

ინკლუზიური ბიზნესის განვითარების თავისებურებები გლობალიზაციის პირობებში

შოთა შაბურიშვილი

ეკონომიკის აკადემიური დოქტორი,

ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ასოცირებული პროფესორი, საქართველო

საკვანძო სიტყვები: ინკლუზიური ბიზნესი, სიღარიბე, ღირებულების ჯაჭვი, ბიზნესის მოდელი, ეკონომიკური განვითარება

შესავალი

გლობალიზაციის პროცესი ობიექტურად განაპირობებს ეკონომიკური სისტემის და საქმიანი კულტურის ტრანსფორმაციას, რამაც მოსახლეობის სოციალურ-ეკონომიკური მდგომარეობის გაუმჯობესება და მდგრადი განვითარებისათვის პირობების შექმნა უნდა უზრუნველყოს. ამ მიმართულებით მიმდინარე პროცესებს შორის მეცნიერების განსაკუთრებულ ყურადღებას ინკლუზიური ბიზნესის ფენომენი იმსახურებს. სპეციალურ ლიტერატურაში ინკლუზიური ბიზნესი შედარებით ახალი ცნებაა, პირველად ის გამოყენებულ იქნა 2005 წელს უენევაში გამართულ ბიზნესის მდგრადი განვითარების მსოფლიო საბჭოზე (Södergren, 2016). ყოფილ სოციალისტურ ქვეყნებში ახალი ეკონომიკური სისტემის ფორმირებამ ხელი შეუწყო მეწარმეობის განვითარებას და დააჩქარა ეკონომიკური ზრდის ტემპები, რამაც მოსახლეობის დიდი ნაწილისთვის უკეთესი მომავალი უზრუნველყო. მაგრამ, ამავე დროს, ტრანსფორმაციული კრიზისის და გლობალურ ეკონომიკურ სისტემაში მომხდარი შოკების შედეგად, მოსახლეობის დიდი ნაწილი უკიდურეს სიღარიბეში აღმოჩნდა. ეკონომიკურმა ზრდამ ვერ უზრუნველყო სიღარიბის შემცირება. მაგალითად, საქართველოში 2004–2015 წლებში მიღწეული შთამბეჭდავი ეკონომიკური ზრდის მაჩვენებლების მიუხედავად, მედიანური მოხმარების 60 პროცენტის ქვევით მყოფი მოსახლეობის წილი 20 პროცენტს აღემატება (სიღარიბის მაჩვენებლები, 2017).

ეკონომიკური ზრდის შედეგების მოსახლეობის დაბალშემოსავლიან ჯგუფებზე გადანაწილება, მხოლოდ სახელმწიფოს განკარგულებაში არსებული ეკონომიკის რეგულირების ინსტრუმენტებით ვერ მოხერხდება (Meskhia, 2014). ამისათვის, გადამწყვეტი მნიშვნელობა დაბალშემოსავლიანი მოსახლეობის ღირებულების შექმნის ჯაჭვში ჩართვას აქვს, რაც მხოლოდ ბიზნესის განსაკუთრებულ მოდელს შეუძლიათ უზრუნველყონ. სხვადასხვა ქვეყნის გამოცდილებამ მრავალჯერ დაადასტურა, რომ იმ კომპანიებს, რომლებიც საქმიანობის დაგეგმვისას დაბალშემოსავლიანი მოსახლეობის ინტერესებზე ფოკუსირდებიან, შეუძლიათ მოიპოვონ არსებითი კონკურენტული უპირატესობა ბაზარზე და მიიღონ საშუალოზე მაღალი მოგება. ამრიგად, ინკლუზიური ბიზნესი კომერციული და სოციალური მიზნების ეფექტიან შეხამებას ეფუძნება.

1. ინკლუზიური ბიზნესის ფენომენი

ინკლუზიური ბიზნესი ორიენტირებულია ცხოვრების ხარისხის გაუმჯობესებასა და დაბალშემოსავლიანი მო-

სახლეობის ღირებულების შექმნის ჯაჭვში ჩართვაზე. ინკლუზიური ბიზნესი, ერთი მხრივ, უზრუნველყოფს სამუშაო ადგილების შექმნას დაბალშემოსავლიანი მოსახლეობისათვის, მეორე მხრივ კი ქმნის ფასეულობას წარმოებული საქონლისა და მომსახურების სახით. ასევე, ინკლუზიური ბიზნესის მეშვეობით მრავალ ინოვაციურ პროექტს ეყრება საფუძველი (შაბურიშვილი, 2012). ინკლუზიური ბიზნესის მოდელები მდგრადი ეკონომიკური განვითარების მიზნებს სინერგიულად აკავშირებენ კომპანიების ოპერაციულ აქტივობებთან. ეს მოდელები მოსახლეობას უმნიშვნელოვანესი სოციოეკონომიკური ფასეულობებით უზრუნველყოფს და ავლენს ბაზრის არსებულ პოტენციალს. დაბალშემოსავლიანი მოსახლეობა კომპანიის ღირებულებათა ჯაჭვში შესაძლებელია ჩაერთოს, როგორც მოთხოვნის (მომხმარებელი), ისევე მიწოდების მხრიდან (მიმწოდებელი, თანამშრომელი, მეწარმე).

უნდა აღინიშნოს, რომ ინკლუზიურ ბიზნესს გააჩნია გარკვეული თავისებურებები:

- **სოციალური და კომერციული მიზნების სინერგიული შეთავსება:** ინკლუზიური ბიზნესით დაკავებული კომპანიის მთავარი მისია – სიღარიბის და სოციალური პრობლემების შემსუბუქება, მომგებიანი საქმიანობით ხორციელდება. რაც უფრო მეტი სარგებელი მოაქვს კომპანიას საზოგადოებისათვის, მით მეტ რესურსებს, ინვესტიციებსა და დაკვეთებს იღებს. ამ დროს მოგებული რჩება არა მხოლოდ კომპანია, არამედ მთლიანად საზოგადოება;

- **სტაბილური სოციალური პერსპექტივა:** ინკლუზიურ ბიზნესში დაბალშემოსავლიანი მოსახლეობა გვევლინება ბიზნესის მონაწილედ (პარტნიორი, თანამშრომელი, მომხმარებელი, მიმწოდებელი) და არა დახმარების ან ქველმოქმედების მიმღებად. ინკლუზიური ბიზნესი ორიენტირებულია ხელმოკლე მოსახლეობის ფინანსური მდგომარეობის სტაბილურ, გრძელვადიან გაუმჯობესებაზე და არა ერთჯერად დახმარებაზე;

- **ინოვაციურობა:** ინკლუზიური ბიზნესი მიზნების მიღწევისათვის უმეტესად ახალ, უნიკალურ მიდგომებს ეყრდნობა. ამ დროს კომპანიის მიზნები მიიღწევა ეკონომიკური და სოციალური რესურსების განსაკუთრებული კომბინაციით, რომელიც ადრე ასეთი სახით არ გამოიყენებოდა.

ხელმოკლე მოსახლეობას შეუძლია და მზად არის იმისათვის, რომ გადაიხადოს საქონლის და მომსახურების ფასი, თუმცა, ხშირად იჩაგრება „სიღარიბის ჯარიმის“ გამო. ზოგჯერ მათ პირველადი მოხმარების საგნებისათვის უფრო მეტის გადახდა უწევთ, ვიდრე მდიდრებს. მაგალითად,

ჯაკარტის, მანილის, ნაირუბის ღარიბი უბნების მცხოვრებნი 5-10-ჯერ მეტ ფასს იხდიან სასმელ წყალში, ვიდრე ამ ქალაქის მდიდარი უბნები და კიდევ უფრო მეტს ვიდრე ლონდონის ან ნიუ-იორკის მცხოვრებნი. „სიღარიბის ჯარიმა“ მოქმედებს კრედიტების, ელექტროენერჯის და ჯანდაცვის სფეროშიც. ბიზნესის მოდელები, რომელიც უზრუნველყოფს სამართლიან ფასს ან ახალ პროდუქციას ღარიბი მოსახლეობის ცხოვრების დონის ასამაღლებლად, შეიძლება საკმაოდ მომგებიანი აღმოჩნდეს. მაგალითად, მიკროსესხების გამცემ ორგანიზაციებს, რომლებიც დაბალ-შემოსავლიან მოსახლეობაზე გათვლილი, მსხვილ ბანკებზე მნიშვნელოვნად მაღალი მოგების ნორმა გააჩნიათ (შაბურიშვილი, 2012).

მსოფლიო მასშტაბით ბევრი კომპანიაა ინკლუზიურ ბიზნესში ჩართული. უკრაინული **Vitmak**-ი სწორედ ასეთი მაგალითია. რამდენიმე წლის წინ, ხელმოკლე უკრაინელებისათვის მაღალი ხარისხის ხილის წვენი დიდ ფუფუნებას წარმოადგენდა. **Vitmak**-მა უკრაინის სამ ქალაქში გახსნა წვენების ქარხანა და დაიწყო პროდუქციის დაბალი ფასით გაყიდვა. საწარმოში დასაქმებულია ადგილობრივი დაბალშემოსავლიანი მოსახლეობა, ხოლო ხილს ადგილობრივი გლეხებისგან იძენენ. შეთავაზებული ხელფასი საშუალო ადგილობრივ ხელფასზე ერთი მესამედით მაღალია. გარდა ამისა, გლეხებს რეგულარულად უტარდებათ ტრენინგები, რათა შეძლონ პროდუქციის ხარისხის გაუმჯობესება და მწარმოებლურობის ამაღლება. ამავე დროს, **Vitmak**-მა იმისათვის, რომ გასულიყო დაბალი შემოსავლის მქონე მომხმარებელზე, განსაკუთრებული ყურადღება შეფუთვის გამარტივებას მიაქცია, რაც გარემოზე უარყოფით ზემოქმედებასაც ამცირებს. დაბალი შემოსავლების ბაზარზე ახალი კონკურენტების გამოჩენის მიუხედავად, **Vitmak**-ის გაყიდვები უკრაინის ბაზრის დაბალი ფასის სეგმენტის 30%-ს შეადგენს. კომპანიის საბაზრო წილი ბაზარზე 10 წელიწადში 7-დან 22%-მდე გაიზარდა (EUNDP, 2009).

ძალიან აქტუალურია შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე პირების ბიზნეს პროცესში ჩართვის საკითხი. მსოფლიო ჯანდაცვის ორგანიზაციის 2015 წლის მონაცემებით, დედამიწის მოსახლეობის დაახლოებით 15% შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე პირებია (WHO, 2016). კვლევებით დასტურდება, რომ უნარშემზღუდული პირები ერთ-ერთ უღარიბეს კატეგორიას მიეკუთვნებიან. მათ სათანადოდ არ მიუწვდებთ ხელი განათლებაზე, ჯანდაცვაზე, ტრანსპორტსა და სხვა საარსებოდ საჭირო მომსახურებასა თუ საქონელზე. აღნიშნული პრობლემები განსაკუთრებით გამძაფრებულია განვითარებად ქვეყნებში.

აღნიშნულ პრობლემასთან ბრძოლის მიმართულებით ერთ-ერთი გამორჩეული კომპანია Starbucks-ია. ის სხვადასხვა სახეობის ყავას აწარმოებს და მსოფლიოში ყველაზე დიდი გასაღების ქსელი გააჩნია. Starbucks-ი უკვე 27 წელია თანამშრომლობს უნარშემზღუდულ პირებთან. კომპანია წელიწადში საშუალოდ 15 უნარშემძრულ პირს ასაქმებს, რაც ერთ-ერთ საუკეთესო შედეგად ითვლება, სწორედ ამიტომ, 2014 წელს Starbucks-ი წლის საუკეთესო ინკლუზიურ

კომპანიად დასახელდა. უნარშემზღუდული პირები, თავისი შესაძლებლობების შესაბამის პოზიციებზე საქმედებიან, მათ პერიოდულად უტარდებათ ტრენინგები, კომპანიაში არის შესაბამისი ინფრასტრუქტურა და მეგობრული გარემო. Starbucks-ის დევიზებია: „თუ შენ სტარბაქსის მომხმარებელი ხარ, ყოველი შენაქნით ეხმარები ჩვენთან დასაქმებულ უნარშემზღუდულ პირებს“, „ჩვენი წარმატება დაკავშირებულია იმ ფერმერების წარმატებასთან, რომლებსაც მოჰყავთ მოსავალი ჩვენთვის“. მსგავსი მოწოდებები კომპანიის მარკეტინგული სტიმულირების კამპანიის უმნიშვნელოვანესი შემადგენელია და ლოიალურად განაწყობენ მომხმარებლებს, რაც გაყიდვებისა და შემოსავლების ზრდის წინაპირობაა (Starbucks, 2017).

2015 წლის მონაცემებით, მსოფლიო მასშტაბით, დასახელდა 10 საუკეთესო კომპანია, რომლებიც აქტიურად რთავენ უნარშემზღუდულ პირებს ბიზნესში: Prudential Financial, Procter & Gamble, IBM, KPMG, Merck & Co, AT&T, Sodexo, Kaiser Permanente, Comcast NBCUniversa, Northrop Grumman (Diversityinc, 2015).

2. ინკლუზიური ბიზნესის განვითარების შემაფერ-ბებელი ფაქტორები

ინკლუზიური ბიზნესის განვითარების მიმართულებით როგორც შესაძლებლობები, ასევე სირთულეები, ძალზე ბევრია. სოფლის დასახლებები და ქალაქის ღარიბი უბნები ბიზნესის წარმოებისათვის არ წარმოადგენს ხელსაყრელ ადგილს (Södergren, 2016). არ არის განვითარებული ან საერთოდ არ არსებობს საჭირო ინფრასტრუქტურა, ღარიბების სამყაროში არ მოქმედებს ფინანსური სისტემა, ეკონომიკა ბარტერსა და ნაღდ ანგაროშსწორებას ეფუძნება. საიმედო სამართლდამცავი და იურიდიული სისტემის არ არსებობის გამო ვარიეტები არაფორმალურ ხასიათს ატარებს (EUNDP, 2009). ბუნებრივია, ასეთ ვითარებაში კომპანიების უმრავლესობას არ გააჩნია შესაძლებლობა ბიზნესი ჩვეული, სტანდარტული სცენარით წარმართოს.

შეიძლება გამოიყოს ხუთი ძირითადი მიმართულება, რომლის გამოც კომპანიები ერიდებიან ხელმოკლე მოსახლეობასთან საქმის დაჭერას:

- შეზღუდული ინფორმაცია ბაზრების შესახებ. მეწარმეებმა ძალიან ცოტა იციან ღარიბების შესახებ, მათ შორის – სამომხმარებლო მისწრაფებები, ფინანსური შესაძლებლობები, მათი, როგორც დაქირავებული მუშაკის, მეწარმოებლის, მეწარმის მახასიათებლები;
- არაეფექტიანი რეგულირება. დაბალშემოსავლიანი მოსახლეობის ბაზრებზე ხშირად არ არსებობს მარეგულირებელი მექანიზმები, რაც ბიზნესის ფუნქციონირებას უსაფრთხოს გახდიდა. არ არის უზრუნველყოფილი სამართლებრივი ნორმების და ხელშეკრულების პირობების დაცვა;
- განვითარებელი ინფრასტრუქტურა. ტრანსპორტით, წყლით, ელექტროენერჯითა და კავშირგაბმულობით უზრუნველყოფის სისტემის განუვითარებლობა;
- ცოდნისა და გამოცდილების უკმარისობა. დაბალ-შემოსავლიანმა მომხმარებელმა შესაძლოა არ იცოდეს

სხვადასხვა პროდუქტის უპირატესობები ან მისი გამოყენება, არ გააჩნდეს სათანადო კვალიფიკაცია საწარმოო პროცესში ჩასართავად.

- შეზღუდული ხელმისაწვდომობა ფინანსურ მომსახურებაზე. საბანკო კრედიტის შეზღუდულობა მკვეთრად ამცირებს დაბალშემოსავლიანი მოსახლეობის შესაძლებლობებს განახორციელოს ინვესტიციები ან მსხვილი შესყიდვები. საბანკო ანგარიშსწორების სისტემის ხელმიუწვდომლობა ბრდის გარიგების განხორციელების დანახარჯებს და რისკს.

3. ინკლუზიური ბიზნესის სტრატეგიები

დაბალშემოსავლიანი მოსახლეობის ბაზარზე მომუშავე კომპანიების რიცხვი განუზრელად იზრდება. კომპანიები დაბალშემოსავლიანი მოსახლეობის ბაზარზე არსებულ დაბრკოლებებს თავს ართმევენ სხვადასხვა სტრატეგიების გამოყენებით. შეიძლება გამოვყოთ ხუთი ძირითადი სტრატეგია: პროდუქტის და პროცესების ადაპტაცია, ინვესტიციები საბაზრო ბარიერების დასაძლევად, დაბალშემოსავლიანი მოსახლეობის ძლიერი მხარეებით სარგებლობა, სტრატეგიული ალიანსების ფორმირება და დიალოგი მთავრობასთან პოლიტიკის შემუშავების საკითხებზე (EUNDP, 2009). რა თქმა უნდა, ეს სტრატეგიები უნდა შეესაბამებოდეს ადგილობრივ პირობებსა და საწარმოს მიზნებს. ამასთან, აუცილებელი კომპონენტი თავად მეწარმის ინტუიცია და ანალიტიკური აზროვნების უნარია.

პროდუქტის და პროცესების ადაპტაცია გულისხმობს საბაზრო ბარიერების გადალახვას ახალი ტექნოლოგიების და ბიზნესპროცესების რეორგანიზების გზით. თანამედროვე საინფორმაციო ტექნოლოგიები იძლევა ასეთი ადაპტაციის საშუალებას, მათ შორის – მობილური ბანკინგი, სმარტბარათები, ტელემედიცინა, რომლის დახმარებითაც შესაძლებელია დისტანციური მომსახურება. მობილურმა ბანკინგმა შესაძლებელი გახადა ოფისების და ბანკომატების (ინფრასტრუქტურა, რომელიც იწვიათა ღირებულება დასახლებებში) გარეშე განხორციელდეს ფინანსური მომსახურება. თანამედროვე პირობებში მობილური ტელეფონი მომხმარებელს საშუალებას აძლევს განახორციელოს ფულადი გადარიცხვები, ანაზღაუროს შეძენილი საქონლისა და მომსახურების ღირებულება, დაფაროს კრედიტის თანხა. ინოვაციური ტექნოლოგიები საშუალებას იძლევა შემცირდეს ბუნებრივი რესურსების გამოყენება და გაიზარდოს მწარმოებლურობა.

ინვესტიციები საბაზრო ბარიერების დასაძლევად შეიძლება განხორციელდეს როგორც საკუთარი რესურსებით, ასევე თანადაფინანსებით. მიუხედავად იმისა, რომ ბაზრის ჩავარდნის დაძლევა, როგორც წესი, მთავრობის საქმიანობის სფეროდ მიიჩნევა, ხშირად ინკლუზიური ბიზნესის მოდელით მომუშავე კომპანიები თავად წყვეტენ ასეთ ამოცანებს. ასეთმა ინვესტიციებმა შეიძლება უზრუნველყოს როგორც საზოგადოებრივი, ასევე კერძო უპირატესობები. მაგალითად, თანამშრომლების სწავლებით საწარმო ამალღებს კადრების კვალიფიკაციას და იმყარებს

საკუთარ პოზიციებს, ამასთან, კვალიფიციურ კადრებს უფლება აქვთ გადავიდნენ სხვა კომპანიებში სამუშაოდ, რითაც მთლიანად საზოგადოება სარგებლობს. დამატებითი სოციალური სარგებლის არსებობა სხვა დაინტერესებული ინსტიტუტების მხრიდან თანადაფინანსების პერსპექტივებს წარმოშობს. ასეთი ინსტიტუტები, მათ შორის დონორები, მეცენატები, არაკომერციული სოციალური საინვესტიციო ფონდები, მთავრობა, კერძო სექტორს საშუალებას აძლევს თანადაფინანსებით (გრანტები, სუბსიდიები, შეღავათიანი კრედიტები) შექმნას სოციალური პროდუქტი.

დაბალშემოსავლიანი მოსახლეობის ძლიერი მხარეების გამოყენება, მათი ბიზნესში უშუალო ჩართვით ან სოციალური ქსელების მეშვეობით, ერთ-ერთი ყველაზე გავრცელებული სტრატეგიაა. როგორც წესი, დაბალშემოსავლიანი ადამიანები ინკლუზიური ბიზნესის მოდელით მომუშავე საწარმოს საკვანძო პარტნიორებია. ხელმოკლე მოსახლეობის მიზიდვით და მათი სოციალური ქსელების გამოყენებით კომპანიებს, დანახარჯების შემცირების გარდა, შეუძლიათ გაიუმჯობესონ ბაზრის ხელმისაწვდომობა, ნდობა და გამჭვირვალება. ხელმოკლე მოსახლეობის ბაზრებზე ბიზნესის წარმატებისათვის უმნიშვნელოვანესია ადგილობრივი ბაზრის თავისებურებების ცოდნა და ნდობა. ამის მიღწევა კი შესაძლებელია ხელმოკლე მოსახლეობის აქტიური ჩართვით ბიზნესში, იქნება ეს ბაზრის შესახებ ინფორმაციის შეგროვება, პროდუქტის აწყობა და შეკეთება, მომარაგება თუ სწავლება. გარდა ამისა, ხშირად თავად ხელმოკლე ადამიანებს უჩდებათ ინოვაციური იდეები ახალი საქონლისა ან მომსახურების შექმნასთან დაკავშირებით, რომელიც უკეთ დააკმაყოფილებს ღარიბი მოსახლეობის მოთხოვნილებებს.

სტრატეგიული ალიანსების ფორმირებით ინკლუზიური ბიზნესს შეუძლია მიიღოს ის რესურსები და შესაძლებლობები, რომლებიც საწარმოს დამოუკიდებლად არ გააჩნია. ასეთი თანამშრომლობა საერთო მიზნის მქონე საწარმოების რესურსების გაერთიანებას ემყარება. ალიანსმა შეიძლება სხვადასხვა სახე მიიღოს: დაპატენტებულ ტექნოლოგიებზე ლიცენზიების გაცვლა, საწარმოო სიმძლავრეების ერთობლივი გამოყენება, კვლევების ერთობლივი დაფინანსება, პარტნიორის პროდუქციის გასაღება საკუთარი ქსელების მეშვეობით და ა.შ. სტრატეგიული ალიანსები იქმნება როგორც საპასუხო რეაქცია დაბალშემოსავლიანი მოსახლეობის ბაზრებისათვის დამახასიათებელ სირთულეებზე და ინკლუზიური ბიზნესის განვითარების ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი სტრატეგიაა.

დიალოგი მთავრობასთან პოლიტიკის შემუშავების საკითხებზე უმნიშვნელოვანესი ელემენტია ხელმოკლე მოსახლეობასთან ბიზნესის წარმოებისას. ყველა ის პრობლემა, რომელსაც ბიზნესი აწყდება დაბალშემოსავლიანი მოსახლეობის ბაზრებზე საქმიანობისას, მეტწილად დაკავშირებულია სახელმწიფო პოლიტიკასთან. ხშირ შემთხვევაში საწარმო ნახულობს შემოქმედებით გზებს, რათა დაძლიოს ბაზარზე არსებული პრობლემები, მაგალითად, ახალი ტექნოლოგიების გამოყენებით, განათლებაში და თანამშრომლების კვალიფიკაციის ამაღლებაში

ინვესტირებით, სტრატეგიული ალიანსების ფორმირებით. ბიზნესის ზოგიერთ მიმართულებაში საბაზრო სირთულეების დაძლევა კერძო ინიციატივებით შეუძლებელია, ამიტომ მათი სტრატეგია მთავრობასთან დიალოგია. ეს რთული და ხანგძლივი პროცესია, რომელში მონაწილეობითაც ბიზნესს შეუძლია მთავრობას მიაწოდოს სასარგებლო ინფორმაცია არსებულ პრობლემებსა და მათი გადაჭრის შესაძლო გზებზე. ხშირად ასეთ დიალოგს შეიძლება მარეგულირებელი ნორმების გამყარებაც მოჰყვეს, რაც ხელმოკლე მოსახლეობის ბაზრებზე ბიზნესის წარმოებას გაამარტივებს.

დასკვა

ინკლუზიურ მოდელს ბიზნესისათვის მოაქვს არა მარტო მოგება და მაღალი შემოსავლები, ის ასევე უზრუნველყოფს ახალი მომხმარებლის მოზიდვას, დასაქმების ზრდას, პროდუქციის მიწოდებისა და რეალიზაციის არხების გაძლიერებას. დაბალი შემოსავლების ადამიანებს ინკლუზიური ბიზნესი საშუალებას აძლევს დაიკმაყოფილონ ძირითადი საჭიროებები, მოაპოვონ სტაბილური შემოსავალი და აამაღლონ პროდუქტიულობა. გარდა ამისა, ინკლუზიური

ბიზნესის მოდელი უზრუნველყოფს ბუნებრივი რესურსების რაციონალურ გამოყენებას და ეკოლოგიური მდგომარეობის გაუმჯობესებას.

განვითარებულ ქვეყნებში ინკლუზიური ბიზნესის აღმავლობა განპირობებულია საზოგადოების წარმატებული წევრების სოციალური აქტიურობის, პასუხისმგებლობის ზრდით, სოციალურად ორიენტირებული ფასეულობების გავრცელებით, სამეწარმეო პრაქტიკისა და სოციალური მისიის წარმატებული კომბინაციით. ამიტომ საქართველოს ეკონომიკაში მიმდინარე დადებითი ძვრები თავისთავად ემსახურება ინკლუზიური ბიზნესის განვითარებას. თუ გავითვალისწინებთ ქართული წარმატებული კომპანიებისათვის დამახასიათებელ სოციალური პასუხისმგებლობის მზარდ ტენდენციას, ქართველების მისწრაფებას სწრაფად აუწყონ ფეხი მსოფლიოში მიმდინარე პოზიტიურ ტენდენციებს, ასევე იმას, რომ ინკლუზიური ბიზნესის მხარდაჭერა ისეთივე რესპექტაბელურია როგორც ქველმოქმედება, ამავდროულად უფრო თანამედროვე და ეფექტიანი, შეიძლება ვივარაუდოთ, რომ ინკლუზიურ ბიზნესს საქართველოში კარგი პერსპექტივა გააჩნია.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. Diversityinc. (2015). The DiversityInc Top 10 Companies for People With Disabilities. <http://www.diversityinc.com/top-10-companies-people-with-disabilities/> (ნანახია 9.05.2017).
2. EUNDP. (2009). Business Solution to poverty — How inclusive business models create opportunities for all in Emerging Europe and Central Asia. UNDP Regional Bureau for Europe and the Commonwealth of Independent States. http://www.growinginclusivemarkets.org/media/report/rbecreport_EN_websmall.pdf (ნანახია 12.05.2017).
3. Meskhia, I., Shaburishvili, S. (2014). Major Threats to Economic Stability in the Post-communist Georgia: Reality and Prognosis. Organization in changing environment (pp. 31-44). Warsaw: Studio Emka.
4. Södergren, K. (2016). Inclusive Business Perspectives. Associate, Social Capital, WBCSD, Inclus <http://www.inclusive-business.org/inclusive-business.html> (ნანახია 19.02.2017).
5. Starbucks. (2017). What is the role and responsibility of a for-profit, public company? Starbucks, <https://www.starbucks.com/responsibility> (ნანახია 3.04.2017).
6. WHO. (2016). World Health Statistics. WHO, http://www.who.int/gho/publications/world_health_statistics/2016/EN_WHS2016_Chapter3.pdf?ua=1 (ნანახია 9.04.2017).
7. (2017). სიღარიბის მაჩვენებლები. საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური (http://geostat.ge/?action=page&p_id=187&lang=geo, ნანახია 11.05.2017).
8. შაბურიშვილი, შ. (2012). სოციალური მეწარმეობის ფენომენი და ინკლუზიური ბიზნესის მოდელეები. ეკონომიკა და ბიზნესი N3, 101–113.

THE PECULIARITIES OF INCLUSIVE BUSINESS DEVELOPMENT UNDER GLOBALIZATION

SHOTA SHABURISHVILI

Academic Doctor of Economics,

Associate Professor of Ivane Javakhishvili Tbilisi State University, Georgia

KEYWORDS: INCLUSIVE BUSINESS, POVERTY, VALUE CHAIN, BUSINESS MODEL, ECONOMIC DEVELOPMENT

SUMMARY

Inclusive business is an emerging field in Georgia. For Inclusive business successful samples and sharing information (as on national level as on international level) are necessary. Inclusive business models include people with low incomes on the demand side as clients and consumers, and on the supply side as employees, producers and entrepreneurs at various points in the value chain. They build bridges between business and people with low incomes, for

mutual benefit. The benefits from inclusive business models go beyond immediate profits and higher incomes. For business, they include winning new consumers, expanding the workforce, and strengthening supply and delivery chains. And for people with low incomes, they include meeting basic needs, having sustainable earnings, and achieving higher productivity. In addition, the models can be designed in a way that uses environmental resources sustainably.