში განათლებასა და მეცნიერებაზე განეული დანახარჯების სიმცირით. დღეისათვის განათლებასა და მეცნიერებაზე იხარჯება მშპ-ის 3, 2%, რაც შეძლება ცალსახად მივიჩნიოთ არასაკმარისად. აღნიშნული მაჩვენებელი განვითარებულ ქვეყნებში გაცილებით მაღალია. კერძოდ, ევროკავშირის ქვეყნებში განათლებასა და მეცნიერებაზე საშუალოდ იხარჯება მშპ-ის 6,1%-ს, ხოლო ამერიკაში - 7% [3,12]

დღეისათვის ჩვენს ქვეყანაში ადამიანური რესურსების კვლავწარმოების სფეროში გამოიკვეთა მეტად არასახარბიელო მდგომარეობა, რომელიც უპირველეს ყოვლისა მოსახლეობის რაოდენობის შემცირებით გამოიხატა. 2014 წლის 5 ნოემბრის მოსახლეობის საყოველთაო აღწერის მდგომარეობით საქართველოს მოსახლეობის რიცხოვნობამ 3 729 635 კაცი შეადგინა, რაც წინა, 2002 წლის აღწერის (4 371 535 კაცი) შედეგთან შედარებით 14,7 პროცენტით (641 900 კაცი) ნაკლებია. გამოხატულია ეკონომიკურად აქტიური მოსახლეობის ანუ სამუშაო ძალის როგორც თვისებრივი, ისე რაოდენობრივი შემცირება. კერძოდ ეკონომიკურად აქტიური მოსახლეობამ 2014 წლისათვის შეადგინა 1991, 1 ათასი, მაშინ როდესაც ეს ციფრი 2006 წლისათვის შეადგენდა 2021, 6 ათასს. შემცირებულია დასაქმებულთა რაოდენობაც: შესაბისი პერიოდთან მიმართებაში 1747, 3 ათასიდან 1745,2 ათასამდე. დასაქმების შესაძლოების შეზღუდულობა და შრომის ანაზღაურების დაბალი დონე უბიძგებს საქართველოს მოსახლეობის ყველაზე აქტიურ ნაწილს, დატოვოს სამშობლო, თვითრეალიზაციისა და არსებობის წყარო ქვეყნის ფარგლებს გარეთ ეძებოს.

ქვეყნის საგანმანათლებლო სისტემა აყალიბებს ადამიანური რესურსების ეფექტიანად გამოყენების სახელმწიფო პოლიტიკას და გადამწყვეტ როლს თამაშობს მის განხორციელებაში. 2014 წლისათვის საქართველოში გაზრდილია როგორც სტუდენტთა, ისე მაგისტრანტთა რაოდენობა. სტუდენტთა რიცხვი 93,6 ათასიდან 2008 წელს 2014 წლისათვის 124,2 ათასამდე გა-

იზარდა, გაზრდილია ასევე დოქტორანტთა რაოდენობა - 1588-და 3410-მდე. აღნიშნული ზრდა უდავოდ დადებითად შეიძლება შევაფასოთ. განათლების და შესაბამისად ინტელექტუალური პოტენციალის ზრდა ხომ თავისთავად ეკონომიკური ზრდის უნიშვნელოვანესი ფაქტორია. დღეისათვის მთელი დამაჯერებლობით შეიძლება ითქვას, რომ ქვეყნის ინოვაციური განვითარება და კეთილდღეობის ზრდა უშუალოდ უკავშირდება ინვესტიციებს ადამიანურ კაპიტალში. აღნიშნულ გარემოებაზე მიუთითებს მრავალი ქვეყნის დადებითი გამოცდილება. ასე მაგ., განათლებაზე ხარჯების 1%-იანი ზრდით იაპონიამ მიაღწია მშპ-ის 2.5 %-იან ზრდას [4,86].საერთაშორისო თანამშრომლობისა და განვითარების ორგანიზაციის მიერ ჩატარებული კვლევებით კი, ქვეყანაში განათლების თითოეულმა დამატებითმა წელმა შეიძლება განსაზღვროს დასაქმების 1,7%-ით და შრომის მწარმოებლურობის 5%-ით ზრდა[2.97]. თუმცა აქვე უნდა აღინიშნოს ის გარემოება, რომ ინტელექტუალური რესურსის არსებობა, თავისთავად არ განსაზღვრავს ინოვაციური და მაღალტექნოლოგიური წარმოების არსებობას. ამ უკანასკნელის მისაღწევად აუცილებელია ცოდნაზე დამყარებული ეკონომიკის მთელი რიგი ფაქტორების არსებობა, რომელიც უზრუნველყოფს ინტელექტუალური რესურსების რაციონალურ გამოყენებას. ქვეყანაში სტუდენტთა და დოქტორანტთა რაოდენობის ზრდის ზემოთაღნიშნული პოზიტიური ცვლილების მიუხედავად, დასაქმების ეფექტიანი და გონივრული პოლიტიკის გარეშე, განათლების დონის ამაღლება, ვერ უზრუნველყოფს ადამიანური კაპიტალის ჩართვას შრომით პროცესში და ამდემად, მის ეფექტიან გამოყენებას. ამაზე მეტყველებს ის გარემოება, რომ საქართველოს ლიდერული პოზიციები უკავია უმუშევართა განათლების დონის მიხედვით. უმუშევართა მესამედზე მეტს მიღებული აქვს უმაღლესი განათლება. ეს კი იმას ნიშნავს, რომ უმაღლესი განათლების მქონე სამუშაო ძალას ვერანაირი წვლილი ვერ შეაქვს ქვეყნის ეკონომიკაში. ამასთან არსებობს მნიშვნელოვანი შეუსაბამობა დამსაქმებლის საჭიროებებსა და იმ უნარ-ჩვევებს შორის, რომელსაც პოტენცი-

ური მუშაკი სთავაზობს. განათლების სისტემაში დაშვებული სერიოზული შეცდომებმა, კერძოდ არამოთხოვნადი სპეციალისტების მომზადებამ, საქართველოში უმაღლესი განათლების მექანე უმუშევრობის უპრეცედენტო დონე განსაზღვრა. კერძოდ, უმაღლესი განათლების პირთა უმუშევრობის მაღალის დონის არასახარბიელო ტენდეცია დაიწყო 2 ათეული წლის წინ და შენარჩუნებულია დღემდე. აღნიშნული სავალალო მდგომარეობა, განსაზღვრა პროცესებმა, როდესაც სახელმწიფოს არ ჰქონდა შემუშავებული ქვეყნის განვითარების პრიორიტეტული მიმართულებები, შესაბამისად არ იყო განსაზღვრული სპეციალობათა ის პრიორიტეტები, რომელსაც უნდა შეექმნა მომავალი საქართველოს მდგრადი განვითარების საფუძველი. ამ პერიოდში ადამიანთა ბედისადმი სახელმწიფოს განურჩეველი დამოკიდებულების გამოვლენა, გადაუჭარბებლად შეიძლება შეფასდეს, როგორც უდიდესი სოციალური ბოროტება. ამასთან, იგი წარმოადგენს ქვეყნის ინოვაციური განვითარების ხელისშემშლელ ფაქტორს. ევროპის რეკონსტრუქციის და განვითარების ბანკის (EBRD) და მსოფლიო ბანკის სამენარმეო გარემოს და სანარმოთა ეფექტიანობის კვლევამ აჩვენა, რომ ქართველი დამსაქმებლების დაახლოებით 30 პროცენტი მიიჩნევს, რომ შრომითი რესურსების არაადეკვატური უნარ-ჩვევები ძირითადი დაბრკოლებაა მათი ფირმების საქმიანობისა და ზრდისთვის[11]. აღსანიშნავია, კვალიფიკაციის ნაკლებობისგან ყველაზე მეტად ზარალდებიან ინოვაციური და მზარდი ფირმები. ამასთან დაკშირებით, აუცილებელია კარიერული დაგეგმვის, საკონსულტაციო ცენტრების და საორიენტაციო სამსახურების არსებობა, რომელიც დაეხმარებოდა ახალგაზრდებს კარიერული გზის დაგეგმვაში.

უმუშევრობის აღმოფხვრის ღონისძიებათა სისტემა უნდა გამოდიოდეს ქვეყნის ადამიანური რესურსების განვითარების ქვაკუთხედად, თუმცა დღეისათვის მიმდინარე გლობალური პროცესები ქვეყნის წინაშე აყენებს არა მხოლოდ წარმოების პროცესში სამუშაო ძალის სრულფასოვანი და ოპტიმალური ჩართვის, არამედ მაღალკვალიფიციური კადრების დეფიცი-

ტის პრობლემის გადაჭრის საკითხებს. აღნიშნული განათლების სისტემის რეფორმირების აუცილებლობას განსაზღვრავს. შრომის ბაზარზე არსებული სტიქიური პროცესების გადალახვა, შრომის ბაზრის სუბიექტთა ეფექტიანი მომსახურება, სამუშაო ძალაზე არსებული მიწოდება-მოთხოვნის რაოდენობრივი და თვისობრივი დაბალანსება, საჭიროებს დასაქმების რეგულირების კომპლექსური სისიტემის ჩამოყალიბებას, რომელიც უპირველეს ყოვლისა დაეფუძნება მარკეტინგული ფუნქციების განხორციელებას – ადამიანური ფაქტორის მარკეტინგს, ანუ სამუშაო ძალაზე არსებული მოთხოვნის შესახებ ინფორმაციის შეკრების, ანალიზის და კონიუნქტურის შესწავლის საფუძველზე სამუშაო ძალის ბაზრის მოცულობისა და სტრუქტურის შესახებ მრავალვარიანტიანი პროგნოზების შედგენას, შემდეგ კი შრომითიმონყოფის სტიმულირების ღონისძიებათა შემუშავებასა და გატარებას

დასაქმების რეგულირებისადმი არსებული მარკეტინგული მიდგომა გულისხმობს სამუშაო ძალაზე არსებულ მოთხოვნაზე ზემოქმედებას. ადამიანური ფაქტორის მარკეტინგი ეფუძნება უპირველეს ყოვლისა ბაზრის სუბიექტთა არჩევანის თავისუფლებას. მარკეტინგის კონცეფცია, როგორც შრომის ბაზრის მონაწილეთა ინტერესების შემხვედრი დაკმაყოფილება, უზრუნველყოს შრომის ბაზარზე მიმდინარე გაცვლითი პროცესების მაღალეფექტიანობას.

ადამიანური კაპიტალის თეორია 50 წელზე მეტია, რაც შემუშავდა. მისი ფუძემდებლების - თეოდორ შულცისა და გერი ბეიკერის - გამოკვლევები დღემდე ითვლება აღნიშნული სფეროს კლასიკურ ნაშრომებად. ადამიანური კაპიტალის თეორია წარმოადგენს ერთიან ანალიტიკურ სქემას ისეთი მოვლენების ასახსნელად, როგორიცაა განათლების წვლილი ეკონომიკურ ზრდაში, საგანმანათლებლო და სამედიცინო მომსახურებაზე არსებული მოთხოვნა, ეკონომიკური უთანასწორობის გადაცემა თაობიდან თაობამდე და სხვ.

დღეისათვის ადამიანური კაპიტალის თეორიამ თავისი განვითარება ჰპოვა უწყვეტი განათლების სტრატეგიაში. აღ-

ნიშნული მიდგომის შესახებ ევროკავშირის წევრი ქვეყნების მესვეურებმა განაცხადეს 2000 წელს ლისაბონში, როდესაც შემოტანილ იქნა ტერმინი -განსწავლული საზოგადოება (**Learning society**) - მოქალაქეთა სწავლება, რომელიც უპასუხებდა მსოფლიოში არსებულ მოთხოვნებსა და გამოწვევებს. ასეთ საზოგადოებაში სწავლებაზე პასუხისმგებლობა სახელმწიფოს, დამსაქმებელზე და თავად მოქალაქეებზე მოდის. მთელი სიცოცხლის განმავლობაში სწავლება ანუ უწყვეტი სწავლება გულისხმობს ცოდნის დამოუკიდებელ ათვისებას და მოქალაქის აქტიურ მოქალაქეობრივ პოზიციას. უწყვეტი განათლების სისტემა ორიენტირებულია შრომის ბაზრის მიერ წაყენებულ მოთხოვნებზე და არა პროფესიული განათლებისა და სწავლების სისტემის მხრიდან არსებულ მიწოდებაზე. ის გულისხმობს ნებისმიერ მიზანმიმართულ სწავლებას, რომელიც განხორციელებულია ცოდნის, შესაძლებლობებისა და კომპეტენციის სრულყოფისათვის და ხელს უწყობს პიროვნულ და სოციალურ განვითარებასა და შრომითმონყობას.

ადამიანური რესურსების მართვის პოლიტიკა ორ ეტაპად იყოფა:- შრომითი რესურსების მომზადება ტრადიციული განათლების სისტემის მეშვეობით (სკოლამდელი დაწესებულებები, სკოლები, კოლეჯები, უმაღლესი სასწავლებლები) და შიგასაფირმო კადრების შემდგომი პროფესიული სწავლება და გადამზადება საკუთარ სასწავლო და სამეცნიერო ცენტრებში, სპეციალურ კურსებზე კონკრეტული წარმოების ტექნოლოგიური სპეციფიკის გათვალისწინებით. დღეისათვის ინფორმაციული და ცოდნაზე დამყარებული ეკონომიკის პირობებში სწრაფად ძველდება როგორც ზოგადი, ისე პროფესიული ცოდნა. ექსპერტთა შეფასებით ყოველწლიურ განახლებას საჭიროებს თეორიული ცოდნის 5% და პრაქტიკული ცოდნის 20%. [1.70] ახალი თეორიული ცოდნის დაუფლებისა და პრაქტიკული უნარების, მუშაკთა შემოქმედებითი პოტენციალის განვითარებისა და სრულყოფის მიზნით ხორციელდება მაღალგანვითარებულ ქვეყნებში სპეციალისტთა გადამზადების სისტემათა ფუნქციონირება, რომელიც გულისხმობს მუშაკთა სამეცნი-

ერო ჯგუფებსა და მუდმივმოქმედ ცენტრებში განვერიანების პრაქტიკას. აღნიშნულ კურსებზე მსმენელები ეცნობიან მეცნიერების უკანასკნელ მიღწევებსა და ფირმის მიერ განხორციელებულ უახლეს ტექნოლოგიურ მიგნებებს, იმალევენ კვალიფიკაციას და პროფესიულ ოსტატობას.

თანამედროვე მსოფლიოში ადამიანური რესურსები ხდება კომპანიათა კონკურენტული უპირატესობის მიღწევის განმსაზღვრელი ფაქტორი, რომელზეც დამოკიდებულია ბიზნესის წარმატებული განვითარება. აღნიშნული ფაქტის გათვითცნობიერების მაღალი ხარისხი გამოხატულია მაღალგანვითარებული ქვეყნების წარმატებული კომპანიათა უდიდესი უმრავლესობის მიერ. ამას ცხადყოფს შემდეგი მონაცემები: წამყვანი ამერიკული კომპანიები თავიანთი პერსონალის გადამზადებაზე ყოველწლიურად ხარჯავენ \$50 მლრდ.-ს. ამასთან, წამყვანი კომპანიები (10%) ყოველწლიურად ახდენს პერსონალის 90%-ის სწავლებასა და გადამზადებას, დანარჩენი კი, პერსონალის სულ მცირე 30%-ის გადამზადებას ახდენს. საფრანგეთში პერსონალის გადამზადებისათვის კომპანიები ხარჯავენ \$ 30მლრდ.-ს, ხოლო დიდ ბრიტანეთში - \$ 40 მლრდ.-ს.[4,70]. მთლიანად ევროკავშირის ქვეყნებში, კომპანიების ამ მიმართულებით განხორციელებული აქტივობების მასშტაბურობაზე მიუთითებს ის ფაქტი, რომ დღეისთვის კომპანიათა მხრიდან პერსონალის სწავლებასა და გადამზადებაზე მოდის განათლებაზე განეული საერთო ასიგნებათა 15%[3,12].

საქართველოში კომპანიათა მხრიდან პერსონალის გადამზადებაზე განეული დანახარჯების შესახებ ინფორმაცია არ არსებობს. მაგრამ თუ გავითვალისწინებთ იმ ფაქტს, საქართველოში სამუშაო ადგილზე ორგანიზებული პროფესიული ტრენინგების ნაკლებობაა, და იმას, რომ ქართული კომპანიათა უდიდესი უმრავლესობა დიდ ინტერესს არ ავლენს პერსონალის გადამზადებისადმი, (2013 წლის საწარმოთა/BEEPS კვლევის თანახმად, გამოკვლეული ფირმების მხოლოდ 11 პროცენტი ატარებდა ოფიციალურ ტრენინგს[11]) თანაც, არსებული ძალისხმევა ცალკეულ, და არა მუდმივ, სისტემურ ხასიათს

ატარებს, კომპანიათა პერსონალის გადამზადებაზე გაწეული საერთო დანახარჯები, დიდი ალბათობით, არ გადააჭარბებს \$1 მლნ.-ს.

წამყვან კომპანიებში ადამიანური კაპიტალის ხარისხის სრულყოფა, განსაკუთრებით კი მისი ინტელექტუალური შემადგენელთა შემდგომი განვითარება მიიღწევა ეფექტიანი შინაგანი მარკეტინგის ორგანიზების მეშვეობით, რომელიც გულისხმობს კომპანიის ზრუნვასა და ორიენტაციას საკუთარ პერსონალზე, როგორც უმთავრეს რესურსზე, მისი მოთხოვნილებებისა გამოვლენასა და დაკმაყოფილებას, მათ ჩამოყალიბებას კლიენტზე ორიენტირებულ პერსონალად. შინაგან მარკეტინგს გააჩნია მრავალასპექტიანი ბუნება. მთლიანად იგი შეიძლება განვიხილოთ როგორც ადამიანურ კაპიტალში ინვესტირება, პერსონალის მარკეტინგი, რომელიც გულისხმობს პერსონალის მოზიდვას, სწავლებასა და გადამზადებას. აღნიშნულის მეშვეობით მიიღწევა კომპანიის მიერ ეფექტიანობის დასახული დონე. იმაზე, თუ რამდენად დაკმაყოფილებული და მოტივირებულია პერსონალი, დამოკიდებულია კომპანიის სიძლიერე და კონკრეტული პოზიციები ბაზარზე.

დღეისათვის წარმატებული კომპანიები ახორციელებენ ბიზნეს-სკოლების, მეწარმეობის ცენტრების, ინჟინერული და გამოყენებითი მეცნიერების ქვედანაყოფების შექმნას. ხშირია ეგრეთ წოდებული „კორპორატიული უნივერსიტეტების“ შექმნა, რომლის ბიუჯეტის 25% მოდის კომპანიის დაფინანსებაზე. გარკვეული პროგნოზით ეს ციფრი რამოდენიმე წელში გაიზრდება 50%-მდე. ბოლო ათი წლის განმავლობაში მსგავსი უნივერსიტეტების რიცხვი 400-დან 1600-მდე გაიზარდა.[5,102] აღნიშნული უნივერსიტეტის მოდელს ოთხი ძირითადი საბაზისო ფუნქცია გააჩნია: ყველა დონის თანამშრომლის სწავლება, ცოდნის მართვა (თანმშრომელთა გამოცდილების გავრცელება), კომპანიის ფასეულობათა აკუმულირება (კორპორატიული კულტურა) და ინოვაციური ცენტრი, რომელიც, უპირველეს ყოვლისა, ორიენტირებულია წარმოებისა და მენეჯმენტის აქტუალური პრობლემების გადაჭრაზე და მის გამოყენებაზე ახ-

ალი პროდუქტისა და მომსახურების შემუშავების პროცესში.

შეიძლება ითქვას, რომ მაღალგანვარებულ ქვეყნებში თანამედროვე ინოვაციური ეკონომიკის ფორმირებამ მნიშვნელოვნად განსაზღვრა წარმოების ინოვაციური პოტენციალის - ადამიანური კაპიტალის განვითარებისა და მართვის ეფექტიანობა და კომპანიაში დასაქმებულთა შემოქმედებითი პოტენციალით უზრუნველყოფა. ინოვაციური საქმიანობის მართვის ეფექტიან მექანიზმს წარმოადგენდა და წარმოადგენს ისეთი ინტელექტუალური პოტენციალის მქონე მუშაკთა მოძიება, შენარჩუნება და სტიმულირება, რომელთაც შეუძლიათ ახალი იდეების გენერირება და მათი ცხოვრებაში დანერგვის უზრუნველყოფა.

ანალოგიური დადებითი გამოცდილების გაზიარება და დანერგვა ჩვენს ქვეყანაში - მუშაკთა შიგასაფრმო სწავლებისა და გადამზადების ცენტრების შექმნა, რომელშიც აქტიურად იქნებიან ჩართულები კოლეჯები და უნივერსიტეტები, ვფიქრობთ, დადებით მუხტს შესძენს ადამიანური რესურსების თვისებრივი სრულყოფისა და მისი გამოყენების ეფექტიანობის ზრდას, მნიშვნელოვმად აამაღლებს კვალიფიციური კადრების მაღალინტელექტუალურ აქტივობას. მსგავს გადამზადებაზე საწარმოთა მოტივაციის უზრუნველყოფა ჩვენს ქვეყანაში უნდა მოხდეს საგადასახადო შეღავათების დაწესებით. კერძოდ კი, თუ მოწინავე ქვეყნების ანალოგიურად, საქართველოში არ მოხდება იმ მოგების გადასახადებით დაბეგვრა, რომელიც მოხმარდება წარმოების ინოვაციურ განახლებას და ადამიანური რესურსების განვითარებას. უნივერსიტეტებს და საწარმოებს შორის კავშირების დამყარება ხელს შეუწყობს ინოვაციების შედარებით უფრო ძლიერი ეროვნული სისტემის შექმნას, რომლის შედეგადაც აკადემიურ წრეებში არსებული საბაზისო ცოდნა უკეთ გავრცელდება ეკონომიკის მწარმოებლურ სექტორებსა და პირიქით, ფირმებში არსებული - უნივერსიტეტებში.

ჩვენი ქვეყნის ინოვაციური განვითარების დაჩქარებისა და ამდენად მისი საერთაშორისო კონურენტუნატიანობის ამაღ-

ლებისათვის უნდა განხორციელდეს ქვეყნის სახელმწიფო და კერძო ინვესტიციების შემდომი ორიენტაცია „ადამიანური კაპიტალის“ განვითარებისაკენ. ამასთან ერთად, აუცილებლად მიგვაჩნია შემუშავდეს ადამიანური რესურსების მართვის მარკეტინგული სტრატეგია. ადამიანური რესურსების მართვის მარკეტინგული სტრატეგია - ეს არის ფართომასშტაბიანი სოციალურ-ეკონომიკური პროცესი, სახელმწიფო პოლიტიკის ეფექტიანი ინსტრუმენტი, სოციალური მართვის მოდერნიზაცია მარკეტინგული პრინციპების გამოყენებით, რომელიც მთლიანად დაკავშირებულია მოსახლეობის საბაზრო პირობებთან ადაპტაციასთან და ხელს უწყობს ადამიანური რესურსების გამოყენების ეფექტიანობის ამაღლებას. ეს კი, საბოლოო ანგარიშით, ქვეყნის ინტენსიურ და დაბალლანსირებულ სოციალურ-ეკონომიკურ განვითარებას უზრუნველყოფს. მეცნიერებისა და ტექნოლოგიის განვითარებისა და ქვეყნის ინოვაციური გზით განვითარებაზე გადასვლის სახელმწიფო პოლიტიკა, ჩვენი აზრით, უნდა მოიცავდეს ისეთ საკვანძო საკითხებს, როგორიცაა:

- ეროვნული ინოვაციური სისტემის ფორმირება, რომელშიც განსაზღვრული იქნება ინოვაციური საქმიანობის პრიორიტეტები;

- მეცნიერების, ტექნოლოგიის და ტექნიკის განვითარების მიზნით სახელმწიფო და კერძო სტრუქტურების პარტნიორობის სისტემის ეფექტიანობის ამაღლება;

- მეცნიერების, ტექნიკისა და ტექნოლოგიის განვითარების პრიორიტეტულ, კონკურენტუნარიან მიმართულებებში სამეცნიერო გამოკვლევებისა და ექპერიმენტული დამუშავების მხარდაჭერა;

- სამეცნიერო-ტექნიკური კომპლექსის საკადრო პოტენციალის შენარჩუნებისა და განვითარების პირობების შექმნა;

- იმ საწარმოთა და ორგანიზაციათა ინოვაციური საქმიანობის აქტიური განვითარების უზუნველყოფა, რომლებიც ფუნქციონირებენ ტექნოლოგიათა კომერციალიზაციის სფეროში;

- სახელმწიფო ბიუჯეტიდან სამეცნიერო-კვლევით და საც-

დელ-საკონსტრუქტორო სამუშაოებზე, ასევე მეცნიერ-მუშაკთა ინტელექტუალური პოტენციალის შემდგომ განვითარებაზე ხარჯების გაზრდა;

– საერთაშორისო მეცნიერულ-ტექნიკური თანამშრომლობის განვითარება.

ზემოთ განხილულ საკითხებზე ქვეყნის ხელისუფლების მიერ ოპტიმალური გადაწყვეტილებების მიღება ხელს შეუწყობს იმ კრიზისული სიტუაციის გადალახვას, რომელიც მწვავედ გამოიხატება საზოგადოებრივი ცხოვრების თითქმის ყველა სფეროში. ამასთან, აუცილებელია ავღნიშნოთ ის გარემოება, რომ ინოვაციური განვითარება მიიღწევა უპირველეს ყოვლისა საგანმანათლებლო სისტემაში ინოვაციური ცვლილებების გზით. აუცილებლად მიგვაჩნია განათლების სისტემის მოდერნიზაცია ტრადიციული და კომპიუტერული განათლების მეთოდთა სინთეზის გზით, რომელიც ორიენტირებული იქმნება გლობალური საინფორმაციო სივრცის მოთხოვნილებებზე. აღნიშნული ხელს უწყობს ადამიანს დამოუკიდებლად მიიღოს აუცილებელი ცოდნა. ქვეყნის განათლების სისტემის განვითარების ერთ-ერთ პრიორიტეტად უნდა დაისახოს ელექტრონული განვითარების მრავალდონიანი სისტემის - როგორც უწყვეტი განათლების უმთავრესი პირობის - შექმნა. ამასთან დაკავშირებით მნიშვნელოვანია ელექტრონული ბიბლიოთეკების შექმნა, რომელიც უზრუნველყოფს ინფორმაციის ხელმისაწვდომობას. ყოველივე ეს ხელს შეუწყობს იმ განსხვავების აღმოფხვრას, რომელიც არსებობს ჩვენი ქვეყნისა და მაღალგანვითარებული ქვეყნების განათლების სისტემის ხარისხს შორის. დღეისათვის აქტიურად მიმდინარეობს ერთიანი მსოფლიო საგანმანათლებლო სივრცის ფორმირება, რაც დასაქმებული მოსახლეობისადმი წაყენებული მოთხოვნილებების უნიფიცირებას ახდნეს, ეს კი განათლების შეფასების მაქსიმალურ გამარტივებასა და ერთიანი კრიტერიუმების ჩამოყალიბებას ახდენს. ამით იქმნება საფუძველი გადაიჭრას დიპლომთა ნოსტრიფიკაციის პრობლემა, რომელიც ასე მწვავედ დგას ქართული საგანმანათლებლო სივრცის წინაშე, შესაბამისად იზრდება ადგილობრივი უმაღლესი

საგანმანათლებლო დაწესებულების კურსდამთავრებულთა კონკურენტუნარიანობა შრომის საერთაშორისო ბაზარზე.

დასკვნა

ამდენად, ქვეყნის ინოვაციური განვითარება უმთავრესად ადამიანური კაპიტალის არსებული მდგომარეობით განისაზღვრება. ადამიანური კაპიტალი სოციალურ-ეკონომიკური და ტექნოლოგიური პროგრესის მამოძრავებელი ძალაა. ჩვენი ქვეყნის ინოვაციური განვითარების დაჩქარებისა და ამდენად მისი საერთაშორისო კონურენტუნარიანობის ამაღლების უზრუნველსაყოფად უნდა განხორციელდეს სახელმწიფო და კერძო ინვესტიციების შემდომი ორიენტაცია ადამიანური კაპიტალის განვითარებისაკენ. სახელმწიფოსა და ბიზნესის სრავვა სრულყოფილად ადამიანური კაპიტალის განვითარება, უნდა ეფუძნებოდეს მარკეტინგული ფუნქციების განხორციელებას – ადამიანური ფაქტორის მარკეტინგს, ანუ სამუშაო ძალაზე არსებული მოთხოვნის შესახებ ინფორმაციის შეკრების, ანალიზის და კონიუნქტურის შესწავლის საფუძველზე სამუშაო ძალის ბაზრის მოცულობისა და სტრუქტურის შესახებ მრავალვარიანტიანი პროგნოზების შედგენას, შემდეგ კი ადამიანური ფაქტორის ეფექტიანი გამოყენების ღონისძიებათა შემუშავებასა და გატარებას. მხოლოდ ასეთი, მრავალგანზომილებიანი ადამიანური კაპიტალის მარკეტინგის მეშვეობით, მიიღწევა ჩვენი ქვეყნის წინაშე მდგომი პრიორიტეტული ამოცანა - სრულყოფილად ადამიანური კაპიტალის თვისობრივი მახასიათებლები იმ ტექნოლოგიურ და კომუნიკაციურ ცვლილებათა და გამოწვევათა შესაბამისად, რომელიც არსებობს ინფორმაციულ საზოგადოებაში, ამ გზით კი უზრუნველყოფილ ქვეყნის ინოვაციური, გრძელვადიანი სოციალურ-ეკონომიკური განვითარება და შეუფერხებელი ეკონომიკური ზრდა.

გამოყენებული ლიტერატურა

1. Веденева В. Роль образования в концерции инновационного развития экономики. Мировая экономика и международные отношения, 2015, №4
2. Монусова Г. Формирование профессиональных навыков междустрановый анализ. Мировая экономика и международные отношения, 2014, №6
3. Понеделько Г. Парадигма Человеческого развития Испании. Мировая экономика и международные отношения, 2014, №.7
4. Сумаровка Е. Маркетинговое управление инвестициями в человеческий капитал. маркетинг. 2015, №4
5. Сумаровка Е. Организационные формы инвестирования в человеческий капитал. маркетинг. 2015, №5
6. Хохлова М. Хохлова И. Мировые тенденции образования. Мировая экономика и международные отношения, 2014, № 6
7. Цапенко И. Человеческие ресурсы в сфере науки и технологии: состояние и эффективность использования. Мировая экономика и международные отношения, 2014, №4
8. <http://www.weforum.org>
9. <http://www.geostat.ge>
10. <http://gov.ge>.
11. <http://www-wds.worldbank.org/external/default/WDSEContentServer/WDSP/IB/2015/03/23/>

REFERENCES

- 1.Vadenova V. Role of Education in the Concept of Innovative Economic Development. Word Economy and International Relations, 2015, №4(In Russian Language).
- 2.Monusova G.. Skills Formation across Countries. World Trends in Education. World Economy and International Relations, 2014№6 (In Russian Language).
- 3.Ponedelko G. Paradigma of Human Development in Spain. World Economy and International Relations, 2015, №7 (In Russian Language).
- 4.Sumarovka E. Marketing Management of Investment in Human Capital. Marketing, 2015, №4 (In Russian Language).
- 5.Sumarovka E. Organizational Forms of Investment in Human Capital . Marketing, 2015, №5 (In Russian Language).
- 6.Khoklova M. Khoklova I. World Trends in Education, World Economy and International Relations, 2014, №6 (In Russian Language).
- 7.Tsapenko I. Human Resources in Sphere of Science and Technologies: Status and Efficiency. World Economy and International Relations, 2014»№4 (In Russian Language).
- 8.<http://www.weforum.org>
- 9.<http://www.geostat.ge>(In Georgian Language).
- 10.<http://gov.ge>. (In Georgian Language).
- 11.<http://www-wds.worldbank.org>

MARKETING OF HUMAN CAPITAL – THE KEY FACTOR FOR THE INNOVATIVE DEVELOPMENT OF A COUNTRY

Nana Okruashvili

Associated Professor, Tbilisi State University

Resume

The article discusses the modern condition of human capital development, states the problems existing in the field of human capital growth according to the quantity and the quality. It also discusses the sense of the marketing of human capital and the current stage of its development. It also supports the idea that human capital marketing is the only way to solve the problems, like a slow pace of social-economic processes facing the country and to lead the innovative way of development. In accordance with the issue mentioned above, the article suggests two levels of human capital: first one – as a priority for state marketing and the second one – the constant activities from the companies in order to improve the quality of human marketing correspondingly to the modern technological and communicative challenges. The article also includes the marketing strategy of human resources management. Using its facilitates, the quick of social-economic development of the country, which is thoroughly connected with the adaptation of population to the marketing conditions.

Key words: Human capital, Marketing of Human Capital, Investments in Human Capital, Marketing strategy for Human Resources Management.