

გზა მდგრადობისკენ. ციკლულარული ეკონომიკა



გარემოსდაცვითი და აგრორული განათლება სკოლაში

დამხმარე სახელმძღვანელო ზოგადი განათლების საბაზო და საშუალო
საფეხურის მასწავლებლებისთვის



გარემოს დაცვისა და სოფლის
მეურნეობის სამინისტრო



სსიპ გარემოსდაცვითი
ინფორმაციისა და
განათლების ცენტრი



ევროკავშირი
საქართველოსთვის
The European Union for Georgia

NIRAS

თბილისი
2026

სახელმძღვანელო შექმნილია ევროკავშირის მიერ დაფინანსებული პროექტის „საქართველოში გარემოს დაცვისა და კლიმატის ცვლილების წინააღმდეგ ბრძოლის მხარდაჭერა“ ფარგლებში, საერთაშორისო კომპანიის NIRAS და გარემოსდაცვითი ინფორმაციისა და განათლების ცენტრის მიერ.

სახელმძღვანელო შექმნილია ევროკავშირის მხარდაჭერით. მის შინაარსზე სრულად პასუხისმგებელია გარემოსდაცვითი ინფორმაციისა და განათლების ცენტრი. შესაძლოა, რომ იგი არ გამოხატავდეს ევროკავშირის შეხედულებებს.

ყველა უფლება დაცულია. ნაშრომის ხელახალი გამოცემა დასაშვებია მხოლოდ არაკომერციული და საგანმანათლებლო მიზნებისთვის საავტორო უფლების მქონე სუბიექტის წერილობითი ნებართვითა და წყაროს ზუსტი მითითებით.

სახელმძღვანელოს შექმნაზე მუშაობდა:

მანანა რატიანი - ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის პროფესორი, UNECE განათლება მდგრადი განვითარების მმართველი კომიტეტის დამკვირვებელი

„სახელმძღვანელო შემუშავდა სსიპ „გარემოსდაცვითი ინფორმაციისა და განათლების ცენტრის“ ორგანიზაციული და ინსტიტუციური ხელშეწყობით.“

სახელმძღვანელო ელექტრონულად ხელმისაწვდომია ვებ-გვერდებზე:

WWW.ELIBRARY.MEPA.GOV.GE

WWW.EIEC.GOV.GE

წინასიტყვაობა

სახელმძღვანელო „გარემოსდაცვითი და აგრარული განათლება სკოლაში“ (საბაზო და საშუალო საფეხურის მასწავლებლებისთვის) - გარემოსდაცვითი ინფორმაციისა და განათლების ცენტრის მიერ დაწესებული გარემოსდაცვითი და აგრარული განათლების ხელშემწყობი პოლიტიკის გაგრძელებას წარმოადგენს. მისი მიზანია, მოსწავლეებს უზიძგოს უკეთესი და მდგრადი სამყაროს შექმნისკენ. იგი შლის ზღვარს გარემოსდაცვით და აგრარულ თეორიულ ცოდნასა და პრაქტიკას შორის, მკითხველს ეხმარება ადამიანის ქმედებებსა და ჩვენი პლანეტის ჯანმრთელობას შორის კავშირების სიღრმისეულ გაგებაში.

სახელმძღვანელო მწვავე გლობალური გამოწვევების გადასაჭრელად მოსწავლეებს აუცილებელ ცოდნასა და უნარ-ჩვევებს შესძენს. კლიმატის ცვლილების, ბიომრავალფეროვნების, ნარჩენების მართვის, ენერგორესურსების, წყლის, ოკეანის კონსერვაციის, მდგრადი მოხმარების, ცირკულარული ეკონომიკის, მდგრადი სოფლის მეურნეობის, მიწათსარგებლობისა და მდგრადი ქალაქების საკითხების შესწავლით, მოსწავლეები საჭირო კომპეტენციებით აღიჭურვებიან ინფორმირებული გადაწყვეტილებების მისაღებად და მდგრადი მომავლისკენ პასუხისმგებლიანი მოქმედებების განსახორციელებლად.

გარემოსდაცვითი, აგრარული განათლება და მდგრადობა ერთმანეთთან მჭიდრო კავშირშია. ბოლო წლების განმავლობაში მდგრადობის კონცეფცია სულ უფრო მნიშვნელოვანი ხდება, რადგან მთელ მსოფლიოში ადამიანები უფრო მეტად აცნობიერებენ საზოგადოებისა და ეკონომიკური საქმიანობის გავლენას ბუნებრივ გარემოზე და მის უარყოფით შედეგებს. მდგრადობის მისაღწევად შეუცვლელია ინდივიდების როლი. მიზნის მისაღწევად აუცილებელია, ყველამ საკუთარი წვლილი შეიტანოს ეკომეგობრული პრაქტიკული უნარ-ჩვევების პოპულარიზაციაში. სახელმძღვანელოში განხილულია ის სფეროები, რომლებზეც ზრუნვა ძალზედ მნიშვნელოვანია.

„გარემოსდაცვითი და აგრარული განათლება სკოლაში“ წარმოადგენს დინამიური შინაარსის დამხმარე რესურსს VII-XII კლასის მასწავლებლებისთვის, რომელიც შემუშავებულია, რათა სკოლის საბაზო და საშუალო საფეხურის მოსწავლეებმა სიღრმისეულად გააცნობიერონ გარემოსდაცვითი და აგრარული საკითხები, იგრძნონ მოტივაცია, თავად გადადგან ნაბიჯები გარემოზე ზემოქმედების შესამცირებლად და გლობალურ გამოწვევებზე საპასუხოდ.

იმისათვის, რომ სახელმძღვანელოდან მიღებული ცოდნა იყოს პრაქტიკული და ცხოვრებაში გამოსაყენებელი, პროგრამის „გარემოსდაცვითი და აგრარული განათლება სკოლაში“ თითოეული თემატური ერთეული აერთიანებს თეორიასა და პრაქტიკულ სავარჯიშოებს. აქ მრავლად შეხვედებით პროექტზე დაფუძნებულ ისეთ სასწავლო იდეებსა და ანალიტიკურ აქტივობებს, რომლებიც მოსწავლეთა ასაკსა და ინტერესს ითვალისწინებს. სახელმძღვანელო დატვირთულია რეალური მაგალითებით, მათი შესწავლა ავითარებს კრიტიკულ აზროვნებას და პრობლემის გადაჭრის უნარს.

რესურსი დაეხმარება მასწავლებლებს ეროვნული სასწავლო პროგრამით განსაზღვრული პრიორიტეტული მიმართულებებისა და გარემოს დაცვის საკითხების სწავლებაში.

მოცემული მრავალფეროვანი მასალა განკუთვნილია, როგორც საბაზო და საშუალო საფეხურის მასწავლებლებისთვის, ისე მოსწავლეებისათვის. წიგნში მოცემული ინტერაქტიული სწავლებები და პრაქტიკული მაგალითები მოსწავლეებს აქტიურ, თანამედროვე გამოწვევებზე ინფორმირებულ, გლობალურ მოქალაქეებად ჩამოყალიბებას შეუწყობს ხელს და ისინი შეძლებენ, გაუმკლავდნენ ყოველდღიურ გარემოსდაცვით გამოწვევებსა და პრობლემებს.

სარჩევი

გზა მდგრადობისკენ - ცირკულარული ეკონომიკა	5
მიმდინარე ეკონომიკის ხელახალი გააზრება და დიზაინი	5
ტრანსნაციონალური კორპორაციები (TNC)	12
ცირკულარული ეკონომიკა	15
ბიზნეს მოდელზე მოქმედი ძირითადი გარე და შიდა ფაქტორები	17
შეამოწმე შენი ცოდნა	21
აქტივობები ცირკულარული ეკონომიკისთვის	22
მწვანე პროექტის მართვა	23
მდგრადი მარკეტინგის კამპანია	25
მწვანე ეკონომიკა	26
მდგრადი სტარტაპ-გამოწვევა	28
მწვანე საკონსულტაციო ჯგუფი	30
მწვანე პოლიტიკის სხვადასხვა მიმდინარეობა	31
გამოყენებული ლიტერატურა	33

დღევანდელი „ჩვეულებრივი ბიზნესის“ (business as usual) მოდელი ხაზოვანი ეკონომიკის სახელითაცაა ცნობილი და დაფუძნებულია სტანდარტულ ოპერაციულ ფუნქციებზე, რომლის მიზანია მაქსიმალური მოგების მიღება. ის არ ითვალისწინებს გარემოზე ზრუნვას, ამიტომ საჭიროა ასეთი მოდელის შეცვლა მწვანე ან ციკლური ეკონომიკით. კონცეფციის ზოგადი განმარტება გულისხმობს ეკონომიკაში მწვანე კონცეფციის პრინციპების დანერგვას, რომელიც ამცირებს წარმოების პროცესების გარემოსდაცვით რისკებს, ამცირებს რესურსებზე ზეწოლას და უზრუნველყოფს ადამიანის კეთილდღეობასა და სოციალურ თანასწორობას.

მიმდინარე ეკონომიკის ხელახალი გააზრება და დიზაინი

ამჟამინდელი გლობალური ეკონომიკა, რომელიც ხასიათდება ხაზოვანი/წრფივი მოდელით - „მოიპოვე, აწარმოე, გადააგდე“, უპრეცედენტო გამოწვევების წინაშე დგას. ამ მოდელს საფრთხეს უქმნის რესურსების ამოწურვა, გარემოს დეგრადაცია და სოციალური უთანასწორობა, რომელიც გათვალისწინებული უნდა იყოს წარმოების ყველა ეტაპზე. ამ აქტუალური საკითხების გადასაჭრელად და უფრო მდგრადი მომავლის ხელშეწყობისთვის, აუცილებელია ჩვენი ეკონომიკური სისტემების გადახედვა, ხელმეორედ გააზრება და ცვლილებების შეტანა. ცვლილებები უნდა ეფუძნებოდეს გარკვეულ პრინციპებს, რომლებიც საჭიროა მიმდინარე ეკონომიკის უფრო მდგრად და ინკლუზიურ მოდელად გადაქცევისთვის.

ციკლურული თუ წრიული ეკონომიკა წარმოადგენს არსებული ეკონომიკური სისტემის გარდაქმნის მიზანს. ხაზოვანი მოდელიდან წრიულ მოდელზე გადასვლა მოგვიტანს რესურსების

სამოქმედო გეგმა ცირკულარული ეკონომიკისთვის



ეფექტურობის ზრდას, ნარჩენების წარმოქმნის შემცირებას, მასალების მრავალჯერად გამოყენებასა და რეგენერაციას. ეს კი გულისხმობს პროდუქტების დიზაინის გამძლეობას, შეკეთებას, გადამუშავებასა და მასალის აღდგენის შესაძლებლობას (არ იყოს ერთჯერადი გამოყენების). ცირკულარული ეკონომიკის განვითარება და ფართო დამკვიდრება გამოიწვევს მნიშვნელოვან დადებით ცვლილებებს, რადგან საფუძვლიანად შემცირდება რესურსების მოხმარება და გამომუშავებული ნარჩენები, რაც, თავის მხრივ, შეამცირებს პროდუქციის ღირებულებას და ხელს შეუწყობს ეკონომიკის ზრდას.

switchoasia Funded by the European Union #WeSwitch POWER OF SWITCH POWER WITH US

დიაგრამა 1

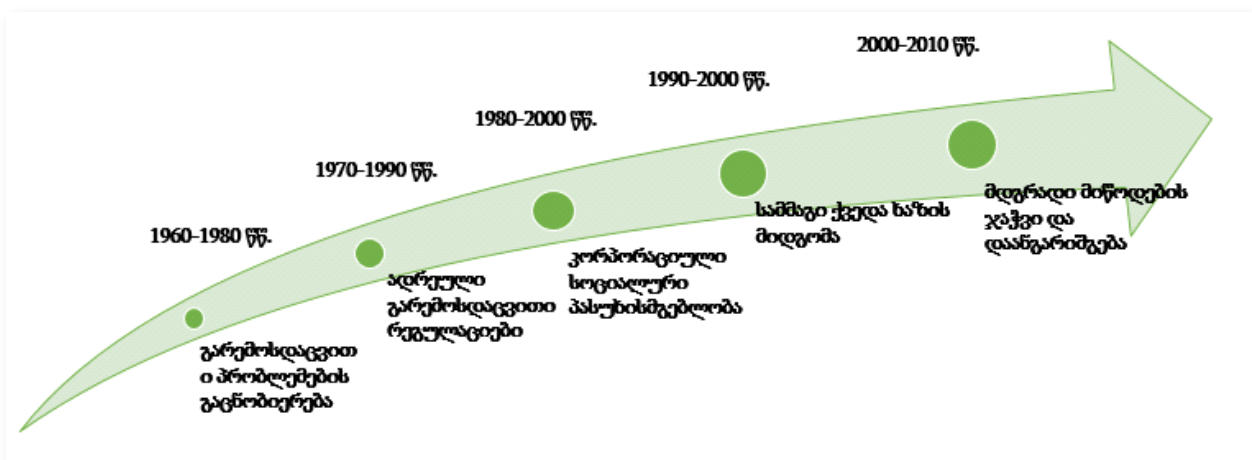
ბულია წიალისეულ საწვავზე, მისგან მიღებულ ენერჯიაზე, რაც ამძაფრებს გარემოს დეგრადაციას. ეკონომიკის განახლებაზე საუბრისას, გასათვალისწინებელია განახლება ენერჯიის წყაროებზე გადასვლა. მზის, ქარისა და სხვა სუფთა ენერჯიაზე მომუშავე ტექნოლოგიების დანერგვა და გავრცელება, არა მხოლოდ შეამცირებს სათბურის აირების გამოყოფას, არამედ შექმნის ახალ სამუშაო ადგილებს და გააძლიერებს ენერგეტიკულ უსაფრთხოებას. მასზე გადასვლის დაჩქარე-

ბისტვის მნიშვნელოვანია კვლევებისა და ინოვაციების მხარდაჭერა, ხელსაყრელი პოლიტიკის შემუშავება და ინვესტიციები განახლებადი ენერჯის ინფრასტრუქტურაში.

მდგომარეობას ამძიმებს მოხმარებისა და წარმოების არამდგრადი პრაქტიკა, რომლის ცვლილებაც გადაწყვეტია მიმდინარე ეკონომიკური მოდელის ხელახალი განსაზღვრისათვის. პასუხისმგებლიანი მოხმარების ჩვევების წახალისებას, გარემოზე ზემოქმედების შესახებ ცნობიერების ამაღლებას აუცილებლად მოჰყვება პოზიტიური ცვლილებები. მდგრადი წარმოების პრაქტიკის დანერგვა, როგორცაა: ეკო-დიზაინი, მწვანე წარმოება, სასიცოცხლო ციკლის შეფასება და გათვალისწინება, ამცირებს რესურსების გამოყენებას, დაბინძურებას და უზრუნველყოფს პროდუქტის ხარისხსა და უსაფრთხოებას.

არსებული ეკონომიკის გადახედვასთან დაკავშირებული რთული გამოწვევების დაძლევა მოითხოვს თანამშრომლობას სხვადასხვა დაინტერესებულ მხარეებს შორის. პოლიტიკის შემქმნელებმა, ბიზნესებმა, მეცნიერებმა და სამოქალაქო საზოგადოებამ ერთად უნდა შეიმუშავონ და განახორციელონ მდგრადი პოლიტიკა; ამ პარტნიორობის დასამყარებლად, წახალისონ ცოდნის გასაზიარებელი პლატფორმების შექმნა. ინოვაციების დამკვიდრება, მეწარმეობის ხელშეწყობა და მდგრადი სტარტაპების მხარდაჭერა განავითარებს მდგრად გადაწყვეტილებებსა და ბიზნეს მოდელებს, რომლებიც განვითარების ახალ მოდელს განაპირობებენ. ინკლუზიური და სამართლიანი ეკონომიკის შესაქმნელად, ამავე მოდელში გათვალისწინებული უნდა იყოს სოციალური თანასწორობა, რომელიც გულისხმობს ღირსეული სამუშაო და ცხოვრების პირობების უზრუნველყოფას, შემოსავლების უთანასწორობის შემცირებას, განათლების, ჯანდაცვის სერვისებზე თანაბარ ხელმისაწვდომობას. სოციალური და გარემოსდაცვითი ასპექტების ინტეგრირება ეკონომიკური გადაწყვეტილების მიღების პროცესებთან, ქმნის უფრო სამართლიან საზოგადოებას.

განვიხილოთ განვითარების ეტაპები, თუ როგორ მიმდინარეობს ეკონომიკური სისტემების არსებული ბიზნეს მოდელიდან მდგრადზე გადასვლის პროცესი. აღსანიშნავია, რომ პირველი 5 საფეხური თანმიმდევრულია და ერთმანეთს ენაცვლება (დიაგრამა 1. ბიზნეს მოდელების ცვლილების საწყისი ეტაპი), თუმცა პროცესების კომპლექსურობიდან გამომდინარე ის მყისიერად არ ნაცვლდება მომდევნოთი და მას დრო სჭირდება. ბევრმა კორპორაციამ მოიხრგო ეს მიდგომა, მისი შედეგები მისაღებად მიიჩნია და დღესაც აღნიშნული მოდელით ხელმძღვანელობს. შესაბამისად, გვაქვს პარალელურად სხვადასხვა მიდგომები (დიაგრამა 2. ბიზნეს მოდელების მრავალფეროვნება განვითარების ახალი ეტაპი). განვიხილოთ თითოეული მათგანი:



დიაგრამა 2 ბიზნესის მოდელების ცვლილება, საწყისი ეტაპი

გარემოსდაცვითი პრობლემების გაცნობიერება (1960-1980 წლები)

გარემოსდაცვით საკითხებზე გაზრდილმა ინფორმირებულობამ, როგორცაა: გლობალური გამოწვევები - დაბინძურება, რესურსების ამოწურვა და კლიმატის ცვლილება, გამოიწვია დისკუსიები ყველა სფეროში მდგრადი პრაქტიკის აუცილებლობის შესახებ. რა თქმა უნდა, ბიზნესი ამ განხილვების მთავარი თემა აღმოჩნდა, რადგან მისი როლი გარემოზე ზემოქმედებაში თვალში საცემი იყო. ამ პერიოდში გაიზარდა გარემოსდაცვითი მოძრაობები და აქტივიზმი. სწორედ ამ დროს დაუკავშირეს ერთმანეთს გარემოს დაბინძურების პოტენციური ზემოქმედება და ადამიანის ჯანმრთელობა. გარკვეულწილად ცნობიერების გაზრდა რეიჩელ კარსონის გახმაურებულმა წიგნმა - „მდუმარე გაზაფხულმაც“ გამოიწვია. შეიძლება ითქვას, რომ მისმა პოპულარობამ გააჩინა ცვლილებებზე მოთხოვნა. აღსანიშნავია, რომ ამ პროცესების შესაბამისად არ მიმდინარეობდა გარემოზე ზემოქმედების შემარბილებელი ღონისძიებები.

უამრავი მაგალითის მოყვანა შეიძლება იმაზე, თუ რამდენად გამანადგურებელი იყო ამ პერიოდში ადამიანის ბუნებაზე ზემოქმედება. მეტიც, მასშტაბური პროექტები, როგორებიცაა ჭაობების ამოშრობა, ინფრასტრუქტურის განვითარება ტყეების გაჩეხვის ხარჯზე თუ გიგანტური ჰესების მშენებლობა, ადამიანის ბუნებაზე გამარჯვებად და პროგრესად იყო აღქმული. მაგალითად, კლივლენდის მახლობლად, ჩრდილო ოჰაიოში, სამრეწველო დაბინძურების გამო, მდინარე კაიაჰოგას ცეცხლი გაუჩნდა. ეს არ იყო ერთჯერადი პრობლემა, იგივე მოვლენა თოთხმეტჯერ გამეორდა, მათგან ყველაზე მასშტაბური 1969 წელს დაფიქსირდა. ცეცხლმოკიდებული მდინარე გარემოს დეგრადაციის სიმბოლოდ იქცა და გამკაცრებული რეგულაციების აუცილებლობა მოითხოვა.

ადრეული გარემოსდაცვითი რეგულაციები (1970-1990 წლები)

მთავრობებმა დაიწყეს გარემოსდაცვითი რეგულაციების დაწესება, რაც, პირველ რიგში, ჰაერსა და წყალს შეეხო. გარემოზე უარყოფითი გავლენების შესამცირებელი რეგულაციები შეერთებულ შტატებში ბიზნესს აკისრებდა იურიდიულ ვალდებულებებს.

გარემოსდაცვითი რეგულაციები, რომლებიც მიზნად ისახავდა დაბინძურების მინიმუმამდე შემცირებას, ბუნებრივი რესურსების დაცვასა და საზოგადოებრივი ჯანმრთელობის უზრუნველყოფას, სამრეწველო საქმიანობის უარყოფითი ზემოქმედების შესამცირებლად ეფექტური მექანიზმი აღმოჩნდა.

მაგალითად „სუფთა ჰაერის აქტი (1970 წ.)“ და „სუფთა წყლის აქტი (1972 წ.)“ შეერთებულ შტატებში ადგენს ჰაერისა და წყლის ხარისხის სტანდარტებს, აწესებს მოთხოვნებს ბიზნესისთვის ემისიებისა და დაბინძურების შესამცირებლად.

კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა (1980-2000 წლები)

კომპანიებმა დაიწყეს ბიზნეს სტრატეგიებში სოციალური და გარემოსდაცვითი პასუხისმგებლობების აღიარება და ამ მიმართულებით მოსაზრებების ჩართვა განვითარების გეგმებში. გაჩნდა კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის (CSR) ინიციატივები, რომლებიც ფოკუსირებული იყო ფილანთროპიაზე, საზოგადოების ჩართულობასა და პასუხისმგებლიან ბიზნეს პრაქტიკაზე.

ამ პერიოდის განმავლობაში, ბიზნესებმა გააცნობიერეს, რამდენად მნიშვნელოვანია სოციალური და გარემო ფაქტორების გათვალისწინება თავიანთი საქმიანობისას. კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა (CSR) წარმოიშვა, როგორც ნებაყოფლობითი აქტი, რომელიც ხაზს უსვამს ფილანტროპიას, ეთიკურ მიდგომას, თანამშრომელთა კეთილდღეობასა და საზოგადოების ჩართულობას.

მაგალითად, პატაგონია - ტანსაცმლის მწარმოებელი კომპანია, გახდა ლიდერი CSR-ის დანერგვაში, რომელიც ამკვიდრებდა სამართლიან შრომით პრაქტიკას, იყენებდა გადამუშავებულ მასალებს და თავისი შემოსავლების ნაწილს მიმართავდა გარემოსდაცვითი მიზნებისთვის: აფინანსებდა ამ პრობლემების მოგვარებისთვის საჭირო პროექტებს.

სამმაგი ქვედა ხაზის მიდგომა (1990-2000 წლები)

კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის მიმართულებით გადადგმული ნაბიჯების პარალელურად, შემუშავდა „სამმაგი ქვედა ხაზის“ (Triple Bottom Line) კონცეფცია, რომელიც კიდევ უფრო დახვეწილი და მრავლისმომცველი იყო. კონცეფციაში, რომელიც მალევე გახდა ცნობილი, ხაზგასმული იყო, რომ ბიზნესმა უნდა გაითვალისწინოს არა მხოლოდ მოგება, არამედ გარემოსა თუ სოციუმზე ზემოქმედებაც. ეს მიდგომა მიზნად ისახავდა ეკონომიკური, ეკოლოგიური და სოციალური მდგრადობის დაბალანსებას, მყარი შედეგებისა და გრძელვადიანი წარმატების მიღწევას, მოუწოდებდა კომპანიებს, ეკონომიკურ მოსაზრებებთან ერთად, გაეთვალისწინებინათ საკუთარი საწარმოო პროცესების მიერ გარემოსა და სოციუმზე ზემოქმედება. აღნიშნული შეხედულება 3 P-ს ეფუძნება - მოგება, ადამიანები და პლანეტა (ინგლისური profit, people, planet პირველი ასოები) და გულისხმობს, რომ ბიზნესი მხოლოდ მოგებაზე არ უნდა იყოს ორიენტირებული.

მაგალითად, ინტერფეისმა, რომელიც ხალიჩების უმსხვილესი მწარმოებელია, მიიღო სამმაგი ქვედა ხაზის მიდგომა და განაცხადა, რომ მზად არის, გახდეს მდგრადი კომპანია. ამისთვის მათ განიხილეს, როგორ უნდა გაეხადათ რესურსების გამოყენება უფრო ეფექტური, წარმოებისას გაზარდეს გადამუშავებული, მეორეული მასალების გამოყენება და ამით შეამცირეს ნარჩენები.

მდგრადი მიწოდების ჯაჭვი და დაანგარიშგება (2000-2010 წლები)

კომპანიები ფოკუსირდნენ მდგრადი მიწოდების ჯაჭვზე, სადაც სრული ხაზი ფუნქციონირებს გარემოსდაცვითი და სოციალური ასპექტების გათვალისწინებით. გამჭვირვალობა და ანგარიშგება მდგრადობის შესრულების შესახებ უფრო გავრცელებული პრაქტიკა გახდა, რამაც დაინტერესებულ მხარეებს საშუალება მისცა, ამ მიმართულებით კომპანიის ძალისხმევა შეეფასებინათ.

საწარმოებმა თავიანთი მიწოდების ქსელში დაიწყეს მდგრადობის მნიშვნელობის ხაზგასმა, დანერგეს პრაქტიკა, რომლის მიხედვითაც, მეტი პასუხისმგებლობით ეკიდებიან როგორც ენერგორესურსების დაზოგვას, ასევე გარემოს დამბინძურებლების შემცირებას. ამავდროულად, მათ დანერგეს სისტემა, რომელიც უზრუნველყოფს შრომის სამართლიან პირობებს. მდგრადობისკენ გადადგმულ ნაბიჯებზე ანგარიშგება ამ კონცეფციის მნიშვნელოვანი ნაწილი გახდა. გამჭვირვალობითა და ანგარიშგებით ისინი მუდმივად ურთიერთობენ დაინტერესებულ მხარეებთან.

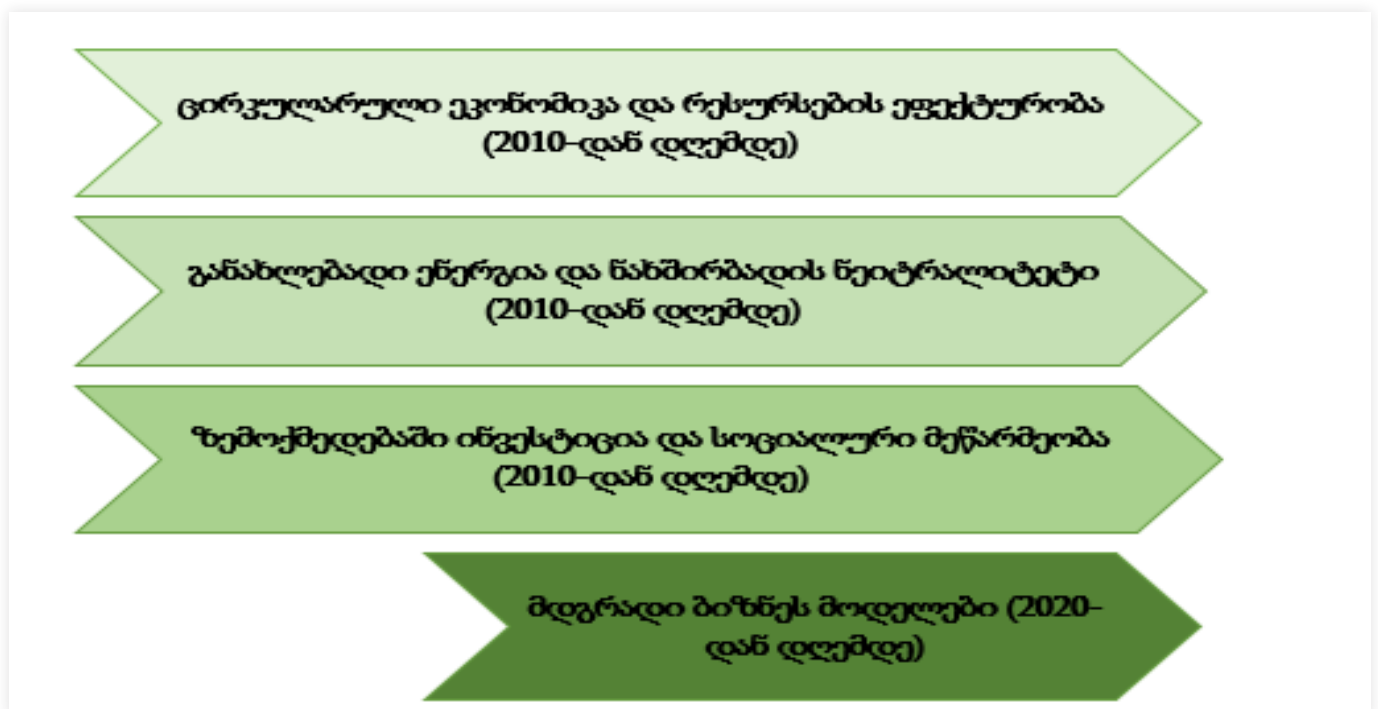
მაგალითად, სპორტული სამოსის მთავარი ბრენდი - Nike მწვავე კრიტიკის ობიექტი გახდა მას შემდეგ, რაც მიწოდების ჯაჭვში პრობლემები აღმოაჩნდა შრომითი პრაქტიკის კუთხით. ერთგვარი სკანდალიც აგორდა, თუ როგორ ირღვეოდა ადამიანის უფლებები განვითარებად ქვეყნებში განთავსებულ მათ კუთვნილ საწარმოებში. ამის საპასუხოდ, კომპანიამ დანერგა შეტყობინების სისტემა, რომელიც აკონტროლებს და აცნობებს მის მომხმარებლებს მდგრადობის კომპონენტის შესრულებას. ისინი საკუთარ ვებგვერდზე არაერთ საინტერესო ინიციატივას აშუქებენ.

ცირკულარული ეკონომიკა და რესურსების ეფექტურობა (2010 წლიდან დღემდე)

ცირკულარული ეკონომიკა, როგორც ბიზნეს მოდელი, აქტუალური გახდა. მისი მიზანია, ნარჩენების შემცირება, უნარჩენო ეკონომიკის წახალისება და ამით რესურსების ეფექტურობის გაზრდა. კომპანიებმა დაიწყეს ისეთი პრაქტიკის დანერგვა, როგორცაა ნარჩენების რეციკლირება, მასალების ხელახალი გამოყენება და პროდუქტების დიზაინში აქცენტი დაამატეს გამძლეობასა და შეკეთებაზე.

ცირკულარული ეკონომიკის კონცეფციამ თავისი ადგილი დაიმკვიდრა, რადგან ფოკუსირებული იყო ნარჩენების შემცირებაზე, რესურსების ეფექტურობის მაქსიმალურად გაზრდაზე და პროდუქტის სასიცოცხლო ციკლის გაგრძელების ხელშეწყობაზე.

მაგალითად, ელენ მაკარტურის ფონდის ინიციატივა, სახელწოდებით ცირკულარული ეკონომიკა 100 (Circular Economy 100, CE100), რომელიც აერთიანებს კომპანიებს, მთავრობებსა და ორგანიზაციებს ცირკულარული ეკონომიკის მოდელებზე გადასვლისთვის. ნიმუშად გამოდგება H&M-ს საქმიანობაც - ძველი ტანსაცმლის შეგროვების პროგრამა მის ახალ პროდუქტად გადამუშავებისთვის.



დიაგრამა 3 ბიზნესის მოდელების ცვლილება, მიდგომების მრავალფეროვნება

განახლებადი ენერჯია და ნახშირბადის ნეიტრალიტეტი (2010 წლიდან დღემდე)

რომში გამართულ ორდღიან სამიტზე „დიდი ოცეულის“ ჯგუფის ქვეყნები მივიდნენ შეთანხმებამდე, გააგრძელონ მუშაობა, რათა ამ საუკუნის შუაში შესაძლებელი გახდეს „ნახშირბადის ნეიტრალიტეტის მიღწევა“. მათ ხელი მოაწერეს კომუნიკეს, რომელშიც ქვეყნის ლიდერები აღიარებენ, რომ კლიმატური ცვლილების შენარჩუნება 1,5 გრადუსის დონეზე საჭიროებს „მნიშვნელოვან და ეფექტიან მოქმედებებსა და ყველა ქვეყნის ერთგულებას“. აღნიშნული გადაწყვეტილების მხარდასაჭერად მრავალი ბიზნესის პრიორიტეტი გახდა განახლებადი ენერჯიის წყაროებზე გადასვლა, რაც ნახშირბადის ემისიების შემცირებასა და კლიმატის ცვლილების შერბილებას დაეხმარება. კომპანიები ადგენენ გეგმებს, რათა გახდნენ ნეიტრალური, დანერგონ განახლებადი ენერჯიის ტექნოლოგიები, მიიღონ ენერგოეფექტურობის ზომები და ნახშირბადის ოფსეტი განახლებადი ენერჯიის პროექტებში ინვესტიციების გზით.

ნახშირბადის ოფსეტი კონცეფციაა, რომელიც გარკვეული ინვესტიციებით აკომპენსირებს ნახშირბადის ნაკვალევს მწვანე და გარემოსდაცვით პროექტებში. ასე მაგალითად, თუ თქვენს თანამშრომლებს ხშირად უწევთ მივლინებებში სიარული და ამისთვის ავიაკომპანიების მომსახურებით სარგებლობენ, მათ შეუძლიათ, ემისიები დააკომპენსირონ ყოველი ფრენისას შესაბამის პლატფორმებზე თანხების გადარიცხვით. მსგავსი პლატფორმა აქვს გაეროს.

მაგალითად, Google-მა ნახშირბადის ნეიტრალიტეტს 2007 წელს მიაღწია და მას შემდეგ აიღო ვალდებულება, თავისი ოპერაციების გასაძლიერებლად გამოიყენოს 100% განახლებადი ენერჯია. მდგრადობის მიზნების მისაღწევად კომპანიამ განახორციელა ინვესტიცია განახლებადი ენერჯიის ფართომასშტაბიან პროექტებში.

ზემოქმედებაში ინვესტიცია და სოციალური მეწარმეობა (2010 წლიდან დღემდე)

ზემოქმედებაში ინვესტიციამ კარგი სტარტი აიღო. ინვესტორები ფოკუსირებულნი არიან იმ კომპანიებზე, რომლებიც პოზიტიურად მოქმედებენ გარემოსა და სოციუმზე, ამავდროულად იღებენ ფინანსურ სარგებელს. სოციალური მეწარმეობა წარმოიშვა, როგორც ბიზნეს მიდგომა, რომელიც ქრის საზოგადოებაში არსებულ პრობლემებს. მსგავსი მიზანმიმართული ინვესტიციებისათვის საჭირო გახდა პოპულარობა, ინვესტორები ეძებენ ფინანსურ სარგებელს, რომელსაც დადებითი სოციალური და გარემოსდაცვითი შედეგები მოჰყვება. სოციალური მეწარმეობა სულ უფრო ფართოდ ვრცელდება და იკიდებს ფენს, როგორც ბიზნეს მიდგომა, რომელიც სოციალურ პრობლემებს მდგრადი ბიზნეს მოდელების საშუალებით აგვარებს.

მაგალითად, სოციალურმა საწარმომ TOMS Shoes-მა წამოიწყო პროექტი „ერთი ერთისთვის“, სადაც ყოველი შექნილი ფეხსაცმლისთვის ისინი ჩუქნიან წყვილს გაჭირვებულ ადამიანს. ეს ბიზნეს მოდელი ძალიან პოპულარულია და ხშირად ყოველ გადახდილ დოლარზე მისი გარკვეული პროცენტი სხვადასხვა სოციალური პრობლემის გადაჭრას უწყობს ხელს. მომხმარებელმა იცის, თუ რას მოხმარდება მისი გადახდილი ფული.

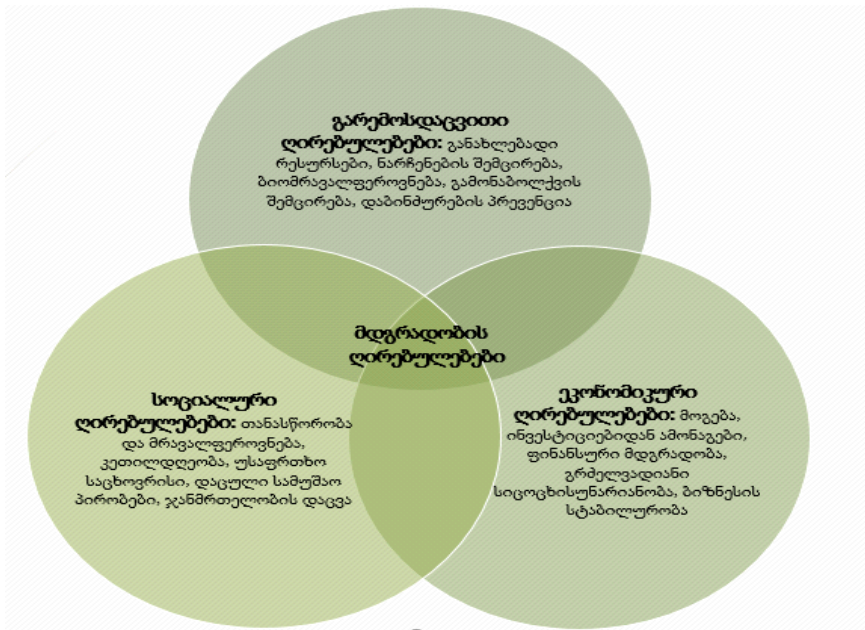
მდგრადი ბიზნეს მოდელები (2020 წლიდან დღემდე)

თანამედროვე ეპოქა ძირითად ბიზნეს მოდელებში მდგრადობის ინტეგრირებით ხასიათდება. ჯერ-ჯერობით ეს კეთილი განზრახვები ყველგან ერთნაირად სწრაფად არ იკიდებს ფეხს. კომპანიები თანდათან გადადიან ცირკულარულ ბიზნესზე, გვთავაზობენ მდგრად პროდუქტებს, სერვისებს და იყენებენ ინოვაციებს გლობალური გამოწვევების მოსაგვარებლად. ისინი ითვალისწინებენ გრძელვადიან ხედვებს, დაინტერესებულ მხარეთა ჩართულობასა და მდგრად ინოვაციებს სტრატეგიების აუცილებელ კომპონენტებად.

მაგალითად, ელექტრო მანქანების უმსხვილესი მწარმოებელი Tesla, არა მხოლოდ ქმნის ნულოვანი ემისიის მანქანებს, არამედ ავითარებს განახლებადი ენერჯის სხვა პროდუქტებსაც, როგორებიცაა მზის პანელები და ენერჯის შენახვის სისტემები. მათი ბიზნეს მოდელი ორიენტირებულია მდგრადობასა და სუფთა ენერჯიაზე გადასვლაზე.

მნიშვნელოვანია აღინიშნოს, რომ ბიზნეს იდეების ტრანსფორმაციის ეს დროის ხაზი არ გამოირჩევა სიზუსტით, რადგან სიახლის დამკვიდრებას ხშირად ესაჭიროება რაღაც პერიოდი, არსებულ პრაქტიკაზე უარის თქმა და პროცესების ეტაპობრივად გარდაქმნა. გასათვალისწინებელია ისიც, რომ ზოგი ქვეყანა და ბიზნესი გამოირჩევა თავისი გარემოსდაცვითი ცნობიერებით, ზოგიც - რეგულაციებს მხოლოდ იმისთვის ემორჩილება, ჯარიმების სისტემას აარიდოს თავი. ამდენად, გადასვლა ვერ იქნება სწრაფი, უმტკივნეულო. ეს არის პროცესი, რომელსაც ყველამ უნდა შეუწყოს ხელი.

ამ პროცესში მნიშვნელოვანია ტრანსნაციონალური კორპორაციების როლი, რადგან ხშირად, ქვეყნები, სადაც ეს კორპორაციები ფუნქციონირებენ, არ გამოირჩევიან გარემოსდაცვითი მაღალი ცნობიერებით, მთავრობები თავს იკავებენ მკაცრი რეგულაციების დაწესებისგან, რადგან ხელი არ შეეშალოს უცხოური ინვესტიციების შემოდინებას. ამის გამო ტრანსნაციონალური კორპორაციები ხშირად ხდებიან კარგი როლური მოდელები მდგრადი პოლიტიკის განხორციელებაში. ისინი ხომ სათავო ოფისის მიერ დაწესებულ რეგულაციებს ერთნაირად ასრულებენ ყველგან, სადაც კი ფილიალები გააჩნიათ.



დიაგრამა 4 მდგრადობის ღირებულებების პოლისტური (გარემოს, სოციალური და ეკონომიკის გათვალისწინებით) ხედვა

გრანსნაციონალური კორპორაციები (TNC)

კორპორაცია, რომლის მფლობელობა, მენეჯმენტი, წარმოება და საქმიანობა მსოფლიოს სხვადასხვა კუთხეში და სხვადასხვა სახელმწიფოს კანონმდებლობის ფარგლებშია მოქცეული. მას გააჩნია სათავო ოფისი ერთ სახელმწიფოში და ფილიალები - სხვადასხვა ქვეყანაში. კორპორაციის ძირითადი მიზანია მსოფლიო ბაზრებისთვის საქონლის მაქსიმალურად დაბალ ფასში წარმოება, რაც მიიღწევა წარმოებისათვის მომგებიანი ადგილის შერჩევით ან მასპინძელი სახელმწიფოსაგან საგადასახადო შეღავათების მიღებით. აღნიშნული კორპორაციების მაგალითებია: ჯენერალ მოტორსი, დაიმლერ კრაისლერი, ტოიოტა, ნესტლე, მაიკროსოფტი, და სხვა. გრანსნაციონალური კორპორაციები ინტენსიურად მე-20 საუკუნის 60-იანი წლებიდან ვრცელდება და მათი რიცხვი სულ უფრო და უფრო იზრდება. გასული საუკუნის ბოლოსთვის თუ სათავო ოფისები ტრადიციულად აშშ-ში, დასავლეთ ევროპასა და იაპონიაში ჰქონდათ, ბოლო ხანებში ისინი განვითარებად ქვეყნებშიც იხსნება. კორპორაციები დღეს სხვადასხვა დარგში ოპერირებენ (მოპოვებითი, სამრეწველო, მომსახურება/სერვისი, ტურიზმი, სასტუმროები, დაზღვევა, ფინანსები, ტრანსპორტი, შერეული, სასოფლო-სამეურნეო). გრანსნაციონალური კორპორაციები რამდენიმე ქვეყნის იურისდიქციას ექვემდებარება, რაც აძნელებს მათ გაკონტროლებას ერთი კონკრეტული სახელმწიფოს მიერ. წარმოების სფეროში მომრავლდა ისეთი გრანსნაციონალური კორპორაციები, რომლებიც ნაწილებს ერთ ქვეყანაში ამზადებენ და სხვაგან აწყობენ. მაგალითად, იაპონიისა და ამერიკის ელექტროსაქონლის მწარმოებელ ფირმებს ამწყობი ქარხნები აქვთ ტაივანში, ტაილანდში, ფილიპინებში, მალაიზიაში, სამხრეთ კორეაში და ა.შ., სადაც მათ ქვეყნებთან შედარებით იაფი მუშახელია.

როლი განვითარებაში:

გრანსნაციონალური კორპორაციების მეშვეობით, მასპინძელ ქვეყნებში იზრდება ეკონომიკური მაჩვენებელი სამუშაო ადგილების შექმნით, საგადასახადო შემოსავლების გამომუშავებით, ტექნოლოგიების გადაცემითა და ცოდნის გავრცელების ხელშეწყობით. მათი ინვესტიციები ხშირად იწვევს ინფრასტრუქტურის განვითარებას და ასტიმულირებს ადგილობრივ ინდუსტრიებს. გაეროს (UNCTAD) მონაცემების მიხედვით, 2019 წელს, მსოფლიოს 100 ტოპ გრანსნაციონალურ კორპორაციას ჰქონდა 36,7 ტრილიონი დოლარი უცხოური აქტივები, ხოლო გაყიდვები 23 ტრილიონ დოლარს შეადგენდა.

გრანსნაციონალური კორპორაციები პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების (FDI) წყაროა, რომელიც სასიცოცხლოდ მნიშვნელოვანია მრავალი განვითარებადი ქვეყნისთვის. TNC-ებიდან ინვესტიციების შემოდინება ზრდის პროდუქტიულობას, ეხმარება ინდუსტრიალიზაციასა და ეკონომიკის დივერსიფიკაციას. მიუხედავად იმისა, რომ პანდემიის გამო, 2020 წელს გლობალური პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების ნაკადები 35%-ით შემცირდა, კორპორაციები განვითარებადი ქვეყნებისთვის მაინც შეადგენენ ინვესტიციების, დაახლოებით, 54%-ს.

ტრანსნაციონალური კორპორაციებისადმი კრიტიკა

ხშირად ტრანსნაციონალურ კორპორაციებს ადანაშაულებენ შრომის პირობების დარღვევასა და ადამიანის უფლებების უგულვებელყოფაში, რომ ისინი დაბალ ხელფასებს იხდიან და ცუდ სამუშაო პირობებში ამუშავებენ ადგილობრივებს. ეს კი შეიძლება სოციალური და ეკონომიკური უთანასწორობის მასაზრდოებელი გახდეს. ასევე, ხშირად აღნიშნავენ, რომ კორპორაციებში მაღალ პოზიციებზე ადგილობრივები ნაკლებად არიან დასაქმებულნი. ასევე, საგადასახადო შეღავათების გამო, მოგება ძირითადად სათავო ოფისებში გაედინება.

არცთუ იშვიათად გაიგონებთ, რომ მათ არ აღეგულებთ იმ ქვეყნების გარემო, სადაც რესურსებს მოიპოვებენ, ამიტომ უარყოფითად ზემოქმედებენ გარემოზე. აბინძურებენ წყალს, ჰაერს, ჩეხავენ ტყეებს, რაც მნიშვნელოვნად განაპირობებს კლიმატის ცვლილებასა და ეკოსისტემის დეგრადაციას. მაგალითად, 2010 წელს ნავთობკომპანია BP-ის Deepwater Horizon-იდან ნავთობის ჩაღვრა, ერთ-ერთი უდიდესი ეკოლოგიური კატასტროფა იყო ისტორიაში. მან აჩვენა კორპორაციების გარემოსდაცვითი დაუდევრობა და თანმდევი ეკოლოგიური და ეკონომიკური შედეგები.

მდგრადობის მოთხოვნა და ცვლილებები

დაინტერესებული მხარეების, მათ შორის მომხმარებლების, ინვესტორებისა და მთავრობების მხრიდან მდგრადობის გაზრდილმა მოთხოვნამ ტრანსნაციონალურ კორპორაციებს გადააწყვეტინა, დაენერგათ ეკოლოგიურად და სოციალურად პასუხისმგებელი პრაქტიკა. ისინი ატარებენ ზომებს ნახშირბადის ემისიების შემცირების, რესურსების შენარჩუნებისა და სოციალური ინკლუზიურობის ხელშეწყობის მიზნით. როდესაც კორპორაცია იღებს ვალდებულებას, იმოქმედოს გარემოსდაცვითი პრინციპებით, გადაწყვეტილება იწვევს ყველა განშტოებაში. ადგილობრივი მთავრობებისა და ბიზნესისთვის ეს ხდება ერთგვარი როლური მოდელი, რომელიც აისახება სიანხლებში.

ამდენად, ტრანსნაციონალური კორპორაციების როლი ძალიან დიდია ყველა მიმართულებით მდგრადობის პრაქტიკის გავრცელებასა და დანერგვაში ტექნოლოგიების დახმარებით. ენერგოეფექტური ინიციატივების წახალისებითა თუ განახლებად წყაროებზე გადასვლით მცირდება ემისიები. მაგალითად, ვოლმარტი, მსოფლიოში ერთ-ერთი უმსხვილესი საცალო ვაჭრობის ქსელი, მზად არის, 2025 წლისთვის მოიპოვოს 20 გიგავატი განახლებადი ენერჯია და თავის ოპერაციებში ნულოვანი ნარჩენების მიღწევას გეგმავს. კომპანიას, ასევე, მიზნად აქვს დასახული, გააუმჯობესოს დასაქმებულთა კეთილდღეობა. აღნიშნული შეეხება არა მხოლოდ განვითარებულ ქვეყნებს, არამედ - ეტაპობრივად მის ყველა ობიექტს ნებისმიერ ადგილას.

გლობალურმა სასურსათო და სასმლის კომპანია „ნესტლემ“, პასუხისმგებლიანი და გამჭვირვალე პოლიტიკის ფარგლებში, ძირითადი პროდუქტების მომწოდებლებისთვის შემოიღო სერტიფიცირების სქემები, რაც უზრუნველყოფს გარანტიებს ადამიანის უფლებებისა და გარემოს დასაცავად.

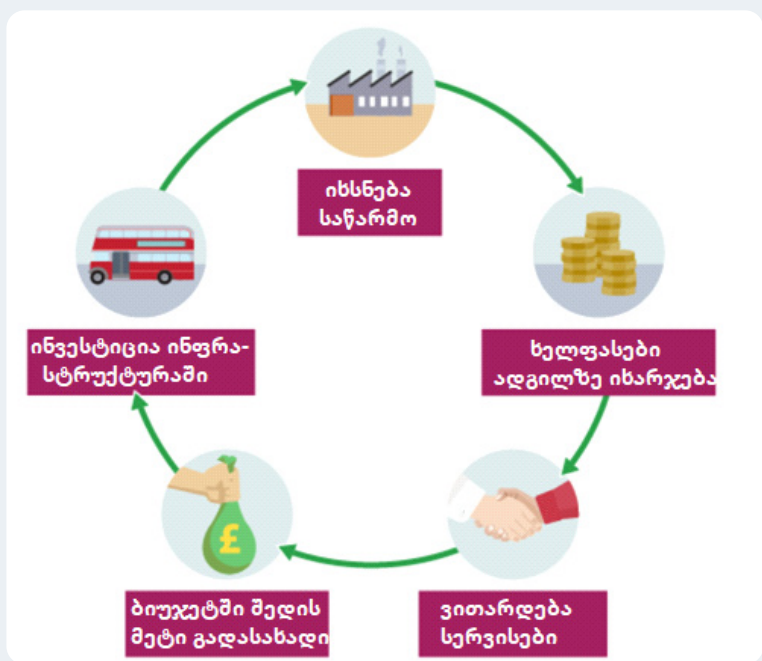
ასევე, კორპორაციები ეხმარებიან ადგილობრივი კადრების გაძლიერებასა და მათ გადამზადებას, რაც პროფესიონალიზმისა და ორგანიზაციული ქცევების ცოდნის ტრანსფერაციაა. კორპორაციები, ამავდროულად, თანამშრომლობენ მთავრობებთან და არასამთავრობო ორგანიზაციებთან, მართავენ ტრენინგებს, პროექტებს, რომლებიც მდგრადი განვითარების ხელშემწყობია.

სულ მეტად იკიდებს ფეხს კორპორატიული ანგარიშგება, TNC-ების საქმიანობაც სულ უფრო გამჭვირვალე ხდება. ეს ეხება მდგრადობის კომპონენტებსაც, თავიანთ მომხმარებლებს გააცნონ გარემოსდაცვითი, სოციალური და მმართველობითი (ESG) ცვლილებების შესახებ. კორპორაციის რეპუტაცია და მისდამი ნდობა მყისიერად შეიძლება გაქრეს მდგრადობის საკითხების იგნორირების შემთხვევაში, ამიტომ სიფრთხილით ეკიდებიან, მათმა გადაწყვეტილებებმა და ქმედებებმა არ გამოიწვიოს რეპუტაციის დაზიანება და მომხმარებელთა ლოიალობის დაკარგვა.

რიგ ქვეყნებში ტრანსნაციონალურ კორპორაციებში დასაქმებულები ქვეყნის საშუალო ფენას ქმნიან, აქ საქმიანობის შედეგადვე იღებენ ჯანმრთელობის დაზღვევის პირველ პოლისსაც, რომლის პაკეტი მოიცავს პრევენციულ ჯანდაცვას, ჰოსპიტალიზაციასა და გადაუდებელ სამედიცინო დახმარებას. ამით იზრდება დასაქმებულთა კეთილგანწყობა და კეთილდღეობა, ასე იზიდავენ საუკეთესო ადგილობრივ კადრებს. დასაქმებულებზე ზრუნვა სოციალური პასუხსმგებლობის ნაწილია. მაგალითად, „კოკა-კოლას“ ინდოეთში დასაქმებულთა კეთილდღეობის გაუმჯობესების მიზნით, აქვს დაზღვევები თანამშრომლებსა და მათი ოჯახის წევრებზე. ისინი გადიან უფასო შემოწმებებს, კონსულტაციებს, იფარება მკურნალობის ხარჯები, დეკრეტი, ორსულობისას დედასა და შვილზე ზრუნვა, ამ დაზღვევის ფარგლებში ეკუთვნით ვაქცინაცია, წამლები, ფიტნესიც კი. მსგავსი ინიციატივებით უამრავი ოჯახისთვის ჯანდაცვა ხდება ხელმისაწვდომი.

ტრანსნაციონალური კორპორაციები მრავალ ქვეყანაში მოქმედებს და გლობალურ ეკონომიკაში ყველაზე დიდ და გავლენიან ბიზნესებს შორის მოიაზრება. მათდამი მაღალია ინტერესი,

მთავრობა ცდილობს ამ კომპანიების შენარჩუნებას და ავითარებს ინფრასტრუქტურას, რადგან მათ დაფუძნებას მოჰყვება ადგილობრივი ეკონომიკის წახალისება გადასახადებითა და სწრაფი დანახარჯებით. კორპორაციებს, ამავდროულად, აქვთ მნიშვნელოვანი აქტივები და გავლენა საზოგადოებასა თუ მთავრობებზე, მათი მხრიდან მდგრადი პრაქტიკის გავრცელება ადგილობრივ თემში, მასპინძელი ქვეყნებისთვისაც გადამდებია. ასეთი კომპანიები იცავენ ბალანსს ეკონომიკურ განვითარებას, სოციალურ სამართლიანობასა და გარემოს დაცვას შორის.



სურათი 1 ტრანსნაციონალური კორპორაციების მრავალმხრივი ეფექტი

ცირკულარული ეკონომიკის კონცეფციამ, როგორც მდგრადი განვითარების პერსპექტიულმა ჩარჩომ, ბოლო წლებში მნიშვნელოვნად მიიპყრო ყურადღება. ტრადიციული ხაზოვანი მოდელისგან განსხვავებით, ცირკულარული ეკონომიკა მიზნად ისახავს, შექმნას რეგენერაციული სისტემა, რომელიც მაქსიმალურად გაზრდის რესურსების ეფექტურობას, შეამცირებს ნარჩენებს და ხელს შეუწყობს გრძელვადიან ეკონომიკურ ზრდას. ცირკულარული ეკონომიკის პრინციპების დანერგვა იწვევს პოზიტიურ ცვლილებებს, თუმცა სრული სურათისთვის აუცილებელია შეზღუდვების შესწავლა, რაც ხელს უშლის მის ფართო გავრცელებას.

ცირკულარული ეკონომიკის პრინციპები:

პროდუქტის დიზაინი უნდა იყოს გამძლე, ადვილად შესაკეთებელი და იძლეოდეს ხელახალი გამოყენებისა ან გადამუშავების შესაძლებლობას. აღნიშნული პრინციპის მიხედვით, იზრდება პროდუქტის სიცოცხლის ხანგრძლივობა და მცირდება ნარჩენები.

განახლებადი ენერჯის წყაროებზე გადასვლა პრიორიტეტულია გარემოზე ზემოქმედების შესამცირებლად.

ამ დროს მნიშვნელოვანია ახალი სამუშაო ადგილების შექმნა, თანამშრომლობა და ინოვაცია. ახალი შესაძლებლობების დანერგვით, ბიზნეს მოდელებისა და ღირებულების ჯაჭვებისთვის ჩნდება ახალი პერსპექტივები, რომლებიც იწვევს ეკონომიკურ ზრდასა და დასაქმებას. კორპორაცია თანამშრომლობს დაინტერესებულ მხარეებთან - ადგილობრივ ბიზნესთან, მთავრობასთან და მომხმარებლებთან, ხელს უწყობს ცოდნის გაზიარებასა და ინოვაციების დანერგვას შესაბამის სექტორში.

ახალი ბიზნეს მოდელი ახანგრძლივებს პროდუქციის სიცოცხლის პროცესსა და გამოყენებას.



მაგალითად, ელენ მაკარტურის ფონდმა შეაფასა, რომ ცირკულარულ ეკონომიკას შეუძლია 2025 წლისთვის ყოველწლიურად დაზოგოს 700 მილიარდი დოლარის მასალები მხოლოდ სწრაფი სამომხმარებლო საქონლის სექტორში.

ევროპაში ცირკულარულ ეკონომიკას 2030 წლისთვის შეუძლია 580 000-მდე ახალი სამუშაო ადგილის შექმნა და სათბურის გაზების ემისიების შემცირება წელიწადში 450 მილიონი ტონით.

მსოფლიო ეკონომიკური ფორუმის თანახმად, ცირკულარულ ეკონომიკაზე გადასვლამ 2030 წლისთვის შესაძლოა, შექმნას 18 მილიონი ახალი სამუშაო ადგილი და შექმნას 4,5 ტრილიონი დოლარის ეკონომიკა.

სურათი 2 ხაზოვანსა და ცირკულარულ ეკონომიკას შორის სხვაობა

ცირკულარული ეკონომიკის განხორციელების შეზღუდვები

ეკონომიკური და ფინანსური გამოწვევები: ცირკულარულ ეკონომიკაზე გადასვლა ხშირად მოითხოვს ახალ ტექნოლოგიებსა და ინფრასტრუქტურაში წინასწარ ინვესტიციებს, რაც შეიძლება ფინანსურად მძიმე იყოს ბიზნესისთვის.

მარეგულირებელი ჩარჩოები: არსებული რეგულაციები და პოლიტიკა შეიძლება არ ემთხვეოდეს ცირკულარული ეკონომიკის პრინციპებს, რაც ხელს უშლის ინოვაციური პრაქტიკის მიღებას.

მომხმარებელთა ქცევა: მომხმარებელთა დამოკიდებულებისა და ქცევების შეცვლა ცირკულარული პრაქტიკის მიმართ, როგორცაა განახლებული პროდუქტების ყიდვა, შეიძლება ნელი პროცესი აღმოჩნდეს.

კომპლექსური მიდგომები: ცირკულარული ეკონომიკის პრინციპების დანერგვა მოითხოვს თანამშრომლობასა და კოორდინაციას სხვადასხვა დაინტერესებულ მხარეს შორის, რაც ქმნის ლოჯისტიკურ გამოწვევებს.



ბიზნეს მოდელზე მოქმედი ძირითადი გარე და შიდა ფაქტორები

ცირკულარული ეკონომიკური მოდელი არის მდგრადი განვითარების ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი პოტენციური ბერკეტი, რომელსაც შეუძლია მთლიანად შეცვალოს ბიზნესის ზემოქმედება გარემოზე დადებითი მიმართულებით ისე, რომ არ დაზარალებს მისი ბიზნეს ინტერესები. ნე-ბისმიერი ეკონომიკური მოდელის მსგავსად, ცირკულარული ეკონომიკის მოდელიც დამოკიდებულია იმ გარე და შიდა ფაქტორებზე, რომლებიც ბიზნესის ეკოსისტემაზე მოქმედებენ. ცირკულარული ეკონომიკის მოდელი მსოფლიოში უფრო და უფრო მეტი პოპულარობით სარგებლობს, აქედან გამომდინარე, საინტერესოა, განვიხილოთ მასზე მოქმედი ფაქტორები.

გარე ფაქტორები

ცვლილებების დანერგვისთვის გარე ფაქტორებსა და რეგულაციებს განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება. ბიზნესი ხშირად გადაწყვეტილებებს გარე ძალების გათვალისწინებით იღებს, რომელთა შორის მოიაზრებიან: საჯარო პოლიტიკის გამტარებელი, კონკურენტები, პროდუქტის მიმწოდებლები, ინდუსტრიული ასოციაციები, სადაზღვევო ფირმები, მომხმარებლები, არასამთავრობო ორგანიზაციები, სამოქალაქო საზოგადოება, მასმედია, კვლევითი ცენტრები და ფინანსური ინსტიტუტები. ზოგადად, ეკოლოგიური ინოვაციების დანერგვისა და განვითარების შემთხვევაში, გარე ფაქტორების როლი დიდია. განვიხილოთ რამდენიმე მნიშვნელოვანი გარე ფაქტორი:

რეგულაციები

საჯარო პოლიტიკა და განსაკუთრებით, გარემოს დაცვასთან დაკავშირებული რეგულაციები, ხშირად ბიზნესში გარემოსდაცვითი ინოვაციების დანერგვისათვის ყველაზე ეფექტურგანმაპირობებელი ფაქტორია. აღნიშნული ცვლილებების პოლიტიკის გატარების შედეგიანობა დაკავშირებულია ეკონომიკური, სოციალური და გარემოსდაცვითი მიმართულებების თანხვედრაში მოყვანის საკმაოდ რთულ პროცესთან ეს სირთულე, როგორც წესი, თან ახლავს ეკოლოგიურ პოლიტიკას, გამონაკლისს არც ცირკულარული ეკონომიკა წარმოადგენს. არსებობს გარემოსდაცვითი პოლიტიკის ორი ძირითადი მიდგომა. პირველი გულისხმობს გარემოსდაცვითი და ტექნოლოგიური სტანდარტების დაწესებისა და კონტროლის მექანიზმის შექმნას. მეორე მიდგომა კი ითვალისწინებს გადასახადებს, სუბსიდიებს, გრანტების ან ემისიების კვოტირებას. რეგულაციების პოლიტიკათა წარმატებისათვის აუცილებელია სპეციფიკური ინსტრუმენტების არსებობა, რაც მათ მოქმედებას უზრუნველყოფს და მოკლე ვადებში იწვევს მიზნების მიღწევასა და პოლიტიკურ სტაბილურობას.

მომხმარებლები

გარემოსდაცვით საკითხებში მაღალი ცნობიერების მქონე მომხმარებელი, თავის მხრივ, უზრუნველყოფს ცირკულარული ეკონომიკის მოდელის დანერგვას, რაც მომხმარებლის მხრიდან უკვე ასეთი მოდელის პირობებში შექმნილ პროდუქტებსა და მომსახურებებზე მოთხოვნის ზრდითაა გამოწვეული. მაგრამ მომხმარებლის ეფექტი ბევრად უფრო გრძელვადიანია და ნელ-ნელა გარდაქმნის ბიზნეს მოდელს.

ფაქტობრივად, ამ გარე ფაქტორებიდან რეგულაციები მოქმედებს ზემოდან ქვემოთ, ხოლო მომხმარებლების მოთხოვნები ქვემოდან ზემოთ. ეს არის ორი განსხვავებული მიდგომა პრობლემის გადაჭრისა და გადაწყვეტილების მიღების დროს. ზემოდან ქვევით მიდგომაა, როდესაც გადაწყვეტილებებს იღებენ იერარქიულად ზემდგომი სტრუქტურები, მაშინ, როდესაც ქვემოდან ზევით მიდგომის დროს, გადაწყვეტილებების მიღების მოთხოვნა ქვედა იერარქიულ დონეზე მდგომი ჯგუფებიდან მოდის. ცხრილი უკეთესად აჯამებს განსხვავებებს ამ ორ მიდგომას შორის:

ზემოდან ქვემოთ მიდგომა	ქვემოდან ზემოთ მიდგომა
ორგანიზაციის ხელმძღვანელობის მიერ მიღებულ გადაწყვეტილებებს განაპირობებს გარე რეგულაციები და მოთხოვნები	ორგანიზაციის ხელმძღვანელობის მიერ მიღებულ გადაწყვეტილებებს განაპირობებს მოსახლეობიდან წამოსული ცვლილების მოთხოვნები
ეფექტურია ფართომასშტაბიანი ცვლილებების განსახორციელებლად	ეფექტურია მცირემასშტაბიანი, ეტაპობრივი ცვლილებების განსახორციელებლად
ზემოდან წამოსული მოთხოვნა სწრაფად და ეფექტურად ინერგება	ქვემოდან წამოსული მოთხოვნა ნელა ინერგება, მოითხოვს ენერჯისა და ხანგრძლივ საზოგადოებრივ ზეწოლას
არის მკაცრი და მოუქნელი	არ აღიქმება ვალდებულებად და მისი მიღება ნებაყოფლობითია. არასაკმარისი ზეწოლის შემთხვევაში, შესაძლოა, შეუსრულებელიც იყოს
არაა მდგრადი, თუ რეგულაცია შეიცვალა, სწრაფად დაუბრუნდება საწყის პოზიციას	მდგრადია, თუ მოთხოვნა შესუსტდა, უკვე ამოქმედებული ცვლილებები შენარჩუნდება

ცხრილი 1

ცირკულარული ეკონომიკის დანერგვის პროცესი უფრო მეტად გამართივდება თუ სხვა დაინტერესებული მხარეები - ფინანსური ინსტიტუტები, სადაზღვევო კომპანიები და ა.შ., სესხებისა და გრანტების გაცემისას უპირატესობას მიანიჭებენ გარემოსდაცვით პრაქტიკაზე დაფუძნებულ პროექტებს.

შიგა ფაქტორები

ცირკულარული ეკონომიკის დანერგვის პროცესში მნიშვნელოვანია შიგა ფაქტორებიც. ისინი მოქმედებენ ბიზნესზე შიგნიდან და განაპირობებენ აღნიშნული მოდელის დანერგვის თავისებურებებს. მათ შეიძლება, გაართულონ ან გაამარტივონ დანერგვის პროცესი.

სამართლიანია აღვნიშნოთ, რომ კორპორატიული გარემოსდაცვითი მენეჯმენტის პროაქტიული გარემოსდაცვითი სტრატეგია აუცილებელია ეკონომიკის დანერგვისა და ბიზნესის უარყოფითი გავლენის შეჩერებისთვის. განვიხილოთ რამდენიმე საკვანძო შიგა ფაქტორი, რომელიც მნიშვნელოვნად მოქმედებს ცირკულარული ეკონომიკის ბიზნესში დანერგვის პროცესზე:

ცოდნა და ადამიანური რესურსი

ფირმები, რომლებსაც კომპეტენტური, თავიანთ სფეროში საფუძვლიანად მომზადებული კადრები ჰყავთ, უფრო ადვილად შეძლებენ ცირკულარული ეკონომიკის მოდელის დანერგვას საქმიანობაში. ეს გამოწვეულია იმით, რომ მცოდნე კადრები მეტად თავდაჯერებულნი არიან და შეუძლიათ ცვლილებების მიღება და დანერგვა, მათ ნაკლებად აშინებთ სიახლეები. ასეთ დროს მნიშვნელოვანია სათანადო მხარდაჭერა, კვლევებსა და ტექნოლოგიურ განვითარებაზე დახარჯული თანხები: ახალი ტექნოლოგიები ამარტივებს ცირკულარული ეკონომიკის პრინციპების განხორციელებას, რადგან ისინი უფრო ზოგავენ რესურსებს.



სუფთა ჰაერი და წყალი, არადეგრადირებული ნიადაგი და ბიომრავალფეროვნება



განახლებული, ენერგოეფექტური შენობები



ჯანსაღი და ხელმისაწვდომი საკვები



მეტი უსაფრთხო საზოგადოებრივი ტრანსპორტი



სუფთა ენერჯია და ახალი დამზოგი, ინოვაციური ტექნოლოგიები



ხანგრძლივი მოხმარების პროდუქტები, რომელთა გადამუშავება, განახლება, შეკეთება და მეორადი გამოყენება შესაძლებელია



მომავლის პროფესიებისკენ ტრანზიცია და გადამზადება



გლობალურ დონეზე კომპეტენტური და მდგრადი ინდუსტრია

სურათი 3 გადამზადებული კადრების ეფექტი

ფინანსური რესურსები

ბიზნესის ფინანსური სიჯანსაღე მნიშვნელოვნად განსაზღვრავს ცირკულარულ ეკონომიკაზე გადასვლის შესაძლებლობას. თანხები საჭიროა ახალი აღჭურვილობის თუ ტექნოლოგიების შესაძენად და წარმოების შიდა პროცესის ცვლილების დასაფინანსებლად.

ფიზიკური რესურსები

არსებული მატერიალური ბაზის ცვლილება ცირკულარულ ეკონომიკაზე მოქმედი მნიშვნელოვანი ფაქტორია. თუ მატერიალურ ბაზაში მნიშვნელოვანი ცვლილებებია საჭირო, ეს ფაქტორი ხელშემშლელად იქცევა, თუ პირიქით — დაეხმარება ბიზნესს ცირკულარული ეკონომიკის მოდელზე გადასვლაში. შედეგის ეფექტი უკუპროპორციულ დამოკიდებულებაშია ბაზაში საჭირო ცვლილების ხარისხთან.

რეპუტაცია

თუ ფირმა კარგი რეპუტაციით სარგებლობს, მარტივია მის ბიზნეს საქმიანობაში ცირკულარული ეკონომიკის დანერგვა. ცუდი რეპუტაციის მქონე ფირმას გაუჭირდება იმის დამტკიცება, რომ ცვლილებები რეალურად სარგებლის მომტანია და მდგრად მოდელზე გადასვლას გულისხმობს. საშიშროებაა, მისი აქტივობები ჩაითვალოს მწვანე ცვლილებების ფარსად - გრინვოშინგად (მოატყუონ მომხმარებლები, რათა მათ დაიჯერონ, რომ კომპანიის პროდუქტები ეკოლოგიურად სუფთაა ან უფრო მეტი დადებითი გავლენა აქვთ გარემოზე, ვიდრე რეალურად), რის გამოც გართულდება ცირკულარული ეკონომიკის მოდელის ადაპტაცია.

ტოპ მენეჯმენტის მოტივაცია და მიდგომა

გარემოსდაცვით დაინტერესებულ მენეჯერებს აქვთ მეტი პოტენციალი, ცირკულარული ეკონომიკა საკუთარ ბიზნესში დანერგონ და უარყოფითი გავლენა მაქსიმალურად შეამცირონ. მათ გაცნობიერებული აქვთ, რომ მოუწევთ არაერთი ბარიერის გადალახვა და პარალელურად - მნიშვნელოვანი ცვლილებების გატარება ორგანიზაციულ სტრუქტურაში. ამდენად, მენეჯმენტის გარემოსდაცვითი ცნობიერება და ღირებულებები, მათი სურვილი, რომ კომპანიას გარემოზე ნაკლები ზემოქმედება ჰქონდეს, თავად კი გარემოს გაჯანსაღებაში არსებითი წვლილი შეიტანონ, არის სწრაფი და ეფექტიანი ცვლილებების გარანტი.

კოორდინაცია

თანამშრომლობა და დაინტერესებულ მხარეებს შორის კავშირი მნიშვნელოვანია ცირკულარული ეკონომიკის დანერგვის პროცესში, რადგან ეს არ არის ინდივიდუალური ცვლილებები და მისი შედეგი ერთობლივად მიიღწევა.

დასკვნის სახით უნდა ითქვას, რომ ცირკულარული ეკონომიკა მდგრადობის მიმართ ტრანსფორმაციულ მიდგომას გვთავაზობს, რომელიც მიზნად ისახავს ეკონომიკურ ზრდას რესურსების ამოწურვისა და გარემოს დეგრადაციის გარეშე. იმისათვის, რომ ცირკულარულმა ეკონომიკამ მიაღწიოს თავის სრულ პოტენციალს, მიუხედავად იმისა, რომ მას აქვს პოზიტიური ცვლილებების უზარმაზარი შესაძლებლობა, საჭიროა შეზღუდვების გათვალისწინება მათ მოსაგვარებლად. ცირკულარული ეკონომიკის გავრცელება გადამწყვეტია მდგრადი მომავლის შესაქმნელად. შესაბამისად, მთავრობების, ბიზნესისა და მომხმარებლების ერთობლივი ძალისხმევა აუცილებელია ცირკულარული ეკონომიკის მომავლისთვის.



ახალი გლობალური შეთანხმება, რეკომენდაციას უწევს მთავრობებს, მოახდინონ ეკონომიკის ტრანსფორმაცია მწვანე ეკონომიკის სასარგებლოდ, გამოიყენონ პოლიტიკური და ეკონომიკური ინსტრუმენტები, რაც უპირველეს ყოვლისა, უზრუნველყოფს:

- ◆ განახლებად ენერჯიაზე გადასვლას.
- ◆ მდგრადი სატრანსპორტო საშუალებების გაზრდას.
- ◆ მდგრადი სოფლის მეურნეობის, ორგანული წარმოების მხარდაჭერას.
- ◆ გარემოსდაცვითი ინფრასტრუქტურის (ნაგავსაყრელები, სასმელი წყლის სისტემების და ა.შ.) გაუმჯობესებას.

ბიზნესის ინტერესებს წარმოადგენს ახალი გადაწყვეტილებების პოვნა, რაც იძლევა მდგრადი მოხმარებისა და წარმოების მოდელების დანერგვის შესაძლებლობას. ეს გულისხმობს წარმოებაში გამოყენებული ყველა პროდუქტის სასიცოცხლო ციკლის ცოდნას - როგორი პროდუქცია გადამუშავდება ექსპლოატაციის ვადის ამოწურვის შემდეგ. ამავდროულად, ის უნდა ითვალისწინებდეს შესაფუთი მასალის სასიცოცხლო ციკლსაც - მოხერხდება თუ არა მისი მრავალჯერადი გამოყენება, რამდენად ექვემდებარება გადამუშავებას თუ ნაგავსაყრელზე აღმოჩნდება, რამდენი ხანი დასჭირდება მის დაშლას და ა.შ.

შეამოწმე შენი ცოდნა



1. რა განსხვავებაა „ჩვეულებრივ ბიზნესსა“ და „ცირკულარულ ეკონომიკას“ შორის?
2. როგორ განვითარდა ბიზნესის მოდელები უკანასკნელ ათწლეულებში. რამ გამოიწვია ცვლილებების აუცილებლობა?
3. რატომ არის არაერთგვაროვანი დამოკიდებულება ტრანსნაციონალური კორპორაციების მიმართ? რა როლს ასრულებს ის განვითარებაში და რატომ იმსახურებს კრიტიკას?
4. რა პრინციპებს ეფუძნება ცირკულარული ეკონომიკა?
5. ცირკულარული ეკონომიკისკენ გადასვლას ხშირად გარე ფაქტორები განაპირობებენ, როგორებიცაა რეგულაციების ცვლილება და, ასევე, მომხმარებლის მოთხოვნები. იმსჯელეთ, რომელი მათგანი გამოიწვევს ცვლილების დაჩქარებას და რატომ?
6. რა მნიშვნელობა აქვს ცოდნას, კადრების გადამზადებას ცირკულარული ეკონომიკის დანერგვისთვის? რამდენად მნიშვნელოვანია კორპორაციებმა და მთავრობებმა იზრუნონ ადამიანური რესურსების განვითარებაზე?
7. რამდენად საჭიროებს ცირკულარული ეკონომიკის დანერგვა ინფრასტრუქტურის, ტექნოლოგიების, ინვესტიციების მიმართვას ფიზიკური გარემოს ცვლილებისკენ?
8. რას გულისხმობს გლობალური შეთანხმება? რა ნაბიჯები უნდა გადაიდგას მის დასანერგად?

აქტივობები ცირკულარული ეკონომიკისთვის

აქტივობების სირთულის ცხრილი

გზა მდგრადობისკენ - ცირკულარული ეკონომიკა						
აქტივობა/ კრიტერიუმი	მწვანე პროექტების მართვა	მდგრადი მარკეტინგის კამპანია	მწვანე ეკონომიკა	მდგრადი სტარტაპ- გამოწვევა	მწვანე საკონსულტ- აციო ჯგუფი	მწვანე პოლიტიკის სხვადასხვა მიმდინარე ობა
აქტივობის ტიპი	პრაქტიკული	შერეული	შერეული	პრაქტიკული	პრაქტიკული	ინფორმა- ციული
ხანგრძლივობა	გრძელვადიანი	მოკლევადიანი	საშუალოვა- დიანი	საშუალოვა- დიანი	საშუალოვა- დიანი	მოკლევადიანი
მატერიალური რესურსები	სჭირდება	მინიმალური	არ სჭირდება	მინიმალური	არ სჭირდება	არ სჭირდება
დამატებითი ინფორმაცია	სჭირდება	სჭირდება	სჭირდება	სჭირდება	სჭირდება	სჭირდება
სივრცის მოწყობა	სჭირდება	არ სჭირდება	არ სჭირდება	არ სჭირდება	არ სჭირდება	არ სჭირდება

ცხრილი 2



მწვანე პროექტების მართვა

საშუალო საფეხურის მოსწავლეები დაგეგმავენ გარემოსდაცვით სახალისო პროექტებს და განახორციელებენ მათ დაბალი საფეხურის მოსწავლეებთან ერთად.

კლასი იყოფა სამ ჯგუფად, სამივე ჯგუფს აქვს თანმიმდევრულად შესასრულებელი მსგავსი აქტივობები, ხოლო თემატურად პროექტები განსხვავდება ერთმანეთისგან.

პირველი ჯგუფის პროექტი - ეკომოდების ჩვენება

მიმოხილვა: მოდის ინდუსტრია ცნობილია გარემოზე თავისი უარყოფითი გავლენით.. ეკომოდის ჩვენება არის ღონისძიება, რომლის დროსაც მოსწავლეები ქმნიან ეკოლოგიურად სუფთა მოდის დიზაინს. ტანსაცმელი იკერება რეციკლირებული მასალების, ორგანული ქსოვილების გამოყენებით. ეს აქტივობა ხელს უწყობს მდგრადი მოდის პრაქტიკის პოპულარიზაციას, მოხმარების კულტურის წახალისებას ნარჩენების შესამცირებლად, იმას, რომ ტანსაცმლის ყიდვისას მოსწავლეებმა გააცნობიერონ და გააკეთონ სწორი არჩევანი, საკუთარი წვლილი შეიტანონ ეკოლოგიურად უფრო სუფთა, ეთიკური წარმოების მხარდასაჭერად, კრიტიკულად იფიქრონ მოდის ინდუსტრიის გარემოსდაცვით ნაკვალევზე და შეეცადონ, მიიღონ ზომები მდგრადი მოდის ალტერნატივების შექმნით.

მეორე ჯგუფის პროექტი - მწვანე საჩუქრები

მიმოხილვა: საჩუქრების მიღება და ჩუქება ჩვენი ცხოვრების სასიამოვნო ნაწილია. თუმცა ეს იწვევს რესურსების მნიშვნელოვან მოხმარებას, რომელთა ნაწილი არაგანახლებადი რესურსების გამოყენებით იქმნება და წარმოქმნის დიდი რაოდენობით ნარჩენებს. პროექტი ორიენტირებულია საჩუქრების გაცემის მდგრადი პრაქტიკის პოპულარიზაციაზე. მონაწილეები შეისწავლიან ეკოლოგიურად სუფთა საჩუქრების იდეებს და შექმნიან საჩუქრებს გადამუშავებული მასალების ან მდგრადი ალტერნატივების გამოყენებით. ეს აქტივობა მიზნად ისახავს, წახალისოს გააზრებული და მდგრადი საჩუქრების არჩევანი, შეამციროს ერთჯერადი საჩუქრების ნარჩენები და ხელი შეუწყოს გარემოსდაცვითი ღირებულებების ჩამოყალიბებას. პროექტი მოუწოდებს მოსწავლეებს, იფიქრონ შემოქმედებითად, გააკეთონ ეკოლოგიურად სუფთა საჩუქრები და აიღონ მეტი პასუხისმგებლობა გარემოზე.

მესამე ჯგუფის პროექტი - მწვანე წვეულება

მიმოხილვა: წვეულებებისა და ღონისძიებების დროს ხშირად მოიხმარენ ზედმეტ რესურსებს და აგროვებენ დიდი რაოდენობით ნარჩენებს. მწვანე წვეულება არის აქტივობა, რომელიც ხელს უწყობს ღონისძიებების (წვეულება, ზეიმი, ტრენინგი, სპექტაკლი, ექსკურსია) დაგეგმვას ეკოლოგიურად სუფთა პრაქტიკის გამოყენებით, იმისთვის, რომ მინიმუმამდე შემცირდეს მოხმარებული რესურსები და წარმოქმნილი ნარჩენები, გამოიყენებოდეს მრავალჯერადი დეკორაციები, ყურადღება მიექცეს ენერგოეფექტურობას. ეს პროექტი მიზნად ისახავს აჩვენოს, რომ ღონისძიებები შეიძლება მოეწყოს გარემოზე მინიმალური ზემოქმედებით, ხაზს უსვამს მდგრადი არჩევნის გაკეთების მნიშვნელობას ჩვენი ცხოვრების ყველა ასპექტში, თუნდაც დღესასწაულისა და სოციალიზაციის მომენტებში.

ამ პროექტების ფასილიტატორები არიან საშუალო საფეხურის მოსწავლეები. მათი ამოცანაა, უხელმძღვანელონ სკოლის დაბალი კლასების მოსწავლეებს, განახორციელონ პროექტები: ეკო მოდის ჩვენება, მწვანე საჩუქრების დამზადება და მწვანე წვეულების მოწყობა.

განსავითარებელი კომპეტენციები: პროექტის მართვა, დროის მენეჯმენტი, კომუნიკაცია, გუნდური მუშაობა. პროექტები განუვითარებს მათ „მწვანე“ კომპეტენციებს, ხოლო საშუალო საფეხურის მოსწავლეებს - ლიდერობის უნარებს.

ინსტრუქციები აქტივობისთვის:



ნაბიჯი 1 - დაყავით მოსწავლეები ჯგუფებად. გააანაწილეთ როლები, თუ ვინ რა კომპონენტზე იქნება პასუხისმგებელი - ლიდერი, კომუნიკაციის კოორდინატორი და ლოჯისტიკის მენეჯერი.

ნაბიჯი 2 - თითოეულ ჯგუფს შეურჩიეთ ერთი თემა, რომელსაც უხელმძღვანელებთ და განახორციელებინებთ თქვენს სკოლაში დაბალი კლასის მოსწავლეებს. შეარჩიეთ კლასი, რომელიც დაიყოფა 3 ჯგუფად და რომლებსაც ხელმძღვანელობას გაუწევენ მოსწავლეებისგან შემდგარი კურატორი ჯგუფები. საპროექტო თემები შეიძლება იყოს: ეკომოდის ჩვენება, მწვანე საჩუქრების დამზადება და მწვანე წვეულების ჩატარება.

ნაბიჯი 3 - მოსწავლეებთან ერთად ჩაატარეთ კვლევა მათ მიერ არჩეულ თემაზე, რათა უკეთ გაერკვეთ მის მნიშვნელობაში, შეისწავლეთ საუკეთესო პრაქტიკები. შეიმუშავეთ იდეები, დაისახეთ მიზნები და შეიმუშავეთ დეტალური გეგმა კონკრეტული ამოცანებით, განსაზღვრეთ ვადები და პასუხისმგებლობები. დარწმუნდით, რომ პროექტი შეესაბამება არჩეულ თემას და ხელს უწყობს მდგრად პრაქტიკას.

ნაბიჯი 4 - პროექტის შემსრულებელ ჯგუფს, გააცანით და აუხსენით პროექტის მნიშვნელობა, დეტალურად მიაწოდეთ ინფორმაცია, თუ რა მოეთხოვებათ, რას ისწავლიან, რას გააკეთებენ, როგორ და ვის წინაშე წარადგენენ შედეგებს.

ნაბიჯი 5 - შეადგინეთ დაწვრილებითი გეგმა, რომელიც დაგეხმარებათ პროცესების შეუფერხებლად ორგანიზებაში. გაწერეთ შეხვედრის განრიგი. შეარჩიეთ სივრცე და მოაწყვეთ შესაბამისი ინვენტარით. მოიძიეთ მასალები, რომლებიც პროექტის შესასრულებლად დაგჭირდებათ.

პროექტის განხორციელებისას, ჯგუფის წევრების გარდა, ითანამშრომლეთ სხვა ჯგუფებთან, ასევე მასწავლებელთან, რომელიც დაგეხმარებათ წარმოქმნილი ბარიერების დაძლევაში. წახალისეთ ჯგუფები, იყვნენ შემოქმედებითები.

ნაბიჯი 6 - დაგეგმეთ პროექტის შედეგების წარდგენა, რომელსაც სკოლის სხვა წარმომადგენლებიც დაესწრებიან.

ნაბიჯი 7 - როდესაც სამივე ჯგუფი დაასრულებს მუშაობას, გააკეთეთ ჩატარებულ სამუშაოზე რეფლექსია. განიხილეთ მიღწევები და შეიმუშავეთ საკომუნიკაციო გეგმა, როგორ გააცნობთ შედეგებს ფართო საზოგადოებას: დაწერეთ ბლოგს, ჩაწერეთ ვლოგს, თუ დადებთ მასალას სკოლის ვებგვერდზე.

მდგრადი მარკეტინგის კამპანია

მდგრადი მარკეტინგის კამპანია გულისხმობს არსებული მდგომარეობის გამოკვლევას გაუმჯობესების შესაძლებლობების გამოსავლენად (საკითხების, სამიზნე ბაზრისა და ეფექტური მარკეტინგული ტექნიკის გასაგებად), თუ როგორ შეუძლია ბიზნესს, ხელი შეუწყოს მდგრადობას ეფექტური მარკეტინგული სტრატეგიების მეშვეობით. აქტივობა, ასევე, აამაღლებს გარემოსდაცვით და სოციალურ ცნობიერებას. მოსწავლეები გამოგონილი პროდუქტის ან მომსახურებისთვის შეიმუშავენ მარკეტინგულ კამპანიას, რომელიც დაეფუძნება მდგრადობის ხელშეწყობისა და მომხმარებლების ჩართულობისთვის საჭირო ინოვაციურ იდეებს. ეს აქტივობა განავითარებს მოსწავლეთა შემოქმედებითობას. მნიშვნელოვანია, რომ მარკეტინგული პროდუქტი იყოს სწორად შეფუთული იმ მასალაში, რომელიც გადამუშავებას ექვემდებარება და მარკეტინგული კამპანიის მიმდინარეობისას შეზღუდოთ გარემოსათვის ზიანის მიმყენებელი აქტივობები. თავად პროდუქტი უნდა იყოს ეკომასალისგან დამზადებული, ან მისი კომპონენტების ასეთებით ჩანაცვლება დაიგეგმოს ან თავად წარმოადგენდეს ინოვაციურ პროექტს, რომელიც მომხმარებელს გარემოზე ზრუნვაში დაეხმარება.

განსავითარებელი უნარები: კვლევისა და კომუნიკაციის უნარები, მეწარმეობა, შემოქმედებითობა, კრიტიკული აზროვნება, დაგეგმვა, დროის მენეჯმენტი.

ინსტრუქციები აქტივობისთვის:



ნაბიჯი 1 - მოსწავლეები დაყავით ჯგუფებად ისე, რომ გაერთიანდნენ განსხვავებული უნარებისა და ინტერესების მქონე ბავშვები. ყველა ეტაპზე საჭიროა თანამშრომლობა, იდეების შეჯერება და ერთიან გადაწყვეტილებებზე შეთანხმება.

ნაბიჯი 2 - მათთან ერთად გაეცანით მარკეტინგულ ხერხებს, რომლებსაც კომპანიები იყენებენ. გადაწყვიტეთ, თუ რომელი პროდუქტის ან სერვისის მარკეტინგულ კამპანიას განახორციელებენ, რომელიც, ჯგუფის ინტერესების გათვალისწინებით, შეუძლიათ, თავად მოიგონონ. თემიდან გამომდინარე, ეს შეიძლება იყოს ეკოლოგიურად სუფთა ბრენდი, განახლებადი ენერჯის ტექნოლოგია, ორგანული საკვების შეფუთვა, სასოფლო-სამეურნეო პროდუქციის გამოფენა-გაყიდვა, მწვანე სამშენებლო მასალისა და ტექნოლოგიების ექსპოზიცია ან ნებისმიერი სხვა საინტერესო პროდუქტი/მომსახურება.

ნაბიჯი 3 - ჩაატარეთ კვლევა არჩეული პროდუქტის/მომსახურების, მისი სამიზნე ბაზრისა და კონკურენტების შესასწავლად. გააანალიზეთ ბაზარზე არსებული მსგავსი პროდუქტების/მომსახურების გარემოსა და სოციუმზე ზემოქმედება და განსაზღვრეთ გაუმჯობესების სფეროები.

ნაბიჯი 4 - შეიმუშავეთ მარკეტინგული კამპანიის სტრატეგია, განსაზღვრეთ ბაზრის შესაბამისი მოთხოვნები, ასევე - სამიზნე აუდიტორია, ძირითადი გზავნილები და საკომუნიკაციო არხები, რომლებიც ეფექტურად მიაღწევენ მომხმარებელამდე. გაითვალისწინეთ მდგრადობის კომპონენტები, როგორებიცაა ნახშირბადის ნაკვალევის შემცირება, რესურსების წყაროები - განახლებადია თუ არა, ექვემდებარება თუ არა გადამუშავებას, მისი დადებითი გავლენა გარემოზე ან სოციუმზე.

ნაბიჯი 5 - შექმენით გზავნილები, რომლებიც ვიზუალურად მიმზიდველი და შინაარსობრივად დამაჯერებელი იქნება. პროდუქტი შეიძლება შედგებოდეს ვიდეოს, გრაფიკის, სოციალური მედიის პოსტების, ბლოგების ან ვებსაიტის შინაარსისგან, თუ მათი ერთობლიობისგან.







ნაბიჯი 6 - დარწმუნდით, რომ თქვენი კამპანიის მასალები ეფექტურად გადმოსცემს მდგრადობის სარგებელს და მოხიბლავს სამიზნე აუდიტორიას.

ნაბიჯი 7 - მითითებულ ვადებში განახორციელეთ თქვენი მარკეტინგული კამპანია. თვალყური ადევნეთ მის მიმდინარეობას, სტატისტიკას და სამიზნე აუდიტორიისგან შეაგროვეთ გამოხმაურებები. შეაფასეთ თქვენი კამპანიის ეფექტურობა ცნობიერების ამაღლებისა და მდგრადი ქცევის ჩამოყალიბებაში.

მწვანე ეკონომიკა

„მწვანე ეკონომიკა“ ეკონომიკური თეორიის ნაწილია, სადაც ის ეკოსისტემის ერთ-ერთ კომპონენტად მოიაზრება. „მწვანე ეკონომიკა“ ერთმანეთისაგან არ მიჯნავს სახელმწიფო და კერძო სექტორს. იგი ცდილობს, მოძებნოს ეკონომიკური გადაწყვეტილების პოზიტიური ალტერნატივა. აღსანიშნავია, რომ მწვანე ეკონომიკა არ გულისხმობს ზედმეტ ჩარევას ხელისუფლების მხრიდან და წინააღმდეგობაში არ მოდის საბაზრო ეკონომიკის ლოგიკასთან/პრინციპებთან. აქედან გამომდინარე, მისი მთავარი რეგულატორი არის არა სახელმწიფო ან კერძო ბიზნესი, არამედ საზოგადოება, რომელიც თავად მართავს მას. ფართო კონტექსტში, არსებითი განსხვავება ჩვეულებრივ ეკონომიკასა და მწვანე ეკონომიკას შორის, ამ უკანასკნელის გრძელვადიანი ეფექტიანობა და მის შედეგად გაძლიერებული მდგრადობით განისაზღვრება.

მრავალი სპეციალისტის აზრით, მწვანე ეკონომიკა მოიცავს ექვს მთავარ სექტორს:

-  განახლებადი ენერჯია (მზის, ქარის, გეოთერმული, საზღვაო, მათ შორის ტალღების, ბიოგაზისა და სითბური უჯრედების ენერჯია).
-  მწვანე შენობები (ენერჯიის მწვანე მოდიფიკატორები, მწვანე პროდუქტები და მასალები).
-  სუფთა ტრანსპორტი (ალტერნატიული საწვავი, საზოგადოებრივი ტრანსპორტი, ჰიბრიდული და ელექტრო სატრანსპორტო საშუალებები).
-  წყლის მართვა (წყლისა და წვიმის გამწმენდი სისტემები, შიდა წყლის ლანდშაფტი, წყლის გამოყენება).
-  ნარჩენების მართვა (უტილიზაცია, მუნიციპალური ნარჩენი მასალების გამოყენება, ნიადაგის ნაყოფიერების გაუმჯობესება, გაწმენდა).
-  მიწის მართვა (ორგანული სოფლის მეურნეობა, ურბანული ტყეები და პარკები, ტყეების განაშენიანება).

საჭიროა წარმოების სრულ ციკლში სუსტი რგოლის გამოკვეთა და მისი გამოსწორება. ყველა წარმოებას გააჩნია მთელი სისტემის გაუმჯობესების პოტენციალი. გარემოს დამზოგ გადაწყვეტილებებს შეუძლია პოზიტიური ეფექტის მოხდენა არა მხოლოდ გარემოზე, არამედ სოციალურ ცხოვრებაზეც. მას აქვს ასევე ინოვაციური იდეების განვითარების ძალიან დიდი ასპარეზი. ინოვაციურ და დიზაინერულ გადაწყვეტილებებს, რომლებიც დამზოგავი ტექნოლოგიების შექმნასა და გამოყენებას უკავშირდება, შეუძლია გააჩინოს ახალი სამუშაო ადგილები და შესაძლებლობები მდგრადი ცხოვრების წესის პრიორიტეტად დასამკვიდრებლად; შეამციროს გარემოზე უარყოფითი გავლენა და ხელი შეუწყოს მოსახლეობის ჯანმრთელობასა და კეთილდღეობას.

განსავითარებელი კომპეტენციები: ანალიტიკური, კვლევითი უნარები და კრიტიკული აზროვნება, პრობლემის გადაჭრა.

ინსტრუქციები აქტივობისთვის: 

ნაბიჯი 1 - მოსწავლეებთან ერთად გამოიკვლიეთ მწვანე ეკონომიკის პოლიტიკა და რეგულაციები საქართველოში.

თქვენი კვლევის მხარდასაჭერად, შეგიძლიათ, გამოიყენოთ ინფორმაციის სხვადასხვა წყარო, როგორცაა სამთავრობო და საერთაშორისო ორგანიზაციების ვებსაიტები, სტატიები და ანგარიშები (დამატებით გაეცანით შემდეგ წყაროს „საქართველოს მზაობის შეფასება ევროპის მწვანე შეთანხმების მიმართ“, 2022 <https://www.undp.org/ka/georgia/publications/eu-green-deal>).

ნაბიჯი 2 - გაეცანით საქართველოს ეკონომიკის ცირკულარობის შეფასებას, რომელიც განხორციელდა SIDA მიერ დაფინანსებული პროექტით „CIRCULARITY MAPPING FOR GEORGIA 2022 მასალაებს“, საქართველოს ცირკულარული ეკონომიკის სტრატეგიასა და საგზაო რუკას, რომელიც გარემოს დაცვისა და სოფლის მეურნეობის სამინისტროს კოორდინაციით ხორციელდება. ანალიზის საფუძველზე განსაზღვრეთ მწვანე ეკონომიკის ძლიერი და სუსტი მხარეები, ასევე სიტუაციურ ამოცანაში მითითებული ექვსი სექტორიდან აირჩიეთ ერთ-ერთი, რომლის განხორციელებაც საქართველოში სირთულეს არ წარმოადგენს და ერთი, რომელიც რთულად შესასრულებლად მიგაჩნიათ. ახსენით თქვენი პოზიცია, მოიყვანეთ შესაბამისი არგუმენტები.

ნაბიჯი 3 - შეიმუშავეთ სამოქმედო გეგმა, თუ როგორ შეიძლება გაუმჯობესდეს თქვენ მიერ რთულად მიჩნეული მიმართულება. არჩეული სამოქმედო გეგმა უნდა ეფუძნებოდეს თქვენეულ ანალიზს და ითვალისწინებდეს სოციალურ, ეკონომიკურ და პოლიტიკურ ფაქტორებს, რომლებიც ზემოქმედებენ მწვანე ეკონომიკაზე.

წარუდგინეთ თქვენს კლასს სამოქმედო გეგმა, მიიღეთ მოსწავლეებისგან გამოხმაურებები და წინადადებები, მოაწყვეთ დისკუსია.

ნაბიჯი 4 - და ბოლოს, გაანალიზეთ, რა ისწავლეთ და განიხილეთ, თუ როგორ შეგიძლიათ გამოიყენოთ ეს ცოდნა მდგრადი პრაქტიკის პოპულარიზაციისთვის.



სურათი 4 გადამზადებული კადრების ეფექტი

მდგრადი სტარტაპ-გამოწვევა

მდგრადი სტარტაპ-გამოწვევის ფარგლებში მოსწავლეებს დასჭირდებათ, იკვლიონ, რა მდგომარეობაა სტარტაპებთან დაკავშირებით, როგორაა წახალისებული მწვანე იდეების შექმნა. გაეცნობიან მდგრადი მეწარმეობის ანალოგებს. კვლევისა და ანალიტიკური უნარების განავითარების გარდა, პროექტი მიზნად ისახავს მოსწავლეები თავად იქცნენ მეწარმეებად. თქვენ შექმნით გუნდებს, განავითარებთ მდგრად ბიზნეს იდეებს და შეეჯიბრებით ყველაზე გავლენიანი და ინოვაციური, მდგრადი სტარტაპ კონცეფციის შესაქმნელად. მოსწავლეები, ასევე, გაეცნობიან სხვადასხვა ასაკობრივი ჯგუფის, ადგილობრივი თემის ჩივილს, თუ რა პრობლემა უქმნის დისკომფორტს და ვნებს გარემოს, მათი აზრით. ამის შემდეგ შეეცდებიან, გამოკვეთონ ერთი საკითხი და ბიზნეს იდეა მის მოგვარებას მოახმარონ.

განვითარებული კომპეტენციები: კვლევისა და ანალიტიკის, ასევე, პრობლემების გადაჭრის, ინოვაციის, პრეზენტაციის შემოქმედებითი უნარები გარემოსდაცვითი და სოციალური ცნობიერების ამაღლება.

ინსტრუქციები აქტივობისთვის: 

ნაბიჯი 1 - მოსწავლეები დაყავით ჯგუფებად ისე, რომ გაერთიანდნენ განსხვავებული უნარებისა და ინტერესების მქონე ბავშვები. ყველა ეტაპზე საჭიროა თანამშრომლობა, იდეების შეჯერება და ერთიან გადაწყვეტილებებზე შეთანხმება.

ნაბიჯი 2 - მათთან ერთად, პრობლემის იდენტიფიცირებისთვის ჩაატარეთ კვლევა, რათა გამოავლინოთ საზოგადოებისთვის საჭირობო როტო, აქტუალური გარემოსდაცვითი ან სოციალური გამოწვევები. ამ მიმართულებით გაეცანით სტატისტიკას და უკვე არსებული კვლევების შედეგებს.

რეკომენდაცია:

დამატებით შეგიძლიათ, ჩაატაროთ ინტერვიუები. მოამზადოთ კითხვარი თქვენ მიერ გამოსაკითხი სეგმენტისთვის და მოიფიქროთ, თუ რა მეთოდით შეაგროვებთ პასუხებს (ონლაინ, ადგილზე მისვლა - მაგ: საწარმოში, თუ ეხება კონკრეტული სფეროს დასაქმებულებსა თუ ახალგაზრდებს - შესაძლებელია უნივერსიტეტისა და კოლეჯებში სტუმრობა, ან მათი ონლაინ ჯგუფების გამოყენება, სადაც კითხვარს განათავსებთ ჯგუფის ადმინის თანხმობით, სკოლასთან ან ბაღთან მიმდებარედ გამოკითხავთ ახალგაზრდა მშობლებს და ა.შ.). გაითვალისწინეთ, რომ კითხვარი იყოს მოკლე, რადგან დროის არქონის გამო რესპონდენტებისგან უარი არ მიიღოთ.

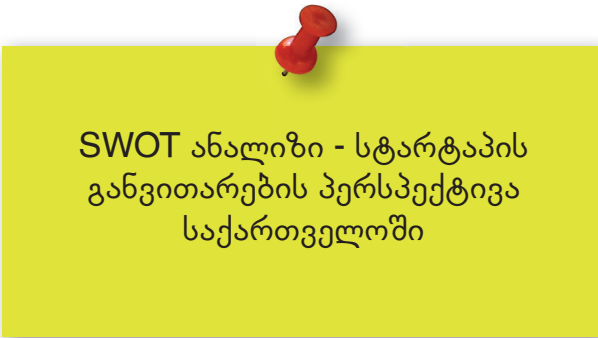
ნაბიჯი 3 - თქვენი კვლევისა და პრობლემის იდენტიფიკაციის საფუძველზე, შეიმუშავეთ მდგრადი ბიზნეს იდეა, რომელიც მიმართულია ამ პრობლემის მოგვარებისკენ. განიხილეთ არსებული გამოცდილებები, როგორ აგვარებენ პრობლემებს, შეისწავლეთ შესაბამისი პროდუქტები, სერვისები ან ტექნოლოგიები. გახსოვდეთ, პროდუქტი უვნებელი უნდა იყოს გარემოსთვის ან გადაჭრას გარემოში არსებული პრობლემები.

ნაბიჯი 4 - შეისწავლეთ პოტენციური გასავალი და შემოსავალი, რამდენად ხარჯთეფექტიანია, მაღალი თვითღირებულება და საბაზრო ღირებულება ხომ არ გამოიწვევს სტარტაპის ჩავარდნას.

ნაბიჯი 5 - შექმენით ბიზნესგეგმა თქვენი მდგრადი სტარტაპისთვის. გამოკვეთეთ საწარმოს მისია, ხედვა და ღირებულებები. განსაზღვრეთ თქვენი სამიზნე ბაზარი, პროდუქტი, ღირებულება, მარკეტინგული სტრატეგია და მიწოდება. ნათლად აღწერეთ, თუ როგორ გაუმკლავდება თქვენი წამოწყება გარემოსდაცვით ან სოციალურ გამოწვევას წარმოების ყველა ეტაპზე, როგორი იქნება ენერჯია, რომელსაც მოიხმარს, რესურსები. რა შეიცვლება გარემოში, რა უპირატესობები აქვს არსებულ პროდუქტს სხვა კონკურენტულ პროდუქტებთან შედარებით.

ნაბიჯი 6 - თქვენი სტარტაპის შესახებ ინფორმაციის უკეთ გასაანალიზებლად, გამოიყენეთ SWOT ანალიზი და შეაფასეთ ყველა თვალსაზრისით - ძლიერი და სუსტი მხარეები, შესაძლებლობები და საფრთხეები, რისთვისაც შეგიძლიათ ქვემოთ მოცემული ცხრილის გამოყენება.

ნაბიჯი 7 - მოამზადეთ მაკეტი და პრეზენტაცია. ბავშვები უნდა იყვნენ დამაჯერებელნი. აჩვენონ განვლილი გზა და მიღებული გადაწყვეტილებები, მოაწყეთ განხილვა კლასის წინაშე.



SWOT ანალიზი

დაწერეთ სტარტაპის სახელწოდება და თემა _____

დაწერეთ თემის ირგვლივ, რა არის ძლიერი და რის გამო ენიჭება მას უპირატესობა: ადამიანური, ტექნოლოგიური, გარემოზე ზემოქმედების, ეკონომიკური, სოციალური მიმართულებების ცალ-ცალკე განხილვისას	Strengths ძლიერი მხრე	Weaknesses სუსტი მხარე	დაწერეთ თემის ირგვლივ, რა არის სუსტი, რას უნდა მიექცეს ყურადღება, თუკი ამ მიმართულებით გვინდა განვითარება. განხილული უნდა იყოს ადამიანური, ტექნოლოგიური, გარემოზე ზემოქმედების, ეკონომიკური, სოციალური მიმართულებების მიხედვით
განიხილეთ გარე შესაძლებლობები, რაც ამ საკითხის განვითარებისთვის შეიძლება იქნას გამოყენებული	opportunities შესაძლებლობა	Threats საფრთხე	განიხილეთ გარე საფრთხეები, რამაც ამ საკითხის განვითარებას შეიძლება შეუშალოს ხელი

ცხრილი 3

მწვანე საკონსულტაციო ჯგუფი

აქტივობის ფარგლებში მოსწავლეები ჩამოაყალიბებენ და მოამზადებენ რომელიმე მიზნობრივი ჯგუფისთვის (მცირე მეწარმე, საშუალო, მსხვილი ბიზნესი) ვორქშოფს, თუ როგორ შეამცირონ თავიანთი უარყოფითი ზემოქმედება ბუნებაზე. ისინი, ასევე, შეისწავლიან სხვადასხვა ასაკობრივი ჯგუფისა თუ ადგილობრივი თემის საჩივარს - რა პრობლემებს უქმნის მცირე, საშუალო და დიდი მეწარმეობა მათ ლოკალურ გარემოს, რაც, მათი აზრით, ვნებს გარემოს. ამის შემდეგ შეეცდებიან, გამოკვეთონ ერთი საკითხი და ვორქშოფი მის მოგვარებას მოანდომონ. მნიშვნელოვანია ბიზნეს მოდელის შესწავლა, რომელიც გამოავლენს ტრადიციული ბიზნეს მოდელების გადახედვის საჭიროებას, მდგრადობის ლინზების მეშვეობით. ეს აქტივობა მოსწავლეებს საშუალებას მისცემს, არა მხოლოდ შეაფასონ, არამედ შექმნან საკონსულტაციო ჯგუფი, რომლის მიზანიც იქნება მცირე, საშუალო და მსხვილი ბიზნესისთვის გარემოზე ზემოქმედების შემცირების საჭიროება და პრობლემების გადასაჭრელად ზემოქმედებითი, ინოვაციური გზების დასახვა, საერთაშორისო საუკეთესო პრაქტიკის გათვალისწინებით.

განსავითარებელი კომპეტენციები: კვლევის, ანალიტიკური, პრობლემების გადაჭრის, ინოვაციის, პრეზენტაციის, შემოქმედებითი უნარები, გარემოსდაცვითი და სოციალური ცნობიერების ამაღლება.



ინსტრუქციები აქტივობისთვის:

ნაბიჯი 1 - მოსწავლეები დაყავით ჯგუფებად ისე, რომ გაერთიანდეთ განსხვავებული უნარებისა და ინტერესების მქონე ბავშვები.

რეკომენდაცია:

ყველა ეტაპზე საჭიროა თანამშრომლობა, იდეების შეჯერება და ერთიან გადაწყვეტილებებზე შეთანხმება.

ნაბიჯი 2 - მათთან ერთად პრობლემის იდენტიფიცირებისთვის ჩაატარეთ კვლევა, რათა გამოავლინოთ აქტუალური გარემოსდაცვითი ან სოციალური გამოწვევები, რომლებიც მცირე, საშუალო და მსხვილ ბიზნესს აქვს. შეგიძლიათ, აარჩიოთ ერთ-ერთი ბიზნესის ან მცირე მეწარმის საქმიანობა, გაეცნოთ მათ სამუშაოს, საიდან მარაგდებიან, რას უშვებენ, რა გავლენა აქვს გარემოზე მათი წარმოების ციკლს.

ნაბიჯი 3 - თქვენი კვლევის საფუძველზე, შეიმუშავეთ ამ პრობლემის მოგვარების გზა. განიხილეთ არსებული გამოცდილებები, როგორ აგვარებენ პრობლემებს, შეისწავლეთ შესაბამისი პროდუქტები, სერვისები ან ტექნოლოგიები. გახსოვდეთ, პროდუქტი უვნებელი უნდა იყოს გარემოსთვის.

ნაბიჯი 4 - შეისწავლეთ შეთავაზებული წინადადების ხარჯთეფექტურობა, რადგან ამ ბიზნესისთვის თქვენი შეთავაზების სიძვირის შემთხვევაში, მნიშვნელოვანი სარგებელის არარსებობის გამო, ის არ დაინერგება.

ნაბიჯი 5 - შექმენით ვორქშოფის გეგმა. გამოკვეთეთ ზემოქმედების ფოკუსი და შეიმუშავეთ შესაბამისი შინაარსი, რომელიც პრობლემის მოგვარებისკენ იქნება მიმართული. დაწვრილებით განიხილეთ, თუ როგორ უნდა გაუმკლავდნენ ბიზნესის წარმომადგენლები პრობლემას, რა შეიცვლება გარემოში, რა უპირატესობები აქვს არსებულ ცვლილებას და რამდენად კონკურენტუნარიანია ის ბიზნესისთვის.

ნაბიჯი 6 - წარადგინეთ კლასის წინაშე შესწავლილი ბიზნესი და მიღებული გადაწყვეტილებები, ასევე ვორქშოფის შინაარსი, იყავით დამაჯერებელი.

მწვანე პოლიტიკის სხვადასხვა მიმდინარეობა

ქვემოთ მოცემული მწვანე პოლიტიკის მიმდინარეობები იძლევა წარმოდგენას, თუ რამდენად განსხვავებული გზებით ცდილობენ მიზნის მიღწევას მწვანე პოლიტიკის გამტარებელნი. გაეცანით მათ და მოიძიეთ დამატებითი ინფორმაცია მიმდინარეობებში უკეთ გასარკვევად.

სოციალური ეკოლოგია

სოციალური ეკოლოგია ეფუძნება რამდენიმე წინაპირობას:

- აღამიანები არიან ბუნების ნაწილი, მაგრამ გააჩნიათ უნიკალური სოციალური ცნობიერება.
- არსებული გარემოსდაცვითი კრიზისი ჩვენს საზოგადოებაში ძალაუფლების იერარქიული გადანაწილების შედეგს წარმოადგენს.
- ძალაუფლების ეს სტრუქტურები ისევე ერჩის კაცობრიობას, როგორც გარემოს.
- საზოგადოების განვითარება ეკოლოგიურ პრინციპებზე დაყრდნობით, შეცვლის ჩვენს კავშირს ბუნებასთან.

აღნიშნული ეკოლოგიური პრინციპები ემყარება ურთიერთდახმარებას, მოვლისა და თემის ღირებულებებს. ტრანსფორმაცია მიიღწევა რადიკალური კოლექტიური ქმედებითა და კოოპერაციული სოციალური მოძრაობებით.

ეკოსოციალიზმი

თავისი არსით ტერმინი „ეკოსოციალიზმი“ მოიცავს ძალიან მნიშვნელოვანი და მრავალფეროვანი იდეების კრებულს, რომელთა დეტალური განხილვა ძალიან შორს წაგვიყვანს. ზოგადად, ეკოსოციალისტები მიიჩნევენ, რომ მწვანე პოლიტიკას მხოლოდ მაშინ აქვს აზრი, როდესაც ის მემარცხენე ძალას წარმოადგენს. მათ სჯერათ, რომ კაპიტალიზმი, რომელიც მიმართულია პროდუქციისა და მოხმარების ზრდისკენ, არის ეკოლოგიური დესტრუქციის ძირითადი წარმმართველი ძალა. ეკოსოციალისტური საერთაშორისო ქსელი აქტიურია მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყანაში, განსაკუთრებით ლათინურ ამერიკაში. ეკოსოციალისტურ პარტიას წარმოადგენს, ასევე, დიდი ბრიტანეთის მწვანეთა მემარცხენე პარტია.

ეკოფემინიზმი

მწვანეთა მოძრაობის ბევრი წარმომადგენელი ხაზს უსვამს, რომ მწვანე პოლიტიკა თავისთავად ფემინისტურია, ასევე ბევრი საერთო აქვს ეკოფემინიზმს, ეკონარქიზმსა და ეკოსოციალიზმს. ეკოფემინისტთა შორის მოიაზრებიან მწვანეთა პარტიის ყოფილი ლიდერი პეტრა კელი და ინდოელი მეცნიერი ვანდანა შივა.

ეკოფემინისტები თვლიან, რომ ყველაზე დიდი „მამაკაცური“ საფრთხეები, აგრესია და დაუნდობელი კონკურენცია, კაპიტალიზმის გაფართოებისა და ომების გაჩაღების წინაპირობაა. სამოცდაათიანი წლების ანტიბირთვულმა კამპანიებმა და 80-იან წლების სამშვიდობო მოძრაობებმა საკმაოდ წინ წამოწია ფემინისტური დღის წესრიგი. 80-იან წლებში ბერკშირში (დიდი ბრიტანეთი) დაარსებულმა მშვიდობის ბანაკმა „მხოლოდ ქალები“ დიდი როლი ითამაშა რაკეტების განიარაღების პროცესში და მთელს მსოფლიოში იქცა სამშვიდობო მოძრაობების თილისმად.

ეკოფემინისტების განცხადებით, დიასახლისობა, რომელსაც ტრადიციულად ქალები ითავსებენ და მოიცავს ბავშვებზე, მოხუცებსა და ავადმყოფებზე ზრუნვას, არ არის დაფასებული. მწვანეთა პარტიები აქტიურად ემხრობიან ფემინისტური პოლიტიკის გატარებას გენდერული უთანასწორობის აღმოფხვრისა და ქალის სტატუსის ასამაღლებლად.

ეკოფაშიზმი

ეკოსოციალიზმი, ეკონარქიზმი, თუ ეკოფემინიზმი არ წარმოადგენს მწვანე პოლიტიკის ძირითად მიმართულებებს, მიუხედავად ამისა, აქ ნაკლებად გვხვდება აცდენები ძირითად პრინციპებთან. ზემოთ ჩამოთვლილი მიმდინარეობებისგან განსხვავებით, ეკოფაშიზმი ძნელია, განვიხილოთ მწვანე პოლიტიკის პრიზმაში.

კრიტიკოსთა ნაწილის აზრით, თვით ტერმინიც კი „ეკოფაშიზმი“, თავისთავად ოქსიმორონია, არასწორია, დაახლოებით ისეთივე, როგორც ცხელი ყინული. ეკოფაშიზმი ხშირად გამოიყენება როგორც შეურაცხმყოფელი ტერმინი, განსაკუთრებით მათ მიმართ, ვინც თავს პოლიტიკური სპექტრის მარჯვენა მხარეს განიხილავს.

უნდა გვახსოვდეს, რომ „მწვანეები“ ამ სიტყვის ფართო გაგებით, ადვოკატობენ „არა-ძალადობას“, თანასწორობასა და მონაწილეობით დემოკრაციას, რაც არ ჯდება ფაშიზმის რომელიმე დებულების ასპექტში. შესაბამისად, იმ ორგანიზაციების რიცხვი, რომლებიც თავის თავს უწოდებს ეკოფაშისტურს, საკმაოდ მცირეა. მაგ: ასეთია ლიბერტიანიული ეროვნულ-სოციალისტური მწვანეთა პარტია აშშ-ში. მათი სიმბოლოა ნაცისტური სვასტიკა მწვანე ფონზე. თუმცა ეს ორგანიზაცია, კრიტიკოსთა განმარტებით, უფრო პაროდიაა, ვიდრე ნამდვილი პარტია. ზოგიერთი ავტორი ეკოფაშიზმს აკავშირებს იმ გარემოსდამცველებთან, რომლებიც თვლიან, რომ ემიგრაცია იწვევს გარემოსდაცვით დეგრადაციას.

გარდა ამისა, ხშირად ჰიპერბოლის პრინციპით, ამ ტერმინს უყენებენ ისეთ გარემოსდაცვით ჯგუფებს, როგორებიცაა გრინფისი ან სიერა კლუბი.

განსავითარებული კომპეტენციები: ანალიტიკური, კვლევითი უნარები და კრიტიკული აზროვნება, პრეზენტაციის უნარი.

ინსტრუქციები აქტივობისთვის:



ნაბიჯი 1 - მოსწავლეებთან ერთად გაეცანით მწვანე პოლიტიკის მიმართულებებს და შესასწავლად აირჩიეთ თქვენთვის საინტერესო მიმართულება.

ინტერესის გათვალისწინებით, დაყავით ბავშვები ჯგუფებად და სხვადასხვა წყაროს გამოყენებით მოიძიეთ დამატებითი ინფორმაცია მათზე - რას საქმიანობენ, რომელ ქვეყნებშია გავრცელებული, რა მიღწევები აქვთ?

ნაბიჯი 2 - კრიტიკულად გაანალიზეთ მოძიებული ინფორმაცია და განსაზღვრეთ, თუ რა ძლიერი და სუსტი მხარეები აქვს მათ საქმიანობას. ასევე შეაფასეთ, არიან თუ არა საქართველოში მათი მიმდევრები და აქვს თუ არა პერსპექტივა მათ გავრცელებას.

ნაბიჯი 3 - წარადგინეთ კლასში მოძიებული ინფორმაცია, თანატოლებისგან განიხილეთ გამოხმაურებები და წინადადებები, მოაწყვეთ დისკუსია.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. გამოყენებული ლიტერატურა:
2. 170 daily actions to transform our world, 2019
3. Education for Sustainable Development Goals: learning objectives, UNESCO, 2017
4. მდგადი განვითარების მიზნები - თეორიიდან პრაქტიკამდე, მანანა რატიანი, ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი, 2022
5. მწარმოებლის გაფართოებული ვალდებულება, გზამკვლევი მწარმოებლისთვის, 2021
6. საქართველოს მზაობის შეფასება ევროკავშირის მწვანე შეთანხმების მიმართ, ევროკავშირი საქართველოსთვის, 2022
7. https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal_en
8. <https://www.unglobalcompact.org/>
9. <https://www.sustainability.ge/business-sustainability/>
10. <https://mepa.gov.ge/>
11. <https://www.ecoschools.global/working-wit-the-sdgs>
12. <https://ed.ted.com/earth-school>
13. <https://www.globalschoolsprogram.org/>
14. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/>

