

ბ. პ. პაპავა

სამრეწველო ფირმის ორგანიზაცია

და მართვა

ორტომეული

I ტომი

ეკონომიკის საბაზრო მმართვემი

და ფირმა (საწარმო)

ივ. ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის მრეწველობის, სოფლის მეურნეობისა და შრომის ეკონომიკის კათედრის და ეკონომიკური ფაკულტეტის სამეცნიერო საბჭოს მიერ რეკომენდებულია სახელმძღვანელოდ ეკონომიკური პროფილის უმაღლესი სასწავლებლებისათვის

რედაქტორი პროფ.

ი. ბაქრაძე

რეცენზენტები:

ნ. ჭითანაშვილი, ეკონომიკური და სოციალური პრობლემების სამეცნიერო-კვლევითი ინსტიტუტის დირექტორი, ეკონ. მეც. დოქტ. საქ. ეკონომიკ. მეცნიერებათა აკადემიის აკადემიკოსი

თ. ბერიძე, საქართველოს სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტის თავმჯდომარე, ეკ. მეც. დოქტ. პროფ. საქ. ეკონ. მეც. აკადემიის აკადემიკოსი

თბილისი 1998 წ.

ანოტაცია

საქართველოს დღევანდელი საბაზრო ეკონომიკის კონკურენტულ თანამედროვე ცივილიზებულ რელსებზე გადაყვანა მოითხოვს საბაზრო ყაიდის პრაგმატისტული და სისტემური წყობის ეკონომიკის დაუფლებას. ბაზართმცოდნეობის საფუძველზე საჭიროა სამრეწველო საწარმოს მიერ ბაზართკეთების მართვა. ამიტომ სამრეწველო ფირმა ექცევა საბაზრო დარტყმებისა და საბაზრო გახსნილობათა გარემოცვაში (იხ. ნახ. ყდაზე). საბაზრო დარტყმა წარმოადგენს ფირმის სიცოცხლისუნარიანობისადმი დამუქრებითი სიტუაციის ჩამოყალიბებას და რისკის გაუმართლებლობას, საბაზრო გახსნილობა კი - ფირმის სიცოცხლისუნარიანობის გააქტიურების, ახალ შესაძლებლობათა წარმომქნელი სიტუაციის ჩამოყალიბებას.

ამ ნახატში ისარი 1-ით მინიშნებულია პროდუქციის ბაზრის მოთხოვნა წარმოებისადმი, 2-ით წარმოების მოთხოვნა მომარაგებისადმი, 3-ით მომარაგების მოთხოვნა რესურსების ბაზრისადმი, 4-ით რესურსების ბაზრის პასუხი მომარაგების მოთხოვნისადმი, 5-ით მომარაგების პასუხი წარმოების მოთხოვნისადმი, 6-ით კი წარმოების პასუხი პროდუქციის ბაზრის მოთხოვნისადმი.

ამ ყაიდაზე ცოდნის დაუფლებას და რესტრუქტურიზაციას ემსახურება წინამდებარე ორტომეული.

იგი გამიზნულია ფირმების, საწარმოების, მეურნეობების, მენეჯერთა, მარკეტოლოგთა, ბიზნესმენტა პრაქტიკულ-სასწავლო სახელმძღვანელო მაგიდიწ წიგნად; კადრების მომზადება-გადამზადების, ეკონომიკური პროფილის სახელმწიფო და კერძო უმაღლესი სასწავლებლებისათვის სახელმძღვანელოდ. იგი გამოადგება ამავე პროფილით ასპირანტების მომზადებას და პროფესორ მასწავლებლებსაც.

სარჩევი
ტომი I

ავტორისაგან ----- 11

შესავალი

მეცნიერების და სასწავლო დისციპლინის “სამრეწველო ფირმის ორგანიზაცია და მართვა“ საგანი, მიზანი, მეთოდოლოგია და არსი ----- 13

თავი I

**სისტემური მიდგომა და საწარმო (ფირმა)
სახალხო მემურნეობრივ სუპერსისტემაში**

- 1.1. სისტემური და პრაგმატისტული მიდგომის აუცილებლობა საბაზრო მექანიზმში გარკვევისათვის ----- 32
- 1.2. სახალხო მემურნეობრივი სუპერსისტემა და საწარმოს ემერჯენტული თვისებები ----- 45
- 1.3. საწარმოს იმანენტური თვისებები ----- 51

თავი II

**სამემურნეო მემანიჟმი და სტრატეგიული
მმართველობა**

- 2.1. მემურნეობრიობის მექანიზმები ----- 56
- 2.2. მმართველობითი სტრატეგია და ეკონომიკის სტრატეგიული მართვის მექანიზმი ----- 68

თავი III

**მემურნეობის საბაზრო მემანიჟმი და
ფირმა (საწარმო)**

- 3.1. მემურნეობრიობის საბაზრო მექანიზმი ----- 87
- 3.2. ინფლაციის მექანიზმი საბაზრო სისტემაში და საქართველოს ეკონომიკა ----- 100
- 3.3. ფასწარმოქმნის მექანიზმი, კონკურენცია და ფირმის (საწარმოს) შემოსავლები ----- 112

თავი IV
საბაზრო სისტემაზე საქართველოს და
სამრეწველო საწარმოს გადართვის
საფუძვლები

4.1. საბაზრო ეკონომიკაზე საქართველოს გადართვის პარამეტრები - - - - -	120
4.2. საქართველოს საბაზრო ეკონომიკის სოციალიზაციის მექანიზმი - - - - -	127
4.3. მეურნეობრიობის სახელმწიფოებრივი სტრატეგიული ზონები - - - - -	155
4.4. სამრეწველო საწარმოთა საბაზრო ეკონომიკაზე გადაყვანის საფუძვლები - - - - -	161
4.4.1. სახელმწიფო კაპიტალიზმი და პრივატიზაცია - - - - -	161
4.4.2. არენდის, იჯარის, არენდული იჯარის და ლიზინგის არსი - - - - -	167
4.4.3. სამრეწველო საწარმოთა რესტრუქტურისაცია - - - - -	176
4.4.4. გამოსყიდვითი არენდით, იჯარით ან ლიზინგით საწარმოთა რესტრუქტურისაციის მექანიზმი - - - - -	186
4.4.5. სამეურნეო ანგარიშის თვითგამოსყიდვითი და თვითდაფინანსებითი მექანიზმების ხელოვნურობა - - - - -	193
4.4.6. სრული სამეურნეო ანგარიში და მარკეტინგული მართვა - - - - -	199

თავი V
საწარმო, ბარემო და მართვის
ინდიკატური მმქანისი

5.1. გარემო და სამრეწველო საწარმო (ფირმა) - - - - -	206
5.2. ინდიკატური დაგეგმვის არსი და პარამეტრები - - - - -	217
5.3. ღირექტულ-ინდიკატური სინერგული მართვის არსი და პარამეტრები - - - - -	230
5.4. ღირექტიული და ინდიკატური მართვის სინერგული შეუღლებების საფუძვლები - - - - -	237

თავი VI

ეკონომიკური ანალიზის და წარმოების საბოლოო შედეგების მარკეტინგული მართვის მეთოდოლოგია

6.1. სამრეწველო ფირმა და მისი ეკონომიკური რისკი	247
6.2. ალბათობითი და დეტერმინირებული მეთოდების ეკონომიკურ ანალიზში გამოყენების სფეროების შესახებ	259
6.3. საბაზრო მექანიზმთან ადაპტირებული ეკონომიკური ანალიზისა და ანალიზურ-შემფასებელი სისტემებით მართვის პრობლემები	268
6.4. პერიოდანტულ-გენეტიკური მიდგომის პოზიციები	286
6.5. დეტერმინირებული მულტიპლიკაციური ფაქტორული ეკონომიკური ანალიზის პერიოდანტული მეთოდი	310
6.6. ანალიზურ-შემფასებელ მაჩვენებელთა სისტემა საწარმოს მმართველობის მექანიზმში	337
6.7. კონცეფციის არსებითი ნიშან-თვისებები	340

თავი VII

სამრეწველო ფირმის მართვა

7.1. მეწარმეობრივი ფირმის (საწარმოს) მარკეტინგული მართვის საფუძვლები	347
7.2. სიტუაციური მართვა როგორც მარკეტინგის ნიშანთვისება	356
7.3. მარკეტინგის სტრატეგია და სიტუაციური მართვა	361
7.4. ქცევის სტილი	373
7.5. საქმეში ჩახედულობა როგორც სტრატეგიული დაგეგმვის საფუძველი	376
7.6. სტრატეგიული რეაქცია მოსალოდნელ ცვლილებებზე	380
7.7. ფირმის მეურნეობის სტრატეგიული ზონების მართვის საფუძვლები	382
7.8. სტრატეგიული ამოცანებით მართვის აუცილებლობა	385
7.9. სტრატეგიული ამოცანებით მართვის სისტემა	387
7.10. სტრატეგიული მართვის გამოცდილების შესახებ საბაზრო ეკონომიკის პირობებში	391
7.11. მარკეტინგული საქმიანობის ორგანიზაცია, მართვის დემოკრატიზაცია და ინდივიდის საქციელზე ორგანიზაციული ფორმების გავლენა	394

7.12. სამრეწველო საწარმო, მეწარმე და ბაზრის გამოკვლევა - - -	396
7.13. სამრეწველო ფირმის საქმიანობის სახეობები - - - - -	405
7.14. სამრეწველო ფირმის სტრუქტურის ეფექტიანობის შეფასების კრიტერიუმები სიტუაციური მართვის პოზიციებიდან - -	410

თავი VIII

გმართველობითი რაციონალიზმი

პროდუქციის წარმოებასა და რეალიზაციაში

8.1 საწარმოს მარკეტინგული მართვის განსხვავება სამეურნეო-ანგარიშებრივი მართვისაგან - - - - -	416
8.2. პროდუქციის ხარისხის „სორტის“ ღირსების არსი და ურთიერთკავშირი - - - - -	420
8.3. პროდუქციის ხარისხის მაჩვენებლები და დაგეგმვა - - - - -	425
8.4. პროდუქციის ხარისხის კომპლექსური მართვა - - - - -	431
8.5 ფასების დაწესება ახალ პროდუქციაზე - - - - -	441
8.6. პროდუქციის მარკეტინგული დაგეგმვა - - - - -	451
8.7. პროდუქციის ხარისხის კონტროლის ორგანიზაცია და მეთოდები - - - - -	462
8.8. პროდუქციის ხარისხის ამაღლების ეკონომიკური ეფექტიანობა - - - - -	472
8.9. პროდუქციის წარმოებისა და რეალიზაციის (გაყიდვათა) გეგმის მნიშვნელობა და მაჩვენებლები - - - - -	476
8.10. პროდუქციის ნომენტკლასტურისა და ასორტიმენტის დადგენა - - - - -	479
8.11. საამქროებისა და საწარმოო უბნების საწარმოო პროგრამის დამუშავება - - - - -	483
8.12. დაუსრულებელი წარმოების ნაშთების დაგეგმვა - - - - -	489
8.13. პროდუქციის ფიზიკური მოცულობის გაანგარიშება ნორმატიული წმინდა პროდუქციის მეთოდით - - - - -	493
8.14. სასაქონლო, საერთო და ნორმატიული წმინდა პროდუქციის დაგეგმვა - - - - -	499
8.15. კოოპერირებული შეკვეთების ნომენტკლასტურისა და მოცულობის დადგენა - - - - -	503
8.16. პროდუქციის წარმოებისა და რეალიზაციის მოცულობის გეგმის შესრულების ანალიზი - - - - -	505
8.17. სამრეწველო ფირმის (საწარმოს) ადგილი საბაზრო ურთიერთობათა სისტემაში - - - - -	507

ტომი II

თავი IX

მმართველობითი რაციონალიზმი და ეკონომიკური ანალიზით შიგასაწარმოო რეზერვების გამომვლინებაგამოყენების მთლიანობითი სისტემა.

9.1. მმართველობითი ბიუროკრატიზმი და მმართველობითი რაციონალიზმი - - - - -	13
9.2. შიგასაწარმოო რეზერვების არსი და კლასიფიკაცია - - - - -	16
9.3 შიგასაწარმოო რეზერვების გამოვლენის მეთოდები - - - - -	27
9.4 შიგასაწარმოო რეზერვების გამოვლენისათვის საჭირო მასალები. - - - - -	41

თავი X.

სამრეწველო შირმის (საწარმოს) საწარმოო-ტექნიკური ბაზა, წარმოების ინტენსიფიკაცია და მისი ეფექტიანობის ბანსაზღვრის მეთოდები.

10.1. წარმოების ინტენსიფიკაციის არსი და აუცილებლობა. - - - - -	44
10.2. წარმოების ეფექტიანობის კავშირი წარმოების ინტენსიფიკაციასთან. - - - - -	50
10.3. საწარმოს (ფირმის) მუშაობის ეფექტიანობის ძირითადი მახასიათებლები და მათ შორის კავშირი. - - - - -	55
10.4. საწარმოს (ფირმის) საწარმოო-ტექნიკური ბაზის არსი - - - - -	59
10.5. ტექნიკური პროგრესის მნიშვნელობა წარმოების განვითარებისათვის - - - - -	61
10.6. სამეცნიერო-კვლევითი და საექსპერიმენტო სამუშაოთა ორგანიზაცია და დაგეგმვა - - - - -	65
10.7. წარმოების ტექნიკური მომზადებისა და ათვისების ორგანიზაცია და დაგეგმვა - - - - -	73
10.8. ორგანიზაციულ-ტექნიკური ღონისძიებები (ინოვაციები) და მათი ეკონომიკური ეფექტიანობა - - - - -	83

თავი XI

საწარმოს სიმძლავრე და მისი დადგენის საშუაშუალებები

11.1. ფირმის ტექნიკური და საწარმოო სიმძლავრე. მათი შუაჭტორები - - - - -	111
--	-----

11. 2. ტექნიკური და საწარმოო სიმძლავრეთა მაჩვენებლები და ანალიზი - - - - -	116
11.3. ფორმის ტექნიკური სიმძლავრის დადგენა - - - - -	120
11.4. საწარმოო სიმძლავრის დაკავშირება საწარმოო პროგრამასთან - - - - -	128
11.5. ფორმის ძირითადი კაპიტალი და მისი როლი საწარმოო სიმძლავრის და ეკონომიკის ფორმირებაში - - - - -	133

თავი XII

საწარმოო პროცესი და მისი ორგანიზაციის საფუძვლები სივრცესა და დროში

12.1. საწარმოო პროცესი, მისი სტრუქტურა და წარმოების რაციონალური ორგანიზაციის ძირითადი ნიშნები - - - - -	141
12.2. წარმოების ორგანიზაციის ფორმები - - - - -	145
12.3. საწარმოო პროცესის ორგანიზაციის მეთოდები - - - - -	153
12.4. მოქნილი წარმოების არსი და დანიშნულება - - - - -	174
12.5. საწარმოო ციკლი და მისი ხანგრძლივობა - - - - -	177
12.6 ძირითადი წარმოების ორგანიზაციის ანალიზი - - - - -	188
12.7. საწარმოს რიტმული მუშაობის არსი და მნიშვნელობა - - - - -	189
12.8. რიტმულობის გაზომვის მეთოდები - - - - -	197
12.9. საწარმოო-ოპერატიული დაგეგმვის ამოცანები და შინაარსი - - - - -	202
12.10. კალენდარული საწარმოო პროგრამისა და წარმოების რიტმის დადგენა - - - - -	202
12.11. წარმოების მსვლელობის ოპერატიული კონტროლი - - - - -	208
12.12. რიტმული მუშაობისა და გრაფიკის მიხედვით პროდუქციის გამოშვების უზრუნველყოფის გზები - - - - -	211
12.13. ქსელური დაგეგმვისა და მართვის სისტემის გამოყენება - - - - -	212

თავი XIII

წარმოების მომსახურება, მისი სრულყოფის ორგანიზაცია და დაგეგმვა

13.1. საწარმოს დამხმარე სააქროებისა და მეურნეობების შედგენილობა და დახასიათება - - - - -	217
13.2. სარემონტო მეურნეობა - - - - -	220
13.3. საინსტრუმენტო მეურნეობა - - - - -	228
13.4. ენერგეტიკული მეურნეობა - - - - -	238.

13.5. შინასაწარმო სატრანსპორტო მეურნეობა (სამრეწველო ტრანსპორტი) - - - - -	243
---	-----

თავი XIV
შრომისა და მისი ანაზღაურების
რაციონალური ორგანიზაცია

14.1. საბაზრო მექანიზმის მოთხოვნები შრომის და მისი ანაზღაურების რაციონალური ორგანიზაციისადმი - - - - -	247
14.2. კადრების შეკრება და შერჩევა - - - - -	250
14.3 შრომის საზღაურის ფორმირების საერთო პარამეტრები - - - -	254
14.4 მუშაკთა მონაწილეობა საწარმოს (ფირმის) მოგებაში - - - -	255
14.5. შრომის რაციონალური ორგანიზაციის ძირითადი პრინციპები და ამოცანები - - - - -	261
14.6. შრომის არსებული ორგანიზაციის ანალიზი და რაციონალური ორგანიზაციის დაგეგმვა - - - - -	264
14.7. შრომის ორგანიზაციის ღონისძიებები - - - - -	282
14.8. შრომის ნორმირების არსი და მნიშვნელობა - - - - -	298
14.9. შრომის ნორმირების მეთოდები - - - - -	303
14.10. ტექნიკურად დასაბუთებული ნორმების დადგენა - - - - -	314
14.11. ნორმების გადასინჯვა და დანერგვა - - - - -	318
14.12. შრომის მწარმოებლურობის (ნაყოფიერების) მიღწეული ღონის ანალიზი და მისი ამაღლების დაგეგმვა - - - - -	320
14.13. საწარმოში მომუშავეთა რიცხოვნობის დაგეგმვა - - - - -	325
14.14. შრომის სტიმულირების არსი და სახეობები - - - - -	327
14.15. ხელფასის ორგანიზაციის საფუძვლები სამრეწველო საწარმოში (ფირმაში) - - - - -	328
14.16. შრომის ანაზღაურების ფორმები და სისტემები - - - - -	331
14.17. შრომის ანაზღაურების ბრიგადული წესი - - - - -	338
14.18. ხელფასის ფონდის დანაზარჯების ანალიზი - - - - -	343
14.19. ხელფასის დაგეგმვა - - - - -	348
14.20. ხელფასის საეკემო ფონდის შიგასაწარმოო გაანგარიშება - -	353

თავი XV სამრეწველო ფირმის (საწარმოს)
ეფექტიანობის განმაჯობადობამ
მაჩვენებელთა შორამირება

15.1. ეკონომიკური აზროვნება წარმოების საბოლოო შედეგების ჩამოყალიბებაში - - - - -	356
15.2. პროდუქციის წარმოებისა და რეალიზაციაზე ცხადი დანაზარჯები და მათი შემცირების მნიშვნელობა - - - - -	362

15.3. სასაქონლო პროდუქციის თვითღირებულების დაგეგმვის ორი მეთოდი - - - - -	363
15.4. პროდუქციის თვითღირებულების კალკულაცია - - - - -	368
15.5. პროდუქციის თვითღირებულების გეგმის შესრულების შემაფასებელი მაჩვენებლისადმი დიფერენცირებული მიდგომა - - - -	374
15.6. პროდუქციის თვითღირებულების გეგმის შესრულების ანალიზი - - - - -	377
15.7. პროდუქციის თვითღირებულების სტრუქტურა და მისი განმსაზღვრელი ფაქტორები - - - - -	379
15.8. საწარმოს რენტაბელობის დაგეგმვა - - - - -	382
15.9. საწარმოს რენტაბელობის ამალღების გზები - - - - -	387
15.10. სამეურნეო საქმიანობის როლი სამრეწველო ფირმის ფინანსების ფორმირებაში - - - - -	389
15.11. ფირმის (საწარმოს) საბრუნავი კაპიტალი და მისი ბრუნვადობის დაგეგმვა - - - - -	392
15.12. საფინანსო საქმიანობის ეფექტიანობის შემფასებელი მაჩვენებლები - - - - -	400

თემა XVI

სამრეწველო ფირმის ბიზნეს გეგმა

16.1. რას წარმოადგენს გეგმა საერთოდ - - - - -	407
16.2. ბიზნეს გეგმის აგების პირობები - - - - -	409
16.3. ბიზნეს-გეგმის ადგილი და როლი - - - - -	414
16.4. ბიზნესის გეგმის არსი, პრინციპები და ამოცანები - - - - -	418
16.5. მცირე ბიზნესის ბიზნეს გეგმა - - - - -	426
16.6. რას წარმოადგენს ბიზნეს გეგმა პრაქტიკაში - - - - -	429
16.7. ინვესტორი და ბიზნეს გეგმა - - - - -	434
16.8. ბიზნეს გეგმის აღნაგობა - - - - -	435
16.9. ბიზნეს გეგმა და მარკეტინგი - - - - -	439
16.10. ბიზნეს გეგმა და საწარმოო პროცესი. - - - - -	440
16.11. ფინანსების ბიზნეს გეგმაში - - - - -	442
16.12. სამრეწველო ფირმის წლიური ბიუჯეტი - - - - -	445

ავტორისაგან

საბაზრო სისტემაზე საბჭოური ეკონომიკის გადართვის პროცესმა სახალხო მეურნეობის ძირითადი რგოლის (საწარმოს) რესტრუქტურისაციის აუცილებლობა გამოიწვია. განსაზღვრული პროდუქციის მწარმოებლიდან იგი უნდა გარდაქმნილიყო თვითმყოფადი ბაზართმკეთებელ საწარმოდ (ფირმად). ამის ნაცვლად მოხდა ის, რომ საკითხმა საკუთრების შესახებ ყურადღების მიღმა დატოვა უფრო აქტუალური და მნიშვნელოვანი საკითხი მმართველობის შესახებ სამმართველო გადაწყვეტილებათა სისტემაში. პრივატიზაცია გადაიქცა თვითმიზნად.

ამ მდგომარეობიდან თავის დაღწევისათვის აუცილებელია სამრეწველო საწარმოთა გარდაქმნა სამრეწველო ფირმებად მათთვის დამახასიათებელი პარამეტრებითა და ორგანიზაციით. ამ ამოცანის საშსახურში უნდა ჩადგეს წინამდებარე ნაშრომი.

სამრეწველო ფირმას ბაზარი (მარკეტი) კარნახობს, რა საქმიანობა და როგორ განახორციელოს იგი. ბაზარი (მარკეტი) აწოდებს ფირმას წარმოებაში შესაყვან ფაქტორებს საბაზრო ფასებში (კაპიტალს, შრომას, ნედლეულს, მატერიალურ-ენერგეტიკულ რესურსებს). იგი შეყვანილი ფაქტორების ფუნქციონალური დანაწევრებით და მათი ერთმანეთთან უკუგებითი შეუღლებით ანხორციელებს წარმოების ორგანიზაციას, რომელსაც განაგებენ საბაზრო (მარკეტის) იმპულსატორები. ასე ზორციელდება წარმოების საბოლოო შედეგების ორიენტირება საბაზრო (სამარკეტო) შეფასებებზე ისევე, როგორც საწარმოო სისტემის ეკონომიკურ მახასიათებლთა შეფასება ზორციელდება საბაზრო (სამარკეტო) კარეგის მიერ. ამით მიიღება პასუხი კითხვაზე - გამართლებულია (მომგებინა) თუ გაუმართლებელი (ზარალიანი) ამგვარად ორგანიზებული საწარმოს (ფირმის) საქმიანობა.

საწარმოო სისტემის ორგანიზებისა და მართვის ამგვარი ლოგიკური წყობა თავის არსით ბაზართმცოდნეობაზე აგებულ ბაზართმკეთებაზე დაფუძნებული და მიუთითებს სამრეწველო ფირმის (საწარმოს) მარკეტინგულ ორგანიზაციასა და მართვაზე (იხ. სქემა წიგნის ყდაზე).

ამ პირობებში მთელი სიგრძე სივანით ავტორის წინაშე წარმოჩნდა პრობლემა, რომ ნაცვლად „სამრეწველო საწარმოს ორგანიზაცია, დაგეგმვა და მართვა“ სასწავლო დისციპლინისა, ჩამოყალიბებულიყო „სამრეწველო ფირმის ორგანიზაცია და მართვა“, როგორც სასწავლო დისციპლინა. ამან კი მოითხოვა ხელახლა შექმნილიყო საბაზრო პრაქტიკაზე გამიზნული მეცნიერულ-თეორიული საფუძვლები უცხეთის სათანადო ლიტერატურაზე დაყრდნობით და საბაზრო მექანიზმის დაუფლებისათვის თავისთავაზე ექსპლანანი სამეცნიერო-მედიკლებითი მუშაობით.

საგულისხმოა ის, რომ საბაზრო ეკონომიკის კლასიკურ ქვეყნებში საქონლით საყოველთაოდ გააკურებული ბაზრით და სტაბილური ეკონომიკური გარემოთი ჩამოყალიბებული ცივილიზებული ცხოვრებისეული პრობლემებით სრულიად სხვანაირადაა მოსახლეობის ცნობიერება ჩამოყალიბებული, ვიდრე ჩვენში.

ამიტომ, უცხოურიდან თარგმნილ ეკონომიკურ ლიტერატურაზე მუშაობამ მოითხოვა ჩვენეული მკითხველისათვის გასაგები გაგვეხადა იქ გადმოცემული აზრები. საჭირო შეიქმნა ფილოსოფიაში ცნობილი „ნივთობრივი (საგნობრივი) მიდგომის“ ნაცვლად ეკონომიკაში აზროვნების ლოგიკური წყობა აგებულიყო საბაზრო მექანიზიმის „მეცნიერული შექმნების სისტემური მეთოდოლოგიით“.

საჭირო გახდა სხვადასხვა ლიტერატურულ წყაროებზე დაყრდნობით სპეციალური მეცნიერული კვლევითი სამუშაოების განხორციელება და მასში ძველი ცოდნის სათანადო გარდაქმნით საბაზრო ეკონომიკის შესაფერისი აზროვნების დაუფლება. ამან შესაძლებელი გახადა შეგვენარჩუნებია ძველში არსებული გამოსადეგი მასალა ახალი ერთიანი სისტემის მისაღწევად.

ზემოთჩამოთვლილი სიახლეების გადმოცემის ცდაა წინამდებარე ნაშრომი, რომელიც, როგორც სასწავლო დიციპლინა, აქ წარმოდგენილია ორ ტომად:

- 1 - „ეკონომიკის საბაზრო მექანიზმი და ფირმა (საწარმო)“;
- 2 - „შიგასაფირმო ორგანიზაცია, დაგეგმვა, მართვა და ფირმის ფუნქციონირების მახასიათებლები“.

ავტორი დიდად დავალებულია თბილისის *ჟუმიანტარულ-ეკონომიკური ინსტიტუტის ხელმძღვანელობის*გან ამ ნაშრომის დროულად გამოცემაში აღმოჩენილი დახმარებისათვის. განსაკუთრებით დიდ მადლობას ეუხედი ამ ინსტიტუტის რექტორს ეკონ. მეცნ. კანდიდატს, საქ. ტექნიკური უნივერსიტეტის დოცენტს, საქ. პარლამენტთან არსებული აუდიტორთა საბჭოს ლიცენზირებულ ექსპერტ-აუდიტორს ზაურ ჩქეანავას და პრორექტორს ეკონ. მეცნ. კანდიდატს, დოცენტს ვახტანგ დათაშვილს ცალკეული საქითხების სრულყოფაში საქმიანი შენიშვნებისა და წინადადებებისათვის.

ავტორს მიაჩნია, რომ მას დიდ სარგებლობას მოუტანს მკითხველთა (სპეციალისტთა) საქმიანი შენიშვნები, რომელთაც მადლობის გრძნობით გაითვალისწინებს შემდგომ მუშაობაში.

ბიორბი კაპაპა

საქართველოს ეკონომიკურ მეცნიერებათა აკადემიის აკადემიკოსი, ეკ. მეცნიერებათა დოქტორი, პროფესორი.

შესავალი

მეცნიერების და სასწავლო დისციპლინის “სამრეწველო ფირმის ორგანიზაცია და მართვა“ საბანი, მიზანი, მეთოდოლოგია და არსი

სამრეწველო საწარმო სინქრონიზებულ საბაზრო ეკონომიკაში ე. ი. სადაც საყოველთაოდ გაბატონებულია კონკურენცია, გვევლინება არა მარტო, როგორც საწარმოო სისტემა, არამედ უფრო დიდ - ბაზართმკეთებელ - სისტემად ე. ი. ფუნქციონირებს, როგორც ფ ი რ მ ა.

საწარმოო სისტემა წარმოადგენს მიზანმიმართულ პროცესს, რომლის წყალობითაც ხორციელდება რესურსების გარდაქმნა სასარგებლო პროდუქციად. მოკლედ, რომ ვთქვათ საწარმოო სისტემა წარმოადგენს განსაზღვრულ ტექნოლოგიას, რომლის მიხედვითაც მთავრდება დანახარჯების ტრანსფორმაცია პროდუქციად.

ბაზართკეთება ნიშნავს მყიდველებისა და გამყიდველების ერთობლივი სისტემის შექმნას მათ შორის ფასთომომწესრიგებელი საბაზრო მექანიზმის ამოქმედებით. ამ ფუნქციას კისრულობს სამრეწველო ფირმა და არა საბჭოური ტიპის საწარმო.

მიუხედავად იმისა, რომ საწარმოო სისტემა ფირმის და ასევე საბჭოური ტიპის საწარმოს, როგორც ფუნქციონირებადი ობიექტების ხერხემალია, მაინც არსებობს მათ შორის არსებითი განსხვავება. აქ ძირითადია პასუხის გაცემა კითხვაზე: საიდან იწყება საწარმოო სისტემის ორგანიზაცია, დაგეგმვა და მართვა? იწყება იგი წარმოებიდან თუ გარემოზე სწარმოს რეაგირებიდან?

ამ კითხვაზე არსებითად განსხვავებულ პასუხს იძლევიან ერთის მხრივ საბჭოური ტიპის, მეორის მხრივ კი ფირმის ტიპის საწარმოები.

საბჭოური საწარმოს გარემოცვა დირექტიულადაა წინასწარ დაპროგრამებული და განხორციელებული. ამიტომ აქ საწარმოო სისტემის ორგანიზაცია, დაგეგმვა და მართვა იწყება უშუალოდ წარმოებიდან, მაშინ როდესაც ფირმის ტიპის საწარმო „ნებაზე“ მიშვებული, რათა კანონის ფარგლებში უპასუხოს გარემოს ცვლილებებს საკუთარი სტრატეგიული მონახაზით და ოპერატიულ-

ტაქტიკური რეაგირებით.

ამიტომ, აქ საწარმოო სისტემის ორგანიზაცია, დაგეგმვა და მართვა იწყება გარემოში მოსალოდნელ და მომხდარ ცვლილებებზე სათანადო რეაგირებით.

პირველ შემთხვევაში ხორციელდება საწარმოს სამეურნეო-გარიშებრივი, მეორე შემთხვევაში კი ფირმის კომერციული ანგარიშით ორგანიზაცია, დაგეგმვა და მართვა. ამ უკანასკნელის განვითარების უმაღლეს საფეხურზე მარკეტინგული ორგანიზაციით, დაგეგმვით და მართვით ხორციელდება თანამდროვე ფირმის ფუნქციონირება.

საყოველთაოდ ცნობილია, რომ ფირმა წარმოადგენს თვითმყოფად, ბაზართმკეთებელ სამეურნეო, სამრეწველო ანდა სავაჭრო საწარმოს. ფირმა შეიძლება იყოს მრავალდარგოვანი და შიგადარგობივ განშტოებათა ჰორიზონტალურად მომცველი სინერგიული კომპლექსი, ანდა კიდევ კონგლომერატი, ანდა მათი ნარევიც კი. იგი მკვეთრად განსხვავდება საბჭოური ტიპის საწარმოსაგან. უკანასკნელი არ წარმოადგენს თვითმყოფად ობიექტს, მისი არსებობა და წარმატებით ფუნქციონირება უზრუნველყოფილი ხდება სამეურნეო-გარიშებრივი მართვით და ისიც ცენტრის გადაწყვეტი როლით რესურსებით უზრუნველყოფასა და ბაზრის განმგებლობაში. აქ საწარმო, ცენტრალიზებული მართვის შიგნით, განცალკევებული საწარმო-სამეურნეო და იურიდიული ერთეულია, სადაც გამორიცხულია კომერციული თვითმყოფადობა. იგი ისევე როგორც ფირმა სახალხო მეურნეობის ძირითადი რგოლია, ფირმისაგან განსხვავებით წარმოდგენილია, როგორც დახურული სისტემა, მაშინ როდესაც ფირმა დამოუკიდებლად მოძრავი ღია სისტემაა ქვეყნის ეკონომიკურ არეში.

საბჭოური ტიპის საწარმო ცენტრიდან მართული საქონელმწარმოებელია. ამ საქონლის განაწილება მყიდველებზე ხორციელდება ცენტრიდან, ნორმატიული ფასებითა და ქვეყნის გეგმიანი განვითარების კოორდინაციით. მაშინ როდესაც ფირმა დამოუკიდებელი საქონელმწარმოებელია. ეს ისეთი ტიპის საწარმოა, რომელიც, როგორც ღია სისტემა, სრულიად თავისუფალია სამმართველო გადაწყვეტილებათა მიღებაში. მას გააჩნია განვითარების საკუთარი (დამოუკიდებელი) სტრატეგია და ოპერატიულ-ტაქტიკური

მართვა. საბჭოური ტიპის საწარმო ცენტრთან შეთანხმების გარეშე არაა თავისუფალი სამმართველო გადაწყვეტილებათა მიღებაში. იგი შეზღუდულია შიგასაწარმოო სფეროთი იმგვარად, რომ მას შეუძლია დამოუკიდებლად განახორციელოს მხოლოდ მცირე მექანიზაცია, მცირე და ადგილობრივ ფარგლებში თავსებადი ორგანიზაციულ-ოპერატიული ღონისძიებები. გამორიცხულია ცენტრის გვერდის ავლით ტექნიკა-ტექნოლოგიაში ძირფესვიანი ცვლილებების შეტანა, ვინაიდან ამგვარი ცვლილებები ითვლებიან დარგობრივი ან საერთო სახელმწიფოებრივი მნიშვნელობის ღონისძიებებად, რომლებიც საწარმოს კომპეტენციას სცილდებიან და ექვემდებარებიან ინვესტირებას მართველობის ცენტრალური ორგანოებიდან.

ფირმა ამ მხრივ სრულიად თავისუფალია.

ამ გარემოებათა გამო საბჭოური ტიპის სამრეწველო საწარმოს ორგანიზაცია, დაგეგმვა და მართვა გამომდინარეობს უშუალოდ წარმოებიდან და სამეურნეოანგარიშებრივი დამოუკიდებლობით ემსახურება ცენტრისეულ სტრატეგიულ და ოპერატიულ-ტაქტიკურ განსაზღვრულობებს.

სამრეწველო ფირმის საქმიანობის (მარკეტინგული) ორგანიზაცია და მართვა უშუალოდ გამომდინარეობს გარემომცველი სიტუაციებით შეკრული გარემოს მიმართ ფირმის რეაგირების და მის მიერ გარემოს ინექტირების დამოუკიდებელი სათანადო სტრატეგიის აგებიდან. ეს იმას ნიშნავს, რომ აქ წარმოების ორგანიზაცია, დაგეგმვა და მართვა ხორციელდება მარკეტინგული ინფორმაციის საფუძველზე. აქ ხშირად ღომინირებს მარკეტინგული ინფორმაცია, ვიდრე ტექნოლოგია.

მიუხედავად იმისა, რომ საერთოდ მართვა მოიცავს ორგანიზაციასა და დაგეგმვას, საბჭოური ტიპის საწარმოს მართვაში აქცენტირებულია ორგანიზაცია და დაგეგმვა, ამიტომ, ეკონომიკური მეცნიერების ამ დარგის და სასწავლო დისციპლინის სახელწოდება იყო „სამრეწველო საწარმოს ორგანიზაცია, დაგეგმვა და მართვა“.

საბაზრო სისტემაში სამრეწველო ფირმის მართვაში აქცენტირებულია მარკეტინგული ორგანიზაცია და თვით მართვაც მარკეტინგულია. ამიტომ, აღნიშნული სახელწოდება გარდაიქმნება შესაბამისად. სახელდობრ, გვექნება: „სამრეწველო ფირმის ორგა-

ნიზაცია და მართვა“. აქ ფირმის ბაზართმკეთებელი საქმიანობა ექვემდებარება გარემოსთან ურთიერთობათა სისტემაში ჩაწერას. ამდენად ორიენტაციას აძლევს წარმოებას გარემო: ბაზართმკეთებელი (მარკეტინგული) მართვა, რეალიზაცია-წარმოება-მომარაგების ციკლის მოცვით, წარმოადგენს ფირმის საქმიანობის მარკეტინგულ ორგანიზაციას და მართვას. ამ გარემოებათა გამო ჩვენში არსებული საბჭოური ტიპის სამრეწველო საწარმოს ორგანიზაცია, დაგეგმვა და მართვა. როგორც მეცნიერება და სასწავლო კურსი სათანადოდ გარდაიქმნა, რომელმაც შეაუღლა საწარმოო სისტემის ჩვენულ მემკვიდრეობაში არსებული მასალები ბაზართმკეთებლობის სისტემასთან და ამ გზით აღმოცენდა სასწავლო კურსი „სამრეწველო ფირმის ორგანიზაცია და მართვა“, რომელიც პრაქტიკოსსაც გამოადგება სამაგიდო წიგნად.

მარკეტინგულად მართვად საწარმოში (ფირმაში) დირექტორის შემდეგ, მთავარ ფიგურად (პირველ მოადგილედ) ითვლება არა მთავარი ინჟინერი და არც მთავარი ტექნოლოგი, არამედ მთავარი მარკეტოლოგი. უკანასკნელი წარმოადგენს თანამდებობრივ პირს, რომელიც აყალიბებს ფირმის (საწარმოს) ორმხრივ საბაზრო წარმატებებს. სახელდობრ, როგორც პროდუქციის, ასევე რესურსების ბაზრებზე. ფირმის (საწარმოს) მარკეტინგული მართვა წარმოადგენს საბაზრო-კომერციული მიდგომით სამუშაოთა გაძღოლის განვითარების უმაღლეს საფეხურს.

ამჟამად მსოფლიოში მიღებულია საბაზრო კომერციული საქმიანობისადმი (სამუშაოსადმი) მიდგომათა შემდეგი პერიოდიზაცია:

1 8 6 0 - 1 9 3 0 წ.წ. წარმოადგენს „სასაქონლო ორიენტაციის პერიოდს“. როდესაც არსებობდა ლტოლვა საქონელთა ხარისხის გაუმჯობესებისაკენ და ისიც მომხმარებელთა მოთხოვნილებების სიღრმისეული გათვალისწინების გარეშე (მხედველობაში იმგვარი ნიუანსები როგორცაა გემო, სასურველობა, მაწიერობის მაქსიმიზაცია, ესთეტიკური მიმზიდველობა და ა. შ.)

1 9 3 0 1 9 5 0 წ.წ. წარმოადგენს „გასაღებაზე ორიენტაციის პერიოდს“. აქ მხედველობაშია მიღებული გაყიდვათა მაქსიმიზაციისაკენ მისწრაფება;

1 9 5 0 1 9 6 0 წ.წ. წარმოადგენს „საბაზრო ორიენტაციის პერიოდს“. აქ გამოიყოფა მაღალხარისხოვანი პროდუქციის,

მაღალმოთხოვნილებებიანი საქონლის გაყიდვის მაქსიმუმის უზრუნველყოფა. ამ პერიოდში პირველად წარმოიქმნებიან მარკეტინგის განყოფილებები;

1960 წლიდან XXI საუკუნეში გადასვლით მიგვაჩნია, რომ დამკვიდრდება „საწარმოების მარკეტინგული საქმიანობის გარდა მათი საწარმოო სისტემის მარკეტინგული მართვაც, ე. ი. გვექნება „საწარმოების მარკეტინგული მართვის პერიოდი“. ე. ი. ფირმების ხანგრძლივადიანი (პერსპექტიული) სტრატეგიული დაგეგმვა და პროგნოზირება, რომელიც ეყრდნობა ბაზრის, საქონლისა და მყიდველთა გამოკვლევებს და ამ ნიადაგზე მართავს საწარმოო სისტემასაც. იგი გამოირჩევა გარემოზე რეაგირებითა და გარემოში ინექციურების განხორციელებით. (იხ. დანართი 1) საბაზრო სიახლის საქონელზე წარმოების ორიენტაცია უზრუნველყოფს პოტენციალური მყიდველების მოთხოვნების დახვეწილ გათვლას. თუმცა ტერმინი „მარკეტინგული მართვა“ ამჟამად თანდათან იკიდებს ფეხს და ამიტომ საჭიროა განვასხვაოთ „მარკეტინგის მართვა“ წარმოების მარკეტინგული მართვისაგან“. ორივე ერთად კი შეადგენს ფირმის (მარკეტინგულ) ორგანიზაციას და მართვას (იხ. დანართი 2)

ყოველივე ზემოთაღნიშნული მოითხოვს სამრეწველო ფირმის (მარკეტინგული) ორგანიზაცია და მართვა, როგორც კურსი, ისწავლებოდეს თანამედროვე ცივილიზებული საბაზრო მექანიზმის პოზიციებიდან, სადაც სათანადო ადგილი უნდა დაეთმოს თეორიულ ანალიზს, განზოგადებებს, რომლებიც იქნებიან ორიენტირებული აზროვნების დიაპაზონის ისეთი გაფართოებისათვის, რაც ყოველ ახალ სიტუაციასა და გარემო ვითარებას ადვილად აუღებს ალღოს და ამით მეწარმეებს, მენეჯერებსა და ბიზნესმენებს შეაძლებინებს დამოუკიდებლად განახორციელონ სტრატეგიული აზროვნება. ამიტომ, რომ თეორიული მომზადება პრაქტიკულ გამოცდილებასთან ერთად დიდ უპირატესობას ეუფლება საბაზრო მექანიზმში შიშველი პრაქტიციზმის მიმართ.

შიშველი პრაქტიციზმი გვაძლევს ე. წ. პრაქტიკოსს სპეციალისტს, რომელიც ახალი საბაზრო სიტუაციისადმი უძღვრია, საერთოდ პრიმიტიული წარმოდგენების გამო და ისიც საბაზრო ეკონომიკის მიმართ.

საერთოდ კი აუცილებელია გავითავისოთ იმის გაგება, რომ თანამედროვე ადამიანის გონება, მისი აზროვნება არ შეიძლება არ იყოს ცხოვრებითა და სათანადო განათლებით (რომელიც საერთოა) დაპროგრამებული. ამიტომ ყოველ მათგანს გააჩნია თეორიული მომზადების მინიმუმი მაინც. ამის გამო გამოთქმა, რომ პრაქტიკა გვინდა და არა პრაქტიკაზე ორიენტირებული თეორიაო ნიშნავს სიცრუეს. სინამდვილეში ამით ამბობენ, რომ თეორიულ ხედვას პრაქტიკაში არავითარი მნიშვნელობა არ ენიჭება ჩემთვისო და ავიწყდებათ, რომ თეორია ეს გონების თვალთა პრაქტიკა კი იმით ნაკარნახევი მიმართულებით მომქმედი ხელეობა.

ამიტომ სასწავლო დისციპლინა სამრეწველო ფირმის ორგანიზაცია და მართვა“ მიზნად ისახავს მოამზადოს მაღალკვალიფიცირებული კადრები და ამით მნიშვნელოვანი წვლილი შეიტანოს ჩვენში არსებული „ველური“ საბაზრო ეკონომიკის სინქრონიზაციასა და სოციალიზაციაში, რათა უზრუნველყოს, თავის მხრივ, თანამედროვე ცივილიზებული საბაზრო ეკონომიკაზე წარმატებული გადასვლა. მას შეუძლია ფირმების საქმიანობის დახვეწა, მენეჯერთა მუშაობის ხარისხის გაუმჯობესება და ფირმების სიცოცხლისუნარიანობის ამაღლების სამსახურში ჩადგომა.

სამრეწველო ფირმის ორგანიზაცია და მართვა მრავალვარიანტულ საბაზრო შესაძლებლობათა პირობებში, როგორც სასწავლო დისციპლინა, უნდა უზრუნველყოფდეს ისეთი კადრების მომზადებას, რომლებიც შესძლებენ საკმარის სიღრმით ჩაწვდნენ ეკონომიკის საბაზრო მექანიზმის ორგანიზებულობის ბუნებას, განვითარების კანონზომიერებებს და საწარმო-კომერციული საქმიანობის ორგანიზაცია, დაგეგმვასა და მართვის მანევრულობას, სრულყოფის გზებს, პრინციპებს, ფორმებსა და მეთოდებს, ისე რომ შეეძლოს საბაზრო სისტემის პოზიციებში გარკვევა და კონკრეტული სიტუაციისადმი ალღოს აღება.

დახურული ტიპის სამრეწველო საწარმო (საბჭოური საწარმო) შემოიფარგლება სამეურნეო საწარმოო საქმიანობით. ეს საქმიანობა მიმართულია ცენტრიდან დაშვებულ დირექტიულ დავალებათა განუხრელი შესრულება-გადაჭარბებისაკენ. იგი გამორიცხავს კომერციული მიდგომით მართვასა და კომერციულ თავისუფლებას. აქ გამორიცხულია მისი თვითმყოფადი ურთიერთობა გარემოსთან. ამიტომ, აქ საწარმოს

ორგანიზაციის, დაგეგმვისა და მართვის სწავლება იწყებოდა წარმოებიდან და მთავრდებოდა დირექტიული საგეგმო დავალებათა შესაბამისად პროდუქციის (მომსახურების) რეალიზაციის ორგანიზაციით ცენტრის მიერ განსაზღვრულ ფარგლებში.

ღია ტიპის სამრეწველო საწარმო (ფირმა) ფუნქციონირებს საბაზრო გარემოში. იგი ორიენტირებულია საბაზრო გარემოში და საერთოდ ქვეყანაში თუ ქვეყნის ფარგლებს გარეთ მიმდინარე ცვლილებებით, რომლის შესაბამისად ახორციელებს სტრატეგიულ და ოპერატიულ-ტაქტიკურ მართვას სრულიად დამოუკიდებლად, კანონით მინიჭებულ სამმართველო თავისუფლებათა ფარგლებში. ამიტომ წინამდებარე ორტომეული იწყება ეკონომიკის საბაზრო გარემოში მოქმედი მექანიზმის ახსნით, შემდეგ კი შიგადაფორმო პროცესების ორგანიზაციის, დაგეგმვისა და მართვის სფეროში იჭრება და ბოლოს იგი, როგორც თვითმოდრავი „გემი“ შექყავს მარკეტინგული საჭით საბაზრო ეკონომიკის „ოკეანეში“ წარმატებით ცურვისათვის.

სამრეწველო ფირმის ორგანიზაცია და მართვა, როგორც მეცნიერების კვლევის მეთოდოლოგიური საფუძვლებია:

1. მეცნიერული შემეცნების სისტემური მეთოდოლოგია და პრაგმატიზმი, როგორც საბაზრო ეკონომიკაში ორიენტირებისათვის ოპტიმალური აზროვნების მეთოდი;

2. დესკრიპტული მიდგომა, როგორც სამრეწველო ფირმის საქმიანობისადმი აღწერითი მიდგომა, მისი ფორმირების მექანიზმებში შეჭრისათვის;

3. ადაპტაციის მეთოდი, როგორც სამრეწველო ფირმის საწარმო-კომერციული სისტემის რეალურ სინამდვილესთან მარკეტინგული მორგების მეთოდი;

4. გენეტიკური ანალიზი, როგორც ფირმის ფუნქციონირების ეკონომიკურ მახასიათებელთა ჯვრეტის მეთოდი. მათი წარმოშობის და წარსული განვითარების თვალსაზრისით;

5. ეკონომიკური მოვლენების სტატისტიკური შეფასების თეორია, როგორც სამრეწველო ფირმის საქმიანობის ეკონომიკურ მახასიათებელთა შეფასების მეთოდოლოგია;

6. ალბათობითი და დეტერმინირებული ანალიზის მეთოდები, როგორც ფირმის გარემოსთან (საალბათო მოვლენებთან) ურთიერ-

თობათა გამოკვლევისა და პროგნოზირების მეთოდები და საწარმოო სისტემის აუცილებელ ეკონომიკურ მახასიათებელთა ფორმირების დეტერმინირებული მულტიპლიკაციური ფაქტორული ეკონომიკური ანალიზისა და მართვის მეთოდი;

7. პერიოდანტულ-გენეტიკური მიდგომა, როგორც სისტემური მიდგომის ერთ-ერთი სახეობა გამოიყენება წარმოების საბოლოო შედეგების, როგორც დეტერმინირებული მახასიათებლების ფორმირების ანალიტიკური ჭვრეტის და მართვის მეთოდი;

8. ევრისტიკული კვლევის მეთოდი. იგი ფსიქოლოგიის ერთ-ერთი განყოფილებაა, რომელიც გამოიყენება ფირმაში ადამიანთა აზრობრივი ოპერაციების გამოკვლევისათვის და მოიცავს ეკონომიკურ-კომერციულ ამოცანათა გადაჭრის ხერხებს და მეთოდებს;

9. ეკონომიკურ-მათემატიკური მოდელირების მეთოდოლოგია;

10. ეკონომეტრიკული კვლევის მეთოდი, როგორც სამრეწველო ფირმაში მიმდინარე პროცესების და ქვედანაყოფი ობიექტების კონკრეტული რაოდენობრივი კანონზომიერებისა და ურთიერთ კავშირების მახასიათებელთა გაზომვის მათემატიკური და ეკონომიკური სტატისტიკის მეთოდების და მოდელების გამოყენების ინსტრუმენტი.

მეცნიერული გამოკვლევების ამ მეთოდოლოგიურ საფუძველზე სამრეწველო ფირმის ორგანიზაცია და მართვა წყვეტს ისეთ მეთოდოლოგიურ პრობლემებს როგორიც არიან:

1. სამრეწველო ფირმის (საწარმოს) გარემომცველი არის გამოკვლევა და ანალიტიკური ჭვრეტა მეცნიერული შემეცნების სისტემური მეთოდოლოგიით და პრაგმატისტული მიდგომით;

2. შიგა საფირმო (შიგა საწარმო) პროცესებისა და პროცედურების ორგანიზაციის, დაგეგმვისა და მართვის მეთოდების სრულყოფა;

3. სამრეწველო ფირმაში მარკეტინგული საქმიანობის ორგანიზაციის და საწარმოო სისტემის მარკეტინგული ფუნქციონირების ანალიზის, დაგეგმვისა და მართვის მექანიზმების ჩამოყალიბება ამოქმედების მეთოდოლოგიის სრულყოფა;

4. ფირმის საწარმოო ქვედანაყოფების (საამქრო), საწარმოო უბანი) მუშაობის კონკურენტუნარიანი მეთოდების შესწავლა და განზოგადება;

5. საწარმოო პროცესების ორგანიზაციის ფორმებისა და მეთოდების და შიგასაწარმოო რესურსების სრულყოფილი გამოყ-

ენების გზების შესწავლა, შემუშავება და განზოგადება;

6. ფირმის (საწარმოს) საქმიანობის სტატისტიკურ-ეკონომიკურ მაჩვენებელთა ანალიტიკურ შემფასებელი სისტემების აგება და მათი ანალიზის საიმედო მეთოდოლოგიის ჩამოყალიბებისა და გამოყენების მექანიზმის შექმნა და სრულყოფა;

7. ახალი ტექნიკის დანერგვის და არსებულის გაუმჯობესების ორგანიზაციის ეკონომიკური მეთოდების შესწავლა და შემუშავება;

8. შრომის რაციონალური ორგანიზაციის მეთოდების გამოკვლევა, შესწავლა და სრულყოფა;

9. ფირმის (საწარმოს) შრომითი კორპუსის ყველა კატეგორიის მუშაკის შრომის ანაზღაურების ეკონომიკურ-კომერციული იმპულსირება-წახალისების ქმედითობის გამამძლიერებელი მექანიზმის მიგნება და სრულყოფა;

10. ფირმისა და მისი სტრუქტურული ქვედანაყოფების მიხედვით მართვის ორგანიზაციის და სამეურნეო საქმიანობის გეგმიანი გაძლოლის რაციონალური მეთოდების შესწავლა და შემუშავება.

ამგვარად გადაწყვეტილი პრობლემები ექვემდებარებიან მოცემულ სასწავლო დისციპლინაში შესწავლას, რათა მათი უნარიანი ფლობით განხორციელდეს სამრეწველო ფირმის მარკეტინგული ორგანიზაცია და მართვა.

ფირმა ემსახურება მომხმარებელთათვის სიკეთის კეთების გზით ბიზნესის განვითარების ინტერესებს, რომელიც მიკრო ეკონომიკის აღმავლობით უზრუნველყოფს ქვეყნის მაკროეკონომიკის მაღალეფექტიან ფუნქციონირებას და ამ გზით ქვეყნის აღმავალ ეკონომიკურ განვითარებას.

სამრეწველო ფირმის ორგანიზაციას და მართვას, როგორც მეცნიერების და სასწავლო დისციპლინის თეორიული საფუძველია კემპელ რ. მაკონელისა და სტენლი ლ. ბრიუს ეკონომიკის, და მიკროეკონომიკის პოსტულატები, რომლებიც წარმოადგენენ რესურსებით შეზღუდულ სამყაროში მატერიალური დოვლათის და მომსახურეობის წარმოების, განაწილების და მოხმარების პროცესში საწარმოთა და ადამიანთა ქცევების გამოკვლევას. იგი იკვლევს შეზღუდული საწარმოო რესურსების ეფექტიან გამოყენებას ან მათ მართვას, რათა მაქსიმალურად იქნას დაკმაყოფილებული

ადამიანის მატერიალური მოთხოვნები.

ჩვენი ბრძოლა მატერიალური კეთილდღეობის გაუმჯობესებისათვის, ჩვენი ლტოლვა „გამოვიმუშაოთ ჩვენთვის სასიცოცხლო საშუალებები“ წარმოადგენს ეკონომიკის (ეკონომიკური თეორიის), როგორც მეცნიერების კვლევის მიზანს.

ეკონომიკა მოიცავს მიკროეკონომიკასაც და მაკროეკონომიკასაც. პირველი მეორის დასაყრდენია მეორე კი პირველის განვითარებას და საერთოდ არსებობას უქმნის გარემოს (ეკონომიკურ გარემოს). ორივეს მიმართ ეკონომიკური თეორია განზოგადებებს ანზორციელებს პრაგმატისტული მიდგომით. ერვინ ლოლანის მიხედვით „ადამიანთა იშვიათობა და საქმიანობა იშვიათობის პირობებში წარმოადგენენ ეკონომიკის, როგორც მეცნიერების ცენტრალურ თემებს. იგი შეიძლება განისაზღვროს, როგორც საზოგადოებრივი მეცნიერება, რომელიც სწავლობს არჩევანს რასაც აკეთებენ ადამიანები, იყენებენ რა იშვიათ რესურსებს რათა დააკმაყოფილონ საკუთარი სურვილები და მოთხოვნილებები.

ამიტომ ეკონომიკური თეორიის საგანია არა ფული ან დოვლათი, არამედ ადამიანები. ეკონომიკა სწავლობს ადამიანებს ვინაიდან იშვიათობა თავისთავად წარმოადგენს ადამიანურ ფენომენს. თუმცა ადამიანებს მათს მუშაობაში შემოფარგლავენ ისეთი ფიზიკური ზღვრები, როგორიცაა კანონები“*.

როგორც ვხედავთ აქ ადამიანი წარმოდგენილია, როგორც საქმიანობის განმახორციელებელი იშვიათობის პირობებში, მაგრამ აქ გარკვეულად არ არის აქცენტირებული, რომ ადამიანი იმგვარი მთლიანობითი სისტემის ელემენტია როგორიცაა საზოგადოება. საზოგადოების სისტემური წყობა წარმოქმნის იმგვარ ინტეგრაციებს როგორიც არიან: ფული, კრედიტი, გადასახადები, გადასახდელები, შრომის საბაზრო დანაწილება (შრომის საზოგადოებრივი დანაწილება), საქონელი, მიმოქცევა, კონკურენცია, ეკონომიკაში იურიდიული კანონმდებლობები (ეკონომიკის შემომრაველები), რომლებიც ქმნიან ყოველი ადამიანისათვის და მიკროეკონომიკისათვის გარემოს, რომელიც განსაზღვრავს საზოგადოების, როგორც მთლიანობითი სისტემის არსებობას და განვითარებას. აქ ადამიანები თავიანთი

* Эдвин Дж. Долан - Микроэкономика, Санкт-Петербург: Литера плюс, 1996.

გვ-8 (ქართული თარგმანი რუსულიდან ჩვენია გ. პ.)

საქმიანობითა და ქცევებით ორიენტირებული არიან იმ გარემოთი რომელსაც წარმოშობს საზოგადოება როგორც მთლიანობითი სისტემა და არა როგორც ადამიანთა გროვა ე. ი. ჯუმლობრივი წარმონაქმნი.

სწორედ ამიტომ ფულიც და დოვლათიც წარმოადგენენ საზოგადოებრივ „გარსში“ მოქმედ ადამიანთა საქმიანობის შედეგს.

ფული და დოვლათიც უნდა წარმოვიდგინოთ, როგორც საზოგადოებაში ადამიანთა საქმიანობის პროდუქტი. სადაც ადამიანთა როლით ამ გარსში (ემერჯენტული ინტერესები) და ადამიანის შინაგანი ბუნებით (იმანენტური ინტერესები) განპირობებულია ამ ინტერესთა შეუღლებით სისტემურ კანონზომიერებათა აღმოცენება.

ბუნება ადამიანთა საზოგადოების გარეშე არც სიმდიდრეა და არც დოვლათი. ბუნების ნივთები გარდაიქმნებიან დოვლათად და სიმდიდრედ მას შემდეგ რაც, მიგნებული იქნება ადამიანის მოთხოვნილებათა დაკმაყოფილების საგნად მათი გარდაქმნის ტექნოლოგია.

საერთოდ ეკონომიკური თეორიის და განსაკუთრებით მიკროეკონომიკის შესწავლის საგანია სამეწარმეო, კომერციულ ეკონომიკური გადაწყვეტილებები, რომლებიც მიიღებიან დეფიციტური რესურსების განაწილებისას მათი გამოყენების ალტერნატიულ ვარიანტებს შორის. ეს გადაწყვეტილებები ფიგურირებენ, როგორც ეკონომიკის ძირეულ დონეზე ეკონომიკური სუბიექტების (განუყოფელი ერთეულების - ელემენტების) ურთიერთმიმართებაში საქმიანობის გამჭოლი არეალი წარმოდგენილი, როგორც მთლიანობითი სისტემა.

თანამედროვე მიკროეკონომიკა წარმოადგენს მეცნიერებას განუყოფელი ერთეულების: მომხმარებლების, მუშების, კაპიტალის დამბანდებლების, მიწათმფლობელების, სამრეწველო, სამეურნეო და სავაჭრო ფირმების, როგორც ინდივიდების ან სამეურნეო სუბიექტების (სადაც ყოველი მათგანი ასრულებს ინდივიდუალურ როლს) მიერ მეწამეობრივ გადაწყვეტილებათა და ინდივიდუალურ არჩევანთა გათვითცნობიერებას სიტუაციური მართვის პოზიციებიდან.

მიკროეკონომიკა იძლევა იმის ახსნას თუ როგორ და რატომ მიიღებიან გადაწყვეტილებები ეკონომიკის ძირეულ დონეზე. გარდა ამისა მიკროეკონომიკა მოიცავს ეკონომიკის მიკრო ობიექტებ-

ის ურთიერთთანამოქმედებას უფრო მსხვილი სტრუქტურების წარმოქმნაში მრეწველობის დარგების მიხედვით ბაზრების წარმოქმნაში.

მიკროეკონომიკა იძლევა იმის ახსნასაც თუ, როგორ ფუნქციონირებენ და ვითარდებიან მრეწველობის დარგები, როგორც ფაქტებისა და ვარაუდების ინდიკატურად (დამკვალავად მიმანიშნებელი რეკომენდაციებით) მართვადი სათავსოები.

მიკროეკონომიკა იძლევა იმის ახსნას თუ როგორ ფუნქციონირებენ და ვითარდებიან მრეწველობის დარგები და მათი ბაზრები, რა სახით ახდენს მათ საქმიანობაზე გავლენას სახელმწიფო პოლიტიკა და სხვა ქვეყნების ეკონომიკური პირობები.

მიკროეკონომიკის, როგორც ძირეული ეკონომიკის ჰორიზონტალურ ჭრილში წარმოდგენილია სამრეწველო ფირმა განუყოფელი ერთეულის (ელემენტის) როლში, მრეწველობის როგორც დარგის ეკონომიკის ვერტიკალურ ჭრილში კი იგი ასრულებს ძირეული განუყოფელი რგოლის როლს.

მიკროეკონომიკისაგან განსხვავებით მაკროეკონომიკა ყალიბდება საერთო ეკონომიკური მახასიათებლებით, რომელთა მაჩვენებლებია მოცემულ ქვეყანაში შრომის მწარმოებლურობის ზრდის ტემპები, პროცენტის აღრიცხვითი განაკვეთები, უმუშევრობა, ერთობლივი საზოგადოებრივი პროდუქტი, ეროვნული შემოსავალი და ინფლაცია. იგი მოიცავს საფინანსო-საკრედიტო, საგადასახადო, საბაჟო და ა. შ. მექანიზმებს და ფოკუსირდება სახელმწიფო ბიუჯეტში.

მიკროეკონომიკის საფუძველია კერძო მეწარმოება, რომლის ძირითადი ობიექტებია ფირმები.

ფირმები გვევლინებიან ბაზართმკეთებელ საწარმოებად, რომლებიც იყენებენ საწარმოო სისტემაში შეკრულ წარმოების ფაქტორებს, რათა დაამზადონ საქონელი და განახორციელონ მომსახურება იმისათვის, რომ მიჰყიდონ ისინი არსებულ სხვა ფირმებს, საოჯახო მეურნეობებს და სახელმწიფოს. ფირმები თვითვე წარმოქმნიან ახალ ბაზრებსაც თავისივე პროდუქციის სარეალიზაციოდ. ფირმის როგორც „ინდივიდის“ ქცევები მოტივირებულია გარემოთი და საკუთარი შესაძლებლობით, რომელთა ნიადაგზე აღმოცენდება საკუთარი მეწარმეობრივი ინიციატივები. ამ სახით ფიგურირებს ფირმა მიკროეკონომიკაში. ამიტომ იგი მიკროეკონომიკის ზედვის არეში ექცევა მხოლოდ და მხოლოდ ამ ასპექტში, მაშინ როდესაც

სამრეწველო ფირმის (საწარმოს) ორგანიზაცია და მართვა, როგორც მეცნიერება და სასწავლო დისციპლინა იძლევა ფირმის, როგორც ცალკე აღებული ეკონომიკური სუბიექტის მთლიანობითი სისტემის ორგანიზმისა და მისი „სხეულების“ ფუნქციონირებას არა მარტო მაკრო, არამედ მიკროეკონომიკურ გარემოში. ფირმისათვის მიკროეკონომიკის მექანიზმები ქმნიან გარემოს, ისევე როგორც მაკროეკონომიკური მექანიზმები ქმნიან მიკრო ეკონომიკის ფუნქციონირების გარემოს. მართლაც საბანკო საკრედიტო სისტემის, საგადასახადო სისტემის, საბაჟო სისტემის მექანიზმები და ეკონომიკის სფეროში სახელმწიფო კანონმდებლობითი შეზღუდვები მიკროეკონომიკათა დაკავალიანებისათვის ქმნიან მაკრო გარემოს.

ფირმა თვითონ, როგორც ასეთი, წარმოადგენს გარემოსთან ურთიერთობის მარკეტინგული და საწარმოო ფუნქციონირების ერთობლივ ბაზართმკეთებელ სისტემას. ფირმის განუყოფელი ერთეულია, პირველადი რგოლებია სამუშაო ადგილები, ოპერაციები და პროცედურები. მათი რეაგირება საბაზრო გარემოდან შემოჭრილ იმპულსატორებზე ხორციელდება საწარმო სისტემის ორგანიზაციით და მართვით. გარემოსთან ურთიერთობაში აქ დომინირებს სიტუაციური მართვა, ფირმის შიგა რეაგირებაში კი დომინირებს მმართველობითი რაციონალიზმი. მათი შეუღლება ხორციელდება ფირმის ფუნქციონირების ხარჯთუკვუვების ასამაღლებლად.

მიკროეკონომიკიდან ფირმის ხედვა ეს აზროვნების სხვა ჭრილია, ვიდრე ფირმიდან მიკროეკონომიკის ხედვა. სახელდობრ, მიკროეკონომიკისათვის ფირმები კისრულობენ საწარმოო ფუნქციის როლს, მიკროეკონომიკა კი ფორმისათვის კისრულობს მეურნეობრიობის სტრატეგიული ზონების ფორმირების ფუნქციას.

მხედველობაში უნდა ვიქონიოთ ისიც, რომ ფირმები განხილული დარგობივ ჭრილში (სამრეწველო ფირმები, სავაჭრო ფირმები და ა. შ.) ასრულებენ მოცემული დარგის ძირეული რგოლის როლს.

აღნიშნული გარემოებით აიხსნება ის, რომ მიკროეკონომიკა ეკონომიკური მეცნიერების ცალკე დარგია და სასწავლო დისციპლინა.

მიკროეკონომიკის თეორია აიარაღებს სამრეწველო ფირმას სიტუაციური მართვის საფუძვლებით, რომელიც ეხება ფირმის რეაგირებას ეკონომიკური გარემოს ცვლილებებზე.

სამრეწველო ფირმის ორგანიზაციის და მართვის თეორია კი აიარაღებს შიგასაფირმო ორგანიზაციას - მართვას მარკეტინგული საფუძვლებით რათა ფირმამ განახორციელოს შიგასაფირმო მმართველობითი რაციონალიზმის შეუღლება სიტუაციურ მართვასთან და ეკონომიკური გარემოს ინექციონებითაც მოუტანოს ფირმას წარმატებები.

სამრეწველო წარმოების ეკონომიკა, სასოფლო სამეურნეო წარმოების ეკონომიკა და ა. შ. ეკონომიკური მეცნიერების ცალკე დარგები არიან. ყოველი მათგანი მოიცავს ორ-ორ სასწავლო დისციპლინას. დარგის ეკონომიკას და ამ დარგის ფირმათა (საწარმოთა) ორგანიზაცია მართვას, რომლებიც მეცნიერული კვლევის ცალკე ობიექტები არიან.

სამრეწველო ფირმის (საწარმოს) ორგანიზაცია და მართვა ითვალისწინებს ზემოაღნიშნულ ასპექტებს და იმას, რომ მიკრო საბაზრო ეკონომიკა მოითხოვს სამრეწველო ფირმის მარკეტინგით ორიენტირებულ ორგანიზაციასა და მართვას.

მჭიდრო კავშირია ისეთ მეცნიერებებს შორის როგორცაა მარკეტინგი და სამრეწველო ფირმის ორგანიზაცია და მართვა.

მარკეტინგი, როგორც მეცნიერება საყოველთაო თავისი არსით. იგი წარმოადგენს ეკონომიკურ გაცვლათა სისტემების შემსწავლელ მეცნიერებას, რათა მიაღწიოს ამგვარი გაცვლებით მოთხოვნილებათა დაკმაყოფილებას საერთოდ რომელ სფეროსაც არ უნდა ეხებოდეს იგი. მაშინ, როდესაც სამრეწველო ფირმის მარკეტინგული ორგანიზაცია და მართვა წარმოადგენს ბაზართკეთების პროცესის მართვას საწარმოო სისტემის სათანადო გამოყენებით. აქ მარკეტინგი ფიგურირებს, როგორც თანამედროვე სისტემა, რომელიც ფირმის გარემოდ მიიჩნევს არა მარტო საბაზრო არეს, არამედ გარემოში მიმდინარე ნებისმიერ პროცესებს. ისინი ფიგურირებენ სახელმწიფო პოლიტიკის, ეკოლოგიის, დემოგრაფიის და სხვა არეთა ერთობლიობის სახით.

მატერიალური ცხოვრების გაუმჯობესების და სასიცოცხლო საშუალებებით უზრუნველყოფის ძირეულ რგოლად მრეწველობაში გვევლინება სამრეწველო ფირმა.

სამრეწველო ფირმის ორგანიზაცია და მართვა წარმოადგენს მრეწველობის საბაზრო ეკონომიკის (და არა საბჭოური ტიპის

მრეწველობის ეკონომიკის) მომიჯნო მეცნიერებასა და სასწავლო დისციპლინას, ვინაიდან მისი შესწავლის ობიექტი სამრეწველო ფირმა განუყოფელი თვითმყოფადი სამეურნეოკომერციული და საწარმოო-ტექნიკური ერთეულია. მისი ბაზართმკეთებელი საქმიანობის შიგა-დარგობრივი და დარგის გარემოცვასთან უთიერთობის სათავესა მრეწველობის ეკონომიკა.

მრეწველობის, როგორც დარგის (ა.შ.შ.-ის მაგალითზე) ძირითად ამოცანას შეადგენს საქონელზე მოთხოვნის გადიდება ახალ დიდმასშტაბიანი ბაზრების აღმოჩენით, წარმოების მაღალი ღონის შენარჩუნებით, რაც მსოფლიო საბაზრო ეკონომიკის პირობებში დამოკიდებულია მოხმარების მაღალ დონეზე. სამრეწველო ფირმის ხელმძღვანელობა კი საჭიროებს განახორციელოს კავშირები მრავალ-რიცხოვან ბაზრებთან. ეს მოასწავებს სამრეწველო ფირმის მონაწილეობას მრეწველობის ეკონომიკის ჩამოყალიბებაში. ეს მონაწილეობა არ შეიძლება დაყვანილი იქნას პასიურ მოლოდინზე თუ ყოველდღიურად როგორ შეიცვლებიან მყიდველები და ვინ იქნებიან ისინი, რათა წარმოება დაუქვემდებარონ მათს მოთხოვნებს ე. ი. ბაზარზე მომხდარ ცვლილებებს.

მრეწველობა, როგორც დარგი გიგანტური საწარმოს მაგვარად (მაგ. ფორდი) თვით ახდენს გავლენას ბაზარზე, აყალიბებს და ქმნის მას. ამგვარი მიდგომა არ შეიძლება შეიზღუდოს თითოეული ფირმის (საწარმოს) ფარგლებით. იგი უნდა მოიცავდეს ფირმებისა და ბაზრების ფართო ქსელს და მათთან დაკავშირებით მრეწველობის ეკონომიკის ფორმირების პროცესს მთლიანად.

მრეწველობის ეკონომიკის შესწავლის სფეროში შედის სამრეწველო ფირმებს (საწარმოებს) შორის და დარგთაშორისო საბაზრო ეკონომიკური კავშირები და სამრეწველო ფირმების ეკონომიკის ის საკითხები, რომლებიც განაპირობებენ ამ კავშირებს.

მრეწველობის ეკონომიკა ისევე მოიცავს საწარმო სისტემის ეკონომიკის მთელ რიგ საკითხებს, როგორც სამეწველო წარმოების ორგანიზაცია და დაგეგმვა მთელ რიგ ტექნიკურ საკითხებს. ხშირ შემთხვევაში ტექნიკური საკითხები წარმოების ორგანიზაციის დასაყრდენია. ასევე მრეწველობის ორგანიზაციისა და ეკონომიკის საკითხების დასაყრდენია სამრეწველო ფირმის (საწარმოს) საქმიანობის მარკეტინგული ორგანიზაცია და მართვა.

მრეწველობა, როგორც დარგი წარმოადგენს ურთიერთ კონკურენციაში მყოფი სამრეწველო ფირმების ჯგუფს, რომლებიც ბაზარზე ჰყიდიან საკუთარი წარმოების განსაზღვრულ საქონელს.

დარგის მიერ ხდება იმ ფაქტების ფიქსაცია, რომლებიც პასუხობენ კითხვაზე თუ რა ეკონომიკური მახასიათებლებით და როგორ ვითარდებიან მასში შემაჯავალი ფირმები (საწარმოები). ამ მიზნით გამოიყენება საწარმოთა (ფირმების) სათანადო საინფორმაციო მაჩვენებლები. გარდა ამისა ხორციელდება დარგის განვითარების პროგნოზირება ე. ი. განვითარების სავარაუდო ინფორმაციის შეკვრა და ფიქსაცია. დამკველავი მინიშნებითი რეკომენდაციების პროგრამის და მაჩვენებლების შემუშავებით ხორციელდება მრეწველობის განვითარების ინდიკატურ გეგმებზე გასვლა.

ყოველ ფირმას თავისუფლად შეუძლია შევიდეს დარგში. ეს იმას ნიშნავს, რომ ყოველ მათგანს შეუძლია თავისუფლად აირჩიოს დარგი და იქ დაიწყოს მეწარმეობრივი საქმიანობა (დაარსოს საწარმო) ყოველგვარი შეზღუდვის გარეშე. თვითონ გადაწყვეტს მეწარმე, თუ რომელი პროდუქციის (საქონლის) წარმოებაა მისთვის ხელსაყრელი და სათანადო მოგების მომტანი. ამის მიხედვით შეუძლია გაშალოს თავისი საქმიანობა, რის კვალობაზეც იგი აღმოჩნდება ამა თუ იმ დარგის შემადგენლობაში. ეს იმას ნიშნავს, რომ თუ არსებობს დარგში თავისუფალი შესვლის უფლება, მაშინ არავითარი სანქცია ამას არ სჭირდება არავისაგან და მითუმეტეს ხელისუფლებისაგან.

ფირმებს თავისუფლად შეუძლიათ შეწყვიტონ არსებობა (ფუნქციონირება) და გამოეთიშონ მოცემულ დარგს, ანდა აქამდე დარგის მიღმა არსებულმა დაეუფლოს ამ დარგის საწარმოო სისტემას და ამით შევიდეს ამ დარგში. ამ ფაქტების ფიქსაცია ხორციელდება დარგის მიერ.

სამრეწველო ფირმის (მარკეტინგული) ორგანიზაცია და მართვა მოიცავს სათანადო საწარმოო სისტემას, რომლის ფუნქციონირებაც მთლიანად და განუყოფლად ექვემდებარება მარკეტინგისა და ტექნოლოგიის თანაფარდობის მანევრულობას საბაზრო გარემოში მომხდარი და მოსალოდნელი ცვლილებების საპასუხოდ. ამ ნიადაგზე მართვას ექვემდებარებიან, როგორც წარმოების პიროვნული, ასევე ნივთობრივი ელემენტებიც. ამისაგან განსხვავებით მენეჯმენ-

ტი და მისი შესწავლის საფუძვლები იფარგლება მხოლოდ პიროვნული ელემენტების მართვით და ისიც საერთოდ-ზოგადად კონკრეტული ობიექტის (ორგანიზაციის) გარეშე. მართლაც მენეჯმენტი, როგორც დამოუკიდებელი სასწავლო დისციპლინა არსებითად წარმოადგენს მართვა-განმგებლობის მათემატიკურ ფუნქციას, რომელიც მოიცავს მმართველობით საქმიანობას საერთოდ, რათა სრულიად სხვადასხვა ტიპის ორგანიზაციებში განახორციელოს ადამიანთა ხელმძღვანელობა. იგი ეფუძნება უნარს შრომის, ინტელექტის და სხვა ადამიანთა ქცევის მოტივების გამოყენებით მიღწიოს დასახულ მიზნებს. იგი როგორც სასწავლო დისციპლინა მოიცავს ცოდნათა არეალს, რომელიც ემსახურება მენეჯერის, როგორც სპეციალისტისა და პროფესიონალის ჩამოყალიბებას მათი სათანადო ცოდნით აღჭურვის გზით. ამ სპეციალობას გააჩნია ფართო პროფილი. იგი გამოადგება ნებისმიერ ორგანიზაციას, მათ შორის სამრეწველო ფირმასაც.

სამრეწველო ფირმის ორგანიზაცია და მართვა თავის გამოკვლევებში იყენებს ეკონომეტრიკის მეთოდოლოგიას, რათა განახორციელოს ფირმის (საწარმოს) გარემოცვასთან ურთიერთობაში სააღბათო ხდომილობების გაზომვა და ანალიზი და შიგასაფირმო საწარმოო სისტემის დეტერმინირებული ხდომილობების ფორმირების პროცესთა ანალიტიკური ჭვრეტა და გაზომვა. ამ გზით მიღებული შედეგების გამოყენება კი ხორციელდება ფირმის და მისი საწარმოო სისტემის მართვის განხორციელებაში სათანადო სამმართველო გადაწყვეტილებათა მისაღებად.

ეკონომეტრიკა ბერძნული წარმოშობის ტერმინია და ნიშნავს ეკონომიკურ მახასიათებელთა გაზომვას. ესაა მეცნიერება, რომელიც შეისწავლის კონკრეტული ეკონომიკური მოვლენის გაზომვის მეთოდოლოგია-მექანიზმს, მათში მოცემულ კონკრეტულ რაოდენობრივ კანონზომიერებებს და კავშირურთიერთობებს მათემატიკური სტატისტიკის და ეკონომიკური სტატისტიკის მეთოდებითა და მოდელებით. გაზომვის შედეგად ეკონომიკური მახასიათებელი ფიქსირდება რიცხობრივად, რომელიც გამოიყენება როგორც მაჩვენებლები. მათი მოპოვება კი შესაძლებელია სტატისტიკური, პროგნოზული და საგეგმო სავარაუდო ინფორმაციის სახით საერთოდ და კერძოდ თვითმყოფადი სამრეწველო ფირმის მართვის მოთხოვნათა დასაკმაყოფილებლად.

ეკონომეტრიკა, როგორც დამოუკიდებელი სამეცნიერო მიმართულება და სასწავლო დისციპლინა გამოიყო მე-20 საუკუნის 20-30-იან წლებში.

საინტერესოა ის კავშირი, რომელიც არსებობს ორ მეცნიერებას: სამრეწველო ფირმის ორგანიზაციას და მართვას და მეორე მხრივ კიბერნეტიკას შორის. ეს უკანასკნელი თეორიული კიბერნეტიკის მიერ შემუშავებული საშუალებების დახმარებით, შეისწავლის რთული ეკონომიკური სისტემების მართვის ხერხებს.

სამრეწველო ფირმის, როგორც რთული ბაზართმკეთებელი სისტემის მართვაც განეკუთვნება ეკონომიკური კიბერნეტიკის კვლევის სფეროს, იგი ზოგადად არკვევს რთული სისტემების მართვის პრობლემებს ფუნქციონირებისათვის ორგანიზებულ ობიექტებზე საერთოდ.

საერთოდ ეკონომიკური კიბერნეტიკის კვლევის საგანს შეადგენს მართვის ეკონომიკური სისტემები. მაშინ როდესაც ფირმა ცალკე გამოყოფილი კონკრეტული ობიექტია.

სამრეწველო ფირმის მიერ ბაზართმკეთება შეუძლებელია მატერიალური წარმოების სათანადო ორგანიზაციის გარეშე, რომელიც მოიცავს:

1. წარმოების ნივთობრივი ელემენტების (შრომის იარაღების, შრომის საგნების და ტექნოლოგიით განპირობებული შრომის პროდუქტის) გაადგილების ურთიერთკავშირის სივრცობრივი შეთანწყობის სფეროს. სახელდობრ: სპეციალიზაცია, კოოპერირებას, კომბინირებას, საფირმო გაერთიანებათა ორგანიზებას, წარმოების ორგანიზაციის ნაკადურ, ჯგუფურ (პარტიობით) და ერთეულად მეთოდებს, ტექნიკის დაგეგმვას, წარმოების ორგანიზაციულ და ტექნიკურ მომზადებას და ა. შ.

2. საწარმოო პროცესის მონაწილე მშრომელთა კორპუსის (წარმოების პიროვნული ელემენტები) ერთობლივი შრომის, წარმოების ნივთობრივ ელემენტებთან სივრცესა და დროში შეთანწყობის სფეროს. სახელდობრ: საწარმოო სიმძლავრეების და საწარმოო ფონდების (დაბანდებული კაპიტალის) უკეთ გამოყენებას, ნედლეულის, მასალების, სათბობის და განივებული შრომის სხვა ელემენტების მომჭირნეობით ხარჯვას, ტექნოლოგიური დისციპლინის განმტკიცებას, პროდუქციის ხარისხისა და მიმზიდველო-

ბის გაუმჯობესებისადმი ლტოლვას და ა. შ.

3. წარმოების ნივთობრივ ელემენტებთან კონტაქტის საფუძველზე საწარმოო პროცესის მონაწილეთა შრომის (სივრცესა და დროში) ერთიან კოლექტიურ შრომად შეთანწყობის სფეროს. სახელდობრ: შრომის დანაწილებას, შრომის კოოპერაციას, მუშაკთა დაქირავებას საკონტრაქტო საფუძველზე, შრომის ნორმირებას, სამუშაო დროის სტრუქტურის გაუმჯობესებას, მუშაობის კონკურენტუნარიანი მეთოდების შესწავლასა და დანერგვას, შრომის ანაზღაურების (ხელფასის) და მისი წახალისებითი მექანიზმის გამოყენებას და ა. შ. ე. ი. შრომის ორგანიზაციას.

სამრეწველო ფირმის ორგანიზაცია და მართვის მეცნიერების შესწავლის ს ა გ ა ნ ი ა სამრეწველო ფირმის (საწარმოს) გარემოსთან სტრატეგიული, ოპერატიულ-ტაქტიკური მარკეტინგული ურთიერთობებით საბაზრო სისტემის პროცესებში სიცოცხლისუნარიანი მონაწილეობა და განვითარების კერძო კანონზომიერებათა და ინოვაციათა საფუძველზე ტექნოლოგიის და მარკეტინგული ინფორმაციის შეუღლებით წარმოების ნივთობრივი და პიროვნული ელემენტების ბაზართმკეთებელი თანამოქმედება.

ეკონომიკური მეცნიერების ამ დარგის მ ი ზ ა ნ ი ა სოციალურად ჯანსაღი ბიზნეს-მოგების მიღებისათვის მ ი ა ლ წ ი ო ს სამრეწველო ფირმის (საწარმოს) სიცოცხლისუნარიანობის აქტივიზაციას, შიგასაფრმო პროცესებისა და პროცედურების მაღალუკუგებიანი სინერგიული ორგანიზაციის ფორმებისა და მეთოდების შექმნას, ფირმის საქმიანობის ანალიზის, დაგეგმვისა და მართვის მეთოდოლოგიური სისტემის ჩამოყალიბება-გაუმჯობესებას, მმართველობითი რაციონალიზმისა და სიტუაციური მართვის მექანიზმთა კონკურენტუნარიან შეუღლებას.

სამრეწველო ფირმის ორგანიზაცია და მართვა, როგორც სასწავლო დისციპლინა ახორციელებს პრაქტიკოს კადრების მომზადებას რათა ისინი დაეუფლონ სამრეწველო საწარმოს მიერ ბაზართმკეთებლობის მექანიზმს, უკანასკნელის, როგორც მთლიანობითი მარკეტინგული წარმონაქმნის სისტემურ კანონზომიერებებს და კერძო კანონზომიერებათა ფონზე წარმოების პიროვნული და ნივთობრივი ელემენტების თანამოქმედებით წარმოების ეკონომიკური მახასიათებლების ფორმირების მექანიზმს. ისინი პრაქტიკამ უნდა

გამოიყენოს, რათა ფირმამ გარემომცველ არეში ცვლილებებზე მოახდინოს სათანადო რეაგირება და შეძლოს, რომ შეიმუშაოს, ყოველ კერძო შემთხვევაში, გარემოზე უკუგავლენის მექანიზმი სიტუაციური მართვისა და მმართველობითი რაციონალიზმის მოთხოვნების შესაბამისად. ამ გზით მან უნდა წარმოქმნას და მართოს ფირმის მაღალეფექტიანი (მაღალუკუგებიაანი) ფუნქციონირება და ბიზნეს-მოგების მიღების მაქსიმიზაციის პროცესი.

თავი I

სისტემური მიდგომა და საზარმო (ფირმა) სახალხო მეურნეობრივ სუპერსისტემაში

1. 1. სისტემური და პრაგმატისტული მიდგომის აუცილებლობა საბაზრო მექანიზმში ბარკვევისათვის

საბაზრო სისტემისათვის დამახასიათებელია ყოველი ფუნქციონირებადი ობიექტის, მ.თ.შ. სამრეწველო ფირმის მიერ სამართველო გადაწყვეტილებათა მიღების თავისუფლება ჩამოყალიბებული გარემოს პირობებში. ეს იმას ნიშნავს, რომ ეს ობიექტი თვითმყოფადია სრულიად დამოუკიდებელი საქმიანობითა და მოქმედებებით (ქცევებით). მასზე გავლენას ახდენს მხოლოდ გარემო და ამიტომ მათ ეუფლებათ პრაგმატისტული მიდგომა აზროვნებაში.

საბაზრო ეკონომიკა მოითხოვს პრაგმატისტული აზროვნების წესის დაუფლებას, რომელიც შეუძლებელი უნდა იყოს მეცნიერული შემეცნების სისტემურ მეთოდოლოგიასთან.

ამის გარეშე შეუძლებელი გახდება ადლო აულოთ საბაზრო მექანიზმის ქცევებს და ყოველი ფუნქციონირებადი ობიექტის ურთიერთობას იმ ეკონომიკურ და კომერციულ გარემოსთან, რომელ-

შიაც მას უხდება ყოფნა, განვითარება და ფუნქციონირებაში მანევრირება.

საქმე იმაშია, რომ პრაგმატიზმი მდგომარეობს მოცემული ობიექტის გარემომცველ არესთან (გარემოსთან) ურთიერთობაში სოციალურად ჯანსაღი ეკონომიკური და კომერციული საკუთარი ინტერესების დაკმაყოფილებაზე გამიზნული პრაქტიკით, წარმატებითი შედეგების მიღწევის მომტანი ქცევების განსაზღვრაში.

მეცნიერული შემეცნების სისტემური მეთოდოლოგია კი გარემომცველ არეს და მასში მყოფ ობიექტს, რომელიც ამ არესთან ორგანულ ურთიერთობაშია განიხილავს, როგორც ერთიან სისტემას. ამიტომ, მეორე ამდიდრებს პირველის ანალიტიკურ ჭვრეტას გარემო სიტუაციაზე სათანადო რეაგირების უტყუარობის მისაღწევად.

პრაგმატიზმი აზროვნებას განიხილავს, როგორც ორგანიზმის მორგებას არესთან, რათა განახორციელოს წარმატებათა მომტანი მოქმედებები, ამისათვის გამოიყენონ სათანადო ცნებები და თეორია. უკანასკნელნი მისთვის ინსტრუმენტებია და იარაღი, რათა მიაღწიოს პრაქტიკულ სარგებლიანობას, რომელიც დაკმაყოფილებს ინდივიდის, ფირმის (საწარმოს) და ა. შ. ფუნქციონირებისათვის ორგანიზებული ობიექტის სუბიექტურ ინტერესებს. პრაგმატიზმი ბერძნული წარმოშობის სიტყვაა. მისი ფუძეა პ რ ა გ მ ა, რაც ნიშნავს საქმეს, მოქმედებას. ისინი შეიძლება იყვნენ ზედაპირულ ხედვაზე ანდა სიღრმისეულ სისტემურ ჭვრეტაზე დაყრდნობილი. პრაქტიკა უპირატესობას ანიჭებს მეორეს, მითუმეტეს თუ მას თან ახლავს ოპერატიულობაც.

ობიექტის შესწავლაში სიტემური მიდგომა არსებითად განსხვავდება არასისტემური ე.ი. ნივთობრივი (საგნობრივი) მიდგომისაგან.

არასისტემური ე.ი. ნივთობრივი მიდგომისას ობიექტის შესწავლა დაიყვანება მის დანაწევრებაზე ნაწილებად და ელემენტებად. ისინი ექვემდებარებიან თვისობრივ აღწერას ურთიერთისგან დამოუკიდებლად სისტემაში მათ მიერ ნაკისრები როლის გარეშე, სადაც ვლინდება ამ ნაწილების და ელემენტების მხოლოდ იმანენტური თვისებები. თითქოს ეს ობიექტი არავითარ რეაგირებას არ ახდენდეს გარემოში მომხდარ ცვლილებებზე. თითქოს იგი ამიტომ არ განიცდიდეს ცვლილებას და როგორც „ნივთი მასალა“ რჩება იგივე.

ცნობილია, რომ სისტემის სირთულეს განსაზღვრავს მისი შემადგენლები რომლებიც განსხვავდებიან ამ სიტუაციაში ნაკისრები როლის მიხედვით ე. ი. სირთულეს განსაზღვრავენ ემერჯენტული და არა იმანენტური თვისებები.

ემერჯენტული თვისებების შეცვლით იცვლება სისტემა, თუმცა მასალა შეიძლება უცვლელიც კი დარჩეს.

ნიეთობრივი მიდგომა ნიეთის შიგნით არკვევს მიზეზშედევობრივ კავშირებს იმანენტური თვისებების მიხედვით და არა შემადგენელთა როლების მიხედვით, რომლებიც მქლავნდებიან გარემოზე რეაგირებისას. მიზეზშედევობრივი კავშირები გარემოში ინექციებისა და გარემოზე რეაგირების გარეშე წარმოადგენს ნიეთობრივ ე. ი. არასისტემურ და არაპრაგმატისტულ მიდგომას.

სისტემური მიდგომა სწავლობს იმ ურთიერთობებს, რომელშიც ვლინდება ყოველი შემადგენლის როლი მოცემულ სისტემაში. ამ როლის შეცვლამ გარემოზე რეაგირებისას შეიძლება შეცვალოს თვით სისტემა და მისი ქცევა, რომელსაც გააჩნია სისტემური კანონზომიერებანი. იმანენტური და ემერჯენტული თვისებების შეუღლებით წარმოქმნილ მექანიზმს გააჩნია გარემოზე რეაგირების განსაზღვრული ქცევა, რომელიც გამოავლენს სისტემის მოძრაობის სისტემურ კანონზომიერებას და ეს ხდება იმის მიხედვით თუ რა ზეგავლენას მოახდენს მასზე გარემოს ძალები.

თუ ჩვენი ცოდნა არ აღვჭურვეთ იმ ცნებებითა და თეორიით, რომლებიც წარმატების მოტანის სამსახურში უნდა ჩადგენ, მაშინ ჩვენ აღმოვჩნდებით განიარაღებული და უსუსური საბაზრო გარემოს მიმართ. აქ საჭიროა კარგად გვახსოვდეს ის ჭეშმარიტება, რომ თეორიაზე ხელის აღება და მისთვის გვერდის ავლა ნიშნავს ჩვენს თავში შევინარჩუნოთ პრაქტიკისათვის უადრესად უვარგისი თეორია. ეს იმიტომ, რომ „შეუძლებელია აღმოვაჩინოთ, დავამტკიცოთ ანდა ეჭვი მივიტანოთ მიზეზობრივ კავშირებზე, თუ გონებაში არ გაგვაჩნია რაიმე თეორია“ (პოლ ჰაინე). ამიტომ უნდა ვიცოდეთ, რომ სათანადო თეორიას დაუფლებულ ადამიანს ყოველთვის გააჩნია უპირატესობა მათ მიმართ ვინც გაურბის გონების თეორიულ გამდიდრებას. თეორია თვალეხია, პრაქტიკა კი ხელები. თუ გინდა, რომ საბაზრო გარემოში ბრმად არ აფათურო ხელები საჭიროა დაეუფლო სათანადო თეორიას. ამიტომ აუცილებელია სისტემური მიდგომით ვჭვრეტდეთ გარემოს.

მართლაც მეურნეობრიობის სინქრონიზებული საბაზრო სისტემა¹, სადაც ბატონობს საყოველთაო კონკურენცია და მყიდველის ბაზარი, წარმოადგენს მთლიანობით სისტემას, მითუმეტეს თუ იგი სათანადო გარემოს მართვით არის რეგულირებული. ამიტომ იგი, როგორც წესი, გამორიცხავს ქაოსს. თუმცა, ამ სისტემაში ყოველი ფუნქციონირებისათვის ორგანიზებული ობიექტი (ორგანიზაცია) თავის საქმიანობაში დაკავშირებულია გარკვეულ რისკთან (ქაოსის ელემენტთან). ამ ობიექტის მესაკუთრისა და მენეჯერისათვის და არა მთლიანობაში აღებული ამ სისტემისათვის. რისკის სიდიდე და მისი გათვლა-გათვალისწინება შესაძლებელია აზროვნების სისტემური ლოგიკით. ამგვარი აზროვნება კი წარმოდგენილია სისტემური მიდგომის გარეშე.

სინქრონიზებული საბაზრო სისტემა თავისი ბუნებრივი შეზღუდულობით ასრულებს ეკონომიკის მართვა-რეგულირების ფუნქციას. თუმცა ხელისუფლების მმართველობითი ჩარევა მაინც ახასიათებს რეალურ საბაზრო სისტემას. მისი დანიშნულებაა სახალხო მეურნეობის სუპერსისტემის (ზესისტემის) ფუნქციონირების მართვა-რეგულირება.

მსოფლიოში არსებობს (არსებობდა) სხვადასხვაგვარად რეგულირებული საბაზრო და მბრძანებლობითი ეკონომიკური სისტემები. ამის გამო ისმის კითხვა საბაზრო სისტემის რეგულირება-

¹ სინქრონიზმი ბერძნულ ენაზე ნიშნავს ერთდროულობას. იგი გულისხმობს ორი ან რამოდენიმე მოვლენის (პროცესის) თანამთხვევას დროში. კეპლერმა კოპერნიკისა და სტენლი ბრიუს წიგნის „ეკონომიკს“ ორტომეულის პირველი ტომის მე-5 თავში, გარკვეული თვალსაზრისით დასკვნის მაგვარ ტექსტში, ეკითხულობთ: კონკურენციული საბაზრო სისტემა წარმოადგენს მექანიზმს, რომელიც ერთდროულად ასრულებს ორ ფუნქციას:

ჯერ ერთი მომხმარებლისათვის, მწარმოებლისათვის და რესურსების მოწოდებელთათვის იმ გადაწყვეტილებათა შეტყობინება, რომელიც მიიღო თითოეულმა მათგანმა;

მეორეც ის, რომ ხორციელდება ამ გადაწყვეტილებათა სინქრონიზაცია, რომელიც უზრუნველყოფს საწარმოო მიზნების შეთანხმებულობას (იხ. გვ. 84, 85). აქედან გამომდინარე ამგვარ ეკონომიკას შეგვიძლია ვუწოდოთ სინქრონიზებული, იგი არა მარტო გამორიცხავს საბაზრო ქაოსსა და ჰიპერინფლაციას თანამედვე ნეგატიური მოვლენებით, არამედ კონკურენციული საბაზრო სისტემა ქმნის კერძო და საზოგადოებრივი ინტერესების არაწვეულებრივ მნიშვნელოვან იგივეობას (იხ. გვ. 87). ამიტომ კონკურენციის ფართო მასშტაბიანი ეკონომიკა წარმოადგენს სოციალურად თვითორიენტირებულს.

მართვის როგორი მექანიზმი მიესადაგება საქართველოს იდეალს. ეს საჭიროა იმისათვის, რომ ნათლად ვიყოთ ორიენტირებული საქართველოში საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლის მექანიზმში.

ზემოთაღნიშნულ გარემოებათა გამო აუცილებელია ვფლობდეთ შემოქმედებითი აზროვნების იმგვარ წყობას, რომელიც შესაძლებელს გახდის ნაკლები რისკით მივალწიოთ სტრატეგიულ, კომერციულ, და სოციალურ-ეკონომიკურ წარმატებებს საწარმოს, რეგიონის და სახელმწიფოს დონეზე.

აზროვნების ამგვარ წყობას აყალიბებს ჩვენს გარემოცვაში და ჩვენი შემოქმედების ან ჩვენზე შემოქმედ მოვლენებში გარკვევისადმი სისტემური მიდგომა. ეს კი მოითხოვს სისტემისა და მისი მექანიზმების ბუნებაში საერთოდ და კერძოდ ეკონომიკის რეალურ საბაზრო სისტემაში გათვითცნობიერებას.

ამ კუთხით შესასწავლი დისციპლინა მოითხოვს სისტემური მიდგომის ელემენტარული საკითხების ცოდნას მაინც. ამის უგულვებელყოფა დაუშვებელია. იმიტომ, რომ ამის გარეშე ყოველი ნაბიჯი, რომელსაც გადადგავს მენეჯერი, ბიზნესმენი, თუ მმართველი-ხელმძღვანელი შეცდომებით იქნება აღვსილი. დიდი რისკის ფასად დაუჯდება საწარმოს ამგვარი მმართველობა.

სისტემური მიდგომა უფრო ყოვლის მომცველია ვიდრე, თუნდაც ნივთობრივი მიდგომა. ეს უკანსკნელი იფარგლება ორი კომპონენტით. მათ შორის პირველი მიზეზია, მეორე კი შედეგი, რომელიც უკუგაველენას ახდენს მიზეზზე. აქ გარემომცველი მოვლენებისა თუ პროცესების მათზე რეაგირება მხედველობის მიღმა რჩება.

სისტემური მიდგომის დროს კი მხედველობის არე უაღრესად ფართოა. იგი გარდა ზემოაღნიშნულისა მოიცავს, გარემოცვის გაველენას ობიექტზე და ამ ობიექტის, როგორც აღნაგობა გაშლილი სისტემის, პასუხს გავლენისადმი. პასუხს იძლევა ამ სისტემის ყოველი ნაწილი, რომელიც განსხვავდება სიტემაში შემავალი სხვა ნაწილებისაგან თავისი როლით. იმიტომ ისინი წარმოადგენენ ამ სისტემის სტრუქტურულ ნაწილებს და იძლევიან ამ სისტემის აღნაგობაზე წარმოდგენას.

საზოგადოდ ცნობილია, რომ მატერიალური და სულიერი სამყარო, რომლის გარემოცვაშიც ვიმყოფებით, წარმოადგენს ურთ-

იერთდაკავშირებულ და თანამოქმედებით განსზღვრული კანონზომიერებით მოწესრიგებულ /ორგანიზებულ/ გლობალურ მთლიანობით სისტემას და არა ურთიერთისგან იზოლირებულ საგანთა, მოვლენათა და პროცესთა მოუწესრიგებელ გროვას. იგი მოიცავს მრავალ მთლიანობით წარმონაქმნს, რომლებიც გვევლინებიან როგორც ცალკეული სისტემები (გლობალური სისტემის ქვესისტემები) და ა. შ. ქვესისტემის ქვესისტემებზე გარდამავალ ჯაჭვში სხვა სისტემათა შორის შედის სახალხო მეურნეობრივი კომპლექსი მთელი თავის აღნაგობითა და განუყოფადი ნაწილით საწარმოთი. ასევე ცალკე სისტემებად შეგვიძლია განვიხილოთ ბიუროკრატიული-სამეურნეო მექანიზმი, საბაზრო-სამეურნეო მექანიზმი და საწარმოს ბაზარმკეთებელი (მარკეტინგული) მექანიზმი.

ზემოთაღნიშნულ გარემოებათა გამო, უწინარეს ყოვლისა, უნდა გავერკვეთ სისტემურ წარმოდგენებში, თვისებებსა და კანონზომიერებებში, რომ შევძლოთ მათი როგორც ლოგიკურ საყრდენთა გამოყენება შესასწავლი დისციპლინის მთელი კურსის გააზრებული აღთქმისათვის და არა თავსმოხვეული პოსტულატების დაშტამპვისათვის.

რას წარმოადგენს სისტემა?

სისტემა წარმოადგენს ურთიერთმოქმედი ელემენტების კომპლექსს, რომლებიც შეიძლება აღიქმებოდეს ან როგორც ელემენტების ორგანული ერთიანობა ან როგორც ელემენტების მექანიკური გროვა. პირველ შემთხვევაში ჩვენ საქმე გვაქვს მთლიანობით სისტემასთან (მთელთან), მეორე შემთხვევაში კი ჯუშლობრივ (ნაკრებ) სისტემასთან, ე.ი. ელემენტების მექანიკურ გროვასთან.

დავუშვათ ოთახში იატაკზე ყრია ზამბარა და რომელიმე ნივთი, რომლებთანაც ამ ოთახის ჭერი თავის წერტილებითურთ არავითარ კავშირში არ იმყოფება. ამიტომ ისინი შეგვიძლია ჩავთვალოთ როგორც ამ ელემენტების გროვა, ე.ი. ჯუშლობრივი წარმონაქმნი (ჯუშლობრივი სისტემა).

აქ ზამბარა ზამბარად გვევლინება, ნივთი ნივთად და წერტილი წერტილად. მათ ამ სისტემაში არავითარი ახალი როლის შესრულება არ უკისრიათ, ამიტომ აქ არც დაიბადება და არც არსებობს სისტემური დამოკიდებულებანი, მითუმეტეს სისტემური კანონზომიერებანი.

მოდით და ზამბარა ჩამოკვილოთ ჭერის ერთ-ერთ წერტილზე, ზამბარის მეორე ბოლოში კი დავაძაგროთ აღნიშნული ნივთი. მაშინ ყოველი მათგანი იკისრებს ახალ, მანამდე არარსებულ როლს* ფუნქციას. სახელდობრ, წერტილი იკისრებს საყრდენის, ზამბარა საკიდის, ზოლო ნივთი ტვირთის როლს და ამ ფუნქციებით (როლებით) შეიკვრება მთლიანობითი წარმონაქმნი-მთლიანობითი სისტემა.

აღვილად შევამჩნევთ, რომ ერთი და იგივე მასალისაგან ამ მაგალითში შედგა ურთიერთისაგან მკვეთრად განსხვავებული სრულიად სხვადასხვა სისტემები. სახელდობრ ჯერ გაგვანდა ჯუმლობრივი სისტემა, შემდეგ კი მივიღეთ მთლიანობითი სისტემა. ისევე როგორც აგურით შეგვიძლია ავაშენოთ ბოსელიცა და სასახლეც, მაგრამ ისინი სრულიად სხვადასხვა სისტემები აღმოჩნდებიან მიუხედავად იმისა, რომ ორივეგან გამოყენებული იქნა ერთი და იგივე საკედლე მასალა. ისიც კი შეიძლება, რომ ბოსელი ავაგოთ აგურით ან პემზა-ბეტონის ფილებით. აქ მასალა სხვადასხვა იქნება მაგრამ მივიღებთ ერთი და იგივე სისტემას. აქედან დასკვნა: სისტემებს შორის განსხვავება იმდენად არ არის დამოკიდებული მისი აგებისათვის გამოყენებულ მასალაზე, რამდენადაც იმ ფუნქციაზე (როლზე) სისტემაში რომ ასრულებს ყოველი მისი ნაწილი. ამ დროს როლის (ფუნქციის) მიხედვით ყოველი ნაწილი ურთიერთისაგან განსხვავებულ თვისებებს იძენს მთლიანობით სისტემაში (მთელში). ამიტომ სისტემაც რთული წყობის წარმონაქმნი ზდება. მთლიანობითი სისტემა აღნაგობა ამოკითხული მთელია. ჯუმლობრივი სისტემა კი მთელი არ არის.

მთლიანობითი სისტემა რთული ნაერთია, რომელიც მოიცავს როლით (ფუნქციით) განსხვავებულ ნაწილებს. ამიტომაცაა იგი რთული ნაერთი. ამგვარი რთული ნაერთის შემადგენელი ნაწილების განზოგადებული სახელწოდებაა ინგრედიენტი.

ინგრედიენტები მთელის ის ნაწილებია, რომლებიც თავიანთი როლით (ფუნქციით) ამ მთელში განსხვავდებიან ერთმანეთისაგან. ამგვარად როლით (ფუნქციით) განსხვავებული ნაწილები, რომ-

* როლი ესაა გავლენის ზომა, გავლენის მნიშვნელობა, რაიმეში მონაწილეობის ხარისხი ე.ი. ფუნქცია - ამა თუ იმ ორგანოს დანიშნულებაა ორგანიზმში, როგორც მთლიანობით სისტემაში. როლი არ წარმოადგენს იმანენტურ ფუნქციას, იგი სისტემაში შექმნილი ფუნქციაა.

ლებიც იძლევიან მთელის აღნაგობის დახასიათებას, ქმნიან ამ მთელის სტრუქტურას. ინგრედიენტი მთელის სტრუქტურული ნაწილია და შესაძლებელს ხდის სისტემა კომპაქტურად აღვწეროთ, როგორც ერთიანი ორგანიზმი.

დავუშვათ გვაქვს ვაშლი. გათლის შემდეგ ამ ვაშლს თუ გავჭრით ისე, რომ საკმაოდ აუველით გვერდს მის შუა ნაწილს, გაჭრის შემდეგ ჩამოიკვეთება ამ ვაშლის ნაწილი, რომელიც ისეთსავე რბილობს წარმოადგენს, როგორცაა ამ წესით ჩამოჭრილი ვაშლის მეორე ნაწილი, როგორც ერთი, ისე მეორე რბილობი მოცემულ ვაშლში ერთი და იგივე ფუნქციას (როლს) ასრულებს. ამიტომ ისინი ამ ვაშლის ნაწილები კი არიან, მაგრამ არა სტრუქტურული ნაწილები, ე.ი. არა ინგრედიენტები.

ამავე ვაშლს თუ გავჭრით ზუსტად შუაზე მაშინ გამოჩნდებიან მისი ისეთი ნაწილები, როგორიც არის კანი, რბილობი, ბუდე, წიპწა. ეს ნაწილები ამ ვაშლში სხვადასხვა ფუნქციას ასრულებენ და ამიტომ ისინი უბრალო კი არა, არამედ სტრუქტურული ნაწილები, ე.ი. ინგრედიენტებია.

შეიძლება მოგვეჩვენოს, რომ ყოველი ინგრედიენტი, მაგალითად კანი, რბილობი, წიპწა და ბუდე სხვადასხვა ნივთიერებებისაგან შედგება და ამიტომ არიან ინგრედიენტები. ეს გარკვეულწილად მცდარი შეხედულება რომ თავიდან ავიცილოთ, განვიხილოთ სხვა მაგალითიც. ავიღოთ მხოლოდ ხით შეკრული ხის სკამი როგორც მთლიანობითი სისტემა, ე.ი. როგორც მთელი, რომლის ნაწილებია ზურგის მისაყრდნობი, დასაჯდომი ნაწილი და ოთხი ფეხი. ისმება კითხვა ყოველი ფეხი ერთი და იგივეა თუ სხვადასხვა ინგრედიენტი? თუ მათ განვიხილავთ მასალის, შეიძლება მოყვანილობის და ფეხის როლის თვალსაზრისით, ისინი ერთგვაროვანი აღმოჩნდებიან და თითქოს არ წარმოადგენენ ურთიერთისაგან განსხვავებულ ნაწილებს, ე.ი. ინგრედიენტებს. მაგრამ თუ ამ სკამს მოვაშორებთ ერთ-ერთ ფეხს და ამით დავაგრძელებთ სხვა ფეხს, მაშინ ამ სკამზე დაჯდომისას წავიქცევით. ეს იმას ნიშნავს, რომ თურმე ყოველი ფეხი მეორისაგან განსხვავებულ წერტილში ასრულებს საყრდენის „როლს“. ამგვარად ისინი განსხვავებული როლის შემსრულებლები ყოფილან და ამიტომ ყოველი მათგანი წარმოადგენს ცალკეულ ინგრედიენტს. თუმცა ოთხივე ფეხის საერთო

სიგრძე ორივე განხილულ შემთხვევაში არ შეცვლილა. ერთი ინგრედენტის (ფეხის) გადანაცვლებით სკამი, როგორც სისტემა შეიცვალა, დაირღვა რა მისთვის დამახასიათებელი წონასწორობა.

აქედან შეგვიძლია დავაფიქსიროთ შემდეგი კანონზომიერება. *ინგრედენტის ადგილის შენაცვლებითაც კი სისტემა ან დაიშლება ანდა შეიცვლება სხვა თვისებების მატარებელი სისტემით.*

სისტემის ინგრედენტი მატარებელია სისტემაში მასზე დაკისრებული „როლის“ მიხედვით შეძენილი თვისებებისა. მაგალითად, ზამბარამ შეიძინა საკიდის თვისება, ჭერის წერტილმა საყრდენის თვისება, ნივთმა ტვირთის თვისება. ამ სისტემის გარეშე აღნიშნულ თვისებებს მათში მიკროსკოპითაც კი ვერ აღმოაჩენთ, ვინაიდან ეს თვისებები მათ ამ სისტემის გარეშე არ გააჩნიათ.

აქედან გამომდინარეობს ის დასკვნა, რომ ინგრედენტი სისტემაში შეძენილი, ე.ი. ემერჯენტული თვისებების მატარებელია. იმ შემთხვევაში თუ მოცემული სისტემიდან ამ ინგრედენტს გამოვითიშავთ, მაშინ იგი დაკარგავს ამ სისტემაში შეძენილ (ემერჯენტულ) თვისებებს და ამდენად შეწყვეტს არსებობას, როგორც ამ სისტემის ინგრედენტი. ამიტომ მას შერჩება მხოლოდ ის თვისებები, რომლის შინაგანი მატარებელია იგი და სადაც არ უნდა წაიღო და რა სისტემაშიაც არ უნდა ჩართო თან წაყვება მას. ამ შინაგან თვისებებს უწოდებენ იმანენტურ თვისებებს*. მაგალითად ის, რომ ზამბარა ღრუკადია ეს მისი იმანენტური თვისებაა, მაგრამ როდესაც, იგი ასრულებს საკიდის როლს მაშინ იძენს ემერჯენტულ თვისებას საკიდის თვისებას.

ამ, გარემოებიდან გამომდინარეობს ის, რომ ერთი სისტემიდან გამოთიშული და მეორე სისტემაში ჩართული ელემენტი, თუ ქვესისტემა კი არ ნიშნავს პირველი სისტემის ინგრედენტის გამოყენებას მეორე სისტემაში, არამედ ხორციელდება ახალი სისტემის ემერჯენტული თვისების დაბადება, და იგი, როგორც მასალა იქცევა ახალი სისტემის ინგრედენტად ისე, რომ მას ძველი სისტემიდან არაფერი არ გამოჰყვება. ახალ სისტემაში იგი მონაწილეობს თავისი დამოუკიდებელი შინა-

* მთლიანობითი სისტემის ინგრედენტებს გააჩნიათ ორი ტიპის თვისებები: იმანენტური და ემერჯენტული თვისებები, მასალას რომლისგანაც კონსტრუირებულია სისტემა ახასიათებს მხოლოდ იმანენტური თვისებები.

განი, ე.ი. იმანენტური თვისებებით, რომლებიც ითავსებენ ახალ სისტემაში დაკისრებული „როლით“ განსაზღვრულ ემერჯენტულ თვისებებს.

მთლიანობით სისტემაში ემერჯენტული და იმანენტური თვისებების თანამოქმედება მოცემული სისტემის მექანიზმის და ამდენად სისტემურ კანონზომიერებათა ჩამომყალიბებელია.

რაც უფრო კონკრეტულია სისტემა, მით უფრო უცხოა მისგან მასალად წამოღებული ინგრედიენტის ის ემერჯენტული თვისებები, რომელთაც იგი იძენს ახალ სისტემაში გამოყენებით. ეს იმიტომ, რომ მით უფრო კონკრეტულია სისტემა, რაც უფრო გრძნობით აღქმადია იგი, როგორც მთელი და მეცნიერულ განსაზღვრათა სისტემა, რომელიც ამჟღავნებს ნივთებს (მოვლენებს) შორის არსებით კავშირებს და ურთიერთობებს, კანონზომიერებებს და განვითარების ტენდენციებს. რაც უფრო კონკრეტულ სისტემაში ვიყენებთ სხვა სისტემის ინგრედიენტს მისთვის მახასიათებელი ემერჯენტული თვისებებით მით უფრო მეტი შეცდომა დაგვემართება. საბაზრო მეურნეობრიობაზე გარდამავალ სისტემაში, საბაზრო სისტემის „ელემენტები“ იგივე როლს ვერ შეასრულებენ. ერთი ქვეყნის საბაზრო სისტემის „ელემენტები“ სხვა ქვეყნის საბაზრო სისტემაში პირწმინდად ვერ გაიმეორებს იგივე როლს. ამიტომ, მართვა რეგულირების ფუნქციების განაწილება, სახელმწიფოსა და საბაზრო სისტემას შორის განსხვავდება ქვეყნების მიხედვით (მაგ. შერეული საბაზრო ეკონომიკა აშშ-ში, სოციალური საბაზრო ეკონომიკა გერ-ში და ა.შ.).

საქონლით გაუჯერებელ საბაზრო მექანიზმში, საქონლით გაჯერებული საბაზრო მექანიზმის „ელემენტები“ ვერ აღმოჩნდებიან იგივე როლის მატარებელნი.

მოცემული ქვეყნის ნიადაგზე სხვა ქვეყნის მექანიზმის კოპირებამ შეიძლება დადებითი ნაცვლად უარყოფითი როლი იკისროს.

ამიტომ საჭირო ხდება მოვლენების და მათი მექანიზმების, როგორც მეთოდების მთლიანობითი სისტემის ანალიტიკური განჭვრეტა.

პოლონეთში გამოყენებული შოკური თერაპიის საქართველოში გადმოტანამ მხოლოდ შოკური როლი აკისრებინა მას. მასობრივად გამოიწვია შოკური პრივატიზაცია. უსუსური კერძო მესაკუთრეო-

ბის მასობრივი წარმოქმნით მან გამორიცხა მართვის ფუნქციების გადაბარება საბაზრო მექანიზმისათვის. მართვის ფუნქციები შეიქმნა გადაყრილი და წარმოიშვა ლოდინის პერიოდი, თუ როდის აკრეფს მათ საბაზრო მექანიზმი. ამან თავის მხრივ წარმოშვა ქონების გადაყრა - დატაცება. საერთოდ, სანამ უსუსურობიდან თავს დააღწევენ კერძო მესაკუთრეები ბოლო მოეღება მშრომელთა დიდ ნაწილს. ასეთია სისტემის უსისტემო მართვის ლოგიკური შედეგი.

მეურნეობრიობის საბაზრო სისტემის ინგრედიენტები ზოგადი ემერჯენტული თვისებებით თუ გამოვიყენეთ კონკრეტულ (მაგ.) სოციალურ საბაზრო სისტემაში მათი კონკრეტიზაციის გარეშე, ან კიდევ საქონლით გაუჯერებელი საბაზრო სისტემაზე გარდამავალ მექანიზმში, მაშინ თავიდან ვერ ავიცილებთ ღრმა შეცდომებს და ამდენად სამსხვერპლო რისკსაც.

ემერჯენტული და იმანენტური თვისებების მოძრაობაში თავსებადი შეუღლება მოცემულ მთლიანობით წარმონაქმნში ამ წარმონაქმნის ქცევის მექანიზმის სისტემურ კანონზომიერებათა ჩამომყალიბებელია.

მართლაც, ჩვენი მაგალითის მიხედვით, ზამბარის დრეკადობა (იმანენტური თვისება), ზამბარის მიერ ტვირთის საკიდის როლთან და საყრდენ წერტილზე ჩამოკიდებულის როლთან (ემერჯენტულ თვისებებთან) შეუღლებით ქმნის მექანიზმს, რომელიც იწყებს მოქმედებას თუ მასზე ჩამოკიდებულ ტვირთს ჩამოვქაჩავთ და გავუშვებთ ხელს. სახელდობრ, ტვირთი იწყებს ქანაობას ქვევიდან ზევით და პირიქით, ზამბარა კი შესაბამისად იშლება და იკუმშება. ამ მექანიზმად შეკრული სისტემისათვის დამახასიათებელი ხდება შემდეგი სისტემური კანონზომიერება: ნივთის რხევის ამპლიტუდა დამოკიდებულია ტვირთის მასაზე, ზამბარის დრეკადობაზე და გარედან მოყენებულ ძალაზე. როგორც ვხედავთ, ამ სისტემური კანონზომიერების წარმოქმნა-ჩამოყალიბებაში მონაწილეობა მიიღო ემერჯენტულ და იმანენტურ თვისებათა მოქმედებამ.

მოცემულ სისტემაში შემავალი ინგრედიენტების ემერჯენტული თვისებები შეუღლებული მათსავე იმანენტურ თვისებებთან ამ სისტემის კანონზომიერ იმანენტურ თვისებად გვევლინება. თუ ეს სისტემა უცვლელად ჩავრთეთ უფრო რთულ სიტემაში (სუპერ-

სისტემაში) როგორც ქვესისტემა, მაშინ მას თან გაჰყვება მისთვის დამახასიათებელი კანონზომიერი თვისება, როგორც იმანენტური. გარდა ამისა იგი, როგორც სუპერსისტემის ინგრედიენტი დამატებით შეიძენს ახალ ემერჯენტულ თვისებას.

ამგვარი იერარქიული კიბის მიხედვით ის, რაც დაბალ საფეხურზე (შედარებით მარტივ სისტემაში) ემერჯენტულია, მომდევნო მაღალ საფეხურზე (უფრო რთულ სისტემაში - სუპერსისტემაში) შესვლის შემდეგ მოგვევლინება იმანენტური თვისების ჩამომყალიბებელ ფაქტორად.

დავუშვათ გრძივი ფიცრის ბოლოებში თუ დავამაგრებთ იქითაქეთ თითო სკამს და შუაში შევეუდგამთ ხის მორს, მაშინ შეიქმნება ახალი სისტემა - აწეულ-დაწეულა, თუ ერთ თავში სკამზე დავსვამთ ერთ ადამიანს, მეორე სკამზე კი მეორე ადამიანს, რომლებსაც შეუძლიათ სკამზე დაწოლის მონაცვლეობით სასწორივით იწყონ ქანაობა, ე.ი. ერთი თავის (სკამიანად) აწევისას მეორე თავი (სკამიანად) დაიწვეს და პირიქით.

ამ ახალ სისტემაში სკამი ქვესისტემად მოექცა და ცალკე ინგრედიენტად მოგვევლინა.

სკამების (თითოეული მათგანის) სტრუქტურული ნაწილები მათივე იმანენტური და ემერჯენტული თვისებებით მოგვევლინენ, როგორც სკამის კანონზომიერი იმანენტური თვისების ჩამომყალიბებელნი.

სკამის როგორც ახალ სისტემაში მონაწილის იმანენტურ თვისებად უკვე ფიგურირებს ის, რომ იგი დასაჯდომია. მაგრამ მან ამ ახალ სისტემაში შეიძინა დამატებითი თვისება დაკისრებული როლის მიხედვით. სკამებმა (თითოეულმა მათგანმა) იკისრა სიმძიმის მონაცვლეობით დაწოლას დაქვემდებარებულის როლი, ე. ი. შეიძინა ამ სისტემაში ახალი ემერჯენტული თვისება.

ყოველი ადამიანის აზროვნების ლოგიკა მისი ცხოვრებითაა დაპროგრამებული. იგი განსხვავდება სხვებისაგან პიროვნული ინტერესებით, ცხოვრებისეული გამოცდილებით, შექმენების უნარით, ერუდირებით (განათლებით) და სხვა.

აუცილებელია მოცემულ საკითხში სისტემური მიდგომის გარეშე დაპროგრამებული აზროვნების გადართვა სისტემური მიდგომის პოზიციებზე, იმიტომ, რომ ჩვენ ქცევაში მკვეთრად შევამცირეთ

რისკის ფაქტორი. ამის მიღწევა საკმაო ზომით შესაძლებელი გახდება თუ თავიდან ავიშორებთ სისტემისადმი უსისტემო მიდგომას - *სისტემა შეიძლება იყოს შესწავლისა და მართვის ობიექტი, სისტემური მიდგომა კი მეთოდოლოგიაა, რომლითაც ვსწავლობთ და ვმართავთ ამ სისტემას.*

ამრიგად, ობიექტის შესწავლაში სისტემური მიდგომა არსებითად განსხვავდება არასისტემური ე.ი. ნიეთობრივი (საგნობრივი) მიდგომისაგან.

არა სისტემური ე.ი. ნიეთობრივი მიდგომისას ობიექტის შესწავლა დაიყვანება მის დანაწევრებაზე ნაწილებად და ელემენტებად. ისინი ექვემდებარებიან თვისობრივ აღწერას ურთიერთისგან დამოუკიდებლად სისტემაში მათ მიერ ნაკისრები როლის გარეშე, სადაც ვლინდება ამ ნაწილების და ელემენტების მხოლოდ იმანენტური თვისებები, თითქოს ეს ობიექტი არავითარ რეაგირებას არ ახდენდეს გარემოში მომხდარ ცვლილებებზე. თითქოს იგი ამიტომ არ განიცდიდეს ცვლილებას და როგორც „ნიეთი მასალა“ რჩება იგივე.

ცნობილია, რომ სისტემის სირთულეს განსაზღვრავს მისი შემადგენლები, რომლებიც განსხვავდებიან ამ სისტემაში ნაკისრები როლის მიხედვით ე.ი. სირთულეს განსაზღვრავენ ემერჯენტული და არა იმანენტური თვისებები.

ემერჯენტული თვისებების შეცვლით იცვლება სისტემა, თუმცა მასალა შეიძლება უცვლელიც კი დარჩეს.

ნიეთობრივი მიდგომა ნიეთის შიგნით არაკეევს მიზეზშედგობრივ კავშირებს იმანენტური თვისებების მიხედვით და არა შემადგენელთა როლების მიხედვით, რომლებიც მჟავნდებიან გარემოზე რეაგირებისას. მიზეზშედგობრივი კავშირები გარემოში ინექცირებისა და გარემოზე რეაგირების გარეშე წარმოადგენს ნიეთობრივ ე. ი. არასისტემურ და არაპრაგმატისტულ მიდგომას.

სისტემური მიდგომა სწავლობს იმ ურთიერთობებს, რომელშიაც ვლინდება ყოველი შემადგენლის როლი მოცემულ სისტემაში. ამ როლის შეცვლამ გარემოზე რეაგირებისას შეიძლება შეცვალოს თვით სისტემა და მისი ქცევაც, რომელსაც გააჩნია სისტემური კანონზმირებები. იმანენტური და ემერჯენტული თვისებების შეუღლებით წარმოქმნილ მექანიზმს გააჩნია გარემოზე რეაგირების განსაზღვრული

ქცევა, რომელიც გამოავლენს სისტემის მოძრაობის სისტემურ კანონზომიერებას და ეს ხდება იმის მიხედვით თუ რა ზეგავლენას მოახდენს მასზე გარემოს ძალები.

აზროვნების ამგვარი წინასწარი დაპროგრამების შემდეგ ჩვენ ძალგვიძს თამამად შევუდგეთ სახალხომეურნეობრივი კომპლექსის, როგორც მთლიანობითი სუპერსისტემის განხილვას და მასში საწარმოს ემერჯენტული თვისებების გარკვევას. იმანენტურ თვისებებთან ემერჯენტულის შეუღლების საფუძველზე სისტემურ კანონზომიერებათა ჩამოყალიბებისა და მოქმედების პროცესის და ამ გარემოცვაში სამრეწველო საწარმოს ფუნქციონირების მექანიზმის შესწავლას.

სახალხომეურნეობრივი კომპლექსი წარმოადგენს არა მარტო საწარმოო, არამედ აგრეთვე ეკონომიკურ და სოციალურ სისტემათა ერთობლიობას, რომელთა გამოც იგი გვევლინება ურთულეს სისტემად, როგორც სუპერსისტემა (ზესისტემა). აქ მისი ინგრედიენტები გაადგილებულია იერარქიული კიბის მიხედვით ზევიდან ქვევით და ამ კიბის ყოველ საფეხურზე მყოფ ინგრედიენტს გააჩნია თავისი საწარმოო, ეკონომიკური და სოციალური მახასიათებლები.

1.2. სახალხომეურნეობრივი სუპერსისტემა და საწარმოს ემერჯენტული თვისებები

სახალხო მეურნეობა წარმოადგენს მატერიალური და არამატერიალური წარმოების, ეკონომიკის და სოციალური მაკრო კლიმატის ურთულეს სისტემას (სუპერსისტემას).

ეს იმას ნიშნავს, რომ მისი როგორც სისტემის სტრუქტურული ნაწილები (ინგრედიენტები) ორგანულად არიან ერთმანეთან დაკავშირებული. ამ კავშირში ყოველ მათგანს უკავია თავისი განსაზღვრული ადგილი და ასრულებს სათანადო - სხვებისგან განსხვავებულ როლს სისტემის ფორმირებაში და მისი განვითარების საერთო კანონზომიერებათა ჩამოყალიბებაში.

იგი როგორც სუპერსისტემა ამ თავისი მხარეებით მოიცავს სახალხო მეურნეობის მსხვილი სფეროების (მრეწველობა, მშენებლობა, სოფლის მეურნეობა, ტრანსპორტი, კავშირგაბმულობა, საყოფაცხო-

ოვრებო მომსახურეობა, კულტურა, განათლება, მეცნიერება, და ა. შ.) დარგების (მაგ. მრეწველობაში: კვების მრეწველობა, მსუბუქი მრეწველობა, მანქანათმშენებლობა, მეტალურგია და ა. შ.), ქვე-დარგების (მაგ. კვების მრეწველობაში: ჩაის, ღვინის, კონსერვების, ეთერზეთების მრეწველობა და ა. შ.) სამეურნეო-საწარმოო კომპლექსებში ორგანულად შეკრულ საწარმოთა მთლიანობით სისტემას. სახალხო მეურნეობა არ წარმოადგენს საწარმოთა მექანიკურ ნაკრებს, რაც იმაზე მიგვანიშნებს, რომ დარგს, ქვედარგს, თუ საწარმოს აკისრია გარკვეული როლი შეასრულოს სასაქონლო მეურნეობის და მისი სოციალურ-ეკონომიკური წყობის განვითარების საქმეში. ამიტომ სასაქონლო სახალხო მეურნეობა წარმოადგენს არა მარტო მეურნეობრივი საქმიანობის გაშლის, არამედ სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების ფორმირების მთლიანობით სისტემას. საწარმოს, რომელიც ორგანულად ჩაწერილია სახალხო მეურნეობის სისტემაში, გააჩნია როგორც ემერჯენტული, ასევე იმანენტური თვისებები.

ემერჯენტულ თვისებებად გვევლინება ის, რომ:

1. საწარმო გამოდის სახალხო მეურნეობის მატერიალური და არამატერიალური წარმოების ძირეული რგოლის როლში.

სწორედ უშუალოდ აქ ჩაისახება, აღმოცენდება და ხორციელდება მატერიალურ ფასეულობათა, მატერიალურ მომსახურეობათა, არამატერიალურ მომსახურეობათა და არამატერიალურ ფასეულობათა წარმოების პროცესი.

2. საწარმო გამოდის სახალხო მეურნეობის ერთიანი ეკონომიკის ჩამოყალიბების საწყისი უჯრედის როლში. აქ ჩაისახება და უშუალოდ ყალიბდება შრომითი კოლექტივის სამეურნეო საქმიანობის ისეთი საერთო-ეკონომიკური შედეგები, როგორიცაა პროდუქცია, მისი ხარისხი, წარმოებაზე დანახარჯები და პროდუქციის თვითღირებულება. შრომის მწარმოებლობა, მოგება და რენტაბელობა, საწარმოო ფონდების უკუგება და საბრუნავი სახსრების ბრუნვა-დობა, პროდუქციის რეალიზაციის მოცულობა საერთოდ და კერძოდ მიწოდებათა სახელშეკრულებო ვალდებულებათა დაცვით და მათ საფუძველზე საწარმოს შემოსავლები და საფინანსო მდგომარეობა. ეს მაჩვენებლები აყალიბებენ საწარმოს ეკონომიკურ მდგომარეობას და ასახავენ მის განვითარებას. საწარმოთა სიმრავლე ქვედარგში თუ დარგში ქმნის ჩამოყალიბებულ და განვითარებაში

მყოფი ეკონომიკის მთლიანობით სისტემას, რომელიც დამოკიდებულია თითოეულ მათგანში (საწარმოში) არსებულ ეკონომიკურ მდგომარეობაზე და იმაზე, თუ რა სტრუქტურულ როლს ასრულებს იგი დარგობრივი და რეგიონალური ეკონომიკის სისტემაში.

დარგების, ქვედარგების, რაიონების, ქალაქების, რეგიონების ეკონომიკათა ერთობლიობა წარმოადგენს ქვეყნის სუვერენულ ეკონომიკას. ამიტომ საწარმო წარმოადგენს მოცემული ქვეყნის სახალხო მეურნეობის, მისი ეკონომიკის საფუძველს ძირითად რგოლს (ბირთვს).

ქვეყნის ეკონომიკური განვითარების პრობლემის გადაჭრა იწყება საწარმოს დონეზე. ეს საწარმოს მეორე ემერჯენტული თვისებაა.

3. საწარმო გამოდის სახალხო მეურნეობის მაკროსოციალური* სისტემის *მიკროსოციალური*** უჯრედის როლშიც. მატერიალური და არამატერიალური წარმოების პროცესში ჩაბმულია არა მარტო წარმოების ნივთობრივი ელემენტები, არამედ (რაც უფრო მთავარია) წარმოების პიროვნული ელემენტებიც. ეს იმას ნიშნავს, რომ შრომითი კოლექტივი წარმოების პროცესში ჩართავს რა მის ყოველ წევრს მათი ადგილისა და როლის მიხედვით ამ სისტემაში განსაზღვრავს მათ შორის საწარმოო დამოკიდებულებას, კავშირურთიერთობებს, რასაც თან ახლავს ჩვეულებრივი მიწიერი ადამიანური ურთიერთობანი. ამ ურთიერთობათა მიხედვით შრომითი კოლექტივის ყოველ წევრს, გარდა იმ ინტერესებისა, რომელიც მას თან მოჰყვა (იმანენტური ინტერესები), გაუჩნდა სრულიად ახალი, აქამდე მისთვის უცხო ინტერესები მისი ამ სისტემაში მონაწილეობის გამო (ემერჯენტული ინტერესები). ამ უკანასკნელის მიხედვით კი ადამიანი უაღრესად განიცდის იმას, თუ რაოდენ არის დაცული სოციალური სამართლიანობა მისი როგორც პიროვნების მიმართ ამ კოლექტივში, მის მიერ შექმნილი შედეგების განაწილებაში საზოგადოებას. საწარმოს, უბანს, ბრიგადას ამ უკანასკნელის ყოველ წევრს შორის. ამის შესაბამისად ყალიბდება ადამიანის ფაქტორის, ეკონომიკური სუბიექტის სამეურნეო ქცევის ლოგიკა. სოციალური სამართლიანობა რაც უფრო დაცულია, მით უფრო ჯანსაღია საწარმოში შექმნილი მიკროფსიქოლოგიური კლიმატი და მით უფრო აქტიურია ადამიანის ფაქტორი.

* დიდზომიანი სოციალური

** მცირეზომიანი სოციალური

საწარმოთა ურთიერთობები, ე.ი. მათ შრომით კოლექტივებს შორის ურთიერთობები, მთელი სახალხო მეურნეობის მასშტაბით უნდა ეყრდნობოდეს საოციალურ სამართლიანობას. ამის გამო საწარმო გამოდის *მიკროსოციალური კლიმატის მზიდის როლში*. ეს საწარმოს მესამე ემერჯენტული თვისებაა.

4. საწარმო თავისი იმანენტური თვისებებით გამოდის სახალხო-მეურნეობრივი მთლიანობითი სუპერსისტემის შემკვრელი მექანიზმის საყრდენი კომპონენტის როლში. აქ მხედველობაში გვაქვს ის იმანენტური თვისება, რომ იგი ფუნქციონირებს ერთდროულად როგორც სხვისი პროდუქციის მომხმარებელი და სხვისთვის პროდუქციის მწარმოებელი.

მექანიზმი, რომელიც კისრულობს სახალხო-მეურნეობრივი სუპერსისტემის შეკვრის ფუნქციას მკვეთრად განსხვავდება მბრძანებლობითი ეკონომიკისა და საბაზრო ეკონომიკის პირობებში.

პირველ შემთხვევაში საწარმოო ფონდების (ნედლეულის, მასალების, სათბობის, ენერჯის, მანქანა-დანადგარების და ა. შ.) ცენტრალიზებული განაწილება-გადანაწილების სისტემაში საწარმო ჩართულია, ერთის მხრივ, როგორც სახელმწიფო ნორმატიული ფასებით ფონდირებული გეგმიანი მომარაგების ობიექტი, მეორეს მხრივ, კი საწარმოო ფონდების გეგმიანი წარმომქნელი და გადამგზავნი სახელმწიფო ნორმატიული ფასებით.

საბაზრო ეკონომიკის პირობებში საწარმო ჩართულია ფულად სასაქონლო-საბაზრო ურთიერთობებში დეცენტრალიზებული დამოუკიდებლად ფუნქციონირებადი ობიექტის სახით. იგი, უწინარეს ყოვლისა გვევლინება როგორც კომერციული ქცევის ლოგიკით ბაზარზე მომქმედი იურიდიული პირი, რომელიც ხელსაყრელობის გათვალისწინებით მყიდველია საწარმოო-ტექნიკური დანიშნულების სასაქონლო ბირჟებზე მისთვის საჭირო საწარმოო რესურსების. ამასთანავე იგი გამომუშავებული პროდუქციის გამყიდველია. ორივე შემთხვევაში გამოყენებულია რეგულირებადი საბაზრო ეკონომიკისათვის დამახასიათებელი ფასწარმოქმნის მექანიზმი.

ზემოაღნიშნული გარემოებით აიხსნება ის, რომ ყველა შემთხვევაში (იქნება არა საბაზრო, თუ საბაზრო ეკონომიკა) მთელი სახალხო მეურნეობრივი სუპერსისტემა გვევლინება მომხმარებლის, მწარმოებლისა და მიმწოდებლის ფუნქციებით მომიჯნავე

საწარმოთა უწყვეტ ჯაჭვად-შეკრულ მთლიანობით სისტემად.

მთლიანობითი სისტემის შემკვერელი მექანიზმის დასაყრდენის როლი საწარმოს მეოთხე ემერჯენტული თვისებაა.

ამრიგად, სახალხო მეურნეობის სისტემაში თავისი როლის მიხედვით საწარმო არის: 1. *მატერიალური და არამატერიალური წარმოების ძირეული რგოლი.* 2. *სახალხო მეურნეობის ეკონომიკის საწყისი უჯრედი.* 3. *მიკროსოციალური უჯრედი.* 4. *სახალხო მეურნეობის, როგორც მთლიანობითი სისტემის შემკვერელი მექანიზმის დასაყრდენი.*

ამ ოთხი ემერჯენტული თვისების ერთობლიობა საწარმოს ხდის სახალხო მეურნეობის ძირითად რგოლად.

ამრიგად, ყველა ამ ემერჯენტული თვისების გათვალისწინება აუცილებელია საწარმოთა მართვის საქმეში. საწარმოებში ერთდროულად უნდა ზორციელდებოდეს წარმოების, ეკონომიკის, სოციალური სამართლიანობის და საწარმოს მიერ სახალხო მეურნეობის უწყვეტ ჯაჭვად შემკვერელი ფუნქციის მართვა. ამ გზით ხდება შესაძლებელი საწარმოთა და მთელი სახალხო მეურნეობრივი სისტემის სისტემური მართვა-სისტემურ კანონზომიერებათა გათვალისწინებით. წინააღმდეგ შემთხვევაში თავიდან ვერ ავიცილებთ უსისტემო მართვას და ეკონომიკურად დამოუკიდებელ საქართველოს სოციალურ-ეკონომიკურ განვითარებას გზა-კვალს აეუბნევთ ზუსტად იმგვარად, რაგვარადაც ეს მოიმოქმედა საბჭოურ სახელმწიფო ადმინისტრაციულმა აპარატმა.

საწარმოს სახალხო მეურნეობის უწყვეტ ჯაჭვად შემკვერელის ფუნქციის მართვა უნდა ითვალისწინებდეს, რომ მომხმარებლის როლში გამოსულ საწარმოთა პროდუქციის წარმოებაზე დანახარჯების სტრუქტურა განაპირობებდეს ამავე საწარმოების მიერ რესურსებზე მოთხოვნილებების სტრუქტურას და მისი მეშვეობით იგი კარნახობდეს პროდუქციის სტრუქტურას მიმწოდებელ საწარმოებს. სტრუქტურათა ამგვარი დამოკიდებულება წარმოშობს საბითუმო ვაჭრობის ბაზრის კონიუქტურას. სტრუქტურათა ამ სისტემის გეგმაზომიერი დაბალანსირებული მართვა წარმოქმნის საბითუმო ვაჭრობის რეგულირებად ბაზარს. ამიტომ საჭიროა ამ გარემოებას ითვალისწინებდეს სამეურნეო მექანიზმის კონსტრუქცია, რათა მან უზრუნველყოს ქვეყნის ეკონომიკის სტრუქტურული წონასწორობა.

საწარმოს, როგორც სახალხო მეურნეობრივი მთლიანობითი სისტემის შემკვერელის უნარის რეალობად გადაქცევა შეუძლია მეურნეობის დირექტიულ (მბრძანებლობით) მექანიზმს ან საბაზრო მექანიზმს. მეორეს გააჩნია დიდი უპირატესობა პირველის მიმართ. სახელდობრ, ის რომ საბაზრო ეკონომიკის მექანიზმი უზრუნველყოფს საწარმოთა ფუნქციონირების ბუნებრივ პროცესს. მაშინ როცა დირექტიულ-მბრძანებლობითი ეკონომიკის პირობებში ეკონომიკის მართვის მექანიზმი ახორციელებს ხელოვნურ პროცესს. ამ შემთხვევაში საწარმოს გააჩნია, მხოლოდ საწარმოო-სამეურნეო და არა კომერციული დამოუკიდებლობა. ამ პირობებში იგი მართვის ცენტრალური ორგანოების დავალებით მიბმულია, როგორც მისი პროდუქციის მყიდველზე, ისე იმაზეც ვისგანაც უნდა იყიდოს საწარმოო რესურსები.

ყიდვა-გაყიდვა ხორციელდება სახელმწიფოს მიერ დაწესებული ნორმატიული ფასებით. ამ გზით დირექტიული წესით ხორციელდება საწარმოთა შორის მუშაობის კოორდინაცია. ასეთი დირექტიული პროცედურებით ხორციელდება სახალხო მეურნეობრივი სუპერსისტემის, როგორც მთლიანობითი წარმონაქმნის, ჩამოყალიბება.

სულ სხვა მექანიზმი მოქმედებს სოციალურად ჯანსაღ, თანამედროვე, ცივილიზებულ საბაზრო სისტემის პირობებში. სახელდობრ: აქ საწარმოები გვევლინებიან როგორც ღია სისტემები. ისინი ფლობენ არა მარტო სამეურნეო საწარმოო, არამედ კომერციულ დამოუკიდებლობას. ამიტომ თვითონ განსაზღვრავენ თავისი ფუნქციონირების სტრატეგიას. მასზე დაყრდნობით ისინი უზრუნველყოფენ დამოუკიდებლად სამმართველო გადაწყვეტილებათა მიღებას და განხორციელებას. ეს იმას ნიშნავს, რომ შეუძლიათ თავისი შეხედულების მიხედვით განსაზღვრონ პარტნიორი, რომლისგანაც შეიძენენ საწარმოო რესურსებს საბაზრო საკონტრაქტო ფასებში. ასევე თავისუფალია საწარმო შეარჩიოს საკუთარი პროდუქციის მყიდველი პარტნიორი ე. ი. თვითონ ამყარებს კავშირს, როგორც მომწოდებლებთან ასევე მომხმარებლებთან. ეს კი თავისთავად დინებადი ბუნებრივი პროცედურებით იწვევს სახალხო მეურნეობრივი სუპერ-სისტემის შეკვრას ერთიან ორგანიზმად. აქ სახელმწიფოს როლი იმაშია, რომ დაიცვას ეს ორგანიზმი რღვევისაგან. ამიტომ ხელისუფლება ახორციელებს იმ გაკოტრებულ საწარმოთა შესყიდ-

ვას (ნაციონალიზაციას) რომელთაც დაკარგული აქვთ კერძო კაპიტალისათვის მიმზიდველობა, რადგან მისი შეუფერხებელი ფუნქციონირება აუცილებელია სახალხომეურნეობრივი სუპერსისტემის გამართული და ქმედითი ფუნქციონირებისათვის. სათანადო პროცედურათა განხორციელებითა და ქმედით ღონისძიებათა გატარებით, სადაც სახელმწიფო კაპიტალის შეუღლება ხდება სახელმწიფოს მაორგანიზებელ ძალასთან შესაძლებელი ხდება მოცემული საწარმოს ფეხზე დაყენება და ნორმალური ფუნქციონირება. ეკონომიურად და კომერციულად წელში გამართული ეს საწარმო იძენს კერძო კაპიტალისთვის მიმზიდველობას. ასეთ შემთხვევაში ხელისუფლება ახორციელებს ამ ობიექტის პრივატიზაციას და კერძო კაპიტალს მიჰყიდის მას. ისე, რომ მესაკუთრე იცვლება სახალხომეურნეობრივი სუპერსისტემის მთლიანობა კი არ ირღვევა. სხვა შემთხვევაში მესაკუთრის შეცვლა შეიძლება მოხდეს ერთი კერძო მესაკუთრის მეორე კერძო მესაკუთრით. ერთი თავისი კაპიტალით ყიდულობს მეორის ქონებას (ფუქციონირებისათვის ორგანიზებულ ობიექტს), საწარმო (ფირმა) კი განაგრძობს არსებობას. ამგვარია მდგომარეობა რეალური, კონკურენციამატარებელი საბაზრო ეკონომიკის პირობებში.

1.3. საწარმოს იმანენტური თვისებები

საწარმოს ემერჯენტული თვისებები თუ პასუხობს კითხვას რა როლს ასრულებს იგი სახალხომეურნეობრივ სუპერსისტემაში, მაშინ მისი იმანენტური თვისებები პასუხობს კითხვას თუ რა არსებითი ნიშნებით გამოიყოფა იგი მის მაგვართა არეალისგან. ანალოგიურად იმისა თუ ოთხკუთხედთა სამყაროში როგორ და რა ნიშნებით გამოიყოფა კვადრატი. ეს ნიშნები წარმოადგენენ კვადრატის იმანენტურ თვისებებს. სახელდობრ ის, რომ კვადრატს გააჩნია ტოლი გვერდები და მართი კუთხეები. ამით იგი გამოიყოფა მართკუთხედებს შორის, როგორც ამგვარი, განსაკუთრებულობით გამოჩეული.

ასევეა საქმე როდესაც ფუნქციონირებისათვის ორგანიზებულ ობიექტებს (ორგანიზაციებს) შორის გამოირჩევა ისეთი ობიექტი, როგორიცაა საწარმო. საწარმოს გამოყოფა მათ შორის ხდება მის-

თვის დამახასიათებელი არსებითი ნიშნებით, რომლებიც გვევლინებიან საწარმოს იმანენტურ თვისებებად. სახელდობრ, საწარმოს იმანენტურ თვისებებად გვევლინება ის, რომ:

1. იგი მოიცავს საწარმოო სისტემას (სისტემებს) ე. ი. მიზანმიმართულ პროცესს, რომლის წყალობით ხორციელდება წარმოების ცალკეული ელემენტის გარდაქმნა სასარგებლო პროდუქტად. საწარმოო სისტემა ამასთანავე მოიცავს განსაზღვრულ ტექნოლოგიას, რომლის შესაბამისადაც ხორციელდება დანახარჯების ტრანსფორმაცია პროდუქციად ისე, რომ ერთდროულად მიმდინარეობს საწარმოო რესურსების მოხმარების და პროდუქციის წარმოების პროცესი.

2. იგი ხასიათდება ორგანიზაციული ერთიანობით ე.ი. ექვემდებარება ერთიან ხელმძღვანელობას, დაგეგმვას (ადგილობრივი სტრატეგიული დაგეგმვა და მართვის ზემდგომი ორგანოს სტრატეგიული გეგმის ინდიკატური ფუნქცია საბაზრო ეკონომიკის პირობებში), აღრიცხვას, ანალიზს, თვითკონტროლს, მიღებული შედეგების ეკონომიკურ და კომერციულ თვითშეფასებას, გადაწყვეტილებათა მიღებისა და განხორციელების ერთიანობას.

3. იგი გვევლინება ეკონომიკურ ერთიანობად. ეს იმას ნიშნავს, რომ საწარმოს გააჩნია საწარმოო რესურსები* და მათი გამოყენების ისეთი ერთიანი ეკონომიკური საბოლოო შედეგები, როგორცაა პროდუქცია და მისი ხარისხი, ნომენკლატურა და ასორტიმენტი, მხატვრული და ესთეტიკური მიმზიდველობა, წარმოების დანახარჯები (თვითღირებულება), ფულადი შემოსავლები, მოგება, რენტაბელობა და საერთო-საფინანსო** და კომერციული*** მდგომარეობა.

4. იგი, საბაზრო ეკონომიკის პირობებში, წარმოადგენს, არა მარტო სამეურნეო არამედ აგრეთვე კომერციულადაც დამოუკიდებელ

* რესურსები: ნედლეული, სათბობი და ენერჯია, მანქანადანადგარები და შენობა-ნაგებობები, სამუშაო ძალა, ფულადი სახსრები და ა. შ. საშუალებები, რომლებიც განკუთვნილია მიმდინარე წარმოების პროცესისათვის და მონაწილეობენ კიდევ ამ პროცესში.

** ფულადი სახსრების შექმნისა და გამოყენების პროცესში ეკონომიკურ ერთიანობათა ერთობლიობა, რომელიც ყალიბდება ან სამეურნეო ანგარიშებრივი ანდა ბაზართმკეთებელი (მარკეტინგული) საქმიანობით.

*** აქ ეს სიტყვა ნახმარია ფართო გაგებით, როგორც მოგების მომტანი საქმიანობა (ვიწრო გაგებით კი იგი ვაჭრობაა).

იურიდიულ პირს. ეს იმას ნიშნავს, რომ მას შეუძლია განახორციელოს დამოუკიდებლად არა მარტო საწარმოო სისტემის გაძღოლა, არამედ კომერციული საქმიანობაც მეწარმეობის თავისუფლების საფუძველზე. ეს თავისუფლება იმაში მდგომარეობს, რომ მეწარმე დამოუკიდებელია სამმართველო გადაწყვეტილებათა მიღებაში და მის განხორციელებაში არა მარტო საწარმოო, არამედ აგრეთვე ბაზრის კონიუნქტურაზე რეაგირების დარგშიც.

5. იგი ფუნქციონირებს მმართველობითი რაციონალიზმისა და სიტუაციური მართვის შეუღლებული მექანიზმით. სახელდობრ, სიტუაციური მართვა განსაზღვრავს გარემოში ცვლილებებზე სათანადო რეაგირების ღონისძიებებისათვის საჭირო ხარჯებს, მმართველობითი რაციონალიზმი კი ამ დამატებითი და საერთო ხარჯების ეკონომიის რეზერვების გამოვლენა - გამოყენებაზეა ორიენტირებული.

მბრძანებლობითი ეკონომიკის პირობებში მმართველობით რაციონალიზმს ენაცვლება სამეურნეო ანგარიში, სიტუაციური მართვა საწარმოს ღონეზე კი გამორიცხულია.

6. იგი შეიძლება მოგვევლინოს საწარმოო კონგლომერატის ან სინერგიული საწარმოს სახით, იმის მიხედვით იგი ეყრდნობა საწარმოო-ტექნიკურ, თუ მხოლოდ კომერციულ ერთიანობას.

კონგლომერატია საწარმო იმ შემთხვევაში თუ იგი მოიცავს ეკონომიკის სხვადასხვა დარგის საწარმოო სისტემებს, რომელთაც არ გააჩნია ურთიერთთან პირდაპირი საწარმოო კავშირები. იგი წარმოიქმნება საბაზრო ეკონომიკის პირობებში ურთიერთთან ფუნქციონალური შერწყმით. სახელდობრ, საერთო-საფინანსო და საინვესტიციო პოლიტიკით, პროდუქციის და მომსახურების ასორტიმენტის დივერსიფიცირებული* გაფართოებით (ფინანსები მოითხოვს გამოყენებას, უძრაობისადმი თავის დაღწევას და ამიტომ სხვა დარგშიც კი იჭრება, აუცილებლობის შემთხვევაში), რათა მმართველობითმა სტრატეგიამ იმგვარად შესძლოს გაშლა, რომ ერთ დარგში საფინანსო ჩავარდნა გადაფაროს მეორე დარგმა და პირიქით.

სინერგიულია საწარმო იმ შემთხვევაში თუ იგი მოიცავს პირდაპირი საწარმოო კავშირის მქონე საწარმოო სისტემებს მიუხედავად მათი დარგობრივი კუთვნილებისა.

* ასორტიმენტის გაფართოება დარგობრივი შეზღუდულობის გარეშე. იგი დარგობრივი მონოპოლიის საწინააღმდეგო ფაქტორია.

ამ საწარმოო სისტემების კოოპერირებულად ორგანიზებულ თანამოქმედება უზრუნველყოფს მათი საერთო ეფექტის (შედეგის) უფრო მეტად გადიდებას, ვიდრე ყოველი საწარმოო სისტემის ცალკე მიღწეული ეფექტების (შედეგების) ჯამია. ამგვარად მიღებულ დამატებით შედეგს უწოდებენ სინერგიულ ეფექტს. შესაძლოა გვექონდეს ამ მხრივ შერეული ტიპის (სინერგიულ-კონგლომერატი) საწარმოები.

სინერგიულ საწარმოებში შემავალი საწარმოო სისტემები ხასიათდებიან ურთიერთშორის საწარმოო-ტექნიკური ერთიანობით. აქ თავმოყრილია და ერთიან სხეულად არის შეკრული ისეთი პროცეს-ოპერაციები, რომელიც ემსახურება ერთგვაროვანი შრომის საგნის გადამუშავებას ერთ (მაგ. ჩაის ფაბრიკა, ღვინის ქარხანა და ა.შ.) ან მრავალდარგოვან (მაგ. ხორცის კომბინატი და სხვ.) პროდუქციად ან ერთგვაროვანი პროდუქციის დამზადების (მაგ. სახეხი ჩარხების ქარხანა, ავტომშენებელი ქარხანა და ა. შ.) საწარმოები ან კიდევ ისეთი საწარმოები რომლებიც მრავალდარგოვანი შრომის საგნებიდან სხვადასხვა სახეობის პროდუქციის დასამზადებლად მოითხოვს ერთგვაროვანი შრომის საშუალებებს (მაგ. კვების მრეწველობის მანქანათმშენებლობის ქარხანა).

ასეთია ის იმანენტური თვისებები, რომლითაც ხასიათდება სამრეწველო საწარმო, როგორც ფირმა.

სამრეწველო ფირმა მრეწველობის ძირითადი ინგრედიენტია, რომელიც წარმოადგენს ორგანიზაციულად და ეკონომიკურად ერთიან ბაზარტმკეთებელ კონგლომერატ ან სინერგიულ წარმოებრივ სისტემას. იგი საწარმოო-კომერციული ინტერესებით თვითმყოფადი იურიდიული პირია, ფუნქციონირებს მმართველობითი რაციონალიზმისა და სიტუაციური მართვის შეუღლებით და ასრულებს სახალხო მეურნეობის მთლიანობით სუპერსისტემაში ამ სისტემის შემკერელის, წარმოების ძირითადი რგოლის, პირველადი ეკონომიკური უჯრედის და მიკროსოციალური კლიმატის მზიდი ეკონომიკური სუბიექტის როლს.

საწარმოს მართვის სამეურნეო მექანიზმის დანიშნულებაა უზრუნველყოს საწარმოს ემერჯენტული და იმანენტური თვისებების და მათ ნიადაგზე წარმოქმნილი ემერჯენტული და იმანენტური ინტერესების თავსებადობა, ამგვარად, რომ იმანენტური ინტერესები თავადვე მოითხოვდნენ ემერჯენტული ინტერესების დაკმაყოფილებას.

საწარმოთა სახალხო სამეურნეო კომპლექსის რგოლების ემერჯენტული ინტერესია არ ამოვარდეს ამ კომპლექსის ორგანულად შეკრული ჯაჭვიდან, ვინაიდან მაშინვე შეიქმნება საფრთხე იმისა, რომ იგი დაკარგავს მყარ საფინანსო მდგომარეობას ყიდვა-გაყიდვაში კომერციული პოზიციების დარღვევის გამო.

საწარმოო სისტემები (წარმოებები)* ურთიერთისგან განსხვავდებიან პროდუქციის განსაზღვრული სამომხმარებლო დანიშნულებით, შრომის საგნის ხასიათით, გადამუშავების ტექნოლოგიით. სხვადასხვა საწარმოო სისტემებმა** საწარმო-ტექნიკური და კომერციულ-საფინანსო ერთიანობის საფუძველზე შესაძლოა თავი მოიყარონ ერთ საწარმოში. მიუხედავად ამისა, საწარმო*** სისტემები წარმოქმნიან ქვედარგებს, ქვედარგები დარგებს, დარგები კი მსხვილ დარგობრივ ფორმირებებს - დარგთაშორის კომპლექსებს, საკუთრების ტიპისა და მმართველობის ხასიათის მიუხედავად.

სახალხო მეურნეობრივი სუპერსისტემის ჩამოყალიბება დარგობრივი ჭრილით არსებობდა, არსებობს და ყოველთვის იარსებებს, მიუხედავად იმისა, მართვის უწყებრივი სტრუქტურა დაემთხვევა სახალხო მეურნეობის დარგობრივ სტრუქტურას თუ არა.

საწარმოს (ფირმის) იმანენტურ და ემერჯენტულ თვისებათა (ინტერესთა) შეუღლებას მართვის პროცესში ახორციელებს სამეურნეო მექანიზმი. ამ საფუძველზე წარმოიქმნება შემდეგი სისტემური კანონზომიერებანი:

1. საწარმოთა (ფირმების) ისევე, როგორც ფუნქციონირებისათვის ორგანიზებული ყოველი ობიექტის სიცოცხლის უნარიანობა დამოკიდებული ხდება ორ ფაქტორზე:

ა) რესურსებით და ინფორმაციით უზრუნველყოფის უწყვეტ ნაკადზე;

ბ) ჯანსაღ სოციალურ-ეკონომიკურ სტატუსზე.

2. საწარმოთა (ფირმების) ისევე, როგორც მთელი სახალხო მეურნეობის სინქრონიზებული ფუნქციონირებით მაღალი ეფექტიანობის

* წარმოებრივი საქმიანობის დარგები

** სახალხო მეურნეობრივი სუპერსისტემის ჩამოყალიბება დარგობრივი კრილით

*** მრეწველობის ძირითადი ინგრედიენტი ესაა დარგობრივი და წარმოების ტიპით განსხვავებულ საწარმოებად (ფირმებად) წარმოდგენილი ელემენტების განზოგადებული სახელწოდება.

მიღწევა დამოკიდებულია თუ მეურნეობრიობის რომელი ე. ი. რა კონსტრუქციის, მექანიზმია გამოყენებული სახალხო მეურნეობის და საწარმოს მმართველობაში. ეს მექანიზმი რაოდენ რაციონალურად ანაწილებს მმართველობის ფუნქციებს ხელისუფლებას და საწარმოთა (ფირმებს) შორის, ხელისუფლებასა და საბაზრო მექანიზმს შორის. აქ ფრიად დიდი მნიშვნელობა ენიჭება იმას თუ რამდენად აღწევს ეს მექანიზმი მართვის პროცესის შეუღლებას ეკონომიკური სუბიექტის ჯანსაღ სოციალურ ინტერესებთან.

ამრიგად, *საწარმოთა (ფირმების) ფუნქციონირების ეფექტიანობისთვის მწვანე გზის მიცემა დამოკიდებულია იმაზე, თუ მეურნეობრიობის რომელი მექანიზმის გამოყენებით ზორციელდება ქვეყნის სახალხო მეურნეობის და საწარმოთა (ფირმების) მმართველობა.*

თავი II

სამეურნეო მექანიზმი და სტრატეგიული მმართველობა

2.1. მეურნეობრიობის მექანიზმები

მეურნეობრიობის ფუნქციონირების მარგანიზებულ და ბუნებრივად თვირეგულირებად მექანიზმთა მთლიანობა წარმოადგენს სამეურნეო მექანიზმს. იგი მოიცავს:

1. მმართველობის სამეურნეო მექანიზმს,
2. მეურნეობის გამძლოლი სუბიექტის ქცევის მექანიზმს და
3. ეკონომიკურ ავტომატიზმს.

მმართველობის სამეურნეო მექანიზმმა, საბოლოო ანგარიშში, უნდა მართოს ეკონომიკური სუბიექტი /ადამიანის, საწარმოს კოლექტივის, სოციალური ჯგუფის, თუ მთელი საზოგადოების ემერჯენტული და იმანენტური ინტერესების გარემოსთან შეუღლებით წარმოქმნილი ქცევა/. მასზეა დამოკიდებული ეკონომიკური სუბიექტის ფსიქოლოგიის და განწყობის მოთავსება სოციალურად სამართლიანი საქმიანობის ფარგლებში. ამ მექანიზმზეა დამოკიდე-

ბული ეკონომიკური სუბიექტი რაოდენ მაქსიმალურად გამოამყვანებს საკუთარ უნარს, რაც შეიძლება მაღალხარისხოვნად იშრომოს, მაღალორგანიზებული ეფექტიანობით იმოქმედოს და ამით უზრუნველყოს სამართავი ობიექტის ფუნქციონირების მიყვანა სასურველ შედეგამდე.

ამ თვალსაზრისით თუ გადავხედავთ ჩვენი ცხოვრების ისტორიას დავინახავთ, რომ მმართველობის სამეურნეო მექანიზმმა განიცადა და განიცდის ცვლილებებს, რის მიხედვითაც შეიძლება განვასხვავოთ მმართველობის სამეურნეო მექანიზმის შემდეგი სახეობები:

1. მმართველობის მბრძანებლობითი მექანიზმი,
2. მმართველობის დისფუნქციურ-მექროთამეობითი მექანიზმი,
3. მომხმარებლის ბაზრის წარმომქმნელი დირექტიულ-ინდიკატური სინერგიული მართვის მექანიზმი და

4. სოციალურად თვითორიენტირებული* საბაზრო ეკონომიკის რეგულირების დირექტიულ-ინდიკატური სინერგიული მექანიზმი.

პირველი მათგანი გაგვაჩნდა პროლეტარიატის დიქტატურის სახელმწიფო აპარატის პირობებში (1956 წლამდე), ხოლო მეორის აღმოცენების პროცესი დაიწყო საერთო სახალხო სახელმწიფო აპარატის საბჭოური ვარიანტის ჩამოყალიბებით (1957 წლიდან). მისმა კოსმეტიკურმა** მოპირკეთებამ მოამზადა ნიადაგი, პერესტროიკამ კი საბოლოოდ მოშალა კანონმდებლობითი და მბრძანებლობითი მართვის მექანიზმი, აღმოაცენა და სრულქმნილი სახე მისცა მმართველობის დისფუნქციურ-მექროთამეობით მექანიზმს, რომელმაც წარმოქმნა და განამტკიცა ნეგატიური გარემო ნებისმიერი ფუნქციონირებადი ობიექტისათვის.

ამ მდგომარეობიდან გამოსვლის უნარი შესწევს კარგად გააზრებულ, სოციალურად ორიენტირებული ბაზრის წარმომქმნელი მმართველობის დირექტიულ-ინდიკატურ სინერგიულ (დირექტინდიკატსინის) მექანიზმს და არა დირექტიულ და ინდიკატურ მანიპულატორთა კონგლომერატს. ამ მექანიზმის დანიშნულებაა განავითაროს საქართველოს სახელმწიფოებრივად დამოუკიდებელი ეკონომიკა ისე, რომ ბაზრის საქონლით გაჯერების გზაზე დააყენოს იგი და ამით წარმოქმნას რეგულირებადი სოციალურად ორიენტირებული მომხმარებ

* ე. ი. სინქრონიზებული საბაზრო მექანიზმი
** 1965 წლის ეკონომიკური რეფორმა

ლის საბაზრო ეკონომიკა.

განვიხილოთ მმართველობის სამეურნეო მექანიზმის ეს სახეობები ცალ-ცალკე. ყოველი მათგანი შედგება სათანადო მექანიზმ-ინგრედიენტებისაგან. სახელდობრ:

1. მმართველობის მბრძანებლობითი ეკონომიკის მექანიზმის ინგრედიენტებია:

1. ღირეკტიულ-მბრძანებლობითი ზემოქმედების მექანიზმი,
2. ღირეკტიულ-ეკონომიკური ზეგავლენის მექანიზმი და
3. მმართველობის მარგანიზებული მექანიზმი.

აქ პირველი და მეორე ინგრედიენტის ერთიან მექანიზმად შემაკავშირებელია თავსმოხვეული იდეურ-მორალური შემართების მატერიალური სტიმულირების მექანიზმი.

მესამე ინგრედიენტ-მექანიზმი კი მთელ ამ სისტემაში პირველი ორის ერთიანად მოძრაობაში მომყვანის როლს კისრულობს. ამიტომაც მას მმართველობის მარგანიზებული მექანიზმი ეწოდება.

ღირეკტიულ მბრძანებლობითი ზემოქმედების მექანიზმის პირობებში ცენტრალიზებული წესით შემუშავებული ქვეყნის ეკონომიკური და სოციალური განვითარების სტრატეგია სახელმწიფო დავალებათა სახით დაიყვანებოდა საწარმომდე (ზევიდან ქვევით ღირეკტიული მართვის იერარქიული კიბის მეშვეობით). ეს გამორიცხავდა საწარმოს დონეზე რეალური სტრატეგიული მმართველობის განხორციელებას. სახელმწიფო საგეგმო დავალებათა შეუსრულებლობა კანონის დარღვევად ითვლებოდა, ამაზე კი მკაცრი პასუხისმგებლობა ვრცელდებოდა. ამ ღირეკტიულ გარემოში მყოფ საწარმოს ისღა რჩებოდა, რომ სტრატეგიული აზროვნების გარეშე ყურმოჭრილ მონასავით უსიტყვოდ შეესრულებინა მასზე დაკისრებული დავალება. ამიტომ მისთვის მთავარი იყო ამ დავალების განუხრელი შესრულება.

დავალებათა განუხრელი შესრულება ვრცელდებოდა უდიდესი პასუხისმგებლობის გამო საწარმოთაშორისო სასაქონლო-ფულად ურთიერთობებში, სადაც ცენტრალიზებული წესი პარტნიორ საწარმო მიმწოდებლებს და საწარმო მომხმარებლებს უკავშირებდა ერთმანეთს და ისიც ზემოდან დაშვებული ნორმატიული ფასებით.

ამ პირობებში მიმწოდებელს ეშინოდა დაერღვია მიწოდების

გეგმით გათვალისწინებული კავშირები დროის, მოცულობის, ნომენ-კლატურის და კომპაქტურობის მიხედვით. ამიტომ მკაცრად იყო კორდინირებული ეს კავშირურთიერთობები, ეს შესაძლებელს ხდიდა საწარმოსშიგა-პროცედურათა განხორციელებისათვის ღირექტიუ-ლი პირობების შექმნას და ამით მკაცრი საშემსრულებლო დისცი-პლინის დამკვიდრებას. ამიტომ გეგმით დაპროგრამებული საწარ-მო-სამეურნეო საქმიანობა აქცენტირებული იყო არა გარემოსთან მაღალ უკუგებიან ურთიერთობაზე, არამედ შიგასაწარმო პროცეს-ების გაძლოლაზე, რომელიც მოწოდებული იყო მინიმალური ხვედრი დანახარჯებით მიეღწია მეტი და უკეთესი შედეგებისათვის. აქ საქმე აქცენტირებული იყო უფრო ეკონომიაზე, ვიდრე უკუგებაზე, ვინაიდან ხშირად ეფექტიანი მანევრი გამოირიცხებოდა გეგმის დოგმატურობით. ამიტომ ვერ იკიდებდა ფეხს მმართველობითი რაციო-ნალიზმი და ე.წ. სამეურნეო ანგარიში ღებულობდა ფორმალურ სახეს. ამ მხრივ მას ვერ უშველა ე. წ. სრული სამეურნეო ანგა-რიშის შემოღებაამაც კი. სრულიად უმოქმედო აღმოჩნდა სრული სამეურნეო ანგარიშის იმგვარი მახასიათებლები, როგორიც იყო თვითდაფინანსება და თვითდაგეგმვა.

ამრიგად, საწარმოს დონეზე ფუნქციონირებდა მართვის ცენ-ტრალური ორგანოების ღირექტიულ-მბრძანებლობითი შემოქმედე-ბის მექანიზმი.

იგი მოიცავდა ზემდგომი ორგანოს სახელმძღვანელო მითითე-ბებს ქვემდგომი აღმასრულებელი ხელისუფლების მიმართ, მკაცრ ოფიციალურ განკარგულებებს მათი განუხრელი შესრულებისათვის. უმკაცრესი ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობა ეკისრებოდა შემ-სრულებელს. იგი იფარგლებოდა ნორმატიული დოკუმენტებით, ღირექ-ტიული ხასიათის სამმართველო გადაწყვეტილებებით, საწარმო-მმართველობითი სუბორდინაციის მკაცრად დაფიქსირებული სისტემის დამკვიდრებით და ა. შ.

ღირექტიულ-ეკონომიკური ზეგავლენის მექანიზმი მოიცავს იმ ღირექტიულ-სავალდებულო ნორმატივებსა და ნორმებს, რომ-ლებიც ნერგავენ ეკონომიკურად მასტიმულირებელ წესებს /ხარ-ჯვის, გამოყენების, სამეურნეო ქცევის, ეკონომიკური საქმიანო-ბის, გადასახადთა და გადასახდელთა ნორმატიულ დოკუმენტებს/ და მშრომელის იდეურ-მორალური შემართების მატერიალური

სტიმულირების მექანიზმს (დამკვრელობა, სოცშეჯიბრება, შრომითი გმირობა, ნოვატორული მოძრაობა და მათი მატერიალური წახალისება და ა. შ.), აქ ფრიად მნიშვნელოვანი ადგილი უკავია მეურნეობის გაძლოლის სამეურნეო ანგარიშის მეთოდს (მექანიზმს).

მმართველობის მორგანიზებელი მექანიზმი წარმოადგენს იმ ცოდნის, ორგანიზატორული უნარის, ჩვევების, ხერხების და ტექნიკურ საშუალებათა ერთობლიობას, რომელიც გამოიყენება ანალიზურ-საშემფასებლო ლოგიკით დირექტიულ-სამმართველო გადაწყვეტილებათა კონსტრუირებისა და მართვის მექანიზმის დანარჩენი ნაწილის მოძრაობაში მოსაყვანად და ამ გზით მართვის პროცესის განსახორციელებლად.

II. მმართველობის დისფუნქციურ-მექრთამეობითი მექანიზმის ინგრედიენტებია:

1. დირექტიულ-მბრძანებლობითი ზემოქმედების ლიბერალიზებული მექანიზმი,

2. დირექტიულ-ეკონომიკური ზეგავლენის ფორმალური მექანიზმი, მათ შორის საწარმოს საბოლოო შედეგებში შეტანილი წვლილის მატერიალური სტიმულირების დაუხვეწავი, არასრული და ინფლაციით დამუხრუჭებული მექანიზმი,

3. მმართველობის მორგანიზებელი ბიუროკრატიულ-მექრთამეობითი ანაქრონიზმიანი მექანიზმი.

დირექტიულ-მბრძანებლობითი ზემოქმედების ლიბერალიზებული მექანიზმისთვის დამახასიათებელია ზედმეტი მომთმენლობა, შემწყნარებლობა, შრომისა და საშემსრულებლო დისციპლინის ნებაზე მიშეება. იგი წარმოშობს მართვის უსუსურობის გამომწვევ დისფუნქციას (ფუნქციების არევისა და დეზორგანიზაციას). ამას ადგილი აქვს იმის გამო, რომ დირექტიულ-მბრძანებლობითი მექანიზმის ამგვარი მოშლილობის კომპენსირებას არ ახდენს კონკურენციის უკომპრომისო მექანიზმის მკაცრი ზეგავლენით დაბადებული პასუხისმგებლობა, რასაც წარმოშობს ფულად-სასაქონლო ურთიერთობანი მაღალგანვითარებულ საბაზრო სისტემაში.

დირექტიულ-ეკონომიკური ზეგავლენის მექანიზმი, რომელიც ორენტირებულია კონკურენციის გამომრიცხავი წარმოების საბოლოო შედეგების მატერიალურ სტიმულირებაზე და განთავისუფლებულია იდეურ-მორალური შემართებისაგან, უაღესად ფორმალურ სახეს აძლევს სამეურნეო ანგარიშს, წარმოების საბოლოო შედეგები თუ

არ ყალიბდება სოციალურად სამართლიანი კონკურენციის მექანიზმის ფუნქციონირებით, მაშინ შრომის საბოლოო შედეგებში ყოველი მუშაკის წვლილთან მატერიალური სტიმულირების დაკავშირება მოკლებულია იმგვარ ქმედითობას, რომელსაც უნარი აქვს დაკარგული იდეურ-მორალური შემართების მაგივრობა გაუწიოს, მითუმეტეს მაშინ, როდესაც გარემოცვაში ფუნქციონირებს ინფლაციის გაღრმავების პროცესი.

ამ პირობებში ღირეტიულ-ეკონომიკური ზეგავლენის მექანიზმით საწარმოს საბოლოო შედეგებში შეტანილი წვლილის მატერიალური სტიმულირება არამყარ, ხანგრძლივ მოქმედ სტაბილურობას მოკლებულად გვევლინება. ამიტომ, ეს უკანასკნელი ვერ უზრუნველყოფს ღირეტიულ - მბრძანებლობითი და ღირეტიულ-ეკონომიკური მექანიზმების მჭიდრო კავშირს. მათ შორის წარმოიქმნება უმართვადი არე (ხვრელი), რომელიც ფართო ასპარეზს უთმობს მაფიას, სპეკულაციას, ეკონომიკურ პარაზიტურობას და ამ ნიადაგზე ჩრდილოვანი ეკონომიკის პარაზიტული მიმართულების მომძლავრებას. შრომის ნომინალური ანაზღაურებით მატერიალური სტიმულირება ნაკლებ ეფექტიანია, თუ იგი შრომის რეალური ანაზღაურების შესაბამის ზრდას არ იწვევს. ამ ხარვეზის გამო მყიდველობითი უნარდაქვეითებული ფულის ერთეულით შრომის ანაზღაურება მატერიალურ სტიმულირებას ასუსტებს, მას ფორმალურ ხასიათს აძლევს. ამ დანაკარგის კომპენსირებამ შრომის ნომინალური ანაზღაურების გადიდებით, თავის მხრივ, არ შეიძლება არ გამოიწვიოს ინფლაციის შემდგომი გაღრმავება, თუ მას თან არ ახლავს ბაზრის საქონლით შესაბამისი გაჯერების პროცესი. საკმარისია პირველს დროში დაშორდეს მეორე, რომ ინფლაციის მახვილმა ძირი გამოუთხაროს შრომის მატერიალურ სტიმულირებას. ამგვარი დაშორების ლიკვიდაციისათვის პირველ რიგში საჭიროა პირადი მოხმარების საგნებით ბაზრის გაჯერება. მაგრამ ზემოთ დახასიათებული დისფუნქციური მექანიზმი ამის საშუალებას არ იძლევა. აქ მოშლილობის წრედია შეკრული და ამიტომ დომინირებს საქონლის სახეობათა მიხედვით მეტნაკლებად, მაგრამ მაინც მკვეთრად გამოსახული დეფიციტი.

მმართველობის მათგანიზებელ ბიუროკრატიულ-მექრთამეობით ანაქრონიზმიან მექანიზმს არ გააჩნია მყარი საყრდენი ღირეტიულ-მბრძანებლობით და ღირეტიულ-ეკონომიკურ მექანიზმებსა

და მათ ერთიანობაში და ეს განაპირობებს სამეურნეო მექანიზმის მოშლას, ასეთ პირობებში თავს იჩენს მისწრაფება ინჟინრული ფსიქოლოგიით სამმართველო საქმიანობის კონსტრუირებისა და მის ხარჯზე ეკონომიკურ მექანიზმში არსებული ხარვეზების კომპენსირებისაკენ.

ინჟინრული ფსიქოლოგია სწავლობს რა ადამიანს მანქანათა სისტემაში, იგი ყურადღების ცენტრში აყენებს არა ადამიანს, არამედ ტექნიკას, ამიტომ მართვის ორგანოები ამ პირობებში იცავენ ტექნოცენტრისტულ მიდგომას, ტექნიკის როლის გადამეტფასება და ეკონომიკური მექანიზმის არასათანადო შეფასება კი იწვევს ეკონომიკურ სუბიექტში მთვლემარე რეზერვების ამოქმედების მექანიზმის დაუფასებლობას, ამიტომ მართვის ტექნიკური მექანიზმი იწყებს ადამიანთა მართვას ნივთების მსგავსად.

კანონის მიმართ მექრთამეობითი მეურნეობრიობის მექანიზმის პრიორიტეტის გამო ტექნოცენტრისტული მიდგომა ბრმად ემსახურება სოციალურად უსამართლო გადაწყვეტილებათა მიღებასა და ცხოვრებაში გატარებას.

III. მოშხმარებლის ბაზრის წარმოქმნილი მმართველობის დირექტიული ინდიკატური სინერგიული* მექანიზმი მოიცავს:

1. დირექტიულ-მბრძანებლობითი ზემოქმედების კონტურული განაწილებით შეზღუდულ მექანიზმს,
2. დირექტიულ-ეკონომიკური ზეგავლენის გაფართოებულ მექანიზმს,
3. ნორმატიული ჩარჩოებიანი საქონლით გაუგვრებელი ბაზრით რეგულირებული სოციალურ-ეკონომიკური იმპულსირების ინდიკატურ მექანიზმს და
4. მმართველობის მარგანიზებული დირექტიულ-ინდიკატურ კომერციულ მექანიზმს.

აქ დირექტიულ-მბრძანებლობით მექანიზმს დათბო ის პოზიციები, რომელთა საჭიროება მოხსნა მართვის რიგი ფუნქციების ზემდგომი ორგანოებიდან ძირეულ რგოლებში გადატანამ და საბაზრო მექანიზმისათვის გადაკისრებამ, თუცა ამით ზემდგომი ორგანოების ხელში დარჩენილი ფუნქციების დირექტიული სიმკაცრე არ შესუსტებულა. ძირეულ რგოლებში გადატანილი ფუნქციების სიმკაცრე კი განისაზღვრება დირექტორიკატსინის ფარგლებში მოქცეული საბაზრო მექანიზმით.

დირექტიულ-ეკონომიკური მექანიზმზე ეყრდნობა დირექტიული წესით დაშვებულ ეკონომიკურ ნორმატივებსა და მეთოდებს შეუღლებულს ინდიკატურ მანიპულატორებთან ისე, რომ მას თან სდევდეს სამეურნეო ანგარიშის

* სინერგიულია მექანიზმი, თუ იგი მისივე ნაწილების დამოუკიდებელი ეფექტების ჯამზე მეტ ეფექტს იძლევა

მექანიზმიდან თანდათან მარკეტინგულ მართვაზე გადასვლა.

საქონლით გაუჯერებელი ნორმატიულ-ჩარჩოებიანი ბაზრის სოციალურ-ეკონომიკური იმპულსირების მექანიზმი (ინდიკატური მექანიზმი უხილავი ხელი) თანდათან ეუფლება იმ ასპარეზს, რომელიც გამაოთავისუფლა ღირებულებულ-მზრანებლობითა მექანიზმმა და კარი გაუხსნა საბაზრო მექანიზმით თვითასუსხისმგებლობის დამკვიდრებას.

მმართველობის მორგანიზებელი ღირებულებულ-ინდიკატური კომერციული მექანიზმი წარმოადგენს სახელმძღვანელო მითითებებით, განკარგულებებით (ღირებულებებით) მმართველობითი პროცესებისა და ობიექტების თვისებრივი ან რაოდენობრივი ინდიკატური მასსიათებლებით მართვის მორგანიზებელი მომგებიანი (სახეირო, სარგებლიანი) საქმიანობის მექანიზმს. აქ მართვის სიუჟეტის საინჟინრო კონსტრუირების ფსიქოლოგიას უკავია კომერციულ-ეკონომიკური ფსიქოლოგიისადმი დაქვემდებარებული ადგილი, გაბატონებულია მმართველობითი რაციონალიზმი, რომელიც გარემოს მოთხოვნის შესაბამისად ითავსებს სიტუაციურ მართვას. აქ განმსაზღვრელ მიმართულებად ისახება მეურნეობრიობის სტრატეგიული ზონების მიხედვით ბაზრის გაჯერება საქონლით.

IV. სოციალიზებული საბაზრო ეკონომიკის რეგულირების ღირებულებულ-ინდიკატური სინერგიული მექანიზმი მოიცავს:

1. საქონლით გაჯერებული ბაზრის მექანიზმით წარმოქმნილი საბაზრო შეზღუდვებით ინდიკატურად* მართულ სოციალურ-ეკონომიკური იმპულსირების მექანიზმს,

2. კომერციული ლოგიკით ორიენტირებული სტრატეგიული მართვის მექანიზმს,

3. შიგასაწარმო (შიგასაფირმო) ადმინისტრაციულ-ეკონომიკური მართვის მექანიზმს და

4. მმართველობის მორგანიზებელ მარკეტინგულ მექანიზმს.

საქონლით გაჯერებული ბაზრის პირობებში უაღრესად მძაფრდება კონკურენციული ბრძოლა საერთოდ და განსაკუთრებით მეურნეობრიობის ახალ სტრატეგიულ ზონაში** შეჭრისათვის. წარმატება უზრუნველყოფს ეკონომიკურ საფინანსო მდგომარეობის განმტკიცებას და შემოსავლების მატებით ქნის შრომითი კოლექტივის სოციალურ-საყოფაცხოვრებო პირობე-

* დამაკვალიანებლად.

** მეურნეობრიობის სტრატეგიულ ზონად მიჩნეულია ბაზრის იმ სემენტით ორიენტირებული გასაღება-წარმოება-მომარაგების მთელი ციკლი, რომლის ჩამოყალიბება-ფუნქციონირებაში მონაწილეობს მოცემული საწარმო (ფირმა).

ბის გაუმჯობესების შესაძლებლობას. ეს კი თავის მხრივ ბაზრებს ღრმად უზრუნველყოფს, რათა ეკონომიკის შემდგომ აღმავლობაში კიდევ უფრო გახდეს შესაძლებელი კოლექტივის მიერ მეტი წვლილის იმპულსირება. უკანასკნელი გვევლინება ფრიად ქმედით მექანიზმად საბაზრო ეკონომიკის პირობებში. სოციალურ-ეკონომიკური იმპულსირებით* მართვის ინდიკატური მექანიზმი (წმინდა ეკონომიკური მექანიზმი) ეყრდნობა სამეურნეო-კომერციული საქმიანობის სტრატეგიულ მართვას მეურნეობრიობის სტრატეგიული ზონების მიხედვით, ფეხს იკიდებს პროდუქციის აგრესიული მეთოდებით** რეალიზაცია და მეურნეობრიობის დივერსიფიკაცია***. ისინი არსებით გააღწიეს ახლანდელ ბაზრის კონიუნქტურაზე. ბაზრის კონიუნქტურა კი, თავის მხრივ, აიძულებს წარმოებას მოახდინოს რეაგირება მის მოთხოვნაზე და ამ თავისთავადი უკუკავშირით წარმოებს საწარმოს სოციალურ-ეკონომიკურ, ორგანიზაციულ-ტექნიკურ ღონისძიებათა დაპროგრამება-განხორციელება, რაც დამახასიათებელია სიტუაციური მართვისათვის. ამასთან ერთად საწარმო თავისი გარემოცვის ცვლილებებზე ახლანდელ რეაგირებას. ამაში შედის ეკონომიკურ, დემოგრაფიულ, ეკოლოგიურ, საკანონმდებლო, პოლიტიკურ, სახელმწიფოებრივ ღონისძიებათა ხასიათი და მიმართულება. ამ ნიადაგზე ფუნქციონირებს მმართველობითი სტრატეგიის მექანიზმი. იგი გაუჯერებელი ბაზრის პირობებში დომინირებულს ხდის მმართველობით რაციონალიზმს, გაჯერებული ბაზრის პირობებში კი დომინირებას იწყებს მართვა, რომლის კარნახითაც ფუნქციონირებს მმართველობითი რაციონალიზმი.

ამგვარი მანევრით მმართველობითი სტრატეგია ბაზრის კონიუნქტურას უქვემდებარებს შიგადაწარმო (შიგადაფირმო) ღირებულებულ-ეკონომიკურ მექანიზმს იმ დოზით, როგორსაც მოითხოვს გარემოცვაში მომხდარი ცვლილებები.

შიგადაწარმო (შიგადაფირმო) აღმინისტრაციულ-ეკონომიკური მექანიზმი ხელს უწყობს სოციალურ-ეკონომიკური თვითიმპულსირების ინდიკატურ მექანიზმს, რომელიც სოციალური სამართლიანობის

* ე. ი. მაღალეფექტიანი საქმიანობის აღმძვრელი სოციალურ-ეკონომიკური ბიძგები

** მომხმარებლის მყიდველად მოზიდვა რეკლამების, აუქციონის და სხვა გზებით.

*** პროფილით შეუზღუდავ პირობებში პროდუქციის ასორტიმენტის გაფართოებით მეურნეობრიობის ახალ სტრატეგიულ ზონაში შეჭრა.

არხში თავსდება სახელმწიფოს მიერ ბაზრის რეგულირების გზით. ბაზრის კომერციული სულისკვეთების შემოჭრა ეკონომიკურ აზროვნებაში განსაზღვრავს ადმინისტრაციულ-ეკონომიკური მექანიზმის შესაბამის კონტურულ კონსტრუქციას, რომელიც ექვემდებარება საწარმოს მმართველობის საკუთარ სტრატეგიას. მეწარმეობის სრული კომერციული თავისუფლება სამმართველო გადაწყვეტილებათა მიღებაში და სათანადო ღონისძიებათა გატარებაში უაღრესად ქმედითი ხდება გაჯერებული ბაზრის პირობებში. ეს იმიტომ, რომ როგორც დაუფლებული ბაზრის შენარჩუნება, ასევე მეურნეობრიობის ახალ სტრატეგიულ ზონაში შეჭრა, ანდა იმავე ბაზრის გაფართოება პოტენციური მყიდველების ფაქტიურ მყიდველებად გადაქცევით მოითხოვს საწარმოს (ფირმის) მაღალორგანიზებულობას და მის ბაზარზე ორიენტირებული საწარმოო სისტემის კომერციული ქცევის ლოგიკით მართვას.

მმართველობის მორგანიზებელი მარკეტინგული მექანიზმი
უზრუნველყოფს იმგვარი ციკლის ორგანიზებას, როგორცაა: ის, რაც შეიძლება გასაღდეს უნდა მოეწყოს მისი წარმოება შესაბამისი მომარაგებით და ისიც უწყვეტ ნაკადად. ამ ციკლს თან ახლავს უწყვეტი ინფორმაცია. ინფორმაციას, რომელიც საწარმოს (ფირმის) სამსახურში დგება, თანამედროვე ცივილიზებული საბაზრო ეკონომიკის პირობებში მიიჩნევენ მარკეტინგულ ინფორმაციად. ხშირად მარკეტინგული ინფორმაცია კარნახობს, თუ რომელი და როგორი ტექნოლოგია უნდა იქნეს გამოყენებული. ასეთ შემთხვევაში მარკეტინგული მართვა განაგებს ტექნოლოგიას. მარკეტინგული მორგანიზებელი მექანიზმი აღმოაცენა მმართველობითი რაციონალიზმისა და სიტუაციური მართვის შეუღლების აუცილებლობამ დაძაბულ კონკურენციულ სიტუაციაში. მართვის ამგვარი მექანიზმი გამორიცხავს მართვას სამეურნეო ანგარიშის მეთოდით. ეს იმიტომ, რომ აქ მოხსნილია დირექტიული გეგმიანი გაძლიერებული ეკონომიკის ეკონომიკურობის მიღწევა. აქ საბაზრო შეზღუდულობა ორგანულ კავშირშია სახელმწიფოს მარეგულირებელ როლთან, რისთვისაც იგი ახორციელებს ინდიკატურ მართვას, რაც ბუნებრივად იწვევს უმცირესი ხვედრი ხარჯებით შიგასაფირმო (შიგასაწარმო) პროცედურათა მეტ და უკეთეს შედეგებზე გასვლას, ხოლო სიტუაციური მართვის მაღალ უკუგებიან რეაგირებას გარე

მოში მომხდარ ან მოსალოდნელ ცვლილებებზე.

მხედველობის არედან არ უნდა გაუშვას სამეურნეო მექანიზმმა, რომ იგი არსებითად უნდა განსხვავდებოდეს მართვის ტექნიკური მექანიზმისაგან, ეს იმიტომ, რომ მართვის ტექნიკური მექანიზმი უსულო საგნებით მართავს უსულო საგნებს. ამიტომ მართვის ტექნიკური მექანიზმისათვის აუცილებელია ზუსტი გაანგარიშებით უსულო საგნების მოძრაობაში თავსებადი შეუღლება, მაშინ როდესაც მართვის სამეურნეო მექანიზმისათვის ასეთი რამ აუცილებელია, მაგრამ სრულიადაც არაა საკმარისი. აქ არსებითი (გადამწყვეტი) მნიშვნელობა ენიჭება ეკონომიკური სუბიექტის ფსიქოლოგიურ რეაგირებას მართვის ამა თუ იმ მექანიზმის მიმართ იმის მიხედვით, თუ ვის რა ინტერესები გააჩნია.

მეურნეობის გამძლეობის სუბიექტი. იგი შეიძლება მოგვევლინოს საბჭოური მმართველის სახით ან კიდევ, როგორც მენეჯერი. საბჭოური მმართველი არ წარმოადგენს სპეციალური საბაზო განათლებით ჩამოყალიბებულ მმართველს, მას თანამდებობა ზღის მმართველად. ამიტომ, იგი ცხოვრებისეული ვიწრო პრაქტიციზმითაა აღზრდილი ან პარტიული ფუნქციონერობიდანაა მმართველობაში მოსული. იგი შეიძლება გაზრდილიყო მუშიდან ბრიგადირობის გავლით, საამქროს უფროსის შემდეგ ღირექტორად და ბოლოს მინისტრად დანიშნის გზით. ამიტომ, იგი არ წარმოადგენს პროფესიონალ მმართველს. გარდა ამისა, საწარმოს მმართველის მოქმედების არე შეზღუდულია მხოლოდ სამეურნეო-საწარმოო სფეროთი ისე, რომ მისი განმგებლობის სფეროში არ ექცევა კომერციული და მითუმეტეს მარკეტინგული საქმიანობა. ამიტომ, მას არ სჭირდება სტრატეგიული აზროვნება, მისთვის მთავარია ღირექტიული წესით დაშვებული საგემო დავალებათა შესრულება.

სრულიად სხვა ტიპის მმართველია მენეჯერი, იგი იღებს განათლებას იმ სპეციალობით, რომელსაც მენეჯერი (მმართველი) ეწოდება. იგი იძენს ცოდნას მმართველობითი პროცესების და სამმართველო გადაწყვეტილებათა მიღების დარგში და მუდამ ამ სპეციალობით საქმიანობს. ამიტომ, იგი ხდება პროფესიონალი მმართველი (მენეჯერი). გარდა ამისა, მისი განმგებლობის სფეროში შედის არა მარტო სამეურნეო-საწარმოო, არამედ კომერციული საქმიანობა და სტრატეგია. იგი მართავს საწარმოს მარკეტინგული

მექანიზმით. მას გააჩნია მართვის საკუთარი სტრატეგია სიტუაციისა და გარემოს მიხედვით, რომელიც ყალიბდება სამართავი ობიექტის გარემოცვაში /ბაზრის კონიუნქტურა, ეკოლოგია, სახელმწიფო-სამეურნეო პოლიტიკა, დემოგრაფია/. ამიტომ სტრატეგიულად მოაზროვნე ინტელექტი მენეჯერის აუცილებელი ატრიბუტია. ეს იმას ნიშნავს, რომ იგი ანალიზურად უნდა ჭკრეტდეს ვითარებას, გააჩნდეს პროგნოზირების უნარი, იყოს იდეების გენერატორი და შეეძლოს ადამიანთა საქმიანობის ერთმანეთთან დაკავშირება, რომ მიაღწიოს სასურველ შედეგს.

ეკონომიკური ავტომატიზმი. ეს ავტომატიზმი ღირეპტიულად არამართვადია. იგი შეუძლია მართოს უხილავმა ხელმა- გარემომ. გარემოს კი ქმნის არა მარტო ეკონომიკური სუბიექტების ეკონომიკურ-კომერციული ქცევები მეურნეობრიობის საბაზრო მექანიზმის გამოყენებით, არამედ ფუნქციების განაწილება მთავრობასა და საბაზრო შეზღუდულობებს შორის.

ეკონომიკური ავტომატიზმი ნიშნავს იმას, რომ ეკონომიკური სუბიექტი, იქნება ეს ერთეული ადამიანი /ინდივიდი/, ადამიანთა ჯგუფი, საწარმოს კოლექტივი, სოციალური ჯგუფი, თუ მთელი ქვეყანა, ექვემდებარება თავისავე ქცევაში გარკვეულ თვითრეგულირებად ბუნებრივ პროცესებს ე.ი მაშინაღურობით გამოწვეულ ინიციატივას და ამდენად, იგი მოქმედებს ავტომატურად. სახელდობრ, ჩნდება მოთხოვნილება, იწყება აზროვნება მოცემულ გარემოში მოთხოვნილების დაკმაყოფილების გზის მისაგნებად. ხორციელდება ამ გზით მოძრაობა, რათა მიღწეულ იქნას სასურველი შედეგი. თუ მიღწეული იქნა ეს შედეგი ან მოსალოდნელზე მეტი, მაშინ ეკონომიკური სუბიექტი იმეორებს ამ გზას (აუმჯობესებს ამ გზაზე მავალ მექანიზმს), ან თუ სასურველი შედეგი არ იქნა მიღწეული იგი დაეძებს ახალ გზას, რაც ხდება გარედან ყოველგვარი ღირეპტიული სამმართველო ზემოქმედების გარეშე.

გარემოს ზეგავლენით თვითმართვადი ამგვარი ქვეცნობიერი მაშინაღური იმპულსით გამოწვეულ მოქმედებას შეგვიძლია ვუწოდოთ ეკონომიკური ავტომატიზმი.

ეკონომიკურ ავტომატიზმში მუღავნდება ეკონომიკური სუბიექტის მიმანიშნებელი ქცევის მექანიზმი. მაგალითად, საკმარისია მოშივდეს ეკონომიკურ სუბიექტს, რომ იგი იწყებს აზროვნებას,

თუ რა გზას დაადგეს, რომ იშოვოს საჭმელი. ანალოგიურად დგას საკითხი მაშინაც, როდესაც გარემო მიუთითებს ბიზნესის კეთების შესაძლებლობაზე. აქ უკვე იბადება სურვილი, რომ ამ სუბიექტმა ხელი მიჰყოს ბიზნესის კეთებას. ეს სურვილი თავის მხრივ წარმოშობს იმპულსს, რათა მან მიაგნოს იმ გზას, რომელიც მას მოუტანს სასურველ შედეგს, დიდ შემოსავალს, მოგებას.

ყველაფერ ამას იგი აკეთებს გარედან უშუალო სამმართველო ჩარევის გარეშე ე.ი. საკუთარი ინიციატივით. ამ ინიციატივას აძლევს მისამართს - სტრატეგიულ ორიენტაციას გარემო, რომელშიც მას უხდება საქმიანობა. ვინც ან რაც აყალიბებს ამ გარემოს იგი უხილავი ხელით მართავს მას.

2.2. მმართველობითი სტრატეგია და ეკონომიკის სტრატეგიული მართვის მქმნიში

საჭიროა განვასხვავოთ მმართველობითი ქცევის (მმართველობითი) სტრატეგია და ეკონომიკის სტრატეგიული მართვა.

მმართველობითი სტრატეგია წარმოადგენს მართვის პროცედურათა მორგანიზებელ ფორმალიზებულ მთლიანობით სისტემას, მან უნდა განსაზღვროს მართვის ორგანოების სტრუქტურა და მათ შორის ფუნქციების განაწილება. იგი პასუხობს კითხვაზე: როგორ გავანაწილოთ ფუნქციები სტრატეგიულ და ოპერატიულ-ტაქტიკურ მართვათა შორის და როგორ შევუთანაწყოთ (თანამიდეგურულად თუ პარალელურად) ერთმანეთს დროში მმართველობითი პროცედურები. მისი მიზანია მიღწიოს მაღალორგანიზებულ მმართველობით საქმიანობას უაღრესად ქმედითი ფუნქციონირებით, რომელსაც თან სდევს სინერგიული ეფექტი.

მმართველობითი სტრატეგია მოიცავს სტრატეგიული მართვის და ოპერატიულ-ტაქტიკური მართვის მორგანიზებელ ფუნქციას.

ეკონომიკის სტრატეგიული მართვა წარმოადგენს საქმიანობას, რომელიც ჯერ დასახავს იდეალს, შემდეგ განსაზღვრავს სასტარტო მდგომარეობიდან იდეალისაკენ მიმავალ გზას (ორიენტირს). ამ გზაზე მიაგნებს პრაქტიკულად განხორციელებად მი-

ზანს. გამოყოფს ამ მიზნის მისაღწევ ამოცანებს და მათ შორის არსებული გარემოს გათვალისწინებით პირველი რიგის ამოცანას. ამის შემდეგ კი ანხორციელებს ამ გზაზე სვლის დამცავი სტრატეგიული პარამეტრების შემუშავებას და ამ გზით მავალი სამეურნეო მექანიზმის კონსტრუირებას.

„იდეალი“ უმაღლესი სასურველი (მიმზიდველი) შედეგია, რომელიც პრინციპში სრული სახით მიუღწევადია, მაგრამ მას შეიძლება და კიდევ უნდა მოეუახლოვდეთ. ამიტომ ასრულებს იგი ორიენტირის როლს.

„მიზანი“ ამოსაცნობი პრაქტიკულად მიღწევადი მოსალოდნელი შედეგია, რომელიც გამოირჩევა რეალურობით და შესაძლებელია წინასწარ იქნეს განჭვრეტილი.

„ამოცანა“ ამოსაცნობი პრაქტიკულად გადასაჭრელი /გადასაწყვეტი/ საკითხია. იგი მოითხოვს უშუალოდ შესრულებას და ამისათვის გადაჭრას, გადაწყვეტას.

„მეშანიზმი“ სტრატეგიულ გზაზე მავალი მანევრული ბუნების მეთოდების მთლიანობითი სისტემაა, ქცევის მახასიათებელი სისტემური კანონზომიერებით. მან უნდა შეასრულოს იდეალით ორიენტირებული მიზნისაკენ სისტემური კანონზომიერებით განვითარების ინსტრუმენტარის როლი.

ტაქტიკური მართვა ოპერატიულად აღმოცენებული სტრატეგიული ამოცანებით უშუალო მართვას ეწოდება. მას იწვევს გარემოში მომხდარი ან მოსალოდნელი ცვლილებები, რომელზეც რეაგირება წარმოადგენს ტაქტიკური მანევრის დანიშნულებას. მას იმიტომ ეწოდება მანევრი, რომ იძულებულნი ვართ გადავუხვიოთ უშუალო სტრატეგიული გეზიდან დროებით, რათა სათანადოდ ვუპასუხოთ შეცვლილ გარემოს, რომელმაც ჩვენს წინაშე დასვა სხვა ამოცანები და ამით წარმოქმნა დროებითი მოკლევადიანი სტრატეგიული ამოცანები ე. ი. ამ ამოცანების გადაჭრის იმეგარი მართვა, რომელიც ბოლოს და ბოლოს გაგვიყვანს გენერალურად დასახულ სტრატეგიულ გზაზე. მხოლოდ ამის მიღწევით დასრულდება ტაქტიკური მანევრი. იმ შემთხვევაში, თუ ჩვენ არ ვიცით და არაა ფორმალური გენერალური სტრატეგია, მაშინ ვერც კი დავადგენთ ტაქტიკური მანევრის დამთავრების მომენტს. ამიტომ ჩვენდაუნებურად აღმოვჩნდებით უმისამართო განვითარების გზაზე სტიქიის ტყვეობაში და ისიც,

ქაოსისა და უსისტემო მოძრაობის გზაზე, სადაც გამორიცხულია იმის ჭკრეტაც კი, თუ რა მსხვერპლით რა ბოლო მოგველის.

მოკლედ რომ ვთქვათ, გარემოში გაუთვალისწინებელი (მოულოდნელი) ცვლილებისადმი რეაგირებით, თუ ხორციელდება თავდაპირველად დასახული ამოცანების ან მათი მიღწევის მექანიზმის ცვლილება ან კიდევ ცვლილებათა ზეგავლენის თავიდან აცილების გზის მიგნება, მაშინ საქმე გვაქვს *მოკლევადიან სტრატეგიულ მართვასთან ანუ ტაქტიკურ მართვასთან. როგორც წესი, მას უწოდებენ ოპერატიულად აღმოცენებული სტრატეგიული ამოცანებით მართვასაც. ტაქტიკით მართული ოპერატიული გადაწყვეტილებების პრაქტიკულად განხორციელების ღონისძიებათა ფუნქციონირებას ოპერატიული მართვა ეწოდება.*

სახელმწიფოებრივად დამოუკიდებელი საქართველოს ეკონომიკის სტრატეგიული მართვის მთავარი საკითხი იყო და არის, თუ რომელი სტრატეგიული ორიენტირი უნდა აირჩიოს მან და რა წარმოუდგენია მაორიენტირებელ იდეალად, რათა მან განახორციელოს მათზე ორიენტირებული სტრატეგიული მექანიზმით სვლა. მთავარი არჩევანი უნდა პასუხობდეს კითხვას: საქართველოს მოსახლეობას და მის ბირთვს ქართველობას რა ურჩევნია.

1. სოციალურად თვითორიენტირებული ე.ი. სინქრონიზებული საბაზრო ეკონომიკა თუ

2. ამერიკული საბაზარო სისტემა ძლიერი სოციალური მოწყალებით.

დემოკრატიულობა მოითხოვს, რომ ეს კითხვა დავესვათ საკუთარ ხალხს და ვიმოქმედოთ ამ ხალხის მიერ არჩეული გზით.

1. კემპელ მაკკონელისა და სტენლი ბრიუს წიგნში გარჩეულია ეს ორი ალტერნატივა, სადაც ნათქვამია „კონკურენტული საბაზრო სისტემა წარმოადგენს მექანიზმს, რომელიც ერთდროულად ასრულებს ორ ფუნქციას:

ჯერ ერთი, მომხმარებლისათვის, მწარმოებლისათვის და რესურსების მიმწოდებლებისათვის იმ გადაწყვეტილებათა შეტყობინება, რომელიც მიიღო თითოეულმა მათგანმა.

მეორეც ის, რომ ხორციელდება ამ გადაწყვეტილებათა სინქრონიზაცია, რომელიც უზრუნველყოფს საწარმოო მიზნების შეუთანხმებლობას. „აქედან გამომდინარე, ამგვარ ეკონომიკას შეგ-

ვიძლია ვუწოდოთ სინქრონიზებული. იგი არა მარტო გამორიცხავს საბაზრო ქაოსსა და ჰიპერინფლაციას თანამდევნი ნეგატიური მოვლენებით, არამედ „კონკურენციული საბაზრო სისტემა ქმნის კერძო და საზოგადოებრივი ინტერესების არაჩვეულებრივ მნიშვნელოვან იგივეობას“. ამიტომ, კონკურენციის ფართო მასშტაბიანი ეკონომიკა წარმოადგენს სოციალურად თვითორიენტირებულს.

2. ამავე წიგნში ნათქვამია, რომ „ამერიკული კაპიტალიზმის საბაზრო სისტემა განსხვავდება კონკურენციული საბაზრო ეკონომიკისაგან იმით, რომ პირველს ახასიათებს კონკურენტების მცირერიცხოვნება და ბარიერები ზოგიერთ ბაზარზე შეღწევის მიმართ. გარდა ამისა, საბაზრო სისტემის მსხვილი დეფექტების ჩასწორება მთავრობისეული ჩარევის მიზნად იქცა“.

ჩვენი აზრით, საქართველოს მოსახლეობის საერთო გამჭოლი ინტერესების აღქმამ, ჩამოაყალიბა არჩევანი სოციალურად თვითორიენტირებული სინქრონიზებული საბაზრო ეკონომიკის აუცილებლობისადმი. ამიტომ, საქართველოს ეკონომიკის მთავარი პრობლემა დღევანდელ ეტაპზე არის სოციალურად ჯანსაღ სინქრონიზებულ საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლის სტრატეგიის მიგნება.

აქ იდეალად ისახება სოციალურად თვითორიენტირებული, სინქრონიზებული საბაზრო ეკონომიკა. ამ გაგებაში თავსდება გერმანიის, შვეციის, იაპონიის საბაზრო ეკონომიკა, თუმცა არც ისინი წარმოადგენენ ერთმანეთის კოპირებას. მაგრამ იქ ყველგან გაგვაჩნია სოციალიზებული კაპიტალიზმი და არა სოციალური განუკითხაობით წარმოქმნილი კაპიტალიზმის სოციალურ ჩასწორებათა ამერიკული სისტემა ანდა საბაზრო სოციალიზმი, რომელიც მეწარმეობის აქტივობას ნაწილობრივ ახშობს სოციალური გამთანაბრებლობით, თუნდაც საბაზრო მექანიზმის პირობებში.

საქართველოს რესპუბლიკის მთავრობის 1992 წლის 13 ივლისის სხდომაზე ყურადღება გამახვილდა სოციალურ პრობლემებზე. აქ თვალნათლივ გამოჩნდა, რომ სოციალური განუკითხაობის მექანიზმით საბაზრო სისტემის ფუნქციონირება მოითხოვს სოციალური მოწყალეობის მექანიზმის მოშველიებას (სოციალური დაცვისა და საპენსიო მექანიზმის სრულყოფას). ამიტომ ჩვენში მოქმედი მექანიზმი გამორიცხავს სოციალურად თვითრეგულირებად საბაზრო სისტემას. ამიტომ საქართველოს რესპუბლიკის ად-

მინისტრაცია აღიარებდა, რომ თურმე მოხდა საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლის გაიგივება წარღვნასთან, ვინაიდან მას ეგონა, რომ თავისთავად განიწმინდებოდა და განახლდებოდა ადამიანურ, სოციალურ და ეკონომიკურ ურთიერთობათა მიკრო და მაკრო სამყარო.

ეკონომიკაში არაპროფესიონალიზმის ხელოვნურმა დანერგვამ გამოიწვია ის, რომ სინამდვილეში „ყველაფერი რთული და ძნელი აღმოჩნდა, ურთულესი მაინც სოციალური პრობლემები შეიქმნა, რომელთა იგნორირებასა და უკეთესი მომავლისათვის გადადების უფლება დღევანდელ დემოკრატიულ სტრუქტურებს არა აქვთ“ (იხ. ა. ბალთიძის ჩანაწერები „სოციალური დაცვა და პენსია“, გაზ. „საქართველოს რესპუბლიკა“, 16 ივლისი, 1992 წ. გვ. 1.).

აქვე ვკითხულობთ, „ხალხის გალატაკება, მისი ლუმპენიზაცია აშკარად არ არის ის გზა, რომელსაც დიდი ბაზრისაკენ, ჰუმანური საზოგადოების შექმნისაკენ მივყავართ.“

ამით აღიარებულა, რომ ბაზრის ფარგლები შევიწროებული იყო და მის მიღმა იზრდებოდა გადატაკების პროცესში მყოფ პოტენციურ მყიდველთა ფენა. თვით ბაზარი თავისი კონტრაგენტებით (მყიდველ-გამყიდველი) ვიწროვდებოდა. ეს პროცესი წარმოადგენს ე.წ. თავდაპირველი დაგროვების, ბინძური მეთოდების შედეგს, რომელსაც დღეს ფართო გასაქანს აძლევს ზემოთ ნაგულისხმევი „მმართველობითი სტრატეგია“.

ამგვარი სტრატეგიის მთავარ ნაკლოვანებებად მიგვაჩნია:

1. ზედაპირულობა, რაც გამოიხატება საქმეში მეცნიერული ჩაუხედაობით.

2. ვერ უზრუნველყოფს ახალი მაფიური კორუფციული საქმიანობის გამორიცხვას და ძველი მაფიის სოციალურად ჯანსაღ ბიზნესად გარდაქმნის პროცესთა მართვას.

3. არ გააჩნიათ სოციალურად ჯანსაღ საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლის პრინციპები.

4. არ არის გათვითცნობიერებული, რომ დისფუნქციურ-მექრ-თამეობითი ეკონომიკიდან მივექანებოდით „მაფიურ-გაბაზრებული“ ეკონომიკისაკენ. ჩვენ კი გვინდა თანამედროვე ცივილიზებული სინქრონიზებულ საბაზრო ეკონომიკის შესაფერ საყოველთაო ინ-

დიკატურ მართვაზე გადასვლა.

5. არ ითვალისწინებს განსხვავებას, საქონლით გაუჯერებელ და საქონლით გაჯერებულ საბაზრო ეკონომიკის ფუნქციონირების ბუნებრივ მექანიზმებს შორის.

6. ვერ აღწევს საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლის მექანიზმის სოციალურ გამართულობას და მიმართავს სოციალურად ფეთქებად წერტილებში სოციალურ ღონისძიებათა პოსტფაქტუმ დაშენებას.

7. ერთმანეთში ურევს სტრატეგიულ მმართველობას და ოპერატიულ-ტაქტიკურ მართვას. ამგვარი ქცევა ქაოსურს ხდის მმართველობით საქმიანობას, სადაც დომინირებს პოსტფაქტუმი და არა წინასწარი დიაგნოსტიკის საფუძველზე განხორციელებული პროფილაქტიკა. იგი არ ახორციელებს მმართველობით სტრატეგიაში სტრატეგიული მართვის სტრუქტურულ გამოყოფას ოპერატიულ-ტაქტიკური მართვისაგან ცალკე ინგრედიენტის სახით. ამიტომ ოპერატიულობა ნთქავს დროს და იგი სულ აღარ რჩება სტრატეგიული აზროვნებისათვის. ამგვარი ქცევის სტილი გამორიცხავს სტრატეგიაში მმართველობით რაციონალიზმს და მის სათანადო შეუღლებას სიტუაციური მართვისადმი.

ვერ ითვალისწინებს იმას, რომ დღეს გარემომცველ არეში მოსალოდნელ ცვლილებებზე საქართველოს რეაქციის პრობლემამ მიიღო განსაკუთრებული მნიშვნელობა, ამიტომ მას არ მოჰყოლია მმართველობითი სტრატეგიის წინმჭვრეტელი ფუნქციონირება და ეგზოგენურ* ფაქტორთაგან თავდამცავი მექანიზმის განსხვავების გათვალისწინება ენდოგენური** ფაქტორების რეგულირების მექანიზმისაგან.

8. ეყრდნობა მცდელობისა და შეცდომების გასწორების სტრატეგიულ პოზიციას. თითქოს დრო არ ითმენს და ამიტომ, საქმეში სათანადო ჩაუხედაობით დაშვებული შეცდომები პრაქტიკულად აღგილებზე უნდა ჩასწორდეს. ეს პოზიცია სტრატეგიული მართვის ოპერატიულ-ტაქტიკურში გათქეფის შედეგია და არა უდროობისა.

9. იგი გვიჩვენებს, რომ ვის ხელშიც მოექცევა ქვეყნის ეკონომიკის სადავეები, ის იფარგლება მხოლოდ თავისი „სამრეკლოთი“, რომელიც ეყრდნობა არა მარტო საკუთარ ინტელექტუალურ უნარს, არამედ

* ქვეყნის გარეთ წარმოქმნილი და ქვეყნის შიგნით შემოჭრილი.

** ქვეყნის შიგნით წარმოქმნილი და შინაგანად მოქმედი.

ქვეცნობიერ ინტერესებსაც. ამის გამო, ქვეყნის ეკონომიკის ბედი ამ ინტერესებს ექვემდებარება და არა მრავალასპექტიან ინტელექტუალთა საქმეში ჩახედულობისაგან ნაღების მოხდას.

ამ პოზიციის გამო ოპერატიულ-ტაქტიკური მმართველობით გადატვირთულობა დროს არ უთმობს სტრატეგიულ მმართველობას. ეს იმიტომ ხდება, რომ ერთი და იგივენი ანხორციელებენ ორივე ფუნქციას. ამით გამორიცხულია მმართველობის ამ ორი სახეობის პარალელური ფუნქციონირება. სწორედ ეს წარმოშობს დროის უკმარისობას.

10. ამგვარი სტრატეგია მექრთამეობით - კორუფციული მეურნეობრიობისა და მაფიური ქცევის სტილის არსებობის ნიადაგზე გვაძლევს გამდიდრებასა და გადატაკებას შორის პარაზიტულ და არა სოციალურად ჯანსაღ „წყალგამყოფ“ ხაზს.

სახელდობრ, ყველაზე მეტად და თითქმის შეუფერხებლად მდიდრდებიან ისინი, ვინც დაუფლებულია მექრთამეობით მექანიზმს, ქურდობას, ყაჩაღობას, ერთი სიტყვით, გამოძალვის მეთოდებით ფუნქციონირებას, მიმთვისებლობის პარაზიტულ მექანიზმს. ლატაკდებიან ისინი, ვისთვისაც ეს მეთოდები უცხოა ან პრინციპულად უპირისპირდება მათ, ვინც ჯანსაღი ბიზნესის კეთებისკენაა მოწოდებული. ეს პროცესი არა მარტო თანდათან იკვეთება, არამედ დაიწყებს ღომინირებასაც კი.

სოციალურად ჯანსაღი წყალგამყოფი ხაზი, რომელიც თანამედროვე ცივილიზებული საბაზრო ეკონომიკისათვისაა დამახასიათებელი, ამდიდრებს მათ, ვისაც საქმის კეთება შეუძლია, შემოქმედებითად მოქმედებს პროდუქტიული აზროვნებით, სიკეთის წარმოების ეკონომიკური უკუგებით ანხორციელებს ბიზნესს (სიკეთე მომხმარებლის მოთხოვნილებათა ჯანსაღი უზრუნველყოფა). აღარბიებს მათ, ვისაც ამის უნარი არ შესწევს: უნიათოს, ზარმაცს, მუქთა შემოსავლის მოყვარულს და სხვის კმაყოფაზე მუდამ ყოფნის მტოლველთ და ა. შ. რჩება უნიათო სოციალურ დანამატად.

11. ზემოაღნიშნული „სამრეკლო“ საზოგადოების სოციალური ჯგუფის ინტერესების სოციალურად სამართლიან შეუღლებას კი არ ეყრდნობა, არამედ მაფიურ-მეწარმეობის ვითომდა ჯანსაღი ბიზნესის ინტერესებს. იძულების შემთხვევაში კი ანხორციელებს სოციალური მოწყალეების დანართი მექანიზმების გამოყენებას.

12. ჯანსაღი სინქრონიზებული საბაზრო ეკონომიკა სამუშაო ძალას და ქონებას თანაბარმნიშვნელოვან კაპიტალად აქცევს. ისინი უერთმანეთოდ ვერ შეძლებენ ფუნქციონირებას. ამიტომ, მეწარმეთა კავშირისა და პროფკავშირების მიერ მათი ინტერესების თავსებადი სიმბიოზი* უნდა დაედოს საფუძვლად სათანადო კანონმდებლობას. არსებული „სტრატეგია“ მთლიანად უგულებელყოფს ამ პოზიციას.

13. იგი სრულიად არ ითვალისწინებს იმ გარემოს შექმნას, რომელიც მეწარმეობას უბიძგებს თავისი არსებობის სოციალური სტატუსი უზრუნველყოს სიკეთის წარმოებითა და საწარმოო რესურსების ისეთი უწყვეტი ნაკადით, რომელიც გამორიცხავს უკანონობასა და მექრთამეობას.

14. იგი სრულიად არ გრძნობს იმგვარი მექანიზმ-ინგრედიენტის შექმნის აუცილებლობას, რომელიც საშემსრულებლო დისციპლინას უშუალოდ დაუქვემდებარებს საქონლით გაუჯერებელი ბაზრისადმი შესატყვის სახელმწიფოებრივ რეგულირებას.

ამ გარემოებათა გამო პრობლემა იღებს შემდეგ სახეს: საქართველოს სახელმწიფოებრივ დამოუკიდებლობას ზურგი უნდა განუმტკიცოს ამჟამად არსებული დისფუნქციურ-მექრთამეობითი მეურნეობრიობიდან მართვის სოციალურად ჯანსაღ სინქრონიზებულ საბაზრო მექანიზმზე ეკონომიკის აღმავლობის გზით გადასვლის სტრატეგიამ.

თავისი არსით ნამდვილი და არანაგულისხმევი სტრატეგია წარმოადგენს დასახული მიზნის და მისი მიღწევის საშუალებათა მთლიანობით სისტემას. იგი მოიცავს წესებს მიზანდასახულობებს, პრინციპებს და პოზიციებს, რომლებიც წარმოქმნიან რაიმე მოვლენის ქცევის განსაზღვრულ კანონზომიერებას. უკანასკნელი ითვალისწინებს რა შექმნილ გარემო ვითარებას, განაპირობებს მოქმედების გეზის არჩევას დასახული მიზნის მისაღწევად. გარემო პირობებში არსებით ცვლილებამდე სტრატეგია მუდმივია. თუ იგი შეიცვალა და ისიც არსებითად, მაშინ შეიძლება შეიცვალოს არა მარტო მიღწევის გზები, არამედ მოხდეს თვით მიზნის დაკონკრეტება და მოდიფიცირებაც. ამიტომ, სტრატეგიას მანევრის უნარი გააჩნია. იგი გამორიცხავს დოგმატიზმს.

სახელმწიფოს თუ საწარმოს (ფირმის) ადმინისტრაცია უნდა

* ურთიერთსარგებლობის მომტანი შეუღლება, იგი გამორიცხავს პარაზიტიზმს

ხელმძღვანელობდეს მმართველობითი სტრატეგიით, სახელდობრ, წესების იმ ნაკრებით, რომელიც აყალიბებს მმართველობით სისტემას:

1. მიმდინარე და პერსპექტივაში საქმიანობის შედეგების შეფასების წესები;

2. წესები, რომლის მიხედვითაც მყარდება ქვეყნის (საწარმოს) საგარეო ეკონომიკური კავშირები;

3. წესები, რომელთა მიხედვითაც ყალიბდება ქვეყნის შიგნით (შეგასაფრებო) ურთიერთობითი პროცედურები. მათ ხშირად უწოდებენ ორგანიზაციულ კონცეფციებს;

4. ყოველდღიური საქმიანობის წესები. მათ უწოდებენ ძირითად ოპერატიულ წესებს.

ამ პოზიციებზე დაყრდნობით უნდა გაგვანდეს დისფუნქციურ-მექრთამეობითი ეკონომიკიდან სოციალურად ჯანსაღ სინქრონიზებულ საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლის დარგში საქმიანობის წესების ერთიანი სისტემა, ე.ი. სათანადო მმართველობითი სტრატეგია.

საქართველოს სახელმწიფო ადმინისტრაციას ამჟამად არ გააჩნია დისფუნქციურ-მექრთამეობითი ეკონომიკიდან სოციალურად ჯანსაღ საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლის დარგში საქმიანობის წესების /ქცევათა ორგანიზების/ ერთიანი სისტემა ე.ი. სათანადო მმართველობითი სტრატეგია.

საქართველოს სახელმწიფო ადმინისტრაციას ამჟამად არ გააჩნია ამგვარად აგებული და საზოგადოების ყველა ჯანსაღი სოციალური ფენის შეუღლებად ინტერესებზე დაფუძნებული ეკონომიკის მართვის /რეგულირების/ სტრატეგია. რასაც ცხოვრებაში ვხედავთ, უფრო იმას გავს, რომ სტრატეგიული მისამართი ჯანსაღი ბიზნესის შეზღუდვით ხელს უწყობს კაპიტალის თავდაპირველი დაგროვების ბინძურ მაფიურ გზებს.

უნდა აღინიშნოს, რომ სინქრონიზებულ საბაზრო ეკონომიკაზე გარდამავალი საქმიანობა სარფიანი უნდა იყოს სახელმწიფოსათვისაც და ყოველი მეწარმისა და სამუშაო ძალის გამქირავებლისათვისაც. ამიტომ, სახელმწიფო უნდა მართავდეს ინდიკატური* წესით. სახელდობრ, სახელმწიფო უნდა არეგულირებდეს ქვეყანაში არსებულ გარემოს, რომელიც მეწარმეობას და სამუშაო ძალის გამქირავებელს

* განსაზღვრულ პირობებში არასავალდებულო, არამედ უმჯობესი რეაგირების რეკომენდაციებით და გარემოს სათანადო რეგულირებით.

უბიძგებს ჯანსაღი ბიზნესისაკენ. იგი უნდა გამორიცხავდეს მეწარმეთა და სამუშაო ძალის გაძქირავებლთა ოპერატიულ საქმიანობაში ზემოდან უშუალო ჩარევას, არ ზღუდავდეს ჯანსაღ სამმართველო გადაწყვეტილებათა მიღებაში მათ დამოუკიდებლობას.

ცნობილია, რომ ამგვარად აგებული რეგულირება (მართვა) მოიცავს საქმიანობის ურთიერთშემავსებელ სახეობას:

1. სტრატეგიულს, რომელიც დაკავშირებულია მართვის ობიექტის მომავალი პოტენციალის განვითარებასთან;

2. ოპერატიულ-ტაქტიკურს, რომელიც ანხორციელებს არსებული პოტენციალის რეალიზებას.

სტრატეგიული მართვა მოითხოვს მეწარმეობითი ხასიათის მარგანიზებული ქცევის ლოგიკურ გაანალიზებას, ოპერატიული მართვა კი წარმატებას აღწევს ნამატებრივი ხასიათის ქცევით. ამიტომ, ისინი მოითხოვენ სრულიად განსხვავებულ პროფესიონალურ ჩვევებს. ეს იმას ნიშნავს, რომ არარაციონალურია ამ ორი მკვეთრად განსხვავებული საქმიანობის მართვის ერთი ორგანოსათვის და მით უმეტეს ერთი ადამიანისათვის დაკისრება. მიუხედავად იმისა, რომ საჭიროა ქცევის ამ ორივე სახეობის ერთდროულად გამოყენება, პირველი მეორეს უნდა აწოდებდეს საყრდენ პოზიციებს, მეორე კი უნდა ოპერატიულად ანხორციელებდეს არსებული პოტენციალის გამოყენებას და სათანადო ინფორმაციას აწოდებდეს პირველს იმ რეაქციის შესახებ, რაც თან სდევს ოპერატიულ ღონისძიებათა გატარებას.

აუცილებელია ამ ურთიერთობის არქიტექტონიკის შემუშავება, რომელიც შეესატყვისება ქცევის ორივე ტიპს.

ამის გარეშე შეუძლებელია არსებული პოტენციალის ეფექტიანი გამოყენებით მომავალში წარმატების მიღწევა სოციალურ-ეკონომიკურ განვითარებაში.

ოპერატიულ ტაქტიკური მმართველობის დროს გამოიყენება ნამატებრივი /პოსტფაქტუმი/ ქცევა. ეს იმას ნიშნავს, რომ რეაქცია მომხდარი ფაქტის შემდეგ ხდება ე. ი. მაშინ, როდესაც ცვლილება გახდა აშკარა და გარდაუვალი. ამ დროს ალტერნატიულ სამმართველო გადაწყვეტილებათა ძიება ხორციელდება თანამიმდევრობით. უფრო ზუსტად, გამოიყენება ვარიანტი, რომელიც პირველად ხელთ მოგვყვება, როგორც დამაკმაყოფილებელი. აქ

ოპტიმალური ვარიანტის ძიება მკვეთრად შეზღუდულია დროში და ამიტომ, ამას თითქმის არც კი მიმართავენ. ამგვარი მიდგომა პასუხობს არსებული რესურსების ეფექტიან გამოყენებას შეზღუდული დროის გათვალისწინებით (დაგვიანება დაუშვებელია). მისი მთავარი მიზანია, ხელიდან არ გააუშვას და ასე თუ ისე შეინარჩუნოს არსებული მდგომარეობა (ნამატებრივ მიდგომას უწოდებენ ინკრემენტალურს).

საქართველოს 1991-1994 წლების სახელმწიფო ადმინისტრაციისათვის დამახასიათებელია ნამატებრივი ქცევა და ოპერატიულ-ტაქტიკური მმართველობის ელემენტების ჯუმლობრივი სისტემა (მექანიკური გროვა). მათ საქმიანობაში არ შეიმჩნევა სოციალურად ორიენტირებული სტრატეგიული მართვის და საერთოდ სტრატეგიული მართვის, როგორც მეწარმეობითი ქცევის მთლიანობითი სისტემის შექმნაზე მუშაობა და მასზე დაყრდნობით ოპერატიულ-ტაქტიკური მართვის ეფექტიანი (რაციონალური) განხორციელება ნაკლები რისკითა და დანაკარგებით. მას არ გააჩნია მართვის ქცევების არქიტექტონიკის ის სისტემა, რომელიც განახორციელებს სტრატეგიული და ოპერატიული მართვის ეფექტიან შეუღლებას. უფრო მეტიც, არც კი ფიქრობენ მის შექმნაზე.

ეკონომიკური პოლიტიკა ჩვენში მკაფიოდ არ არის ფორმირებული სტრატეგიის სახით, სადაც არაორაზროვნად უნდა ფიგურირებდეს იდეალი (უმაღლესი მიზანი), არსებული ნიადაგის ანალიზური შეფასება (დიაგნოზი), სტრატეგიული გეზის დაფიქსირებული პარამეტრები, ამ გზაზე მდებარე პრაქტიკულად მიღწევადი ხილვადი მიზანი, პირველი რიგის ამოცანა და მართვის სტრატეგიული მექანიზმი. საყოველთაოდ ცნობილია, რომ ამგვარად ფორმალიზებული მთლიანობითი სისტემის გარეშე არ არსებობს წელში გამართული სტრატეგიული კურსი. ამიტომ, საქართველოს არ გააჩნია მკაფიოდ გამოკვეთილი და სათანადოდ ჩამოყალიბებული მოტივებით დასაბუთებული ეკონომიკის განვითარების სტრატეგია.

საკითხის ისე დასმა, რომ ჩვენ გვინდა სოციალურად ორიენტირებული საბაზრო ეკონომიკა ჯერ კიდევ არ იძლევა კონკრეტულ ორიენტაციას და ამიტომ, იგი არ გამოდგება ეკონომიკური განვითარების სტრატეგიის იმ ინგრედიენტად, რომელსაც ეწოდება მათრიენტირებული და მაიმპულსირებელი იდეალი. ეს იმიტომ, რომ იგი არ გამორიცხავს ალტერნატივას.

მართლაც სოციალური ორიენტაცია გააჩნია ისეთ ვარიანტსაც, რომელიც ჯერ განაწარმოებს სოციალურ განუკითხაობას (რაც საქართველოში განახორციელა ყბადღებულ შოკურ, ვითომდა, თერაპიამ) და შემდეგ დასახავს ამგვარად გაუბედურებული ეკონომიკის სოციალურ ორიენტაციას, სოციალური მოწყალეების მექანიზმის დაშენებით, რომლის ქმედითობას განსაზღვრავს, როგორც წესი, სახელმწიფო ბიუჯეტის შესაძლებლობები და სოციალური დახმარების საერთო მასშტაბი და საჭირო თანხებზე მოთხოვნილება, გარდა ამისა უცხოეთიდან მიღებული ჰუმანიტარული დახმარება და მათი ასპროცენტური დაზღვევა კორუპციისგან (სახსრების მიმთვისებლობა დამტაცებლებისაგან).

საქართველოს გაუბედურებულ მიკროეკონომიკას არ ძალუძს არა თუ სათანადოდ, არამედ რაიმე საგრძნობი ოდენობით „კეკეოს“ სახელმწიფო ბიუჯეტი. ამ ვითარებაში საგადასახადო სისტემა კისრულობს „საწველი აპარატის“ როლს და იძულებულია შექმნას დაძაბულობა გადასახადთა გადახდა-გადაუხდელობის სფეროში. ეს კი თავის მხრივ აფერხებს მიკროეკონომიკის რეაბილიტაციას საერთოდ და ახალ ტექნოლოგიურ ღონეზე.

ამ პირობებში და ისიც ამგვარი სოციალური ორიენტაცია ვერ ასრულებს იმ როლს, რომ ჩამოყალიბდეს სოციალურად ორიენტირებული საბაზრო ეკონომიკა. თუმცა მავანი მას უწოდებს სოციალურ ორიენტაციას.

სოციალურად ორიენტირებულ საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლის მეორე (ალტერნატიული) გზაც არსებობს. სახელდობრ, თვით საბაზრო მექანიზმის აღჭურვა სოციალურად ჯანსაღი ინგრედიენტებით, რომლებიც გამორიცხავენ სოციალური განუკითხაობის ფართო მასშტაბიან გაერცვლებას მაინც, თუ მთლიანად ვერ მოხსნეს ეს განუკითხაობა.. ამ პირობებში გაპარული სოციალური ხარვეზების სოციალური დახმარებით ამოქოლვა არ დააწვება მიმე ტვირთად სახელმწიფო ბიუჯეტს და ისიც იოლად გაართმევს თავს ამ მოვალეობის შესრულებას. ეს იმიტომ, რომ ამ გზით მიკროეკონომიკის აღმავლობა შეუცვლის საგადასახადო სისტემას როლს. იგი „საწველი აპარატის“ ნაცვლად იკისრებს ეკონომიკის ინდიკატური მართვის „აღვირის როლს“.

გარდა ზემოაღნიშნულისა საჭიროა არა მარტო მაკროეკონომიკის, არამედ მიკროეკონომიკის მექანიზმთა სიღრმისეული ანალიტიკური ჭვრეტა. ეს კი მოითხოვს „იდეალის“ კიდევ უფრო კონკრეტიზაციას.

სახელდობრ, ისმის კითხვა საქართველომ უნდა გადაიღოს სოციალურად ორენტირებული რომელიმე ქვეყნის საბაზრო ეკონომიკის მექანიზმის ასლი, თუ მის წინაშე დგება განსაკუთრებული არსის მზიდი იდეალი.

ამ მხრივ უკვე 1997 წ. საქართველოს პრეზიდენტის მიერ ბოლოს და ბოლოს მიგნებული იქნა სოციალური ორიენტაციის იდეალი. სახელდობრ, მან გამოთქვა აზრი იმის შესახებ, რომ ჩვენ გვინდაო მივაღწიოთო საქართველოში იმგვარი ეკონომიკის შექმნას, სადაც დაისადგურებს საყოველთაო კეთილდღეობა და გამორიცხული იქნება სიღატაკე და შიმშილიო. უნდა აღინიშნოს, რომ საზოგადოება მაინც იქნება დიფერენცირებული მდიდრებად, საშუალო ფენად და კეთილდღეობის დაბალდონიანებად.

ამგვარი იდეალი კონკრეტულად მათი ორიენტირებელია და მიმზიდველობითაც მაიმპულსირებელი. მაგრამ იგი მოითხოვს სათანადო გზით მოსიარულე მექანიზმს, რომელიც იქნება სიღრმიესეულად გააზრებული. მან მართლაც უნდა უზრუნველყოს საქართველოს ეკონომიკის ამ გზით სიარული, მითუმეტეს ეკონომიკური დონორების “სისხლგადამსხმელი შპრიცის“ გამოყენების პირობებშიაც კი.

საჭიროა უზრუნველყოფილი იქნას ის, რომ ფირმის (საწარმოს) მიერ თავისი მოგების მაქსიმიზაცია თავისთავად და უშუალოდ იწვევდეს საზოგადოებრივი პროდუქტის მაქსიმიზაციას არა მარტო საქმიანობის ეფექტიანობის ამალღებით, არამედ შრომითი დასაქმების არეალის გაფართოებით და კაპიტალისა და შრომის წილის მიხედვით თანასწორუფლებიანობის დამკვიდრებით მოპოვებულ მოგებასა და იმ ზარალს შორის, რომელიც მათმა ერთობლივმა ფუნქციონირებამ გამოიწვია გარემოსათვის ალღოს აღების შეცდომებითაც კი.

ამგვარად სოციალიზებული ბუნების სინქრონიზებული საბაზრო ეკონომიკის მიღება უნდა იყოს საქართველოს იდეალი (უმადღესი მიზანი).

სტრატეგიული მართვის მეორე კომპონენტს შეადგენს იმ ნიადაგის არაცალმზრივი ანალიტიკური შეფასება, რომელშიაც გვიდგას ფეხი. ხომ უნდა ვიცოდეთ საიდან უნდა ავიდგათ ფეხი და საითკენ გავყვეთ გზას.

უახლოეს წარსულში საქართველომ განვლო პერიოდი როღესაც მძვინარებდა ორი ძალა ჰიპერინფლაცია და საბაზრო ქაოსი, რომლებმაც შექმნეს კაპიტალის დაგროვების ბინძური მაფიური გარემო,

სადაც მძვინვარებდა სოციალური განუკითხაობა. ამიტომ საქართველო მაშინ აღმოჩნდა ყოვლისმომცველ ნეგატიურ გარემოში. ეს გარემო უზილავი ხელით მართავდა ყველას და ყველაფერს. იგი ხელისუფლებას ადგმევინებდა იძულებით ნაბიჯებს. ე.ი. განაგებდა მას თავის ჭკუაზე. ამ პირობებში უცხოური დახმარების წყალობით საგრძნობი ცვლილებები მოხდა, რამაც მოხსნა პიპერინფლაცია და შეარბილა და ისიც საგრძნობლად საბაზრო ქაოსი. რასაკვირველია ამ დახმარების სათანადო გამოყენებამ აქ შეასრულა მნიშვნელოვანი როლი.

სადღეისოდ მთავარია ხელიდან არ გაუშვათ „ევრაზიის დერეფნის“ მიერ ძლიერი ხელსაყრელი გარემოს შექმნა და იგი იქნას სათანადოდ გამოყენებული საქართველოს ზემოაღნიშნული იდეალის მისაღწევად.

ამგვარიან იხ ნიადაგი, რომელშიაც საქართველოს დღეს უღვას ვხვხი.

სტრატეგიული მართვის მესამე კომპონენტია პრაქტიკულად მიღწევადი მიზანი და პირველი რიგის ამოცანა, რომელიც დაუყოვნებლივ უნდა იქნას გადაჭრილი. საქართველოსათვის ამგვარს წარმოადგენს ნეგატიური გარემოს მოხსნისა და პოზიტიური გარემოს შექმნის ამოცანა, ამის შემდეგ კი მართვის ინდიკატური მექანიზმისათვის ქმედითი ასპარეზის შექმნა ე.ი. პრაქტიკულად განხორციელებადი მიზანი იქნება ინდიკატური მექანიზმით მართვადი პოზიტიური გარემოს ჩამოყალიბება, რომელიც გამიზნული იქნება სოციალურად ორიენტირებული ბიზნესით აყვავებულ ჯანსაღ სინქრონიზებულ საბაზრო სისტემაზე გასვლისაკენ.

სტრატეგიული მართვის მეოთხე კომპონენტია პრაქტიკული მიზნის მისაღწევი მართვის მექანიზმი (სტრატეგიულად გამიზნული გზით მავალი მექანიზმი). ეს მექანიზმი უნდა უზრუნველყოფდეს კონკურენციის წარმოქმნას კონკურენციულ შედეგებიანი განვითარების გზაზე ხელოვნური გასვლით.

სტრატეგიული მართვის მეხუთე კომპონენტს მოითხოვს საქართველო, რათა მოიხსნას სტრატეგიული დაბნეულობა და თავიდან იქნას აშორებული წაღმა-უკუღმა მავალი ურთიერთარათავსებადი კონცეფციებისა და ცალკეული წინადადებების კონგლომერატის წარმოქმნა. ამ კომპონენტს შეგვიძლია ვუწოდოთ ფილტრაციის იმგვარი სისტემის მზიდი კონცეფციის ჩამოყალიბება, რომელიც თავბრუდახ-

პევის გარეშე მეთოდურად უზრუნველყოფს თანდათანობით საქართველოს ეკონომიკის ფეხზე დაყენებას და იდეალისაკენ მავალ გზაზე გასვლას.

ამიტომ საჭიროდ მიგვაჩნია ეხლავე შევიარადღეთ ფილტრაციის სათანადო პარამეტრებით:

1. ჭარბი ფულის პატრონებს კი არ უნდა დაეანებოთ საქართველოს ეკონომიკის პარაზიტული მექანიზმით ძარცვა და ამ გზით საქართველოს დაღუპვის ხარჯზე გამდიდრება, რომელსაც ჩვენში უწოდებენ ხოლმე კაპიტალის პირვანდელ დაგროვებას, არამედ ეროვნული ეკონომიკა სათანადო არხებში უნდა აქცევედეს მათი სამეურნეო-კომერციული ქცევის ლოგიკას ისე, რომ უზრუნველყოფილი იქნას სოციალურად ჯანსაღი ბიზნესის განვითარება. ე.ი. უნდა გადავარჩინოთ საქართველო და არა ის, რომ ხელთ შეგვრჩეს გადარჩენილთა საქართველო.

2. გამორიცხული უნდა იქნას ქონების და სამუშაო ძალის მესაკუთრეთა (დამქირავებელსა და დაქირავებულს) შორის დაპირისპირება ინტერესების პოლარიზაციით.

3. ჭარბი ფული ვერ უნდა აფინანსებდეს ინფლაციას და ამით ვერ უნდა გამორიცხავდეს ფასების ზრდის ბუნებრივი ზედა ზღვარის წარმოქმნას. ამგვარი ზღვარი უნდა წარმოიქმნას მანამდე, სანამ იგი უზრუნველყოფს პოზიტიური გარემოს ფუნქციონირებას და ნეგატიური სიმპტომების აღკვეთას. იგი უნდა მიემართებოდეს საწარმოო პოტენციალის გადიდებისა და უკეთ გამოყენების დაფინანსებისაკენ.

4. ერთნაირად უნდა გამოირიცხოს მეწარმეობის აქტივიზაცია სამუშაო ძალის პასივიზაციით და პირიქით, სამუშაო ძალის აქტივიზაცია მეწარმეობის პასივიზაციით. საჭიროა ურთიერთგააქტიურების მამოძრავებელი მექანიზმი.

5. საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლის მექანიზმი უნდა გამორიცხავდეს პარაზიტულ მანიპულატორთა აღმოცენების ნიადაგს.

6. საჭიროა საქართველო დაეყენოთ ბაზრის სინქრონიზაციით საქონლით უსწრაფესი გაჯერების გზაზე. აუცილებელია ამგვარი მექანიზმი.

7. უნდა დამკვიდრდეს ეროვნული შემართებისა და მატერიალური სტიმულირების შეუღლების პრინციპი.

8. ახალი პირობები მოითხოვს მართვის ახალ მანევრს ოპერატიულ-ტაქტიკურ ქცევაში ისე, რომ სტრატეგიული გეზიდან დროებითი გადახვევა საბოლოო ანგარიშში ემსახურებოდეს სტრატეგიული მიზნის მიღწევას და არავითარ შემთხვევაში მის დავიწყებას.

9. დაუშვებელია ეკონომიკური სუბიექტის ფსიქოლოგიური რეაგირების გათვალისწინების გარეშე საბაზრო ეკონომიკის მართვა.

10. არავითარ შემთხვევაში არ უნდა დავნებდეთ საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლის თვითდინებას, არამედ უნდა ვმართოთ იგი, რათა თავიდან ავიცილოთ მძარცველურფასიანი ბაზრის მიღმა ზონის წარმოქმნა და გაფართოება, მისი ხანგრძლივად შენარჩუნება, რაც შიშმილით, ეპიდემიით, ტყვიით სიკვდილის მასობრიობის მომასწავებელია.

11. დაუშვებელია ინფლაციის ტყვეობაში ყოფნა. აუცილებელია ქონებიდან და შრომიდან ფულადი შემოსავლების, პროდუქციის წარმოებისა და ბაზრისათვის მიწოდების ანტიინფლაციური შეუღლება.

12. პრივატიზაციის მექანიზმი უნდა გამორიცხავდეს სახელმწიფო მონოპოლიის კერძო მონოპოლიით შეცვლას, იგი უნდა უზრუნველყოფდეს კომერციალიზებულ და კერძო საწარმოთა კონკურენციის არეალის გაფართოებას ქვეყნის შიგა ბაზარზე, ამასთანავე საჭიროა პრივატიზაციის იმგვარი მექანიზმი პრივატიზაციის პროცესს, რომ შეათავსებებს ეკონომიკის აღმავლობას. ამის დაცვით უნდა განისაზღვროს პრივატიზაციის ტემპი და არა პირიქით, პრივატიზაციის რაც შეიძლება მეტი ტემპით დამლუპველ რისკზე წასვლა. ანდა პრივატიზაციის ხელოვნური შენელებით „პრივატიზაციის“ დანერგვა. საჭიროა კონკურენციამ მოახდინოს პრივატიზაცია, ამის ნიადაგი კი უნდა შექმნას ხელოვნური კონკურენციის იმპულსატორმა, რომელიც ჩართული უნდა იქნას ფუნქციების განაწილებაში ხელისუფლებასა და ბაზარს შორის.

13. საბაზრო ეკონომიკაზე გადაყვანი მექანიზმი თავისთავში უნდა შეიცავდეს სოციალურ გამართულობას და არა ის, რომ სოციალური გაუმართაობით (განუკითხაობით) სოციალური აფეთქების საფრთხე იწვევდეს სოციალური მოწყალეების მანიპულატორთა გამოყენებას. სულ სხვა საქმეა, თუ ჩვენდაუნებურად მცირე დოზით

გაგვეპარება სოციალური გაუმართაობის ელემენტები, რომლებიც არ იმუქრებიან სოციალური აფეთქებით, მაგრამ სოციალური მზრუნველობის საგანი მაინც უნდა გახდეს.

14. საჭიროა მმართველობითი რაციონალიზმისა და სიტუაციური მართვის ეფექტიანი მანევრით შეუღლება. ამიტომ უნდა გამოვრიცხოთ ეგზოგენური და ენდოგენური ფაქტორებით გამოწვეული და გაღრმავებული ერთი და იგივე ნეგატიური შედეგების, მუქარის საფრთხისადმი ერთნაირი მიდგომა და ერთი ღონისძიებით გადაჭრა. საჭიროა ამ ეგზოგენური ფაქტორების უარყოფითი გავლენებისაგან ქვეყნის ეკონომიკის დაცვა, ენდოგენური ფაქტორების ნიველირების მექანიზმის მიგნება.

15. უცხოეთის კაპიტალის მოზიდვა უნდა გამორიცხავდეს კომპრადორულ ქცევას. სახელდობრ, სამამულო წარმოების ჩაკვლას და მის ხარჯზე უცხოეთის ინტერესების დომინირებას.

16. ღია ეკონომიკურ ზონებმა აქცენტი უნდა გააკეთონ ღია ინდუსტრიული ზონების ჩამოყალიბებაზე.

17. საქართველოში ეკონომიკურ-კომერციული და სოციალური ინტერესებისაკენ უნდა შემოატრიალოს სახალხო მეურნეობის სტრუქტურა პროფილის არჩევის თავისუფლებამ.

18. საჭიროა საბაზრო ეკონომიკაზე თანდათანობითი გადასვლის რაციონალური დირექტიულ-ინდიკატური სინერგიული (დირექტინდიკატსინის) მექანიზმის ჩამოყალიბება, რომელიც ამ გადასვლის პროცესშივე უზრუნველყოფს ქვეყნის სოციალურ-ეკონომიკურ აღმავლობას.

19. არ უნდა დაგუშვათ საქონლით გაუჯერებელი და ნეგატიური გარემოს მატარებელი საბაზრო ეკონომიკის მართვა წმინდა ინდიკატური მექანიზმით, რათა თავიდან ავიშოროთ ნეგატიური მოვლენების უხილავი ხელით გაძლიერება.

20. მმართველობითი რაციონალიზმის ანალიზურ-შემფასებელი სისტემების მასობრივი განვრცობით უნდა განხორციელდეს საწარმოებში (ფირმებში) საშემსრულებლო დისციპლინის აღდგენა და განმტკიცება. საშემსრულებლო დისციპლინის საყოველთაო დომინირების გარეშე გამოსავალი არ არსებობს.

საჭიროა ზემოთჩამოთვლილი პარამეტრები გამოყენებული იქნას იმისათვის, რომ ყოველი წარმოდგენილი კონ-

ცაფცია, წინადადება თუ რეკომენდაცია შემოწმებული იქნას, თუ რაოდენ პასუხობს ამ პარამეტრების დაცვას.

ეს საჭიროა იმისათვის, რომ მათ არ აგვაცდინონ დასახულ სტრატეგიულ გზას.

თავისი არსით საწარმოს (ფირმის) სტრატეგია, როგორც მმართველობითი ტერმინი მოიცავს იმგვარ ინგრედიენტს, როგორცაა შეფასების კრიტერიუმი, მისი თვისებრივი მხარე ორიენტირი და რაოდენობრივი შემცველობა დავალება, საბაზრო პროდუქტობრივი ანუ ბიზნესის სტრატეგია, ორგანიზაციული კონცეფციები და ძირითადი ოპერატიული ხერხები. ყოველი ამ ინგრედიენტთან აფიქსირებს ქვესიტემას, რომელიც წარმოადგენს გარკვეული წესების ნაკრებს. წესების ყოველი ნაკრები თავისი როლით მმართველობით სტრატეგიაში განსხვავდება სხვა ნაკრებისაგან. თუმცა ისინი ურთიერთთავსებადი და შემავსებლნი არიან, რაც მათ ჰკრავს მთლიანობით სისტემად (ერთიან ორგანიზმად). ამ სისტემას კი ეწოდება სამრეწველო ფირმის სტრატეგია.

კრიტერიუმი მსჯელობის საშუალებაა საქმიანობის შესაფასებლად, როგორც მიმდინარე პერიოდში, ისე პერსპექტივაში. ამის საშუალებას კი იძლევა სათანადო წესების ნაკრები. წესები ეხება, როგორც შეფასების პოზიციების განსაზღვრას, ასევე სათანადო მაჩვენებელთა შერჩევას და მათი აგების მეთოდიკას. ამ წესების ერთობლიობის თვისებრივ მხარეს უწოდებენ ორიენტირს, რაოდენობრივ შემცველობას კი დავალებას.

ბიზნესის სტრატეგია წარმოადგენს იმ წესების ერთობლიობას, რომელიც ეხება პროდუქტიულობის საბაზრო პრობლემებს (საკითხებს). მათი მიხედვით ყალიბდება ურთიერთობა გარემომცველ არესთან და განსაზღვრავენ იმას, თუ პროდუქციის რა სახეობა უნდა იქნას დამუშავებული, სად, ვინ უნდა გაასაღოს თავისი ნაკეთობანი, რავარად იქნას მიღწეული კონკურენტზე უპირატესობა ე.ი. ხორციელდება სიტუაციური მართვისათვის გადაწყვეტილების მიღება ბიზნესის სტრატეგიის მიხედვით.

ორგანიზაციული კონცეფციები წარმოადგენენ იმ პროცედურათა სისტემას, რომლებიც აყალიბებენ შიგასაწარმო (შიგასაფირმო) მარგანიზებელ ურთიერთობებს. აქ ხორციელდება მმართველობითი რაციონალიზმის გადაწყვეტილებათა მიღება. პროცედურათა სისტემას

იძლევა წესების სათანადო ნაკრები.

სტრატეგიის ნიშანთვისებები:

1. სტრატეგიის შემუშავების პროცესი არ მთავრდება რაიმე დაუყოვნებელი მოქმედებით. ჩვეულებრივ იგი კმაყოფილება საერთო მიმართულებათა დადგენით, რომელთა მიხედვით მოძრაობა უზრუნველყოფს განვითარების პოზიციების მატებასა და განმტკიცებას.

2. ჩამოყალიბებული სტრატეგია უნდა იქნას გამოყენებული ძიების მეთოდით სტრატეგიული პროექტების შემუშავებისათვის ძიებაში სტრატეგიის როლი იმაში მდგომარეობს, რომ ჯერ ერთი, განხორციელდეს ყურადღების კონცენტრაცია გარკვეულ უბნებსა და შესაძლებლობებზე და მეორეც იმაში, რომ გამორიცხული იქნას ყველა სხვა შესაძლებლობა, როგორც მოცემულ სტრატეგია-სთან შეუთავსებადი.

3. სტრატეგიის საჭიროება მოიხსნება, როგორც კი განვითარების რეალურ მსვლელობას გავეყვართ სასურველ ხდომილებასზე.

4. სტრატეგიის ფორმირების პროცესში შეუძლებელია გაითავლისწინოთ ყველა შესაძლებლობანი, რომლებიც გამომჟღავნდებიან კონკრეტულ დონისძიებათა პროექტის შედეგებისას. ამიტომ, მოგვიწევს ვისარგებლოთ ძლიერ განზოგადებული, არასრული და არაზუსტი ინფორმაციით სხვადასხვა ალტერნატივების შესახებ.

5. კონკრეტული ძიების პროცესში, როგორც კი წარმოჩნდებიან კონკრეტული ალტერნატივები, მაშინ მივიღებთ უფრო ზუსტ ინფორმაციას. თუმცა მან შეიძლება ეჭვქვეშ დააყენოს პირველდაწყებითი სტრატეგიული არჩევანი. ამიტომ, სტრატეგიის წარმატებითი გამოყენება შეუძლებელია უკუკავშირის გარეშე.

6. ვინაიდან პროექტების შერჩევისას გამოიყენება, როგორც სტრატეგიები, ასევე ორიენტირები, ამიტომ შეიძლება მოგვეჩვენოს, რომ ეს ერთი და იგივეა. მაგრამ ისინი სხვადასხვანაირიან. ორიენტირი წარმოადგენს მიზანდასახულობას, რომელსაც უნდა მივაღწიოთ, სტრატეგია კი მიზნის მიღწევის საშუალებაა ეს გადაწყვეტილების მიღების უფრო მაღალი დონეა. მოცემული სტრატეგია გამართლებული უნდა იყოს ორიენტირთა არჩევანით. თუ ორიენტირი შეიცვალა, სტრატეგია ვერ დარჩება უცვლელი.

7. სტრატეგია და ორიენტირები ურთიერთშენაცვლებადი არიან, როგორც ცალკეულ მომენტებში, ასევე მართვის სხვადასხვა დონეზე. ეფექტიანობის ზოგიერთი პარამეტრი (მაგ. ბაზრის წილი) ერთ მომენტში გამოდის ორიენტირის როლში, სხვა მომენტში კი ხდება მის სტრატეგიად. რამდენადაც სტრატეგიისა და ორიენტირის შემუშავება ხორციელდება ორგანიზაციის მომენტით, წარმოიქმნება ტიპიური იერარქია. *ის, რაც მართვის უფრო მაღალ დონეზე წარმოადგენს სტრატეგიის ელემენტებს, დაბალ დონეზე გარდაიქმნება ორიენტირებად.*

მოკლედ რომ ვთქვათ, ფირმისთვის სტრატეგია ძნელად აღსაქმელია და რამდენადმე აბსტრაქტული. მის შემუშავებას არ მოაქვს უშუალოდ რაიმე ოპერატიული სარგებლობა. იგი ძვირი ჯდება და მოითხოვს მმართველთა დროის დიდ დანახარჯებს, თუმცა ამცირებს რისკს. მის უქონლობას შეუძლია ბევრად მეტი ზიანი მიაყენოს საქმეს. ეს აუცილებლად უნდა იქნეს მიღებული მხედველობაში.

თავი III

მეურნეობის საბაზრო მექანიზმი და ფირმა (საწარმო)

3.1. მეურნეობრიობის საბაზრო მექანიზმი

მეურნეობრიობის საბაზრო მექანიზმის არსი მდგომარეობს იმაში, რომ იგი ბუნებრივი მექანიზმია და არა ხელოვნური, რომელიც ფასწარმოქმნაში ეყრდნობა საქონლის ბაზრისათვის წარმოებას, ბაზრისათვის მიწოდებას და მის მიმართ ბაზარზევე ჩამოყალიბებულ მოთხოვნას შორის თანაფარდობის სასწორისებრ მექანიზმს. ეს მექანიზმი მდგომარეობს იმაში, რომ ფასების ფორმირება ხორციელდება საქონლის მიწოდებასა და მოთხოვნას შორის თანაფარდობის მიხედვით. სწორედ ეს თანაფარდობა განსაზღვრავს თუ რაოდენ გამართლებულია ამა თუ იმ პროდუქციის ამა თუ იმ

რაოდენობით წარმოება და მიწოდება.

იმ შემთხვევაში თუ ბაზარი საქონლით გაჯერებულია, მაშინ წარმოების გადიდება იწვევს კონკურენციის გამძაფრებას და მისი ზეგავლენით ფასების შემცირებას. ამიტომ ფირმის შემოსავალი მცირდება თუ იგი არ იქნა კომპენსირებული დამატებითი პროდუქციის გამოშვება-რეალიზაციით მანამდე სანამ ეს შესაძლებელია. პირიქით შემთხვევაში თუ ბაზარი საქონლით გაუჯერებელია, მაშინ ფასების გადიდება კისრულობს ფირმის შემოსავლის გადიდების წყაროს როლს. ეს კი იმას მოასწავებს, რომ ფირმის ნამოღვაწეარის საბაზრო შეფასება უხილავი ხელით მართავს ფირმის საქმიანობას და მის ქცევებს. ეს იმიტომ, რომ საბაზრო ეკონომიკა ეს შეფასებათა ეკონომიკაა.

შეფასება, რომელსაც ბაზარი აძლევს ფირმის საქმიანობის შედეგებს იწვევს ფირმის საქმიანობის სათანადო მიმართულებით დაკვალიანებას. სწორედ ამაშია საბაზრო მექანიზმის ბუნებრიობა.

ამგვარ ბუნებრივ მექანიზმზე აგებულ ეკონომიკას ეწოდება საბაზრო ეკონომიკა, თუმცა იგი წმინდა სახით პრაქტიკულად არც ერთ ქვეყანაში არ არსებობს. ეს იმიტომ არის ასე, რომ ამგვარი ბუნებრივი მექანიზმი მოიცავს ორი უკიდურესობის შეუღლებას. სახელდობრ საბაზრო თავისუფლების შეუღლებას საბაზრო შეზღუდულობასთან. ეს უკანასკნელი არეგულირებს საბაზრო მექანიზმის ფუნქციონირებას, რომელიც მოიცავს ეკონომიკის მიკრო და მაკრო დონეებს. ე. ი. მიკროეკონომიკას და მაკროეკონომიკას.

მიკროეკონომიკა წარმოადგენს მიკრო დონის ე. ი. უშუალო მწარმოებლების, უშუალო მიმწოდებლების, შუამავლების და მომხმარებლების ურთიერთობებს, რომლებიც შეკრული არიან მიწოდება გადახდისუნარიანობის მთლიანობით სისტემად ჰორიზონტალურ ჭრადში. აქ ყოველი მწარმოებლის, მიმწოდებლის და მომხმარებლის როლში გვევლინებიან სამრეწველო, სამეურნეო, სავაჭრო, მრავალდარგოვანი ფირმები და საოჯახო მეურნეობები. ამ სუბიექტების ქცევები უქმნიან სათანადო გარემოს ერთმანეთის საქმიანობას და ამდენად განსაზღვრავენ მიკროეკონომიკის არეალს.

ამ არეალის გულს წარმოადგენს ბაზარი, რომელიც ჰორიზონტალურად ჰკრავს მას ფასწარმოქმნის ერთიანი მექანიზმით. სახ-

ელღობრ, ჰკრავს იმ არეს, სადაც მყარდება უშუალო კონტაქტი მოცემული სახეობის საქონელზე მოთხოვნასა და მიწოდებას შორის. ამიტომ აქ წარმოიქმნება ამ სახეობის საქონელზე ფასების გათანაბრების ტენდენცია, რომელიც აფიქსირებს ამ არეს როგორც ბაზარს. იგი გვევლინება მიმწოდებელ გამყიდველთა და მყიდველ-მომხმარებელთა მრავალრიცხოვანი კონტრაქტების მთლიანობით სისტემად, მოქმედებათა და განვითარების საკუთარი სისტემური კანონზომიერებებით.

ამ საბაზრო არეალის დანაწევრება ხდება ხოლმე ცალკე სეგმენტებად ან ტერიტორიათა ან პროდუქციის სახეობათა და კიდევ სუპერ და მინი მარკეტებად. ამიტომ, განარჩევენ, მაგალითად, თბილისში დეზერტირების ბაზარს, საბურთალოს ბაზარს და ა. შ.

მათ შორის ფასებში უმნიშვნელო სხვაობა გამართლებულია სატრანსპორტო ხარჯებით. იგი ახდენს გავლენას ფასზე, ადგილმდებარეობაში განსხვავების გამო. ეს სხვაობა უფრო მეტია, როდესაც ეს ბაზრები საქონლით გაუჯერებელი არიან. საქონლით გაუჯერებულ ბაზარში კი კონკურენცია უფრო მეტად იწვევს ფასების გამოთანაბრებისაკენ ლტოლვას მათი შემცირების მიმართულებით.

ასევე გამოიყოფა ბაზრის სპეციალიზებული სეგმენტებიც, მაგალითად ბენზინის ბაზარი, პურის ბაზარი, შაქრის ბაზარი და ა. შ. ბაზრის სეგმენტაციამ შესაძლოა გამოჰყოს მაღალი ღირსების ბაზარი (სუპერმარკეტი) და დაბალი ღირსების ბაზარი (მინიმარკეტი).

მაღალი ღირსების ბაზრის (სუპერმარკეტის) მყიდველებს წარმოადგენენ მდიდრები, რომელთაც საქონლის უპირველეს ღირსებად მიაჩნიათ საუკეთესო ხარისხი, მიმზიდველობა, თანამედროვეობა და სათანადო ფასის გადამხდელებიც არიან, მაშინ როდესაც დაბალი ღირსების ბაზრის (მინი ბაზრის) მყიდველებს შეადგენენ არამდიდრები და შედარებით ღარიბები მათ საქონლის უპირველეს ღირსებად მიაჩნიათ დაბალი ფასი და მოთხოვნილებათა დაკმაყოფილება სათანადო მიზანშეწონილი მინიმალური პარამეტრებით მაინც. ისინი ორიენტირებული არიან ნაკლებშემოსავლიან მყიდველებზე.

სამოქმედო არეალის მიხედვით განარჩევენ რაიონულ ბაზარს, ქალაქის ბაზარს, მაგალითად ქ. ქუთაისის ბაზარი, თბილისის

ბაზარი, და. ა. შ. შესაძლოა წარმოიქმნას ამიერკავკასიის საერთო ბაზარი ანდა ევრაზიის დერეფნის საერთო ბაზარი და ა. შ. და ბოლოს ყალიბდება მსოფლიო ბაზარი. ფასების გამოთანაბრების ტენდენციის მექანიზმი, რომელ არეალსაც მოიცავს იმ ბაზართან გვაქვს საქმე.

საბაზრო თავისუფლება ნიშნავს იმას, რომ ყოველ ფუნქციონირებად სუბიექტს გააჩნია სამმართველო გადაწყვეტილებათა მიღების თავისუფლება. ეს იმას მოასწავებს, რომ ყოველ მათგანს აქვს უფლება სოციალურად ჯანსაღი გზით რაც უნდა, როგორც უნდა და სადაც უნდა იქ გააკეთოს ის რაც მას ხელეწიფება, ის რაც მას მოუტანს შემოსავალს და არ გაკოტრდება. ე. ი. აქ შეუღლებულია ორი რამ, ერთის მხრივ, საბაზრო ქაოსი, მეორეს მხრივ კი საბაზრო შეზღუდულობა, რომლის წარმომქმნელია კონკურენცია. თავისუფლება ქაოსის გამომწვევია, კონკურენცია კი აწესრიგებს თავისუფლებას.

კონკურენცია გარდა ამისა თვითგაძლიერებით იწვევს წარმოების დიდი მასშტაბებით კონცენტრაციას, რითაც აღმოცენდება ოლიგოპოლია და ბოლოს მონოპოლია. ისინი კი თავის მხრივ გამორიცხავენ კონკურენციას. ამიტომ საჭიროა ხელისუფლების სათანადო ძალის-ხმევა, რათა შენარჩუნებული იქნას კონკურენცია. ამ მიზნით ხორციელდება ხოლმე ქვეყნის შიგა გარემოს დირექტიული რეგულირება რათა სახელმწიფოებრივ ჩარჩოებში მოაქციონ მეურნეობრიობის საბაზრო მექანიზმი რომ მათ უზრუნველყონ ანტიმონოპოლიური ბარიერების აღმართვა და სოციალური განუკითხაობის შეზღუდვა და ლიკვიდაციაც კი, ისე რომ მაკროეკონომიკა ჩადგეს მიკროეკონომიკის ინდიკატური დარეგულირების სამსახურში. დირექტიული და ინდიკატური მართვის თანაფარდობა კი განისაზღვრება ყოველი ქვეყნის თავისებურებებით.

ამ ნარევის მიხედვით მსოფლიოს ქვეყნები არსებითად განსხვავდებიან ერთმანეთისაგან.

ამიტომ, დირექტიული შეზღუდვების ნარევის საბაზრო მექანიზმთან უწოდებენ შერეულ საბაზრო ეკონომიკას. ამგვარი საბაზრო ეკონომიკის მოდელი განუმეორებადია. ყოველ ქვეყანას თავისი სპეციფიკური პირობების და ფრიად განსხვავებული ეკონომიკური სუბიექტების

გამო არც შეიძლება გააჩნდეს შერეული საბაზრო ეკონომიკის ფუნქციონირების ერთნაირი მოდელი.

მავანს და მავანს უთქვამს, რომ რა საჭიროა საქართველოში საბაზრო ეკონომიკის თავისუფალი მოდელის ძიებაო, როდესაც არსებობენო გამოცდილებები, საბაზრო ეკონომიკის კლასიკურ ქვეყნებშიო, ეს ზომ ველოსიპედის ხელახლა გამოგონებას დაემსგავსებაო. და ეს რა საჭიროაო. ამის განმცხადებელს არ ესმის, რომ ხმელეთის ველოსიპედი ზღვაზე ვერ გაივლის, საჭიროა წყლის ველოსიპედის გამოგონება, ე. ი. სხვა ნიადაგზე ახალი კონსტრუქციის მოდელია საჭირო, ეს იქნება ველოსიპედი თუ შერეული საბაზრო ეკონომიკა, საჭიროა უცხოური მოდელების შესწავლა რათა მათში აღმოვაჩინოთ ის მასალა რომელიც თავისი იმანენტური თვისებებით გამოადგება ქართულ მოდელს რომელშიც შესაძლოა იგი იკისრებს სრულიად განსხვავებულ როლსაც კი ვიდრე იგი ასრულებდა უცხოურ მოდელში.

საჭიროა მხედველობაში ვიქონიოთ, რომ სპეკულაცია საბაზრო ეკონომიკაში სრულიად სხვა როლში გვევლინება ვიდრე მას გააჩნდა საბჭოთა ეკონომიკაში. სახელდობრ, კონკურენციით სინქრონიზებულ ეკონომიკაში *კომერციული სპეკულიანტი საბაზრო მექანიზმის ერთ-ერთი მარეგულირებელი ინგრედიენტია*. მართლაც თუ ბაზარზე მოცემული სახეობის საქონლის მიწოდება აღემატება მასზე მოთხოვნას, მაშინ მასზე ფასი კლებულობს. ეს უკანასკნელი თუ დიდი ზომით ხდება, მაშინ შესაძლოა მეწარმემ ნორმალური მოგებაც კი ვერ მიიღოს. ამით ძირი გამოეთხრება მეწარმეობის სტიმულირებას და შესაძლოა მისი გაკოტრებაც კი გამოიწვიოს.

ფასების ამგვარი მკვეთრი შემცირების პროცესს, რომ შეამჩნევს სპეკულიანტი, მაშინ იგი მიიღტვის იქითკენ, რომ ეს საქონელი შეიძინოს მსხვილ პარტიებად, შეინახოს მანამ, სანამ ზრდისაკენ არ შემოტრიალდება ფასები ამ საქონელზე (ამგვარი ქცევა გამორიცხულია მალფუჭებად საქონელზე და ისიც მაშინ, როდესაც არ არსებობს შენახვის განსაკუთრებული ტექნიკა და ტექნოლოგია). ფასთმატების შემთხვევაში იგი ამ შენახულ საქონელს დიდი პარტიობით გადმოისვრის ბაზარზე.

პირველ შემთხვევაში დიდი პარტიობით საქონლის შესყიდვის

გამო იგი ხელოვნურად გაზრდის ამ პროდუქციაზე ბაზრის მოთხოვნას იმ დონემდე მაინც, რომ დაამუხრუჭებს ფასების შემდგომ კლებას და შესაძლოა შეაჩეროს იგი კიდევ. ამით მან შესაძლოა გადაარჩინოს მეწარმის ნორმალური მოგებაც კი.

მეორე შემთხვევაში კი შეუძლია ფასების ზრდის დამუხრუჭება გამოიწვიოს და ამით დააჩქაროს ფასების ბუნებრივი ზედა ზღვარის წარმოქმნა, რის შემდეგაც ფირმის შემოსავლის გადიდების წყარო ფასებიდან გადაინაცვლებს დამატებითი პროდუქციის გამოშვებაში მის ზღვრულ დონემდე.

ამგვარი ე. ი. კომერციული სპეკულაცია ბაზრის კონინუქტურის ერთ-ერთი მარეგულირებელი ფაქტორია თუ იგი ხორციელდება დიდი მასშტაბებით, მაშინ მისი გავლენა ბაზრის კონინუქტურაზე საგრძნობი ხდება. ამიტომ ამგვარი სპეკულაცია ხელს უწყობს საბაზრო სისტემის გამოჯანსაღებას. ამიტომ სახელმწიფო რეგულირებას შეუძლია გამოიყენოს ამგვარი სპეკულაცია, როგორც ფასწარმოქმნის ინდიკატური (არა დირექტიული) მართვის მექანიზმი.

პარაზიტული სპეკულაცია კი საბაზრო მექანიზმის დამახინჯების ფაქტორთაგანია. ეს იმიტომ რომ, იგი არ ცვლის თავის ქცევას გარემოში შეცვლილი ვითარების შესაბამისად ისე, რომ მან კომერციული სპეკულაციის ჯანსაღ შედეგებს მიაღწიოს. სახელდობრ, როდესაც ინფლაციის პროცესი მიმდინარეობს და სპეკულიანტი (სპეკულიანტები) დიდი პარტიობით ყიდულობს საქონლის მოცემულ სახეობას ფასების შემდგომი ზრდის იმედით, მაშინ იგი კიდევ უფრო აღიდებს ბაზარზე ამ საქონლის უკმარისობას და ამით კიდევ უფრო უბიძგებს ფასების გადიდებას. ე. ი. იწვევს მყიდველთა ნაწილის განთესვას ბაზრიდან და სილატაკისკენ უბიძგებს მათ. ფასების მატების ახალი ტალღისას იგი ამ საქონელს ყიდის კიდევ უფრო მაღალ ფასებში და ამით ზიანს აყენებს საბაზრო მექანიზმს თესავს რა სოციალურ განუკითხაობას. ეს იმას ნიშნავს, რომ ინფლაციის ჰიპერინფლაციად გადაზრდის პროცესმა ამგვარი სპეკულაცია თავისი ბუნებით პარაზიტული გაჰხადა.

მაფიაბიზნესის ფუნქციონირება, რომელიც ჩაისახა ჯერ კიდევ ეკონომიკის საბჭოთა სისტემაში, კიდევ უფრო გაძლიერდა, თავი აიშვა ქვეყნის უმართვალობის პირობებში და დაიწყო დომინირება საქართველოში განხორციელებული შოკური მიდგომით, ვინაიდან

თერაპიის პროცესი გამორიცხული იქნა. ეს მოხდა იმიტომ რომ, მიკრო ეკონომიკის სასიცოცხლო არხები იქნა დაშლილი და სრულიად დარჩა გაუთვალისწინებელი საქართველოში არსებული სპეციფიკური ნიადაგი. აქაურ ნიადაგს განსაზღვრავს:

1. ეკონომიკური სუბიექტების, როგორც პიროვნებათა თავისეული ბური ქცევები;
2. ტერიტორიულ-დემოგრაფიული სპეციფიკა;
3. ეკოლოგიური განსაკუთრებულობა;
4. გეოეკონომიკური მდებარეობა და მით განსაზღვრული მდგომარეობა მსოფლიო საბაზრო ურთიერთობებში.

ამიტომ, საჭიროა საბაზრო ეკონომიკის სხვა ქვეყნების მოდელელებში აღმოვაჩინოთ ის მასალა რომელიც საქართველოს საბაზრო ეკონომიკის სპეციფიკური მოდელის აგებას ინგრედიენტად გამოადგება.

ამიტომ, საქართველოს უნდა გააჩნდეს საბაზრო ეკონომიკის გამჭოლი ინგრედიენტების საერთო პარამეტრებთან ერთად სპეციფიკური ინგრედიენტებიც, რომლებიც წარმოქმნიან საქართველოსთან მისადაგებული შერეული საბაზრო ეკონომიკის მოდელს.

საერთოდ ცნობილია, რომ ამ მხრივ მოწესრიგებული საბაზრო სისტემის პროლექტია კომერციული სპეკულაცია, რომელიც გამორიცხავს პარაზიტულ სპეკულაციას.

კომერციული სპეკულაციისათვის დამახასიათებელია ის, რომ იგი ყიდულობს ეკონომიკურ სამეწარმეო რისკს და თუ გაუმართლა, მაშინ ღებულობს მოგებას. დაეუშვათ „ა“ ორგანიზაციას, თუ პიროვნებას სურს იყიდოს ველოსიპედების დიდი პარტია (ბითუმად) აპრილის თვეში „ბ“ პიროვნება (ორგანიზაცია) მასთან ღებს ხელშეკრულებას წინა წლის დეკემბერში იმის შესახებ, რომ იგი მას მომდევნო წლის აპრილის თვეში მიაწოდებს ველოსიპედების დიდ პარტიას, ხელშეკრულების დადებისას მომქმედი საბაზრო ფასებით. შესაძლოა ამ „გამყიდველს“ არც კი გააჩნდეს ეს ველოსიპედები, მაგრამ იგი საკმაოდ იყოს ინფორმირებული ბაზრის კონიუქტურის სარწმუნო პროგნოზით, რომ ადგილი ექნება ფასდაკლებას. ამ პროგნოზზე დაყრდნობით კომერციული სპეკულიანტი ეწევა რისკს, როცა იგი დეკემბრის ფასებით ღებს ხელშეკრულებას. ხომ შეიძლება პროგნოზმა არ გაუმართლოს და გაუთვალ-

ისწინებელ, მოულოდნელ გარემოებათა გამო ეს საქონელი კი არ გაიფუტეს, არამედ გაძვირდეს. მაშინ მყიდველის ნაცვლად იმ ზარალს თვითონ კისრულობს. იგი შეგნებულად მიდის ამ რისკზე. თუ პროგნოზმა გაუმართლა, მაშინ კომერციული სპეკულიანტი მიიღებს მოგებას იმის გამო, რომ იგი საბოლოოდ მყიდველის ნაცვლად წავიდა რისკზე ე. ი. იყიდა რისკი.

კონკურენციულ საბაზრო სისტემაში კომერციული სპეკულიანტი ბაზრის კონიუნქტურის მარეგულირებელი ფაქტორიც ხდება. სახელდობრ, როდესაც ბაზარზე ჭარბობს მოცემული სახეობის პროდუქციის მიწოდება მასზე მოთხოვნას, მაშინ ამ საქონელზე ფასი ეცემა, ეს დაცემა შესაძლოა ისეთი ძლიერი აღმოჩნდეს, რომ მეწარმემ ნორმალური მოგებაც კი ვერ მიიღოს. ე. ი. დაიკარგება მეწარმოების მასტიმულირებელი წყარო. ამან შეიძლება მეწარმის გაკოტრებაც კი გამოიწვიოს.

კომერციულ სპეკულიანტს იზიდავს ფასების ეს მკვეთრი შემცირება, ამიტომ ფასდაკლებულ საქონელს მსხვილ პარტიებად შეიძენს, შეინახავს, რათა გაყიდოს, როდესაც ფასი მოიმატებს. ამით მომავლის მოთხოვნა ამ საქონელზე გადმოაქვს აწმყოში, რითაც გარკვეულწილად აწონასწორებს მოთხოვნა-მიწოდებას და ამუხრუჭებს ფასების დაცემას. შესაძლოა, ამით მან მოხსნას ნორმალური მოგების შემცირება და გაქრობაც კი, რითაც იგი ელობება მეწარმის გაკოტრებას აუტანელი დაბალი ფასებით.

დავუშვათ დადგა დრო, როდესაც მოთხოვნილების ზრდამ, თუნდაც კომერციული სპეკულიანტთა მოზღვავებით, გამოიწვია ფასების მატება, მაშინ იბადება საფრთხე, რომ ხელმოკლე ადამიანები ვერ შეიძენენ საჭირო საქონელს გარკვეულ ზღვარს ზევით გადიდებული ფასების გამო. რის შედეგადაც ისინი რეალური მყიდველებიდან გადაიქცევიან პოტენციალურ მყიდველებად. ე. ი. დაიწყებს მოქმედებას გაღარიბების ფაქტორი. აქ კომერციული სპეკულიანტი ადრე ან სხვაგან ნაყიდ საქონელს გამოიტანს ბაზარზე უფრო მეტ ფასად, ვიდრე მან იყიდა იგი, რათა მიიღოს მოგება ფასთსხვაობის ხარჯზე. ეს ფაქტორი აღიღებს მოცემული საქონლის მიწოდებას და ამით აწონასწორებს მას მოთხოვნილებასთან, ეს კი თავის მხრივ იწვევს ფასის კლების პროცესს და ამით გადატაკების ფაქტორის მოქმედებას ზღუდავს, შესაძლოა კიდევაც მოხსნას იგი.

ამას იგი აღწევს საბაზრო კონიუქტურის დამატებითი მარეგულირებელი ფაქტორის როლში გამოსვლით*.

ამრიგად, კომერციული სპეკულაცია ეს საბაზრო სისტემის სიჯანსაღის მორგანიზებელია დროსა და სიერცემში (ერთი ბაზრიდან მეორეზე საქონლის გადასროლით) ამიტომ მას მოაქვს ზემოაღნიშნული სიკეთე მეწარმისთვისაც და მყიდველისთვისაც. ამგვარი სპეკულაცია გამორიცხავს პარაზიტულ სპეკულაციას, რომლის დროსაც საბაზრო თავისუფლებითი საოცრება ე. ი. ქაოსი მართავს მას და არა კონკურენციული სიტუაცია (მორგანიზებელი ფაქტორი).

საბაზრო თავისუფლებითი საოცრება თავაშეებულობაში გადაიზრდება, მაშინ როცა პროდუქციის დეფიციტი და საქონლით გაუჯერებლობა ეუფლება ბაზარს და ამით წარმოშობს კონკურენციის გამომრიცხავ მონოპოლიურ სიტუაციას. ეს უკანასკნელი ხელფეხს უხსნის მძარცველური მონოპოლიური მაღალი ფასებით გაყიდვის შესაძლებლობას. ამის პარალელურად თუ არსებობს ფარული არხები (მექრთამეობა), რომელიც ნაკლებ ფასად ბაზარზე გასატან საქონელს იგდებს ხელთ და ამ ფასად მას არ მიუშვებს მომხმარებლამდე, არამედ თვითონ მიაწოდებს უფრო ძვირ ფასად, მაშინ იქნება ნოციერი ნიადაგი პარაზიტული სპეკულაციის გაფურჩქენისათვის. საქართველოში ამ გადიდებული ფასით ნაკლები პროდუქციის ყიდვის დამაფინანსებელი ხდება მექრთამე, მაფიაბიზნესმენი და სხვა ფარული და აშკარა უიარაღო თუ იარაღიანი მძარცველების ხელში ჭარბი ფულის ნაკადი.

ფასების მკვეთრი ზრდა კი აიძულებს მთავრობას სოციალური აფეთქების თავიდან აშორებისათვის გაადიდოს ხელფასი. ეს უკანასკნელი იმპულსს აძლევს ფასების ახალ მომატებას. ამით პარაზიტულ სპეკულაციას კიდევ უფრო ეხსნება ხელ-ფეხი.

ეს იყო ჩვენში ფულის გაუფასურების ხელოვნური და არა საბაზრო სისტემით გამოწვეული ფაქტორი, სადაც დომინირებს პარაზიტული სპეკულაცია, როგორც საბაზრო სისტემის მადეზორგანიზებელი მექანიზმი. ამიტომ, ჩვენში ფეხი მოიკიდა განსაკუთრებულმა და არასაბაზრო მარეგულირებელი ინფლაციის ტიპმა.

* ამგვარი მექანიზმი შესაძლოა ჩართოს სახელმწიფომ ექსპორტი-იმპორტის დარეგულირებაშიც

ამგვარი ვითარება საბაზრო ეკონომიკის საოცრება კი არაა, არამედ მაფიაბიზნესითა და პარაზიტული სპეკულაციით გაბაზრებული ეკონომიკის მახასიათებელია. იგი ფასების ლიბერალიზაციით ხელს უწყობს მონოპოლიური სიტუაციის გაღრმავებას, რაც კონკურენციის გამომრიცხავ ფაქტორად გვევლინება. ამ გარემოებაში ფასების ლიბერალიზაცია ასრულებს იმ „საწველი აპარატის“ როლს, რომელიც მოსახლეობიდან ამოქაჩავს კეთილდღეობას მაფიაბიზნესისა და პარაზიტული სპეკულაციის სასარგებლოდ.

ვის შეუძლია ამტკიცოს, რომ გამდიდრება-გადარიბების ამგვარი მექანიზმი და წყალგამყოფი საბაზრო სისტემის ჯანსაღი მექანიზმის შედეგია? არა გვეგონია, რომ ვინმემ ამგვარი მტკიცებისათვის გამოიღოს თავი, თუ იგი მაფიაბიზნესის დამქაში არ არის.

განა სიღარიბე-სიმდიდრის ამგვარი პოლარიზაცია ჯანსაღ საბაზრო სისტემაზე გადასვლის წინამძღვარია? რასაკვირველია, რომ არა და არა, ამიტომ არ შეიძლება მან არ შეიწიროს მრავალი პატიოსანი ბიზნესმენი, მეწარმე, კომერსანტი და მშრომელი. მათ ჩაუდგება რა ნორმალური მოგების წილში, ხელფასის წილსაც მოიგლებს ხელთ და ამ გზით ძარცვის პროცესი ეუფლება ეკონომიკას.

განა არ დადგა დრო, რომ მთავრობამ იკისროს მართვის ფუნქცია იქ, სადაც ამას ვერ აკეთებს საბაზრო სისტემის მექანიზმი და შექმნას იმგვარი გარემო, რომელშიც ინდიკატური წესით თავს იჩენს მისწრაფება საქონლით ბაზრის გაჯერებისაკენ და ამით კონკურენციის დაბადებისაკენ.

ხელისუფლებამ უნდა მოშალოს მაფიაბიზნესის, კორუფციის და პარაზიტული სპეკულაციის არსებობის ნოყიერი ნიადაგი;

ხელისუფლებამ უნდა მოხსნას მმართველობითი ბიუროკრატიზმის ბარიერები და ჯანსაღი ბიზნესის, მეწარმეობისა და კომერციული სპეკულაციის მასობრივ აღმოცენება-აყვავებას გაუხსნას ფართოდ კარები.

ხელისუფლებამ უნდა დაამკვიდროს უწყვეტი ნაკადის მომცემა მექანიზმი ეკონომიკური რესურსებით მეწარმეობის (საწარმოების) უზრუნველსაყოფად და ჯანსაღი სოციალური ეკონომიკური სტატუსის საყოველთაოდ დასამკვიდრებლად.

ყოველივე ეს საჭიროა იმიტომ, რომ დღეს ჩვენში უჭირს

ფეხის მოკიდება და აყვავება სოციალურად ჯანსაღი სტატუსის მქონე ბიზნესსა და მეწარმეობას. იმიტომ, რომ ნებისმიერი ჯანსაღი ორგანიზაციის, თუ მეწარმეობის სიცოცხლისუნარიანობის ნიადაგი არ არის შექმნილი, ამგვარის შექმნის პროცესიც კი არ შეიმჩნევა. პირიქით, მაფია მექრთამეობრივ მეურნეობრიობას ასაღებს ჯანსაღ ბიზნესად. სინამდვილეში კი იგი წარმოადგენს კორუფციონერთა მაფია ბიზნესს.

მეწარმეობა, ბიზნესის კეთება და კომერციული სპეკულაცია უნდა ფუნქციონირებდეს სიკეთის სტატუსით, მართლაც, გაბატონებულ საბაზრო სისტემაში კონკურენცია, პროდუქციის წარმოება, საქონლის გაყიდვა ხორციელდება მომხმარებლის ინტერესებისათვის, მისი მოთხოვნილების დაკმაყოფილებისათვის. ამ პირობებში ბაზარი მყიდველისაა და არა გამყიდველის. ბაზარს კარნახობს მყიდველი და არა გამყიდველი. აქ მომხმარებელი-მყიდველი ხელშეუვალია და ამდენად, დომინირებს მისი ავტონომიურობა. აქ ხორციელდება მომხმარებლის უზრუნველყოფა სათანადო ხარისხის და ხელმისაწვდომი ფასის მქონე პროდუქციით და მომსახურებით. განა ეს სიკეთეს არ მოასწავებს. სიკეთის ამგვარი კეთება ჯანსაღი ბიზნესის წყარო ხდება, ვინაიდან მომხმარებელი-მყიდველის მატერიალური კეთილდღეობის შექმნით დიდი შემოსავლების მიღება წარმოადგენს ბიზნესის ჯანსაღ სოციალურ-ეკონომიკურ სტატუსს.

მაევანსა და მაევანს ქვეცნობიერად ისიც აქვს დაშვებული, რომ ნებაზე მიშვებული საბაზრო სისტემა მონოპოლიური სიტუაციით ოდესღაც თვითონ დაბადებს ჯანსაღ საბაზრო სისტემას და ეს იმიტომ, რომ კონკურენცია თვითონ აღმოცენდებაო. მერე რა, თუ ამ გზამ გამოიწვია მოსახლეობის ჯანსაღი უმრავლესობის აბსოლუტური გაღატაკება. მაგრამ ის, ვინც ძარცვა-გლეჯით გამდიდრდება იბარტყებენ ჯანსაღ საბაზრო ეკონომიკასო.

უნდა ითქვას, რომ მცირე მოსახლეობიან საქართველოში თუ სიღატაკემ იმძლავრა, გაჩნდა მასობრივი სიშიშველე და შიმშილი, ყაჩაღობა-ჭურღობა, ბანდიტობა, ურთიერთძარცვა და ადამიანთა კვლა, მაშინ ან ტყვია ან შიმშილი, ან ეპიდემია ამოწყვეტავს მოსახლეობის განწირულ ჯანსაღ ნაწილს. ამით ქვეყანა ისე დაბინძურდება, რომ შესაძლოა იგი დაიცალოს ქონებით გამდიდრებულთა

მასობრივი ემიგრაციით.

ამიტომ ამგვარ ვითარებაში საჭიროა საქართველოს განვითარების სოციალურ-ეკონომიკური სტრატეგიის ძირფესვიანი შეცვლა.

განა შეიძლება „შოკური თერაპია“ და ისიც საქართველოს ნიადაგზე თერაპიის გარეშე „შოკად“ გადაქცეული საქართველოს მიესადაგოს? არა და არ შეიძლება ეს ზომ დღესვე თვალნათლივ ჩანს.

ამ მოვლენათა ანალიტიკური ჭვრეტის გარეშე ადგილობრივ პირობებთან მიუსადაგებელი უცხოური მოდელების დანერგვას განაშუქდნია მოუტანოს საქართველოს სიკეთე? რასაკვირველია, არა. ვინაიდან მექრთამეობითი მეურნეობრიობის ნეგატიურ ნიადაგზე ჩაგდებული ჯანსაღი მარცვალის კი სიმახინჯეს დაბადებს.

ამიტომ., საჭიროა ამ ნიადაგის გამოჯანსაღების მექანიზმი თავის თავში მოიცავდეს სოციალურ ინსტრუმენტარიასაც. შესაძლოა უცხო ქვეყნის მოდელში აღმოვაჩინოთ ის მასალა, რომელიც დაგვეხმარება ავაგოთ საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლის საქართველოსათვის უპრიანი მოდელი.

თუ კონკურენციის ფეხის მოკიდებისა და გამლიერების უშუალოდ მართვის მექანიზმი არ იქნა ქმედითად დანერგილი, მაშინ საბაზრო სისტემის პირველი საოცრების ფონზე კიდევ უფრო გაძლიერდება მაფიაბიზნესი, პარაზიტული სპეკულაცია, მექრთამეობითი მეურნეობრიობის სისტემა ე. ი. ყოველივე ის, რაც დაგვაშორებს ჯანსაღ საბაზრო ეკონომიკას და ნამდვილ ბიზნესს.

ამრიგად, ხელისუფლებამ უნდა იკისროს მართვის ის ფუნქციები, რასაც ვერ ეუფლება საბაზრო მექანიზმი, რათა უმართავი არ დაგვრჩეს მართვა რეგულირების საერთო არეალის არც ერთი გოჯიც კი.

ამიტომ, უნდა განვასხვავოთ კომერციული სპეკულაცია და პარაზიტული სპეკულაცია, ბიზნესი და მაფიაბიზნესი. ისინი ერთმანეთისაგან განსხვავდებიან ისე, როგორც ცა და დედამიწა.

კომერციული სპეკულაცია და ჯანსაღი ბიზნესი კონკურენციული საბაზრო სისტემის კომპონენტებია. საქონელზე მოთხოვნა-მიწოდებაში თანაფარდობის რეგულატორია. პარაზიტული სპეკულაცია და მაფიაბიზნესი ჩასაფრებულია და სადაც, კი იხელთებს დროს და გარემოებას, იქ მიმართავს ფარულ და აშკარა მიმთვისე-

ბლობას ისე, რომ სანაცვლო სარგებლობა არ მოუტანოს არც მომხმარებელს და არც საზოგადოებას.

მაგალითად, სახელმწიფოს საკუთარ თუ შემოზიდულ პროდუქციას და დახმარებასაც კი, რომელიც სახელმწიფო სავაჭრო ქსელმა უნდა გაყიდოს ან გასცეს დახმარებების სახით უშუალო მომხმარებელზე ქრთამით იგდებს ხელთ პარაზიტი სპეკულიანტი და მამასისხლის ფასად ყიდის მომხმარებელზე იქ, სადაც ამის შესაძლებლობას ქმნის გამყიდველთა დიქტატის მატარებელი ბაზარი.

მაფიაბიზნესი აბამს ცალმხრივი გამორჩენის მაქინაციურ ხლართებს. იგი თანამდებობრივი მდგომარეობით ვაჭრობს.

პარაზიტულ სპეკულაციას და მაფიაბიზნესს აწყობს პროდუქციის დეფიციტის შენარჩუნება, კონკურენტმექანიზმიანი საბაზრო სისტემის დაუშვებლობა. ამიტომ, ყოველი გზით ცდილობენ არ დაუშვან სოციალურად ჯანსაღი, თანამედროვე ცივილიზებული საბაზრო ეკონომიკის აღმოცენება, ანდა რაც შეიძლება მეტად გაახანგძლიონ მისი აღმოცენება.

პარაზიტული სპეკულაციისა და მაფიაბიზნესის ამ მახრჩობელა მექანიზმმა იმუშავა საქართველოს ეკონომიკური გაკოტრებისათვის და ახლაც სრულიად შეუფერხებლად განაგრძობს თავის საქმიანობას.

საჭიროა მმართველობის იმგვარი სტრატეგია, რომელიც თავისი მათრიენტირებელი იდეალით, პრაქტიკულად განხორციელებადი მიზნით და ამ გზაზე მავალი მეურნეობრიობის საბაზრო მექანიზმით გამოაცლის ნიადაგს პარაზიტულ სპეკულაციას, მაფიაბიზნესს, კორუფციას და ფართო გასაქანს მისცემს კომერციასა და ბიზნესს, რომელთაც შესწევთ უნარი წარმოქმნან რაც შეიძლება უახლოეს დროში კონკურენტმექანიზმიანი საბაზრო სისტემა. ამას ხელი უნდა შეუწყოს ჯანსაღი საგარეო ეკონომიკური კავშირების დამყარებამაც.

3.2. ინფლაციის მქანში სებაზრო სისტემაში და საქართველოს ეკონომიკა

არ შეიძლება ნებისმიერი მოქალაქე არ განიცდიდეს ჩვენში ყოფილი ჰიპერინფლაციით გამოწვეული და გადმონაშთად შემორჩენილი გაჭირვებისა და შიმშილის მასობრივი გავრცელებისადმი შიშს. ამ ფიზიკურ და მორალურ ზეწოლას იგი მიჰყავს სასოწარკვეთილებამდე.

ამ გარემოების გამო ისმის უაღრესად მწვავე კითხვა: პასიურად, უსულო საგნებით დავლოდინებოდით თუ რას გვიზამდა ჰიპერინფლაცია და რა დღეს გვიქადის აღნიშნული გადმონაშთი, თუ ყოველმხრივ ვეცადოთ მივაგნოთ ამ გადმონაშთისაგან თავის დაღწევის მექანიზმს. ამისათვის კი საჭიროა საბიუჯეტო ორგანიზაციებში გაუფასურებული ხელფასის რეაბილიტაცია ე. ი. სამუშაოს ღირებულების მისი შერულების დროის და ამ სამუშაოს ანაზღაურების შესაბამისობაში მოყვანა.

ჰიპერინფლაციისას მავანნი და მავანნი იტყოდნენ ინფლაციას ვაცადოთო, იმას კი არ კითხულობდნენ ჩვენეული ინფლაცია იგივეა თუ არა, რასაც წარმოადგენს ინფლაციის ცნობილი ორი ტიპი:

1. მოთხოვნის ინფლაცია და
2. მოწოდების ინფლაცია

ეს ტიპები სინქრონიზებული საბაზრო სისტემისთვისაა დამახასიათებელი. სინქრონიზებულია საბაზრო სისტემა, თუ აქ როგორც წესი დროში ემთხვევა საბაზრო თავისუფლება და საბაზრო შეზღუდულობები. მთავარია ის, რომ მათი თანმთხვევა დომინირებდეს იმდენად, რომ ფასების ბუნებრივი ზედა ზღვარს და ქვედა ზღვარს შორის ამპლიტუდა არ აღმოჩნდეს უკიდურესად დიდი. ე. ი. იმდენად დიდი, რომ არ იწვევდეს აბსოლუტური გაღატაკების დამდუპველ ზღვარს იქით გადაგდებას.

ამგვარი ბუნებისაა თუ არა ჩვენეული ინფლაცია (ჰიპერინფლაცია)? ამ კითხვაზე სწორი პასუხი მოითხოვს, რომ საფუძვლიანად გავერკვეთ რა განსხვავებაა ჩვენეულ და სინქრონულ საბაზრო სისტემის დამახასიათებელ ინფლაციათა შორის.

ცნობილია, რომ ინფლაცია ფასების საყოველთაო ზრდას ეწოდება, რასაც თან სდევს ფულის გაუფასურება. ცნობილია ისიც, რომ

ინფლაციის ტიპს განსაზღვრავს მისი წარმოქმნის საწყისი მიზეზი, ეს იმიტომ რომ, დანარჩენით ისინი ტყუპის ცალივით გვანან ერთმანეთს. განარჩევენ ინფლაციის ორ საწყის მიზეზს, რომლის მიხედვით ინფლაციის ერთ-ერთ ტიპს უწოდებენ მოთხოვნის ინფლაციას, მეორეს კი მიწოდების (წარმოების) ინფლაციას.

იმ შემთხვევაში, როდესაც ქვეყანაში საწარმოო სიმძლავრეები სრულადაა დატვირთული, ყველა საწარმოო (მატერიალური, ტექნიკური, ენერგეტიკული და შრომითი) რესურსი მთლიანად ათვისებულია და დასაქმებულობა სრულია ისე, რომ ამით მოთხოვნილებაც სრულადაა დაკმაყოფილებული და მოსახლეობის ფულადი შემოსავლებიც საკმაოდ მაღალია, მაშინ მომხმარებელში იღვიძებს ლტოლვა, რომ გაზარდოს სამომხმარებლო ხარჯები. იგი ცდილობს უკეთესი და მეტი დოვლათის ხარჯვას, ხმარებიდან საგნების მალე ამოღებას და მისი ახლით შეცვლის გახშირებას. ამ მძლავრ ტალღას სათანადო ზრდით ვერ პასუხობს წარმოება და საქონლის ბაზარზე მიწოდება. მათ ამ მომენტიდან მოყოლილი აქვთ თავიანთი შესაძლებლობები.

ამ ნიადაგზე გადახდის უნარიანი მოთხოვნილება ე. ი. მოთხოვნა წინ უსწრებს წარმოება- მიწოდებას. ამგვარი გარღვევა იწვევს ფასების საყოველთაო ზრდას. ასე წარმოიქმნება ინფლაციის ტიპი, რომელსაც უწოდებენ მოთხოვნის ინფლაციას.

საბაზრო სისტემისათვის დამახასიათებელია ის, რომ მოთხოვნის ინფლაციის დაწყებას წინ უძღვის ეკონომიკური ციკლის იმგვარი (პირველი) ეტაპი, როდესაც მოხმარებაში საერთო ხარჯები ე. ი. პირადი მოხმარების ინვესტიციების, სამთავრობო ხარჯების და წმინდა ექსპორტის დონეები იმდენად დაბალია, რომ პროდუქციის საერთო მოცულობა ძლიერ ჩამორჩება სრული დასაქმების დროს მის მაქსიმალურ დონეს. უმუშევრობის დონე მაღალია. საწარმოო სიმძლავრეების დიდი ნაწილი კი უმოქმედოა.

იმ შემთხვევაში, თუ პირადი მოხმარების, ინვესტიციების, სამთავრობო ხარჯებისა და წმინდა ექსპორტის მატეების პროცესმა, ან სხვა ფაქტორებმა, გამოიწვიეს მოთხოვნის საყოველთაო ამაღლება, მაშინ წარმოების მოცულობა მოიმატებს, უმუშევრობის დონე შემცირდება, ფასები კი უმნიშვნელოდ ან სრულიად არ იმატებს. ეს იმიტომ ხდება, რომ არსებობს მნიშვნელოვანი უმოქმედო შრომითი

და მატერიალურ-ტექნიკური და ენერგეტიკული რესურსები, რომელთა წარმოებაში ჩართვა არ იწვევს ფასების შესამჩნევ მატებას. ისინი უმოქმედო იყვნენ გადახდისუნარიანი მოთხოვნების დაბალი დონის გამო. მათი მოქმედებაში ჩართვა შესაძლებელი ხდება მოქმედი ფასებით. ამ პირობებში უმუშევარი იწყებს მუშაობას ისე, რომ არ მოითხოვს ხელფასის გადიდებას. შრომის ფასების ზრდა აქ არ გვევლინება მოთხოვნის ზრდის ფაქტორად.

ამ პირობებში წარმოების გადიდება არ მოითხოვს რესურსების გამოყენების ინტენსიფიკაციას და კმაყოფილდება უმოქმედო რესურსების წარმოებაში ჩართვით. ამიტომ, წარმოების ამგვარი ზრდა იწვევს მეწარმეობის აქტივიზაციას. ამის შედეგად არსებითად მატულობს პროდუქციის მოცულობა ფასების უცვლელით.

მუშახელის დასაქმების ზრდის კვალობაზე იწყებს მატებას გადახდისუნარიანი მოთხოვნა, რაც უბიძგებს ეკონომიკას შევიდეს მისი ციკლის მეორე ეტაპში. ამ შემთხვევაში ხელფასები კი არ მატულობს, არამედ მატულობენ ხელფასიანები. ამით ეკონომიკა უახლოვდება სრულ დასაქმებულობას და არსებული რესურსების წარმოებაში ჩართვას. ფასების დონემ შეიძლება არ დაიწყოს მატება მანამდე, სანამ არ იქნება მიღწეული სრული დასაქმებულობა.

ამას გამოიწვევს ის, რომ წარმოების გაფართოების კვალობაზე ერთდროულად არ ამოიწურება უმოქმედო რესურსების ყველა სახეობა ეკონომიკის ყველა სექტორში, მრეწველობის ყველა დარგში.

მრეწველობის ზოგიერთ დარგში თავს იჩენს ვიწრო ადგილები (ე. ი. სიმძლავრეთა ან რესურსების უკმარისობა), თუმცა დარგთა უძრავლესობას გააჩნია ჭარბი საწარმოო სიმძლავრეები. მრეწველობის რიგ დარგში უფრო სწრაფად ხორციელდება თავისი საწარმოო სიმძლავრეების ათვისება და აღარ ძალუძთ განახორციელონ წარმოების შემდგომი ზრდა მოთხოვნის შემდგომი ზრდის საპასუხოდ ე. ი. შეჩერდება მიწოდების ზრდა. აქ უკვე იწყებენ ფასები ზრდას. მატულობს რა შრომის ბაზარზე სამუშაო ძალაზე მოთხოვნა, ნაწილობრივ დასაქმებულნი სრული დასაქმებულობით ხდებიან გამოყენებულნი ე. ი. მატულობს მათი ხელფასი ფულად გამოხატულებაში. ამით მატულობს წარმოებაზე საერთო დანახარჯები, მის დასაფარავად მეტი ფულადი სახსრები ხდება საჭირო, ამიტომ საწარმოები მიმართავენ ფასების გადიდებას.

სამუშაო ძალაზე მოთხოვნას უჩნდება შევიწროების სიმპტომები, ეს კი უბიძგებს იქითკენ, რომ გაფართოვდეს პროფკავშირების შესაძლებლობა კოლექტიურ ხელშეკრულებათა დადებისას მიაღწიონ ხელფასის საგრძნობ მომატებას. ფირმები მზად არიან დაუთმონ პროფკავშირებს, რათა ეკონომიკის აყვავებისას არ დაკარგონ უფრო მეტი მუშათა გაფიცვებით. ასე იწყება საერთო ხარჯების მატება. წარმოიქმნება ამ ხარჯების მომხმარებლისადმი გადაკისრების მცდელობა ფასების გადიდებით.

როდესაც მიღწეული ხდება კვალიფიციურ მუშაკთა სრული დასაქმება, ფირმები იძულებული ხდებიან დაიქირაონ უფრო დაბალკვალიფიცირებული ნაკლებპროდუქტიული კადრები. ეს იწვევს დანახარჯების მეტად ზრდას, ვიდრე მიიღება მათგან უკუგება. ამის გამო ადგილი აქვს ფასების მატებით ამ დანაკარგების კონპენსაციისაკენ ლტოლვას, რომელიც წარმოქმნის ეკონომიკური ციკლის მეორე ეტაპს. იგი ხასიათდება ფასმატებით, რომელსაც უწოდებენ ნაადრევ ინფლაციას. იგი იწყება ქვეყანაში საყოველთაო სრული დასაქმებულობის მიღწევამდე. ეს ინფლაცია შედარებით სუსტია და თითქმის უმტკივნეულო.

ეკონომიკური ციკლი შემდგომში აღწევს იმ ეტაპს, როდესაც დანახარჯების ზრდა ხდება საყოველთაო და სრული დასაქმება ვრცელდება ეკონომიკის ყველა სფეროზე.

ამ პირობებში, *მრეწველობას არ შეუძლია უპასუზოს მოთხოვნის საყოველთაო ზრდას პროდუქციის მოცულობის საყოველთაო გადიდებით. ამიტომ იგი პასუზობს ფასების საყოველთაო მატებით. ასე ყალიბდება ეკონომიკური ციკლის მესამე ეტაპი, რაც წარმოქმნის მოთხოვნის ინფლაციას, რომელსაც უწოდებენ წმინდა ინფლაციას. ამ დროს ერთობლივი მოთხოვნა აღემატება საზოგადოების საწარმოო შესაძლებლობებს და ამით წარმოქმნის ფასების საყოველთაო ზრდას.*

წარმოებაზე დანახარჯების საყოველთაო ზრდით გამოწვეული მიწოდების საყოველთაო შემცირებას მიწოდების ინფლაცია ეწოდება.

ამ ტიპის ინფლაცია შესაძლოა აღმოცენდეს დანახარჯების, გასაყვლების ზრდის გამო ბაზარზე საქონელთა მიწოდების შემცირებით.

პროდუქციის ერთეულზე დანახარჯების ზრდა იწვევს მოგების

შემცირებას და წარმოების მოცულობის შეზღუდვას იმ ზომამდე, რა ზომითაც ფირმებს შესწევთ უნარი არსებული ფასების პირობებში აწარმოონ პროდუქცია. ამის გამო მცირდება პროდუქციისა და მომსახურების მიწოდება მთელი ქვეყნის მასშტაბით. მიწოდების ეს შემცირება თავის მხრივ ზრდის ფასების დონეს. ამ ტიპის ინფლაციას იწვევს წარმოებაზე დანახარჯების ზრდა და არა მოთხოვნის მატება. ეს კი თავის მხრივ იწვევს, მოთხოვნის იმავე დონის პირობებში, წარმოებისა და მიწოდების დაცემას და ამის გამო ფასების ზრდით ინფლაციის ამ მეორე ტიპს.

ამ ტიპის ინფლაციის მთავარი წყაროებია: ნომინალური ხელფასის საყოველთაო ზრდა, ნედლეულისა და ენერჯის რესურსებზე ფასების მატება.

ნომინალური ხელფასის საყოველთაო ზრდით გამოწვეული ინფლაცია წარმოადგენს მიწოდების (შემცირების) ინფლაციის სახეობას, რომელიც გამოწვეულია წარმოებაზე დანახარჯების გადიდებით.

საბაზრო სისტემისას ინფლაციის ამ სახესხვაობის წყაროდ შესაძლოა გახდეს პროფკავშირების მოთხოვნა ხელფასის გადიდებისათვის, ამით მათ შესაძლოა გამოიწვიონ პროფკავშირის არა წევრი მუშების შრომის ანაზღაურების ამაღლებაც მისი ზრდის საერთო ფონზე.

თუ ხელფასის მატება მთელი ქვეყნის მასშტაბით არ შეწონასწორდა რაიმე საპირისპირო ფაქტორით, სახელდობრ, პროდუქციის სათანადო ზრდით, მაშინ მოიმატებენ დანახარჯები პროდუქციის ერთეულზე. ე. ი. იმ შემთხვევაში თუ შრომის მწარმოებლურობის ზრდის ტემპით არ გაწონასწორდა ხელფასის მატება, მაშინ მატულობს ხელფასის დანახარჯები პროდუქციის ერთეულზე. მწარმოებლები ამაზე უპასუხებენ ბაზარზე მისაწოდებელი პროდუქციის მოცულობის შემცირებით, რაც იწვევს ფასების მატებას. აქ საწყისი მიზეზია ნომინალური ხელფასის უზომო ზრდა. ამიტომ, მას ეწოდება ხელფასის გადიდებით გამოწვეული ინფლაცია.

მატერიალური და ენერგეტიკული რესურსების დანახარჯების ზრდა პროდუქციის წარმოებასა, ტრანსპორტირებასა და მიწოდებაში თუ შეიქმნა საყოველთაო, მაშინ საქმე გვაქვს დანახარჯების ზრდით გამოწვეულ მიწოდების რღვევასთან და ამის გამო გამოწვეულ ინფლაციასთან.

ინფლაციის მეორე ტიპს შეუძლია ავტომატურად თვითონ შეზღუდოს თავისი თავი. იგი ან თანდათან ჰქრება ან თვით განიკურნება, ამის მექანიზმი შემდეგში მდგომარეობს: მიწოდების შემცირების გამო ეროვნული პროდუქციის მოცულობა და დასაქმებულობა ეცემა, ამის გამო წარმოება იზღუდება და წარმოებაზე დანახარჯების მოცულობა კლებულობს, ბაზარზე კი მცირდება რესურსებზე მოთხოვნა. რესურსების ბაზარზე მოთხოვნამ შეიძლება ბოლოს და ბოლოს ჩამოიწიოს მიწოდებაზე დაბლა. ეს გამოიწვევს რესურსების ბაზარზე კონკურენციის გამძაფრებას, რაც ფასებს უბიძგებს შემცირებისაკენ. ეს კი, თავის მხრივ გამოიწვევს რესურსებზე ფასების შემცირებას და დანახარჯების ზრდის ფაქტორის მოხსნას. ე. ი. იმ ფაქტორის, რომელმაც გამოიწვია ამ ტიპის ინფლაცია.

ამ პირველი მიზეზის მოხსნა მოცემული ტიპის ინფლაციიდან გამოსვლის მანიშნებელია.

ამრიგად, რესურსებზე მოთხოვნის შემცირებას იწვევს წარმოებისა და საწარმოო მოხმარების მაშტაბის შემცირება. ეს წარმოქმნის რესურსების ბაზარზე მათი ჩაწოლის საფრთხეს, რაც თავის მხრივ იმპულს აძლევს რესურსებზე ფასების კლებას, რომლის გაძლიერების კვალობაზე იგი ამძაფრებს რესურსთმწარმოებელთა (რესურსთ მიმწოდებელთა) შორის კონკურენციას რესურსების ბაზარზე. ეს კი იწვევს ფასების შემდგომ შემცირებას ე. ი. ბუნებრივად იწყებს მოქმედებას ფასკლების ამგვარი მექანიზმი.

აქ მოქმედებენ ინფლაციისაგან გამოსვლის ენდოგენური ფაქტორები, რაც დამახასიათებელია საბაზრო სისტემისათვის. იგი ძირითადად ეყრდნობა მოცემული ქვეყნის საწარმოო ძალებს, რომლებიც ორგანულად არიან შეკავშირებულნი მოცემული ქვეყნის სახალხო მეურნეობრივ სისტემაში და ქმნიან მსოფლიო ეკონომიკაში ცალკე ეკონომიკურ სუბიექტს მოცემული ქვეყნის სახით, მეურნეობრიობის თავისი მექანიზმით, სოციალური, ეკონომიკური და კომერციული ინტრესებით.

ეგზოგენურ ფაქტორებს შეუძლიათ ხელი შეუწყონ ან ხელი შეუშალონ ინფლაციიდან გამოსვლის მექანიზმს. იმ შემთხვევაში თუ მოცემული ქვეყნის სახალხო მეურნეობა და მისი ძირითადი რგოლები მოცემული ქვეყნის ფარგლებში არ ქმნიან ეკონომიკური

სუბიექტის მთლიანობით სისტემას, არამედ ეყრდნობიან სხვა ქვეყნების რესურსების ბაზარს, ისე რომ არა აქვთ ჩამოყალიბებული ქვეყნის შიგა ბაზარი, მოშლილია საკუთარი წარმოება და დაქსაქსულია საწარმოო ძალები, არც საბაზრო სისტემა და არც მთავრობა ვერ მართავს ან არ მართავს ვერც კაპიტალისა და ვერც შრომის გამოყენებას, მოშლილია საშემსრულებლო დისციპლინა და სახალხო მეურნეობის სტრუქტურა უფრო ჯუმლობრივია, ვიდრე მთლიანობითი, ე. ი. წარმოადგენს იმ საწარმოთა გროვას, რომლებიც უცხო ქვეყნების ინტერესების მატარებლები უფრო არიან, ვიდრე ეროვნული სახელმწიფოსი. თუ სახელმწიფოს არ გააჩნია ეგზოგენური ფაქტორებისაგან თავდამცავი მექანიზმი, რომელიც საკუთარი რესურსებით, საკუთარი წარმოების გამართულ ფუნქციონირებას უზრუნველყოფს ეგზოგენური ფაქტორების გავლენისაგან თავისუფლების უზრუნველყოფით და ამით მოცემული ქვეყნის მყარი შიგა ბაზრის ჩამოყალიბებით, მაშინ მოცემული ქვეყნის ინფლაცია მეტწილად დამოკიდებულია ეგზოგენურ და არა ენდოგენურ ფაქტორებზე.

სწორედ ასეთი მდგომარეობაა საქართველოში, ისიც უნდა ვიცოდეთ, რომ საქართველოში არსებული ინფლაცია საბაზრო სისტემის ზემოაღნიშნული ტიპებიდან არც ერთს არ განეკუთვნება. პირველადი მიზეზით იგი მკვეთრად განსხვავდება ზემოაღნიშნული ტიპებისაგან. სახელდობრ, აქ პირველადი მიზეზი რომელმაც გამოიწვია ინფლაცია სულ სხვაა. იგი არც მოთხოვნაში და არც წარმოებაში ხარჯების საყოველთაო ზრდითაა გამოწვეული. იგი გამოწვეულია საბაზრო შეზღუდულობათა გარეშე ქოტურად ფუნქციონირებადი საბაზრო თავისუფლებისაკენ ბრმად მსწრაფ პირობებში მთავრობის მიერ მართვის ფუნქციების უარყოფით, რამაც გამოიწვია მართვის ფუნქციების რაციონალური განაწილება კონკურენციასა და მთავრობას შორის, მართვის ცენტრალურ ორგანოებსა და საწარმოებს შორის ისე, რომ უმართავი არე არ წარმოქმნილიყო. ეს პროცესი დაიწყო ჯერ კიდევ საბჭოთა კავშირის მთავრობამ, რაც გააძლიერა მოკავშირე რესპუბლიკების ლტოლვამ გაეწყვიტა ერთმანეთთან ეკონომიკური კავშირები პოლიტიკურ კავშირებთან ერთად, შემდეგ კი საქართველოს მთავრობათა პოლიტიკამ, ჯერ თანდათან, შემდეგ კი შოკური წესით მართვის ფუნქციების გადაყრის გაძლიერებით მბრძანებლობითი ეკონომიკიდან

გადამხტარიყო წმინდა კაპიტალიზმში. ანალოგიურ ქმედებათა გამო მანეთის ზონაში ეკონომიკის ამგვარი რეფორმირების შედეგია ინფლაციის ის პროცესიც, რომელიც ასე მწვავედ იგრძნობოდა საქართველოში. ამიტომ იგი საბაზრო სისტემის ინფლაციისაგან განსხვავებული იყო და წარმოადგენდა ინფლაციის განსაკუთრებულ ტიპს, სახელდობრ ისეთს, როგორც არის მანეთის ზონის ქვეყნებში, იუგოსლავიაში, უნგრეთში, პოლონეთში ძველი სისტემის და კავშირების რღვევის პროცესით წარმოქმნილი ინფლაცია.

ისინი ვარაუდობდნენ, რომ ფასწარმოქმნის დეცენტრალიზაცია და „ფასების შეწონასწორება“ აუცილებლად გამოიწვევდა მათი ღონის ამალღებას, რომლის შემდეგ მოხდებოდა ფასების საერთო ღონის სტაბილიზაცია. ასე იმიტომ ეგონათ, რომ იმედოვნებდნენ, თითქოს ყოფილი სისტემის დემონტაჟის პროცესში თავისთავად წარმოიქმნებოდა ახალი თვითრეგულირებადი მექანიზმი, ისევე, როგორც ეს ხდება თანამედროვე ცივილიზებულ საბაზრო სისტემაში, რომელიც მართვის ფუნქციების დიდ ნაწილს დააკისრებდა საბაზრო შეზღუდულობებსა და მკვეთრად შეამცირებდა მთავრობის ფუნქციებს. თითქოს ეს მექანიზმი თავისთავად იმპულსს მისცემდა საზოგადოების თვითდანიტერესებას განეხორციელებინა წარმოების ინტენსიფიკაცია და მმართველობითი რაციონალიზმი, ამის შედეგად კი მიიღებდა მინიმალური დანახარჯებით მაქსიმალურ უკუგებას. თითქოს ამგვარი მოქმედება ავტომატურად წარმოქმნიდა ინფლაციის მარეგულირებელ ფუნქციას ისეთივე მექანიზმით, რომელიც დამახასიათებელია სინქრონიზებული საბაზრო სისტემისათვის.

აღმოჩნდა სულ სხვა რამ, რესურსების ცენტრალიზებული განაწილების სისტემიდან გადასვლა დეცენტრალიზებულ სისტემაზე მთავრობის მიერ განხორციელდა ამ სფეროში მართვის სადავეების გადაყრით და არა პრაქტიკაში ფეხმოკიდებულ საბაზრო ძალთათვის, მათ შორის საბაზრო ინფრასტრუქტურისათვის, მათი ორგანიზებული გადაბარებით. ამან კი წარმოქმნა უპრეცედენტო პრობლემები. სახელდობრ, ინფლაციური პროცესების დაჩქარება, რომელსაც თან ახლდა ახალი ტიპის მოვლენები. ინფლაცია არ აღმოჩნდა გარკვეული ღონის მიღწევის შემდეგ სტაბილიზაციის მომზადების ფაქტორიც კი, თუნდაც ფასების მაღალ ღონეზე, ამის

ნაცვლად ინფლაციის თავაშეებულობა შეეზარდა უმართვალობას ე. ი. საბაზრო შეზღუდულობათა არ არსებობას. ამიტომ აღმოჩნდა უმართვადი საკმაოდ საგრძნობი არე. ამან კი გამოიწვია ფულის ერთეულის ეკონომიკური და სოციალური სტაბილურობის ძირის გამოთხრა.

ასე წარმოიქმნა გარღვევა სასურველ და რეალურ მოდელებს შორის, ვინაიდან საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლის გამოყენებულ მქეპანიზმი უვარგისი აღმოჩნდა. ამგვარი გარღვევა კიდევ უფრო აძლიერებს ინფლაციის პროცესებს ფასების მხრივ, ფულის ბრუნვის მხრივ, ფულის ნაკადის მიერ საბანკო-საკრედიტო სისტემისათვის გვერდის ავლის მხრივ.

ეს შეცდომა მთლიანად, ყოველგვარი ანალიტიკური ჭკრეტის გარეშე გადმოიღეს საქართველოს ეკონომიკაში. მოხდა ის, რომ სხვის შეცდომებს გულდასმით ვიმეორებთ ნაცვლად იმისა რომ, სხვის შეცდომებზე ვისწავლოთ.

საქართველოში ეკონომიკური რეფორმის მესვეურთაც ეგონათ, რომ ფასწარმოქმნის დეცენტრალიზაციის პროცესში ფასების ღონე და რაც მთავარია თანაფარდობა ახალწარმოქმნილ საბაზრო ფასებს შორის თავისთავად დაიწყებდნენ გამოსაშვები პროდუქციის იმგვარი სტრუქტურის თანდათან ჩამოყალიბებას, რომელიც მთლიანად უპასუხებდა საზოგადოებრივ მოთხოვნებს, მაგრამ ეს ასე არ მოხდა.

საწარმოების უმრავლესობა სარგებლობს რა, მემკვიდრეობით ბოძებული მონოპოლიური სტრუქტურით (რომელიც გამორიცხავს დივერსიფიკაციასაც კი) დაიწყო მოგების გადიდება წარმოების ზრდით კი არა, არამეტ ფასების უწყვეტი მატებით, რომელსაც სრულიად არ ზღუდავს კონკურენცია, და რომელსაც გამორიცხავს ქვეყანაში მოქმედი მონოპოლიური ფასწარმოქმნის სიტუაცია. მორავლდა სავაჭრო-კომერციული წერტილები, რომლებსაც ბაზრის საქონლით გაუჯერებლობის გამო გააჩნიათ უნარი ყოველმა მათგანმა, (სათითაოდ და ყველამ ერთად) შეუზღუდავად განაგოს ფასების რაც შეიძლება მეტი ზრდა და ამით მიიღოს მეტი მოგება. ამ ფაქტორმა რომ არ დაახრჩოს მოსახლეობა, მთავრობა ამ სტიქიის ტყვე ხდება და იძულებულია არასრულად, მაგრამ მაინც ხელფასები მოუმატოს. გამოუშვას ბაზარზე ფულის მასა პროდუ-

ქციის ზრდის გარეშე და მასთან კავშირის გარეშე. ეს კი იწვევს ინფლაციის ახალ ძლიერ ტალღას. ამას კვებავეს ისიც, რომ მაფიური მექანიზმით დაგროვილი ფულადი მასა ნერგავს მძაფრ კონკურენციას არა გამყიდველებს, არამედ მყიდველებს შორის. ისე, რომ ერთნი მაღალ ფასად იგდებენ ხელთ პროდუქციას მეორეთა უპროდუქტოდ დატოვების ხარჯზე.

ეს კი ბიძგს აძლევს ფასების კიდევ უფრო მეტ ზრდას. ამან არ შეიძლება არ გამოიწვიოს მთავრობის იძულებითი ნაბიჯი ხელფასების მოსამატებლად და ა. შ. იწყებს მოქმედებას ინფლაციის სპირალის ახალი წრე უფრო მაღალ დონეზე. ეს კი უბიძგებს იმას, რომ შტურმით განხორციელდეს ფულის გაუფასურება და ინფლაცია გადაიზარდოს ჰიპერინფლაციაში., ამ პირობებში უზომოდ მეტი ფული გროვდება მათ ხელში, რომელთა ფულადი შემოსავლები წინ უსწრებს ინფლაციის ტემპს. თუ ეს გასწრება არ შეწყდა ინფლაცია კიდევ უფრო გაღრმავდება, რაც ინფლაციას აქცევს ქვეყნის ეკონომიკის გაკოტრების ფაქტორად. გარდა ამისა, ინფლაციის სწრაფ ტემპს თან ახლავს ნომინალური ხელფასის გაუფასურებაც, მისი გაცემის დაგვიანება კი რეალური ხელფასის შემცირების დამატებითი ფაქტორი გახდება.

ამიტომ, ამ ტიპის ინფლაციას დაკარგული აქვს საბაზრო ეკონომიკის ციკლის მარეგულირებელი ფუნქცია საერთოდ და განსაკუთრებით საქართველოსათვის. ამ პირობებში ეკონომიკა მუდმივად ინარჩუნებს ინფლაციის კლიმატს, რომელიც იწვევს წარმოების ეფექტიანობის, დანახარჯთა უკუგების მატების, ინოვაციური პროცესების სტიმულირების საგრძნობი ზომით ნეიტრალიზებას. ფასების გადიდება ენაცვლება ყოველ მათგანს, როგორც ზოგიერთების თავის გადარჩენის ან კიდევ მოგების ზრდის იოლი გზა.

ამ გარემოებათა გამო საჭიროა, შემუშავდეს პრივატიზაციის მექანიზმი ყოველი დარგის თავისებურებათა გათვალისწინებით, რომელიც გამორიცხავს გაუმართლებელი აჩქარებით კონკურენციამშილ საბაზრო სისტემაზე გადასვლის დაგვიანებას. ეს იმას ნიშნავს, რომ პრივატიზაციის პროცესი არ უნდა მოვწყვიტოთ ეკონომიკის დღევანდელ მდგომარეობას. მაგრამ მოხდა ის, რომ ჯერ მთავრობამ გადაყარა მართვის ფუნქციები, ეხლა კი ყრის ქონებასაც.

ამის გამოსარიცხავად საჭიროა, რომ პრივატიზაციის მექანიზმი

მოიცავდეს პრივატიზაციის პროცესშივე ეკონომიკის აღმავლობის მექანიზმს.

ეკონომიკა აღმავლობიანი პრივატიზაცია უნდა განსაზღვრავდეს ამ პროცესის დამთავრების ვადას და არა პირიქით, დამთავრების ვადად ხელი შეუშალოს ეკონომიკა აღმავლობიანი პრივატიზაციის განხორციელებას.

პრივატიზაციის მექანიზმი უნდა უშუალოდ დაუკავშირდეს ქვეყნის შიგა კონკურენციამზიდ საბაზრო სისტემის აღმოცენების მექანიზმს და ისიც უაღრესად ქმედითად.

სრულიად საპირისპირო მექანიზმი გააჩნია სინქრონიზებული საბაზრო ეკონომიკის ქვეყნებში მოქმედ ინფლაციას. იგი ჯანსაღ საბაზრო სისტემაში საბაზრო შეზღუდულობათა დაკმაყოფილების მაღალი დონის პირობებშიც კი იწვევს ინფლაციას, მეწარმეთა შორის კონკურენცია კი ზღუდავს და მოხსნის კიდევ ამ ინფლაციას. ამ შემთხვევაში ჩვენ საქმე გვაქვს ინფლაციის იმგვარ ტიპთან, რომელსაც მოთხოვნის ინფლაციას უწოდებენ.

წარმოებაზე დანახარჯების ზრდაც იწვევს ინფლაციას, წარმოების მოცულობის შეზღუდვით, რომელიც გამორიცხავს გამყიდველთა შორის კონკურენციას, ამ ტიპის ინფლაციას შეიძლება ეწოდოს მიწოდებათა ინფლაცია.

სულ ერთია გვექნება ინფლაციის ამ ორი ტიპიდან პირველი თუ მეორე, ერთიც და მეორეც საკუთარი მექანიზმით ზღვარს უდებს ინფლაციის პროცესს. სახელდობრ, წარმოების შეზღუდვა, რომელსაც იწვევს რესურსების გაძვირება, თავის მხრივ, ამცირებს რესურსებზე მოთხოვნილებას და ამიტომ რესურსების ბაზარზე გამოაცოცხლებს რესურსების მწარმოებელთა შორის კონკურენციას. ამით იწყება რესურსებზე ფასკლება, ეს კი ამცირებს ამ რესურსებზე წარმოებულ პროდუქციაზე დანახარჯებს. დანახარჯთა ამ საყოველთაო შემცირებით შესაძლებელი ხდება კაპიტალის იგივე მოცულობით განხორციელდეს წარმოების უფრო მეტი მასშტაბით გაშლა. ამით ხდება ინფლაციიდან შემოტრიალება ჯერ დეზინფლაციისაკენ (ინფლაციის ტემპების შემცირებისაკენ), შემდეგ კი დეფლაციისაკენ (ფასმატების ნაცვლად ფასკლებისაკენ.).

ასეთია მიწოდების ინფლაციის ტიპის მარეგულირებელი მექანიზმი. მოთხოვნის ინფლაციას ზღვარს უქმნის ის, რომ მოთხოვნის აღ-

მასვლის მიმართ წარმოების ჩამორჩენა იმპულსს აძლევს ფას-მატებას არა რესურსებზე, არამედ პროდუქციაზე, ვინაიდან წარმოიქმნება მყიდველთა შორის კონკურენცია (ვინ უფრო უკეთეს და მეტს იყიდის). ამგვარ პირობებში ფასმატების ეს მექანიზმი იმპულსს აძლევს ძირითადი კაპიტალის მასობრივ განახლებას, რაც მოასწავებს სამუშაო ადგილების მომრავლებას, ხელფასების ზრდას და ა. შ. გადიდებული წარმოებით ძლიერდება მეწარმეთა (მწარმოებელთა) შორის კონკურენცია. ეს კი იწვევს ფასკლებას და ინფლაციას ენაცვლება დეფლაცია.

ასეთია მოთხოვნის ინფლაციის ტიპის მარეგულირებელი მექანიზმი.

საჩქაროა საქართველოს გააჩნდეს საშინაო ბაზარი, რომელშიც უნდა დაიწყოს მოქმედება საბაზრო სისტემის მარეგულირებელი ინფლაცია-დეზინფლაცია-დეფლაციის მონაცვლეობის საკუთარმა მექანიზმმა.

თანამედროვე ცივილიზებული ე. ი. სინქრონიზებული საბაზრო სისტემის ქვეყნებში ინფლაცია-დეფლაციის მარეგულირებელი მექანიზმი ქმნის არა იმდენად ინფლაციიდან თავის დაღწევის პრობლემას, რამდენადაც მომავლის განუსაზღვრელობიდან თავის დაღწევის პრობლემას.

ინფლაცია იწვევს ფულის გაუფასურების პროცესს. აქ პრობლემა წარმოიქმნება არა იმდენად ფულის გაუფასურებით, რამდენადაც იმის გამო, რომ შეუძლებელი ხდება ვიწინასწარმეტყველოთ ცვლილებები გაუფასურების ტემპში.

მაღალი, მაგრამ ინფლაციის მუდმივი ტემპი, რომელზეც შეიძლება საიმედოდ ორიენტირება, იწვევს ბევრად ნაკლებ პრობლემებს, ვიდრე თვით ინფლაცია დაბალი ტემპის პირობებშიაც კი, თუკი მისი ცვლილების წინასწარმეტყველება შეუძლებელი ხდება.

არანაკლები პრობლემებით ხასიათდება დეფლაცია, რომელიც წარმოადგენს ინფლაციის საპირისპირო მოვლენას. იგი მოასწავებს ფულის მყიდველობითი ძალის ზრდას. საბაზრო სისტემაში მყოფი საზოგადოებისათვის ამ პროცესსაც შემოაქვს განუსაზღვრელობა მომავლის დაგეგმვაში ამ პროცესის ტემპის ცვლილების წინასწარი ჭკრეტის შეუძლებლობის გამო.

ანალოგიურ პრობლემას ქმნის დეზინფლაცია, როდესაც ინფლაციის შემცირების ტემპის მერყეობის წინასწარ გათვალისწინება შეუძლებელი ხდება.

თანამედროვე ცივილიზებულ ე. ი. სინქრონიზებულ საბაზრო სისტემაში ამგვარ პრობლემებთან გვაქვს საქმე.

ამ მდგომარეობიდან თავის დაღწევის გზად გვესახება ქვეყნის შიგა კონკურენციამზიდი ე. ი. სინქრონიზებული საბაზრო სისტემის ჩამოყალიბება და მისი დამცავი მექანიზმის შექმნა-ამოქმედება.

3.3. ფასწარმოქმნის მექანიზმი, კონკურენცია და ფირმის (საწარმოს) შემოსავლები

ეკონომიკის საბაზრო სისტემაში, თუ იგი ფუნქციონირებს წმინდა საბაზრო სისტემისათვის ბუნებრივად დამახასიათებელი მექანიზმით, სამრეწველო საწარმოს (ფირმის) შემოსავლები ყალიბდებიან ნორმალურად პირობებში.. აქ განვიხილავთ ფირმის შემოსავლების ფორმირებაზე საბაზრო გარემოს გავლენის მექანიზმს. მისი მეშვეობით მჭიდრო კავშირი ყალიბდება შრომის ანაზღაურებასა (ვიგულისხმობ, რომ ნორმალური მოგება შედის აქ, როგორც მეწარმეობის შრომის ანაზღაურება) და პროდუქციის ფასს შორის. ეს იმიტომ რომ, *თუ შრომა არ ანაზღაურდა, მაშინ ბაზარზე მყიდველი - ფული არ აღმოჩნდება.* ე. ი. საქონელი არ გაიყიდება, საწარმო შემოსავალს ვერ მიიღებს და ამიტომ წარმოება ჩაკდება (გაჩერდება). აუცილებელია შეიკრას წრედი: პროდუქციისათვის გაცემული ხელფასის ბაზარზე გასვლა პროდუქციის საყიდლად. პროდუქციაში ამ ფულის გადახდა წარმოშობს საწარმოს შემოსავალს. ეს შემოსავალი იზარჯება წარმოების განახლებაზე იგივე, ან მეტი ანდა შეკვეცილი მასშტაბით. ამგვარია ფირმის ტიპის საწარმოს შემოსავლების საბაზრო მექანიზმის ხერხემალი.

ერთის მხრივ, საწარმო მიაკითხავს ბაზარს საქონლის მიწოდებით, მეორეს მხრივ კი საწარმოს კოლექტივი (ყოველი მუშაკი) ბაზარზე საყიდელი ფულით. ეს ისე უნდა მოხდეს ჩვენს მაგალითში, რომ ამ ფულმა მთლიანად შეიძინოს ეს საქონელი. მაშინ არცერთი მუშაკი არ აღმოჩნდება ბაზრის ფარგლებს მიღმა. ამგვარია სურათი, თუ საქმე გვაქვს ერთ საწარმოიან საბაზრო მექანიზმთან. მან დაგვანახა კავშირი საწარმოს შემოსავალსა და

ხელფასს შორის, რომელმაც უნდა შეერას წრედი და უჩვენოს კავშირი შემოსავლებს, ფასებს, ხელფასებს და მყიდველებსა და გამყიდველებს შორის. ეს კავშირები დევს საბაზრო სისტემის ხერხემალში. აქ ისიცა დევს, რომ მრავალრიცხოვან და მრავალპროფილიანი საწარმოების გამო აღნიშნულ ხერხემალში ჩართულია კონკურენციის მექანიზმიც. სახელდობრ, კონკურენცია მოასწავებს ბრძოლას ბაზრის დაუფლებისათვის, ბაზარზე შეღწევისათვის ისე, რომ წაართვას სხვა მიმწოდებელს, გამყიდველს, მწარმოებელს, თუ მეწარმეს მყიდველები ე. ი. მათ უნდა იყიდონ სხვა პროდუქციის ნაცვლად იმათი პროდუქცია, რომელთა ხარისხიც უკეთესია, ფასი უფრო ხელმისაწვდომია, პროდუქცია თავისი გაფორმებით უფრო მიმზიდველია, აღჭურვილია დამატებითი თვისებების მზიდი ნიუანსებით ისე, რომ სულ სხვა დარგში შეჭრით შეიძლება გამოაძეოს იმ დარგში ფუნქციონერი.

ეს იმას ნიშნავს, რომ მყიდველთა ფულმა იდინოს ამ გზებით გამარჯვებულთა შემოსავლებისაკენ და ამით შეამციროს სხვათა შემოსავლები. ამ გზით *კონკურენცია მომხმარებელთა მხარეზეა. იგი მუშაობს, რომ ახლა მომხმარებელმა მეტი და უკეთესი რამ შეიძინოს ფულის იმავე თანხით, ვიდრე ადრე ყიდულობდა. ამიტომ, იგი ემსახურება მყიდველის ჯანსაღი სოციალ-ეკონომიკური პირობების შექმნას და ამავე დროს აძლიერებს მწარმოებელთა, გამყიდველთა და მიმწოდებელთა აქტივობას. ე. ი. იგი ეკონომიკის აღმავლობის სამსახურში დგება.* ამიტომ ამგვარი კონკურენცია ჯანსაღი საბაზრო ეკონომიკის სოციალიზაციის გულის-გულია. ასეთია კავშირი კონკურენციას, მეწარმის შემოსავლებს და სოციალურ-ეკონომიკურ განვითარებას შორის. საბაზრო ეკონომიკის ამგვარ მწყობრ სისტემას უწოდებენ იდეალურად სინქრონიზებულ საბაზრო სისტემას. მაგრამ, ამგვარ იდეალურ ეკონომიკას წმინდა სახით პრაქტიკაში ვერ (არ) ვხვდებით. საქმე იმაშია, რომ ამ ურთულეს სისტემაში იწყებს მოქმედებას იმგვარი სისტემური კანონზომიერება, რომელსაც ეწოდება ინფლაცია-დეფლაციის მონაცვლეობის ბუნებრივი მექანიზმი.

ეს მონაცვლეობა წარმოიქმნება მწარმოებელ-მიმწოდებელთა და მყიდველ-მომხმარებელთა გადახლართვაში ბაზარზე. მოცემული ფირმის მუშაკების ხელფასი საგრძნობლად აყალიბებს სხვა პროდუ-

ქტობრივი ხაზებით აღჭურვილი ფირმების შემოსავლებს და პირიქით, სხვა აყალიბებს ამ ფირმის შემოსავლებს. ასე ამგვარად, შემოსავლების ნაკადები გადახლართულია ერთმანეთში ბაზრის მთელ მასშტაბში. ამიტომ, წარმოიქმნება შემთხვევები, როდესაც მოთხოვნის ზრდას ვერ ეწევა წარმოება, რაც წარმოშობს მოთხოვნის ინფლაციას, ანდა წარმოიქმნება შემთხვევები, როდესაც ბუნებრივი რესურსების მოპოვების ბუნებრივი გართულებით მათი საწარმოო რესურსებად გარდაქმნაზე მატულობს დანახარჯები და ამიტომ იწყება მათი მასობრივი გაძვირება და კლებულობს მათი წარმოება, რაც იწვევს კაპიტალის უკმარისობას განმეორებული იქნას წარმოება იმავე დონეზე მაინც, ამიტომ ეცემა წარმოება ე. ი. იზღუდება პროდუქციის მიწოდება, ბაზარზე მკვიდრდება წარმოების დეფიციტი, მოთხოვნა აღემატება მიწოდებას და ეს იწვევს ფასების საყოველთაო ზრდას ე. ი. ვითარდება მიწოდების ინფლაცია.

როგორც მოთხოვნის, ასევე მიწოდების ინფლაცია ვითარდება მანამდე, სანამ არ წარმოიქმნება ფასების მატების დამაფინანსებელი ფულის უკმარისობა. ეს კი გამოიწვევს გაუყიდავი საქონლის ჩაწოლას ბაზარზე. როდესაც გაუყიდავი საქონლით მიყენებული ზარალი გაუსწრებს ფასების შემდგომი მატებით შემოსავლის ამ ნაწილში მატებას, მაშინ იწყებს ბუნებრივად მოქმედებას სხვა მექანიზმი. სახელდობრ ის, რომ ფირმისათვის, (ორგანიზაციისათვის) შემოსავლების ზრდის წყაროდ იქცევა ნაცვლად ფასების გადიდებისა, ფასების შემცირებით მეტი მყიდველების ჩართვა ბაზრის ორბიტაში და მათი საქონლით უზრუნველყოფისათვის წარმოების მასშტაბის გადიდება. ასე დაიბადება საქონლით გაჯერებული ბაზარი, რომელიც კონკურენციის ნიადაგს წარმოადგენს. კონკურენცია კი იწყებს მუშაობას პროდუქციის გაიაფებისაკენ ე. ი. ინფლაციას ბუნებრივად შეცვლის დეფლაცია. ფასკლებასაც გააჩნია ბუნებრივი ქვედა ზღვარი. ფასკლება წყდება მაშინ, როდესაც მისი გავლენით ფირმის (ორგანიზაციის) შემოსავალი ამცირებს ნორმალურ მოგებასაც კი და იწვევს წაგებისაკენ მოძრაობას. ეს კი თავის მხრივ ზღუდავს წარმოებას და ისევ იწყება ინფლაციის პროცესი. ე. ი. ფასების საყოველთაო ზრდით ფულის გაუფასურება, ვინაიდან მოთხოვნას ჩამორჩება საქონლის მიწოდება.

ამრიგად, მოქმედებს განსაკუთრებული სასწორის მექანიზმი, რომლის არსი მდგომარეობს შემდეგში: ფასების ზრდას ბიძგს აძლევს ბაზრის გაუჯერებლობა საქონლით, რომელიც იწვევს მეწარმეთა შემოსავლის ზრდას, სანამ ეს ზრდა არ გადასცილდება იმ ზედა ზღვარს, რომლის იქით ფაქტიურ მყიდველთა რაოდენობის შემცირებით შემოსავლის შემცირებას ვერ გადაფარავს მდიდართა მიერ მაღალ ფასად ნაყიდით შემოსავლების გადიდება. ამ ზღვარს ზევით ფასის გადიდება იწვევს მეწარმის შემოსავლის შემცირებას და ამდენად ბუნებრივად ჩნდება ფასების ზრდის ზედა ზღვარი, ამის შემდეგ ფასების შემცირების კვალობაზე უფრო მეტ მომხმარებელს მიუწვდება ხელი მის შექმნაზე და ამიტომ ისინი პოტენციალურ მყიდველებიდან გადაიქცევიან რეალურ მყიდველებად. ამის კვალობაზე იწყებს ზრდას ბაზრის მასშტაბი. მისი ათვისებისათვის ხორციელდება მეწარმეობის აქტივიზაცია, რომელიც ზრდის ბაზარზე პროდუქციის მიწოდებას ფასების შესაბამისი შემცირებით, ისე რომ იგი იწვევს მეწარმის შემოსავლის გადიდებას. ამის შემდეგ ფასთა შემცირებასაც უჩნდება ქვედა ზღვარი საქონლით გაჯერებულ ბაზარზე კონკურენციის წარმოქმნითა და პროდუქციის თვითღირებულების შემდგომი შემცირების რეზერვების ამოწურვით მოცემულ ეტაპზე.

ამ გზით იკვრება წრედი ფასების ბუნებრივ ქვედა და ზედა ზღვარს შორის, ამ წრედით ინფლაცია კისრულობს დეფლაციასთან მონაცვლეობას, გამყიდველის, მყიდველის ბაზრად და პირიქით, მყიდველის ბაზრის გამყიდველის ბაზრად გარდასახვის ფუნქციას. იმ შემთხვევაში, თუ გამოერია არაპროდუქტიული საქმიანობით ფულის უნაცვალგებო მიმთვისებელი, მაშინ შესაბამისად გაიზრდება ფასების ზედა და ქვედა ზღვარს შორის ინტერვალი. ამ ზრდის ნებაზე მიშვებამ შესაძლოა გამოიწვიოს ჰიპერინფლაცია, რაც ძირს გამოუთხრის საბაზრო ეკონომიკის სინქრონიზაციას და ურთიერთობათა გარემოს დაავადებს საყოველთაო ნეგატიური მოვლენებით. ამიტომ, ხელისუფლება ამ შემთხვევის თავიდან ასაშორებლად სათანადოდ უნდა ჩაერიოს საბაზრო ეკონომიკის ამ მექანიზმში მისი აღნიშნული დაავადების თავიდან ასაცილებლად. ე. ი. ფასების ზედა და ქვედა ზღვართა შორის ბუნებრივი ინტერვალის შესანარჩუნებლად. ამ მხრივ საბაზრო ეკონომიკის კლასიკურ ქვეყნებში მკვეთრად განსხვავებულ მდგომარეობასთან გვაქვს საქმე. ზოგს სიმძიმის

ცენტრი გადააქვს სოციალური მოწყალების მექანიზმის დაშენებაზე, ზოგს კი საბაზრო მექანიზმის სიჯანსაღის დამცავ მანიპულატორებზე. იმის მიხედვით თუ მათი მონაწილეობით როგორი ნარეკია წარმოდგენილი განარჩევენ შერეული საბაზრო ეკონომიკის სხვადასხვა მოდელებს, რომლებიც არსად არ არიან კოპირებული.

ფასების ზედა ბუნებრივი ზღვარის დროს მაქსიმალურია სხვაობა (სხვა თანაბარ პირობებში) საბაზრო ფასსა და საქონლის თვითღირებულებას შორის. ამის შემდეგ ფირმის შემოსავლის ზრდის წყაროს როლს ჰკარგავს ფასების გადიდება, ვინაიდან წარმოიქმნება გაუყიდავი საქონლის ჩაწოლა და ნაცვლად მოგებისა იგი იქცევა ზარალის ფაქტორად. ამიტომ, შემოსავლის გადიდების წყაროდ, გარემოსთან ურთიერთობაში, ამ პირობებში მოგვევლინება ფასების შემცირებით მყიდველთა რაოდენობის გადიდება და ამიტომ დამატებითი პროდუქციის გამოშვება.

ისმის კითხვა რა მოცულობის დამატებითი პროდუქციის გამოშვებას აქვს აზრი. ე. ი. რა სიდიდის შეიძლება იყოს ზღვრული პროდუქცია. დამატებითი პროდუქციით გამოწვეული ხარჯები (ზღვრული ხარჯები) თუ დაემთხვა საბაზრო ფასს, მაშინ წარმოიქმნება ის კრიტიკული წერტილი, რომელიც გვაცნობებს, რომ დამატებითი პროდუქციის ამ მასშტაბით და მეტით გამოშვებას არ აქვს აზრი. ე. ი. ამ წერტილამდე პროდუქციის გამოშვებას (ე. ი. ამ ზღვარზე პროდუქციის გამოშვებას) აქვს აზრი და მას ეწოდება ზღვრული პროდუქცია (დამატებითი პროდუქცია). ამ ზღვარს ზევით დამატებითი პროდუქციის გამოშვება ჰკარგავს იმის უნარს, რომ ემსახუროს ფირმის (საწარმოს) შემოსავლებისა და მოგების შემდგომ ზრდას.

ამიტომ, ზღვრული პროდუქციით მიღებულ შემოსავალს უწოდებენ ზღვრულ შემოსავალს, ზღვრული პროდუქციით გამოწვეულ დანახარჯებს - ზღვრულ დანახარჯებს და ზღვრული პროდუქციით გამოწვეულ მოგებას კი ზღვრულ მოგებას.

ზღვრული პროდუქციით თვითღირებულების გადიდება და ამ პროდუქციაზე საბაზრო ფასების შემცირება იწვევს პროდუქციის ზღვრული სიდიდის განსაზღვრას. თვითღირებულების გადიდებას, სხვა ფაქტორთა შორის, იწვევს ხარჯები გაწეული პროდუქციის ხარისხის გაუმჯობესებაზე, ტექნოლოგიურ სიმწიფეზე, მიმზიდველობაზე

და რეკლამირებაზე. თავის მხრივ კი ამგვარი ხარჯების დანიშნულებაა გაახანგძლივოს საქონლის (პროდუქციის) სასიცოცხლო ციკლი, ანდა მოიზიდოს მყიდველთა ახალი კონტინგენტი, რისთვისაც მას დასჭირდება რიგ შემთხვევაში, არსებული პროდუქციის სამომხმარებლო მახასიათებელ პარამეტრებში შეიტანოს მიმზიდველი ნიუანსი, ეს კი მოითხოვს დამატებით ხარჯებს, ყოველ ამ ღონისძიებათაგანის დანიშნულებაა ბაზრის მასშტაბის გაფართოება დამატებითი პროდუქციის სარეალიზაციოდ, მაგრამ დანახარჯების ეს ზრდა თუ გაუთანაბრდა ფასს, მაშინ ამგვარ ღონისძიებებს აზრი ეკარგება. ამგვარადვე აზრი ეკარგება დამატებითი პროდუქციის გამოშვებას თუ კონკურენციამ გამოიწვია ფასების კლება იმდენად, რომ იგი გაუთანაბრდა თვითღირებულებას.

ამ გარემოებათა გამოც წარმოიქმნება ზღვრული მინიმალური ფასიც, რომელზეც დაბლა შეუძლებელია მიწოდების საბაზრო ფასის დაცემა, ვინაიდან იგი გაანადგურებს მეწარმეობას და წარმოქმნის პროდუქციის დეფიციტს. ე. ი. დასცემს ეკონომიკას ამგვარად დაბალი ფასის საყოველთაოდ გავრცელება.

ამრიგად ზღვრული დანახარჯები ყალიბდებიან ზღვრული პროდუქციით გამოწვეული დამატებითი ხარჯების სახით. ზღვრულია პროდუქცია, რომელიც დამატებით იწარმოება იმ მასშტაბით, რომლის ზევით წარმოებული პროდუქცია იწვევს ამ საქონლისა და მომსახურების ერთეულზე დამატებითი დანახარჯების გატოლებას საბაზრო ფასთან. ესაა მისი ზღვარი, ამის ზევით პროდუქციის წარმოებას აზრი არა აქვს, ვინაიდან ამ მასშტაბით პროდუქციის დამატებითი წარმოება არ იძლევა ხარჯებზე მეტ შემოსავალს. ე. ი. ზღვრულ (დამატებით) შემოსავალს ზღვრული პროდუქციით გამოწვეულ შემოსავალს.

უნდა ვიცოდეთ, რომ საქონლით გაჯერებულ საბაზრო ეკონომიკაში სამმართველო გადაწყვეტილება ყოველთვის მიიღება დამატებითი (ზღვრული) სარგებლობიანობის შედარების საფუძველზე. არავითარი სხვა ფაქტორი არ ასრულებს რაიმე როლს გადაწყვეტილების მისაღებად, გარდა იმ ფაქტორებისა, რომლებიც განსაზღვრავენ ზღვრულ ხარჯებსა და ზღვრულ სარგებლიანობას. ისინი გამოიხატებიან ზღვრული სიდიდეებით. სახელდობრ ისმის კითხვა: დამატებითი ხარჯები წარმოადგენს უფრო მაღალ ფასეულობას, თუ დამატებითი სარგებლიანობა.

მხედველობის გარეშე არ უნდა დაგვრჩეს იმის გაგება, რომ არ

ვარსებობთ ხარჯების გარეშე საერთოდ, ამიტომ საკითხი ყოველთვის ეხება დამატებით ხარჯებს (ზღვრულ ხარჯებს). ზღვრული ეწოდება ამ ხარჯებს იმიტომ, რომ მას სარგებლობა არ მოაქვს გარკვეულ ზღვარს ზევით, დამატებითი ეწოდება ამავე ხარჯებს იმიტომ, რომ მის გარეშეც არსებობს ფირმა ძირითადი ხარჯებით. რომელიც არ არის მეწარმეობის საარსებო მინიმუმზე მეტი. ზღვრული დანახარჯებით განსაზღვრავენ წარმოების მოცულობის მიზანშეწონილ მასშტაბს. (იგი ამ განსაზღვრის ერთ-ერთი ძირითადი კრიტერიუმი). ეკონომიკური გადაწყვეტილებები ისევე როგორც ყველა ეფექტიანი გადაწყვეტილება, ყოველთვის ითვალისწინებს ზღვრულ შედარებებს. ე. ი. ისინი ყოველთვის დაკავშირებულნი არიან მოძრაობასთან საზღვრის გაყოლებით, დადებითი ან უარყოფითი ნაზარდებით, ყოველთვის გვსურს მივიღოთ პასუხი კითხვაზე, როგორი იქნებიან დამატებითი ანუ ზღვრული დანახარჯები, რომლებიც იქნებიან ამ გადაწყვეტილების შედეგი, და როგორ შეეფერებიან ზღვრულ დანახარჯებს ალტერნატიული გადაწყვეტილებები? თურმე ალტერნატიულ შესაძლებლობათა ღირებულება წარმოადგენს ზღვრულ დანახარჯებს, რომელიც აადვილებს და ძლიერ შესაძინებს ხდის, რიგ ასპექტებში, ალტერნატიულ ღირებულებით აზროვნებას.

მთავარია, არ აუვრიოთ ერთმანეთში ცნებები ზღვრული სიდიდე და საშუალო სიდიდე, წარმოებაზე გაწეული სრული ერთობლივი ხარჯები გაყოფილი მათ მიერ გამომუშაებულ პროდუქციაზე (მის რაოდენობაზე) გვაძლევს ხარჯების საშუალო სიდიდეს.

ზღვრული ხარჯები შეიძლება აღმოჩნდეს საშუალო ხარჯებზე მეტი ან ნაკლები პროდუქციის ერთეულზე, მეტობის ფაქტორის როლში გამოვა დამატებითი პროდუქციით გამოწვეული დამატებითი ხარჯები, ნაკლებობის ფაქტორის როლში კი გამოვა პროდუქციის მასშტაბის გადიდებით თვითღირებულებაში პირობითად მუდმივი ხარჯების შემცირება პროდუქციის ერთეულზე. საქმე იმაშია, თუ რომელი მათგანი გადაფარავს მეორეს. სამმართველო გადაწყვეტილებებს მართავენ ისეთი მახასიათებლები, რომლებიც განსაზღვრავენ ზღვრულ ეფექტიანობას, ვინაიდან მოსალოდნელი ხარჯები ნამდვილად წარმოადგენენ ზღვრულ დანახარჯებს. ამას, ისიც ადასტურებს, რომ ნებისმიერ სამმართველო გადაწყვეტილებაში ზღვრული დანახარჯები აუცი

ლებლობით არ წარმოადგენს პროდუქციის ერთეულზე დამატებით დანახარჯებს. არამედ იგი დამატებითი პროდუქციით გამოწვეული დანახარჯებია.

ამიტომ მმართველებს (მენეჯერებს) შეუძლიათ პროდუქციის ერთეულზე დანახარჯებს და მოსალოდნელ გასაყიდ ფასებს შორის თანაფარდობის მიხედვით დასვან ამოცანა. ამგვარი მიდგომა არსებითად ეხება ზღვრულ დანახარჯებს, ეს ის ხარჯებია, რომლებიც დასჭირდა წარმოების მასშტაბის გადიდებას ე. ი. დამატებითი პროდუქციის (ზღვრული პროდუქციის გამოშვებას). შესაძლოა ზღვრულ პროდუქციამ მოითხოვოს მთელი გამოსაშვები პროდუქციის ერთეულზე დანახარჯების გადიდება, რათა დამატებითმა პროდუქციამ გაარღვიოს კონკურენციული ბარიერი, ისე რომ ხარჯები არ გაუტოლდეს ფასებს. და პირიქით, ფასები არ გაუტოლდეს ხარჯებს. დამატებითი პროდუქციით გამოწვეული დამატებითი ხარჯები მათი განვრცობის მიუხედავად უნდა დაეწეროს ზღვრულ პროდუქციას, ამიტომ მოსალოდნელი ხარჯები სინამდვილეში არის ზღვრული ხარჯები. ე. ი. ზღვრული პროდუქციით გამოწვეული დამატებითი ხარჯები. ამიტომ ისინი შეიძლება წარმოადგენდნენ დამატებით ხარჯებს მთლიანად გამოსაშვები (გამოშვებული) პროდუქციის ერთეულზე. ე. ი. დამატებითი ხარჯები მოიცავს მთელ საწარმოო პროცესს.

თუ გავითვალისწინებთ იმას, რომ წარმოებათა უმრავლესობაში მისი მასშტაბი იწვევს მნიშვნელოვან ეკონომიას, მაშინ პროდუქციის მასშტაბის სათანადო გადიდებით თუ ვერ ვაღწევთ დანახარჯების სათანადო ეკონომიას საშუალო პროდუქციის ერთეულზე გაუმართლებელი ხდება წარმოების ამ მასშტაბით დაწყება და გაზრდაც კი. ამრიგად მიიღება ზღვრული გადაწყვეტილება.

თავი IV

საბაზრო სისტემაზე საქართველოს და სამრეწველო საწარმოს გაღართვის საფუძვლები

4.1. საბაზრო ეკონომიკაზე საქართველოს გაღართვის პარამეტრები

საქართველოს ეროვნული სახელმწიფოებრივი აღმავლობა მოითხოვს მყარი გავხადოთ საქართველოს სახელმწიფოებრივი სუვერენიტეტი, რომლის დასაყრდენს უნდა შეადგენდეს დამოუკიდებელ ეკონომიკურ სტრატეგიაზე აგებული პოლიტიკის გატარება. ამ ნიადაგზე კი საჭიროა საქართველოს სახალხო მეურნეობრივი კომპლექსის გარდაქმნა ჯუშლობრივი წარმონაქმნიდან მთლიანობით სისტემად. ეს კი შეუძლებელია თუ არ გადაიჭრა სამი მთავარი პრობლემა:

1. სამართლებრივი ეროვნული სახელმწიფოს ჩამოყალიბება და ეკონომიკური სუვერენიტეტის მიღწევა. საქართველო საკუთარი საკანონმდებლო შემომრაველებით უნდა ახორციელებდეს სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების სტრატეგიასა და სათანადო მმართველობითი საქმიანობის სტრატეგიულ კურსს უნდა ატარებდეს ცხოვრებაში. იგი საგარეო ეკონომიკურ ურთიერთობებში უნდა ხელმძღვანელობდეს ქვეყნის ეკონომიკური, კომერციული და სოციალური ინტერესებით.

საქართველო მსოფლიო ეკონომიკაში ცალკე აღებული ეკონომიკური სუბიექტია, რომელსაც გააჩნია თავისებურებები, ამიტომ მისი განვითარების სტრატეგია საქართველომ თვით უნდა განსაზღვროს იმის გათვალისწინებით, თუ რა მსოფლიო გარემოში უწევს მას ფუნქციონირება როგორც ეკონომიკურ სუბიექტს. ამ დამოუკიდებელი სტრატეგიიდან ოპერატიულ ტაქტიკური გადახრები უნდა ატარებდნენ დროებით ხასიათს და ამით განაპირობებდნენ ქვეყნის ეკონომიკური მანევრის უნარს იმგვარად, რომ პრინციპში დაცული იქნას ქვეყნის განვითარების გენერალური სტრატეგია, რომელიც აუცილებლად უნდა იქნას ფორმალიზებული სათანადო მოტივირებებით.

2. საქართველოსათვის მისადაგებულ სოციალურად ორიენტირებულ საბაზრო ეკონომიკაზე გადართვის საკუთარი მექანიზმის ჩამოყალიბება და არა უცხოური მოდელის მიბმა. საბაზრო ეკონომიკის კლასიკური ქვეყნების მოდელებში შეიძლება ვეძებოთ ის მასალა, რომელიც გამოგვადგება ქართული სისტემის ინგრედიენტად, რომელსაც შესაძლოა სრულიად განსხვავებული როლი აღმოაჩნდეს, ვიდრე მას გააჩნდა იქ საიდანაც იგი წამოვიდეთ. საჭიროა საბაზრო მექანიზმის იმგვარი სპეციფიკური სისტემის მოდელირება, რომელიც შეუძლებადი იქნება საქართველოს ეკონომიკური სუბიექტების სოციალურ-გენეტიკური ინტერესების სპექტრისადმი და არ აღმოჩნდება ხელოვნურად გარედან თავსმოხვეული პირდაპირი ან არაპირდაპირი გზით.

3. საქართველოს მატერიალური და სულიერი (ინტლექტუალური და ადამიანის ფაქტორის) რესურსების პოტენციალურ შესაძლებლობათა გამოკვლევა. ბუნებრივი რესურსების შესწავლა, არა მარტო სახელმწიფოებრივ დონეზე, არამედ კერძო მეწარმეთა მიერ. დემოგრაფიული რესურსების სტრუქტურასა და თავისებურებებში გარკვევა, ფართო გასაქანის მიცემა ადამიანის ფაქტორის მეწარმეობაში ჩართვისათვის და მათი ინიციატივით სულ მუდამ ახალი რესურსებისა და რეზერვების გამოვლინება და გამოყენება. ადამიანის ფაქტორის გააქტიურებით მასობრივად განვრცობადი იმპულსირებით საწარმოო რეზერვების გამოვლინებას, საწარმოო რესურსების ფორმირების შიგასახელმწიფოებრივ და გარე შესაძლებლობათა შესწავლას, საბაზრო ურთიერთობათა ფაქტორების გათვალისწინებით საწარმო რესურსების ფორმირების მექანიზმისა და მასშტაბების გამოკვლევას შრომის საბაზრო დანაწილების პირობებში და მის საფუძველზე ქვეყნის ეკონომიკის განვითარების მიმართულებათა პროგნოზირებას, სტრატეგიული მართვის გეზის განსაზღვრას.

ამ სამ პრობლემას შორის, რომლებიც წარმოდგენილი არიან განუყოფელ ერთიანობაში, ძირითადი რგოლის როლში გვევლინება მეორე პრობლემის გადაჭრა. თუმცა სამივე პრობლემაზე მუშაობა და მათი ორგანიზაციის რეალიზება უნდა მიმდინარეობდეს პარალელურად.

ჰიპერინფლაციის და საბაზრო ქაოსის გადაჭდობით საქართველოში დაიბადა მძვინვარე ნეგატიური გარემო (მაფია და პარაზიტული ფუნქციონირება, მაკროეკონომიკის სტაბილიზაციის პერიოდში და

კრიმინოგენურ გარემოსთან შეურიგებელი ბრძოლით ამ მოვლენათა მძვინვარება შერბილდა, თუმცა კორუპცია მაინც ფუნქციონირებს და ეს აუბედურებს ქვეყნის ეკონომიკას.

საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლის პროცესი შევიდა „შოკური თერაპიიდან“ სოციალური გამოჯანსაღების პერიოდში საბაზრო ეკონომიკის სინქრონიზაციის გზით, თუმცა ჯერჯერობით ამ მხრივ საგრძნობი ცვლილებები, ისეთი, რომელიც გამოიწვევდა შობადობის ზრდას და მოსახლეობის ბუნებრივი და მექანიკური განთესვის შემცირებასა და ლიკვიდაციას, არ იგრძნობა. ამ პროცესმა უმტკივნეულოდ უნდა შთანთქოს ნეგატიური გარემო და ამით ხელ-ფეხი გაუხსნას საქართველოს, როგორც სუვერენული სახელმწიფოს პოზიტიური გარემოთი მართულ სოციალურად ორიენტირებულ საბაზრო ეკონომიკაზე, კრახიდან თავის დახსნისა და აღმავლობის გზით გადასვლას.

საქართველოს ეკონომიკის აღმავლობას თან უნდა სდევდეს სოციალური გამართვის პროცესი. ეს კი შესაძლებელი გახდება საბაზრო თავისუფლების და საბაზრო შეზღუდულობების შეუღლებით განხორციელებული საბაზრო სისტემის სინქრონიზაციით. ამ საქმეში არსებითი როლის შესრულება შეუძლია მუერნეობრიობის დირექტიული ინდიკატურ სინერგიული მართვის განხორციელებას, რაც მოითხოვს მართვის ამგვარი სისტემის კონსტრუირებას და ამოქმედებას.

ამ ურთულესი პრობლემის გადაჭრა მოითხოვს იმას, რომ ვიცოდეთ და არ ვკარგავდეთ ამ პრობლემისადმი სიმწვავის გრძნობას, ამასთან ერთად დაუშვებელია, არ ვეყრდნობოდეთ საქართველოს ეკონომიკის იმ თავისებურებებს, რომლის ნიადაგზეც უნდა განხორციელდეს ეკონომიკის აღმავლობით საბაზრო ეკონომიკის სინქრონიზაცია.

ჯერ განვიხილოთ საქართველოს ის თავისებურებები, რომლებიც მონაწილეობენ ადგილობრივი საყრდენი გარემოს ფორმირებაში:

I. საქართველო ტერიტორიულად პატარაა და რელიეფურად ჭრელი, იგი გამოირჩევა ტერიტორიულად შედარებით მცირე ზომის სამეურნეო რეგიონებით, რომლებიც ეკოლოგიურად და ეკონომიკურად მკვეთრად განსხვავდებიან ერთმანეთისაგან და ამგვარი სიჭრელით დაქსაქსულია საქართველოს მთელი ტერიტორია. ამიტომ იგი მოკლებულია იმის შესაძლებლობას, რომ გააჩნდეს უზარმაზარი განუწინაღობის ერთგვაროვან ნაკვეთებზე მონოკულტურის დიდი მასშტა-

ბით წარმოების გაშლის შესაძლებლობა. ამიტომ ყოველი გოჯი მიწა (ნაკვეთი) დიდ ფასეულობას წარმოადგენს. საჭიროა მისი რაციონალურად გამოყენება. უნდა აიკრძალოს ნოყიერ მიწებზე მშენებლობები, თუ ისინი რაიმე სტრატეგიულ ობიექტებს არ წარმოადგენენ და ისიც მაშინ, თუ გვერდის ავლა შეუძლებელია. საქართველო განიცდის ეკონომიკური მანევრის ტერიტორიულ შეზღუდულობას, რამაც არ შეიძლება თავისი დაღი არ დაასვას საწარმოო ძალთა განლაგება - განვითარებას ეკოლოგიური განსაზღვრულობის პირობებში.

II. საქართველოს გააჩნია მცირერიცხოვანი მოსახლეობა. ამიტომ მას დიდი ეკონომიკური რისკის უფლება არა აქვს, თუ არ იქნა მიღწეული ინვესტირებული კაპიტალის მაღალი ეკონომიკური ეფექტი (და არა მხოლოდ ტექნიკურ-ეკონომიკური ეფექტი). ეს იმიტომ, რომ დიდი რისკი (დიდი ვალი) განაწილებული მოსახლეობის თითო სულზე უფრო მეტად დააწვება კისერზე ყოველ მათგანს, ვიდრე იგივე ზომის რისკი მოსახლეობით მრავალრიცხოვან ქვეყანას. დავუშვათ, საბაზრო ეკონომიკის სინქრონიზაციის საქმეში დიდმა რისკმა ისე დააგდო ეკონომიკა (თუნდაც მაფიური მტაცებლობით), რომ მის ამოქაჩვას დასჭირდა 10 მილიონი დოლარის სესხად აღება. ამ ვალის გასტუმრება, სათანადო უკუგების უქონლობისას გამოიწვევს ხუთმილიონიანი მოსახლეობის დაკაბალებას მაშინ, როდესაც 200 მილიონიანი მოსახლეობა დაკაბალებისაგან შორს აღმოჩნდება. პირველ შემთხვევაში კისერზე დააწვება პირდაპირი და არაპირდაპირი გადასახადების მძიმე ტვირთი, მეორე შემთხვევაში კი ეს „ტვირთი“ საგრძნობივ კი არ იქნება.

III. საქართველოს სახელმწიფო დემოგრაფიულად უაღრესად ჭრელია და თანაც გამოირჩევა მოსახლერე ქვეყნებზე მიბჯენილი ამ ქვეყნის კომპაქტურად დასახლებული ეთნიკური ჯგუფებით. ამიტომ, აუცილებელია, რომ საქართველომ ამ მოსახლერე ქვეყნებს დაასწროს ეკონომიკური კრიზისიდან თავის დაღწევა და მოსალოდნელი კრახისადმი გვერდის ავლა. ამას შეუძლია აგვაშოროს ეთნოკრიზისი და ხელი შეუწყოს საქართველოელთა* მონოლითურობას და კონსოლიდაციას ქვეყნის დამოუკიდებლობის განსამტკიცებლად. ამიტომ, მწვავედ დგას დღის წესრიგში საკითხი,

* საქართველოს მოქალაქეთა

რომ სწრაფად ვიართო საბაზრო სისტემის სინქრონიზაციის გზით, რომელმაც უნდა გამოირიცხოს მაფიური და პარაზიტული მექანიზმების მოქმედება.

IV. საქართველოს სახალხო მეურნეობა დღეს კიდევ წარმოადგენს ჯუმლობრივ წარმონაქმნს, ვინაიდან მისი დარგები და საწარმოები ჯერ კიდევ დაქსაქსული არიან ქვეყანაში შექმნილი გარემოს ხელოვნურად წინააღმდეგობრივი მოვლენებით. ამიტომ ჯერ კიდევ არ არიან შეკრული მთლიანობითი სისტემის სახით. ეს გარემოება განსაზღვრა იმის მცდელობებმა, რომ ყოველი საწარმო გზადაბნეულობიდან თავის დაღწევას ძირითადად აგებს უცხოეთის ინვესტირებებზე და ისიც საკუთარი პოზიციების მკაცრად განსაზღვრული ასპექტების გარეშე, ვინაიდან ჯერ კიდევ არ არის ჩამოყალიბებული საქართველოს, როგორც მთლიანობითი სისტემის ეკონომიკური, სოციალური და კომერციული ინტერესები. ამიტომ გადაუდებლად უნდა მივიჩნიოთ შრომის საბაზრო დანაწილების შესატყვისი სახალხო მეურნეობრივი სტრუქტურის ბუნებრივი გზით ჩამოყალიბების პროცესისადმი ხელშემწყობ ღონისძიებათა გატარება სახელმწიფოს მიერ.

V. საქართველო, როგორც ქვეყანა ეკონომიკურად სუსტია, კომერციულად კი უსუსური. ეროვნული ეკონომიკის, როგორც მსოფლიო ეკონომიკის ქვესისტემის მთლიანობაში მოყვანის გარეშე ქვეყანა აღმოჩნდება კომპრადორთა გავლენისადმი დაქვემდებარებული. ე. ი. ხელს რომ უწყობს უცხოეთის კაპიტალის იმგვარ შემოჭრას, რომელიც გამოიწვევს ადგილობრივი მეწარმეობის, საწარმოების და ჯანსაღი ბიზნესის ჩახშობას. ეს კი ნოციერ ნიადაგს უქმნის ადგილობრივ მაფიაბიზნესს, ადვილად გააძეოს საქართველოდან სამამულო სოციალურად ორიენტირებული ბიზნესი.

VI. საქართველო ძლიერი იყო იმ ფინანსური შესაძლებლობებით, რომელიც გააჩნდა საბჭოთა მაფიას. იმის შიშით, რომ მის ხელში დაგროვილი ფულადი სახსრები არ გაეუქმებია ჰიპერინფლაციას, მან ხელი მიჰყო თავისი პარაზიტული ფუნქციონირების გაფართოებას ნაცვლად იმისა, რომ მოეხდინა თავისი კაპიტალის ლეგალიზაცია მისი დაბანდებით სოციალურად ორიენტირებული ბიზნესის კეთებაში. ამიტომ, საქართველოს დამოუკიდებლობის ინტერესებს დაუპირისპირა თავისი მეობა.

საქართველოს გადარჩენისა და სოციალურად ორიენტირებულ საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლის ორერთიანი ამოცანის გადასაჭრელად საჭიროა ამ ამოცანის სამსახურში ჩაეყენოს ეს პოტენციალი და გამოვიტყუოთ შემდგომში მაფიური და სხვა პარაზიტულ ქცევათა განგრძობის შესაძლებლობები. ეს კი შეუძლებელი გახდება, თუ ერთის მხრივ ფართო ფრონტით არ შევუტყუებთ საბაზრო ქაოსს, მაფიას, კორუფციას და სამაპულო წარმოების შემზღუდავ ფაქტორებს, მეორეს მხრივ კი ფართო გასაქანი არ მივეცით მათ ხელში დაგროვილი ფულადი სახსრების ლეგალიზაციას ამ კაპიტალის მასობრივი დაბანდებით წარმოებაში ისე, რომ ეს სახსრები წარიმართოს საყოველთაო სიკეთის მკეთებელი ბიზნესისაკენ. ე. ი. იმ შემოსავალთა მიღებისაკენ რომლის წყაროა მოსახლეობის საქონლითა და მომსახურებით უზრუნველყოფის საზღაური.

VII. მსოფლიო ეკონომიკაში საქართველოს შეუძლია დაიკავოს უადრესად არსებითი ეკონომიკური რეგულატორის როლი თავისი გეოეკონომიკური მდგომარეობით. მას შეუძლია შეასრულოს „ვერაზიის ღერეფის“ სისტემაში მატერიალურ-ტექნიკური და ენერგომატარებელთა რესურსების ფართომასშტაბიანი სატრანზიტო ფუნქციონირების უწყვეტი მექანიზმის როლი, ამიტომ მსოფლიო ეკონომიკაში იგი მოგვევლინება განსაკუთრებული ეკონომიკური სუბიექტის როლში, რომელზეც დამოკიდებული იქნება მსოფლიო ეკონომიკის მთლიანობით სისტემაში უწყვეტი კავშირები ევროპასა და აზიას შორის. საქართველოს ამგვარი როლი მსოფლიოს ეკონომიკაში ბევრად ძლიერ ქვეყნებს გაუტოლებს მის ეკონომიკას, მიუხედავად მისი ტერიტორიული სიმცირისა და დემოგრაფიული ხარვეზებისა (მოსახლდვრე ქვეყნების მოსახლეობის მათ საზღვრებთან საქართველოში კომპაქტური დასახლების გამო). ამგვარი პერსპექტივით იგი გამოირჩევა და მას უნდა გონივრული გამოყენება. სახელდობრ, იმგვარი გამოყენება, რომ ქვეყნის ეკონომიკა მთლიანად კი არ ჩაეფლოს სატრანსპორტო ფუნქციაში, არამედ იქიდან მიღებული შემოსავალი გამოიყენოს საკუთარი ეკონომიკის „ეროვნული მკვებავების“ ფართო მასშტაბიანი დაფინანსებისათვის, მიკროეკონომიკის აქტივიზაციისა და აყვავებისათვის. აქ მთავარია საწარმოო ფირმებს (სამრეწველო ფირმებს) მიეცეთ საშუალება, რომ მათ ინვესტირების და ისიც აღნიშნული ღერეფნით აღმოცენებული ფინანსების მოზიდვით

განახორციელონ ფართომასშტაბიანი საქმიანობა. შესაძლებელი გახდება სამრეწველო ფირმებისა და სასოფლო-სამეურნეო ფერმერული წარმოებათათვის სიცოცხლისუნარიანობის ინექციონება, არა მარტო ინვესტიციების გონივრული განაწილებით და გამოყენებით, არამედ რესურსების ტვირთებად მოძრავი ნაკადიდან მათი ნაწილის შექმნა და უწყვეტი მატერიალურ ტექნიკური უზრუნველყოფა და ინფორმაციის უწყვეტი ნაკადის მიღება, რომელთა გარეშე ნებისმიერ ფუნქციონირებად ობიექტს დაკარგული აქვს სიცოცხლისუნარიანობა. აზიიდან ევროპისაკენ და ევროპიდან აზიისაკენ შემხვედრ ტვირთდინებათა ნაკადი შექმნის ძველი ადრესატებიდან, რომლებიც ისედაც დაკარგულნი არიან, ახალ ადრესატებზე გადაართვის ფართო შესაძლებლობებს. ამით დაიბადება რესურსების ბაზართან უწყვეტი კონტაქტი და შესაძლებელი გახდება სამამულო წარმოების აღორძინება. ამ ნიადაგზე ქვეყნის შიგა ბაზრის სამამულო საქონლით გაჯერება საქართველოს დააყენებს საკუთარ ეკონომიკურ ფეხებზე.

ამ შესაძლებლობათა უნარიანი გამოყენება უნდა უზრუნველყოს სამრეწველო ფირმის მარკეტინგული მართვის სათანადოდ ორგანიზებულმა სისტემამ. გარდა ამისა, უნდა მიეცეს პროფილის არჩევის საყოველთაო თავისუფლება ეკოლოგიადაცულ ტექნოლოგიასა და სოციალურად ჯანსაღ წარმოებებს.

საჭიროა, შეიქმნას მარკეტინგული ცენტრი საქართველოში, რომლის დანიშნულებაც იქნება გაუწიოს მარკეტინგული სამსახური (თანამედროვე მარკეტინგის მიხედვით) სახელმწიფოს, სახელმწიფო და კერძო ფირმებს „ევრაზიის ღერეფნის“ (შექმნილი) გარემოს მიხედვითაც და მასზე დაყრდნობით. მისი დანიშნულებაა საბაზრო სათანადო ინფრასტრუქტურის შექმნა „ევრაზიის ღერეფნის“ მიერ შექმნილ კომუნიკაციურ სისტემაზე დაყრდნობითაც და მარკეტინგული მომსახურების უადრესად ფართო ქსელის გაბმით, რათა მან იკისროს საქართველოს მიკროეკონომიკის გამოცოცხლებისა და აღმავლობის ინდიკატური მართვის ფუნქცია.

მისი საქმიანობა უნდა იყოს მჭიდრო კავშირში, როგორც სამთავრობო, ასევე კერძო სექტორებთან. მისი ფუნქცია უნდა იყოს ის, რომ შეიმუშაოს სტრატეგიულ და ტაქტიკურ სამმართველო გადაწყვეტილებათა დამაკვალიანებელი რეკომენდაციები.

ეკონომიკური აღმავლობის დაჩქარებისათვის აუცილებელია, რომ გამოინახოს „დერეფნის“ ათვისების ეტაპზე სახელმწიფო კომერციალიზებული და არაკომერციალიზებული, კერძო საკუთრების ფირმების ჩამოყალიბებათა შორის ოპტიმალური თანაფარდობა და არ დავიჩემოთ ჯიუტად მხოლოდ კერძო ან მხოლოდ სახელმწიფო საკუთრების დამკვიდრება მმართველობითი რაციონალიზმისა და სიტუაციური მართვის მოთხოვნათა უგულებელყოფით და ამ ნიადაგზე უკუგებითი ეფექტიანობის დაბალი დონის შეუგნებელი ჩამოყალიბებით.

VIII. ჯერ კიდევ საქართველოს ეკონომიკას მართავს კორუფცია და შემორჩენილი მაფიოზური ელემენტები. იგი ეხლაც ხრავს საქართველოს ეკონომიკას, სადაც კი მას ხელი მიუწვდება, ამოქმედებს პარაზიტული მიმთვისებლობის მექანიზმს, იმის გამო რომ პასუხისმგებლობის მექანიზმი მართვის სტრუქტურებში არ მუშაობს ოპერატიულად და ქმედითად. ამიტომ, ეს სისტემა ასრულებს კორუფციის ახალ-ახალი ყლორტების ამოყრის ნიადაგის როლს. საჭიროა ამ ნიადაგის გამომრიცხავ ღონისძიებათა სისტემით მართვის სტრუქტურის არსებითი შეცვლა სათანადო მმართველობითი სტრატეგიის შემუშავება-დანერგვით.

4.2. საქართველოს საბაზრო ეკონომიკის სოციალიზაციის მექანიზმი

იმ მიზნის მისაღწევად, რომელიც გამოდის საქართველოელთა საზოგადოების კრახიდან დახსნის და სოციალური გამოჯანსაღების ინტერესებიდან, საჭიროა მხედველობაში ვიქონიოთ ის, რომ საქართველომ არ უნდა იაროს კაპიტალის პირვანდელი დაგროვების გზით, ამით გამორიცხავს ანტიინფლაციურ და ანტიქაოსურ პროცესებს. წინააღმდეგ შემთხვევაში იწვევს მოსახლეობის ბუნებრივ და მექანიკურ განთესვას და ამ მექანიზმით მყიდველ-მომხმარებელთა რაოდენობის შემცირებას. ამ პირობებში მძვინვარებას იწყებს ნეგატიური გარემო, რომელშიც მაშინ აღმოჩნდა საქართველო. ამგვარი გარემო მართავდა უხილავი

ხელით ხელისუფლებას და ადგმევენებდა მას იძულებით ნაბიჯებს ე. ი. განაგებდა მას თავის სტიქიურ „ჭკუაზე“. ამ პირობებში ვერავითარი პოზიტიური არათავსებადი ღონისძიების ჩაკერება ნეგატიურ გარემოში არ იძლევა სასურველ შედეგს.

ამიტომ, საჭირო გახდა დაუყოვნებლივ გადართულიყო ქვეყანა კაპიტალის პირვანდელი დაგროვებიდან უკვე დაგროვილი კაპიტალის მასობრივ დაბანდებებზე წარმოებასა და მეურნეობებში, ისე, რომ მას ემუშავა სოციალურად ორიენტირებული ბიზნესის სასარგებლოდ. უნდა გამორიცხულიყო ის, რომ ნეგატიურ გარემოს უხილავი ხელით ემართა ხელისუფლება. და ეს მართლაც გაკეთდა, თუმცა ჯერ კიდევ საკმარის მასშტაბით შემორჩა საქართველოში კორუფცია, რომლის წინააღმდეგ ბრძოლა ვერ მოიტანს სასურველ შედეგს თუ მისი ხელახლა აღმოცენების ნოყიერი ნიადაგი არ იქნა გამორიცხული. ამ მიმართულებით უნდა განხორციელდეს სათანადო ღონისძიებები, რაც ინფლაციის და საბაზრო ქაოსის გამორიცხვასთან ერთად საქართველოს ეკონომიკას წარმართავს სოციალური გამოჯანსაღებისაკენ. ამის შედეგად მოსახლეობის განთესვის პროცესი შეიცვლება ბაზრის საქონლით გაჯერების პროცესით, რაც ხელს შეუწყობს საქართველოში ნეგატიური გარემოს შეცვლას პოზიტიური გარემოთი.

საჭირო ხდება სინქრონიზებულ საბაზრო ეკონომიკაზე სოციალურად ორიენტირებულ სისტემურ კანონზომიერებათა ჩამოყალიბება.

ნეგატიური გარემოს პოზიტიურ გარემოდ გარდაქმნის გზაზე დადგა საქართველო, თუმცა ამასთან ერთად საჭიროა მიკროეკონომიკის საფუძვლიანი გამოცოცხლება. ამაში დიდი დახმარება შეუძლია გაგვიწიოს „ევრაზიის დერეფანმა“, რომელიც სათანადო შესაძლებლობების მატარებელია. მთავარია მათი გონივრული გამოყენება. საჭიროა საყოველთაო კონკურენციის ხელშემშლელ მოვლენებს დაუპირისპირდეს ხელისუფლების ღონისძიებათა მთელი სისტემა.

საყოველთაო კონკურენციისა და ანტიმონოპოლიური ღირებუტიული გარემო გამორიცხავს აბსოლუტური გადატაკების პროცესს. სიმდიდრის და შეფარდებითი სიღარიბის წყალგამყოფ ხაზად მოგვევლინება პიროვნების უნარი მოერგოს საბაზრო გარემოს და

მოიგოს იგი, სადაც კი გაწვდება მისი გონება და ფხიანობა (გერგილიანობა) ყოველგვარ ნეგატიურ მოქმედებათა გარეშე.

ღირექტიულ და ინდიკატურ მექანიზმთა ამგვარად შეკრული სისტემა იწვევს მათ ურთიერთობაში სინერგიულ კავშირებს და ამიტომ ისინი ერთიანი შეუღლებული მოქმედებით იძლევიან უფრო მეტ ეფექტს, ვიდრე თითოეულ მათგანს შეუძლია მოგვცეს ცალ-ცალკე მათი შემდგომი დაჯამებით. ამრიგად, სინქრონიზაციის მიღწევა ძალუძს მართვის ღირექტიულ ინდიკატურ სინერგიულ მექანიზმს.

ამგვარად კონსტრუირებულმა მექანიზმმა ისიც უნდა გაითვალისწინოს, რომ საჭიროა საწარმოები და მეურნეობები დაიყოს ოთხ ძირითად ჯგუფად მაინც. სახელდობრ, არაკომერციალიზებულ სახელმწიფო, კომერციალიზებულ სახელმწიფო, კერძო ერთპიროვნულ და ჯგუფური საკუთრების (დახურული ან ღია სააქციო) საწარმოებად. პირველნი უნდა იმართებოდნენ ღირექტიულად, ვინაიდან მათი დანიშნულება უნდა იყოს სახელმწიფოს უზრუნველყოფა ნატურპროდუქციით, მეორეთა დანიშნულებას უნდა შეადგენდეს სახელმწიფო ხაზინის შევსება, მესამის, კერძო სამამულო და უცხოეთის კაპიტალის მოზიდვა ახალ საწარმოთა შექმნისათვის (მათ შორის საერთო საწარმოთა შექმნისათვის), მეოთხის კი არსებულ მსხვილ საწარმოთა საწარმოო პოტენციალის გამოცოცხლება და არსებული კვალიფიციური კადრების შენარჩუნება და აქტივიზაცია.

ამ საწარმოთა დანიშნულების მიხედვით უნდა იქნას შერჩეული ღირექტიული და ინდიკატური მანიპულატორების იმგვარად ორგანიზებული სიმბიოზი, რომელსაც შესწევს უნარი მოგვცეს სინერგიული ეფექტი ე. ი. უნდა მივიღოთ ორგანიზებულობის ეფექტის მომცემი ურთიერთთავსებადი შეუღლება.

ნეგატიური გარემოს პოზიტიურად გარდაქმნისათვის საჭიროა ინფლაციის მოთოკვა და საბაზრო ქაოსის გამომრიცხავი ფაქტორების ამოქმედება. ჩვენში მოქმედებდა არა მოთხოვნის და არა მიწოდების ტიპის ინფლაცია, არამედ მართვის აღვირების უმისამართოდ გადაყრით გამოწვეული და უსისტემო მართვით გარღმავებული ჰიპერინფლაცია. ინფლაციის პირველ ორ ტიპს გააჩნია თვითრეგულირების მექანიზმი, მესამეს არა. ეს იმიტომ, რომ პარაზიტული გზით დაგროვილი და პარაზიტული დაგროვების მექანიზმით ფუნქციონირებადმა გარემომ სამეურნეო ბრუნვიდან გარიყული თანხ-

ები გადააქცია ფასების საყოველთაო ზრდის იმპულსატორად, რომელმაც მოხსნა ფასების ბუნებრივი ზედა ზღვრის წარმოქმნის შესაძლებლობა.

მეორე მთავარი ფაქტორია საბაზრო ქაოსი. იგი სრულიად თავისუფალია სოციალური სიჯანსაღის მომტანი საბაზრო შეზღუდვებისაგან. ე. ი. გამყიდველთა შორის, მიმწოდებელთა შორის, მეწარმეთა შორის და კაპიტალის დაბანდებათა შორის კონკურენციისაგან, ეს ფაქტორი მოსახსნელია ისე, რომ უშუალოდ გადაერთოთ იგი სინქრონიზებულ საბაზრო ეკონომიკაზე. მაშინ შევძლებთ ნეგატიური გარემოს გარდაქმნას პოზიტიურ გარემოდ და ამ გზით არამარტო უცხოეთის არამედ სამამულო კაპიტალის მოზიდვასაც. ამრიგად *ღირექტიული და ინდიკატური მანიპულატორებით შეუღლებული სისტემა სინერგიული თვისებით საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლას აქცევს კრიზისიდან გამოსვლის პროცესად.*

საქართველოში შოკურმა მიდგომამ, საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლის საქმეში გამოიწვია სოციალური განუკითხაობის ტალღის აგორება. ამიტომ დღეს სხვა გზა არა გვაქვს, თუ არ განვახორციელებთ ქვეყნის ეკონომიკის სოციალური გამოჯანსაღება. სახელდობრ, ე. წ. „*შოკური თერაპიის*“ სოციალური განუკითხაობის მექანიზმიდან თავის დაღწევა შესაძლებელია მხოლოდ და მხოლოდ საბაზრო მექანიზმის სოციალიზაციის გზით. ეს გზა ძვეს საბაზრო ეკონომიკის სინქრონიზაციის მარშრუტზე.

როგორც ადრე ავლნიშნეთ, კაპიტალის მასობრივი დაბანდება იმის აუცილებელი პირობაა, რომ საქართველოს ეკონომიკა ავადორძინოთ საბაზრო ეკონომიკის გამოყენებით. უნდა ვიცოდეთ რომ საქართველოს არ გააჩნია ამისათვის საკმარის სამამულო კაპიტალი. საქმის დაჩქარებისათვის კი საჭიროა უცხოეთის კაპიტალის მასობრივი მოზიდვა და რაც მთავარია „ვერაზიის დერეფნის“ ცენტრალური ქვეყნის როლის შესრულებით.

ძნელი არ არის იმის ცოდნა, რომ „ვერაზიის დერეფანი“ შექმნის რესურსებითა და ინფორმაციით უწყვეტ მკვებავ მექანიზმს და ამით შთაბერავს სიცოცხლისუნარიანობას საქართველოს მიკროეკონომიკასაც კი.

ამ მოვლენების პროგნოზირება უკვე აღარ არის რთული, თუმცა საკმაოდ შრომატევადია მისი დაპროგრამება, ცხოვრებაში გატარება.

„ევრაზიის დერეფნის“ შექმნასთან დაკავშირებით აღმოცენდება საკმაოდ ძლიერი ინფრასტრუქტურა და უნდა ვითვალისწინებდეთ, რომ აქ წარმოიქმნება უაღრესად ფართომასშტაბიანი სავაჭრო არე, შესაძლოა დაიბალოს ევრაზიის ერთიანი ბაზარიც.

საქონელთა შემხვედრი დიდმასშტაბიანი უწყვეტი ნაკადები ევროპიდან აზიაში და აზიიდან ევროპაში წარმოქმნის ფართომასშტაბიანი მარკეტინგული ინფორმაციის წყაროს, რომლის გამოყენებისათვის ეხლავე არის საჭირო სათანადო თადარიგის დაჭერა.

„ევრაზიის დერეფანი“ კმნის საქართველოს ეკონომიკაში ფინანსური რესურსების ნაკადსაც. საჭიროა ამ ნაკადის მკაცრი აღრიცხვა და კონტროლი უკლებლივ ყველა არხის მიხედვით. საქართველოს ეკონომიკის ფინანსური შევსების ეს უწყვეტი წყარო მოითხოვს რაციონალურ გამოყენებას იმ მხრივ, რომ მან საყოველთაოდ გამოაცოცხლოს მიკროეკონომიკა, სატრანზიტო პროცესების მომსახურების ინფრასტრუქტურის ჩამოყალიბების პარალელურად.

ფართომასშტაბიანი მარკეტინგული მომსახურების ორგანიზაცია გახდება ის წამყვანი რგოლი, რომლის მეშვეობითაც იქნება შესაძლებელი მიგნებული იქნას არამარტო გასაღების ბაზრები, არამედ რესურსების საბაზრო წყაროებიც. ამ ნიადაგმა, შესაძლოა და კიდევაც უნდა მისცეს ორიენტაცია საქართველოს სახალხო მეურნეობრივ სტრუქტურას, სადაც მრეწველობა დაიკავებს სათანადო დარგების მიხედვით წამყვან ადგილს საქართველოს ეკონომიკაში. ამიტომ ხელიდან არ უნდა გაუშვათ ბაზართკეთების ეს ფართო შესაძლებლობები და მისი შესატყვისი წარმოებების აღმოცენების შეუფერხებლობას უნდა შეუწყოს ხელი სახელმწიფომ.

როგორც ცნობილია, საბაზრო ეკონომიკის ყველაზე იდეალურ მექანიზმსაც კი გააჩნია ხარვეზები, რომ არაფერი ვთქვათ მადეზორგანიზებელ მისთვის უცხო მინარევებზე. სახელმწიფოს ფუნქციას უნდა შეადგენდეს ამ ხარვეზების თავიდან აშორება და უცხო მინარევების დაუშვებლობა, რათა ამ გზით უზრუნველყოს ჯანსაღ, სოციალურად ორიენტირებულ საბაზრო ეკონომიკაზე გასვლა.

საბაზრო ეკონომიკის ნაკლოვანებები მდგომარეობს შემდეგში:

1 საბაზრო თვითრეგულირებადი მექანიზმი სინამდვილეში

იწვევს თვითდაშლის ტენდენციებს, როდესაც კონცენტრირების დიდი მასშტაბების წარმოქმნით იზღუდება ანდა გამოირიცხება საყოველთაო კონკურენცია და მასთან ერთად კვდება საბაზრო ეკონომიკის მამოძრავებელი ძალა. ეს დაამტკიცა 100 წლიანმა ისტორიამ.

2 საბაზრო მექანიზმი ხდის შესაძლებელს, რომ წარმოქმნას უდიდესი სხვაობა შრომით შემოსავლებსა და მოგებას შორის. ეს კი განაპირობებს მკვეთრი სხვაობის წარმოქმნას კერძო საკუთრებათა შორის, რითაც პროცესი მიემართება ქონების განაწილებაში უთანაბრობისაკენ. ამიტომ იგი თავის თავში ატარებს სოციალურ დაძაბულობას.

3 ბაზარზე კონიუნქტურული რყევადობა იწვევს მოთხოვნასა და მიწოდებას შორის სხვაობის ნიველირებას, რაც მიწოდების უცვლელობისას მოთხოვნის ამაღლების პერიოდში წარმოქმნის ფასების ზრდას სრულდასაქმებულობასთან ერთად. ეკონომიკური დაქვეითების პერიოდში კი წარმოების დაქვეითებით ეცემა მიწოდების დონე, წარმოქმნება მასობრივი უმუშევრობა და აქედან გამომდინარე თავს იჩენს სოციალური პრობლემების გამწვავება.

„სოციალურ საბაზრო ეკონომიკამ“, რომელიც არსებობს გერმანიის ფედერაციულ რესპუბლიკაში მიზნად დაისახა ამ ნაკლოვანებათა გადალახვა (ე. ი. ყველა ქვეყნისათვის გამჭოლი პრობლემების გადალახვა.) რათა გამოაჯანსაღოს საბაზრო ეკონომიკის მექანიზმი საერთოდ.

ცხადია ამას იგი ვერ გააკეთებდა სახელმწიფოს სათანადო ჩარევის გარეშე ქვეყნის ეკონომიკურ განვითარებაში. ეს ჩარევა მოწოდებულია უზრუნველყოს კონკურენციის მექანიზმის შეუფერხებელი ფუნქციონირება და გამორიცხოს იმ ფაქტორთა მოქმედება, რომელთაც მივეყვართ სოციალურ დაძაბულობამდე. ასე მაგალითად, კონცენტრაციის პროცესები, რომლებიც იწვევენ კონკურენციის გამორიცხვას იბოჭებიან სახელმწიფო კანონმდებლობებით, რომლებიც მომართული არიან კონკურენციის შემზღუდავი მოვლენების წინააღმდეგ. აქ პრინციპულად არის აკრძალული კარტელების შექმნა. კარტელები წარმოადგენენ მეწარმეთა გაერთიანებებს, რომლებიც უთანხმდებიან რა ერთმანეთს წარმოებათა მოცულობაში, ბაზრების განაწილებაში, გაყიდვის პირობებში, ფასებშიაც კი და ა. შ. რათა შეინარჩუნონ წარმოებითი დამოუკიდებლობა და ბაზარზე გამორიცხონ ურთიერთ-

კონკურენცია. სახელმწიფო ებრძვის აგრეთვე ბაზარზე ბატონობის ბოროტად გამოყენების მცდელობებსაც.

მიუხედავად იმისა, რომ ამის გამო გარკვეულწილად იზღუდება მეწარმეობრივი თავისუფლება, ე. ი. ინიციატივა, მაინც პროგრესულია ამგვარი მიდგომა, ვინაიდან იგი უზრუნველყოფს საბაზრო სისტემის თვითუარყოფის გამორიცხვას. ამით შენარჩუნებული ზდება მეწარმეობის ჯანსაღი საფუძველი, რომელიც დამაგრებულია სათანადო საგადასახადო სისტემით.

გერმანიის ფედერაციული რესპუბლიკის ლტოლვა საბაზრო ეკონომიკის სოციალიზაციისაკენ უნდა გახდეს საქართველოს ეკონომიკის სოციალიზაციის მექანიზმის მაორიენტირებელი. მითუმეტეს, რომ ამის ფართო შესაძლებლობებს ქმნის „ტრასეკასა“ და „ბისეკას“ შეუღლებით შექმნილი ის პირობები, რომლებიც ხელსაყრელ გარემოს უქმნიან იმას, რომ საქართველომ შეძლოს სოციალურად ჯანსაღი ინგრედიენტებით აღჭურვოს თავისი საბაზრო მექანიზმი და ისე გავიდეს სოციალურად ორიენტირებულ სინქრონიზებულ საბაზრო ეკონომიკაზე.

საჭიროა მხედველობაში ვიქონიოთ ისიც, რომ საქართველო აღმოჩნდა მსოფლიო ქვეყნების ეკონომიკური და პოლიტიკური ინტერესების შესაყარზე. ამიტომ, უტყუარ პროგნოზად მიგვაჩნია, რომ ამ გარემოების შენარჩუნება და გაღრმავება მიგვიყვანს იმ მდგომარეობამდე, რომ საქართველოს სუვერენიტეტით, ტერიტორიული მთლიანობით და ეკონომიკური გამართულობით დაინტერესებული გახდება მთელი მსოფლიო, მათ შორის საერთაშორისო ორგანიზაციებიც.

ეს იმას ნიშნავს, რომ საქართველოს დამოუკიდებლობას გაუჩნდება მყარი ნიადაგი ანალოგიურად შვეიცარიისა.

თუ საქართველოს იდეალი იქნება სოციალურად ორიენტირებული იმგვარი საბაზრო ეკონომიკის მშენებლობა, რომელიც მიგვიყვანს იმ მდგომარეობამდე, რომ საყოველთაო კეთილდღეობამ მოიცვას საქართველო, მაშინ გვეყოლება საზოგადოების უმდიდრესი ფენა, ზომიერი სიმდიდრის ფენა და არამდგრადი, მაგრამ არც ისე ღარიბი ფენა. ამას რომ მივაღწიოთ, საჭიროა შევიმუშაოთ და ავაშორებოდეთ *სოციალური განუკითხაობის აღმომფხვრელი და საერთოდ გამომრიცხავი საბაზრო მექანიზმი*, რომელიც უნდა მოიცავდეს

ამგვარ თვისებათა მატარებელ ინგრედიენტთა მთლიანობით სისტემას. ე.ი. უპრიანი იქნება საქართველოში გამოვიყენოთ საბაზრო მექანიზმის აღნაგობაში იმგვარი ინგრედიენტები, რომლებიც ერთდროულად და პარალელურად შეუწყობენ ხელს რათა *ერთმანეთისთვის ზიანის მიყენების გარეშე გააქტიურდეს, როგორც მეწარმეობა, ასევე შრომითი საქმიანობის სოციალურად ჯანსაღი იმპულსირება.*

იმისათვის, რომ არ მოხდეს მესაკუთრეთა და მშრომელთა ინტერესების პოლარიზაცია, საჭიროა შემოვიღოთ საკუთრებიდან შემოსავლის განსაზღვრის სოციალურად სამართლიანი მექანიზმი. სახელდობრ, საკუთრების ღირებულების მიხედვით უნდა შედგეს ამ საკუთრებიდან შემოსავლის მიღების სათანადო სკალა. ეს უკანასკნელი უნდა განისაზღვროს პროცენტებით შრომითი. შემოსავლების მიმართ. თუ შრომისუნარიანი მესაკუთრე არ შრომობს და ამიტომ არ გააჩნია შრომითი შემოსავალი, მაშინ მისი საკუთრება მას არ მისცემს ქონებიდან შემოსავალს და ეს საკუთრება გახდება ნომინალურ-პოტენციური შემოსავლის და არა ფაქტიური შემოსავლის წყარო, რომელიც მემკვიდრეობით გადადის შთამომავლობიდან შთამომავლობაზე. საკუთრება შრომითი შემოსავლის კვალობაზე და მის მიხედვით ხდება ფაქტიური შემოსავლის წყარო. შრომითი შემოსავლის მიხედვით საკუთრებიდან შემოსავალი უნდა განისაზღვროს შემდეგი წესით: ვთქვათ, მესაკუთრე შრომობს როგორც ბიზნესმენი, მენეჯერი, ანდა სხვა ნებისმიერ შრომას ეწევა, შესაძლოა მუშადაც კი, და ღებულობს შრომით შემოსავალს 1000 ლარის ოდენობით. ამასთან ერთად დაეუშვათ, საკუთრების ღირებულებიდან განისაზღვრა, რომ მას აქედან შემოსავალი ეკუთვნის შრომითი შემოსავლის 30%-ის ოდენობით. მაშინ ჩვენი მაგალითის შესაბამისად საკუთრებიდან მისი შემოსავალი იქნება: $1000 \times 0,3 = 300$ ლარი, ე. ი. სულ მიიღებს $1000 + 300 = 1300$ ლარს და ა. შ. ეს მექანიზმი გააძლიერებს მესაკუთრის დაინტერესებას შრომითი შემოსავლის გარდაში და ამ გზით საკუთრებიდან შემოსავლის გადიდებაში. ამგვარად მას გაუჩნდება მშრომელი მესაკუთრის ინტერესები და არა მარტო მესაკუთრის ინტერესები, რომელიც უშრომლად მიიღებდა საკუთრებიდან შემოსავალს.

შრომითი შემოსავლების შეწყვეტისას (გარდა პენსიაზე გასვლისა და ავადმყოფობისა) საკუთრებიდან შემოსავლის მიღება უნდა

შეწყდეს. ამ შემთხვევაში საკუთრება გადაიქცევა შემოსავლის პოტენციალურ წყაროდ, რომელიც მაშინვე რეალურ შემოსავლად გადაიქცევა, როგორც კი მესაკუთრე შეუდგება შრომას და მიიღებს შრომით შემოსავალს.

საჭიროა ამ პროცესის პარალელურად მიმდინარეობდეს ქონების არ მქონე მშრომელის მესაკუთრედ გახდომის პროცესი. ამისათვის კი საჭიროა შემოღებული იქნას კვალიფიკაციის მიხედვით დიფერენცირებული შრომითი შემოსავლის „ქვედა ზღვარის სისტემა“. ამ ზღვარის ქვევით ჩამოსვლა უნდა აიკრძალოს. მის ზევით კი უნდა ფუნქციონირებდეს შრომის საბოლოო შედეგისათვის გარიგებითი ფასი ე. ი. უნდა არსებობდეს შრომის (სამუშაო ძალის) ბაზარი საკონტრაქტო ფასებით.

ამას გარდა, თუ მეწარმეს უღირს გაძვირებული შრომა, ვინაიდან მის გარეშე იგი კონკურენტუნარიან საქმიანობას ვერ განახორციელებს, მაშინ სამუშაო ძალის გამჭირავებელი გარიგებით მიაღწევს მაღალ ხელფასს. იმ შემთხვევაში, თუ გამჭირავებლის შრომა მოცემულ სამეურნეო-საბაზრო სიტუაციაში ამ თვისებას არ ამჟღავნებს, მაშინ გარიგებით მას ნაკლები ხელფასი მიეცემა, თუმცა არა ნაკლებ იმისა, რაც არის კვალიფიკაციით განსაზღვრული ქვედა ზღვარი. თუ მისმა კვალიფიკაციამ დაკარგა ფასი, მასზე მოთხოვნილება შემცირდა ან გაქრა, მაშინ შრომის შედეგის გარიგებითი ანაზღაურების ქვედა ზღვარი გადაინაცვლებს შესაბამისად უფრო დაბალი კვალიფიკაციის ქვედა ზღვარისაკენ.

შემუშავებული უნდა იქნას შრომის ანაზღაურების პროპორციული მატების სკალა ფასების მატების საშუალო ინდექსის შესაბამისად, მხოლოდ იმ ნაწილში, რომელსაც წარმოადგენს სამუშაო ძალის ფასი ე. ი. მისი მეორე ნაწილის გასამრჯელოს გარეშე. ეს სკალა ავტომატურად უნდა იწვევდეს ფასთა მატების კვალობაზე სამუშაო ძალის გარიგებითი ფასისა და მისი ქვედა ზღვარის იმავდროულ კორექტირებას. ამით გამოირიცხება ერთის მხრივ, მომხმარებელთა აბსოლუტური გადატაკების პროცესი, მეორეს მხრივ, კი აღიკვეთება მეწარმეთა, კომერსანტთა და ბიზნესმენტთა პარაზიტული ხასიათის გამდიდრება. ამ ნიადაგზე ფეხს მოიკიდებს მმართველობითი რაციონალიზმის გზით გამდიდრება (ბიზნესი).

მესაკუთრისა და მშრომელის ამგვარი ინტეგრირებული ინტერესების პირობებში ყოველი მშრომელი-მესაკუთრის შრომის ექსპლუატაციის ხარისხის (მხედველობაშია თვითექსპლუატაცია და სახელმწიფო საგადასახადო ექსპლუატაცია. ამით განსხვავდება იგი მანქანა-დანადგარების ექსპლუატაციისაგან) მართვა შეიძლება განხორციელდეს იმის მიხედვით, თუ მოგების რა ნაწილი მოექცევა შრომის საბოლოო შედეგის გარიგებით ანაზღაურებაში.

ამ ნაწილის განსაზღვრა მმართველობითი რაციონალიზმის პოზიციებიდან გამომდინარე მოითხოვს მხედველობაში მივიღოთ შემდეგი გარემოებანი:

საწარმო თავისი შემოსავლიდან იხდის სხვადასხვა გადასახადს იმისათვის, რომ დააფინანსოს რაიონის, ქალაქის და სახელმწიფოს საქმიანობა მთელი საზოგადოების, როგორც მთლიანობითი სისტემის ნორმალური ფუნქციონირებისათვის. ამის საჭიროებას თვით საწარმოც (ფირმაც) უნდა გრძნობდეს, ვინაიდან იგი საზოგადოების სამეურნეო-საწარმოო კომპლექსის ძირითადი რგოლია და არა ამ სისტემიდან გარიყული ობიექტი. ამიტომ, მისი ფუნქციონირების შედეგიანობა დამოკიდებულია წარმოების არა მარტო ორგანიზაციის შიდამოთხოვნებზე, არამედ იმ გარემომცველ არეზეც, რომელიც ახდენს გავლენას მისი საქმიანობის პირობებზე და მოითხოვს მისგან სათანადო რეაგირებას. ეს რეაგირება მას შეუძლია დაუჯდეს ძვირი ან იაფი. ეს კი დამოკიდებულია იმაზე, თუ აღნიშნული პირობები რაოდენ გათვითცნობიერებულია წინასწარ და რაც მთავარია, რაოდენ ამსუბუქებს ამ პირობებს სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების რეგიონალური და სახელმწიფოებრივი სტრატეგიული მართვა.

ამიტომ, ოპტიმალურად უნდა მივიჩნიოთ გადასახადთა ის ზედა ზღვარი, რომელიც ამ მიზანს ემსახურება და ამასთანავე ძირს არ უთხრის საწარმოს (მეწარმის) საფინანსო მანევრს და მეწარმეობის აქტივიზაციას.

იმ შემთხვევაში, თუ ეს ზღვარი იმდენად მაღალია, რომ აძლიერებს რეგიონის და საერთოდ სახელმწიფოს საფინანსო შესაძლებლობებს იმაზე მეტად, ვიდრე ხელს უწყობს საწარმოთა გარემომცველ სოციალურ-ეკონომიკური პირობების გაუმჯობესებას, მაშინ საგადასახადო სისტემა, ნაცვლად მმართველობითი

რაციონალიზმის სტრატეგიული ინსტრუმენტისა გვევლინება საწარმოთა საფინანსო შესაძლებლობათა შეზღუდვისა და სახსრების ჩამორთმევის იარაღად. ამ შემთხვევაში ჩვენ საქმე გვაქვს რეგიონის ხელმძღვანელების, თუ სახელმწიფოს მიერ საწარმოს (ფირმის) გაუმართლებელ ექსპლუატაციასთან.

ანალოგიურად შეიძლება განხილულ იქნას საკითხი საწარმოს (ფირმის) შემოსავალ-მოგების განაწილებისას შრომითი კოლექტივის წევრებსა და საწარმოს შორის. სახელდობრ, შრომითი კოლექტივის ყოველ წევრს ესმის, რომ თუ იგი გახდება საწარმოს ჯგუფური მესაკუთრე, მაშინ საწარმოს (ფირმის) მაღალეფექტიანი ფუნქციონირება და ამ გზით შემოსავლების გადიდება მისი კეთილდღეობის მომასწავებელია. აქ იგი ფიქრობს არა მარტო სადღეისო, არამედ სახვალის (სამომავლო) კეთილდღეობაზე. სადღეისო კეთილდღეობა თუ დამოკიდებულია შრომის ანაზღაურებაზე (ჯანსაღი საბაზრო ეკონომიკა მხედველობაში, როცა ინფლაცია თავაშვებული კი არაა, არამედ ნორმალური რეგულატორია და კეთილდღეობას ძირს არ უთხრის), სახვალის (მერმისის) კეთილდღეობა კი მნიშვნელოვან წილად დამოკიდებულია მეცნიერების, ტექნიკისა და წარმოების განვითარების (საწარმოს, საწარმო-ტექნიკური ბაზის განვითარების) ფონდზე. ეს მას იზიდავს საკუთარი წვლილი შეიტანოს ამ ფონდის ჩამოყალიბება-განვითარებაში და ამით გახდეს კაპიტალის გარკვეული წილის მფლობელი და ჯგუფური საკუთრების წევრიც. ამ საკუთრების ეკონომიკურ-კომერციული ძლიერების მოქმედი მონაწილე.

მაგრამ, მაინც არსებობს კაპიტალდაბანდებაში მონაწილეობისა და სადღეისო კეთილდღეობას შორის შრომითი კოლექტივისა და მისი ყოველი წევრის სახსრების განაწილების ოპტიმალური ვარიანტი, რომელიც წარმოების მუშაკს დღეს ნორმალურად აცხოვრებს და ხვალ გარანტიას აძლევს კეთილდღეობის შენარჩუნებითა და მატებით. მაშინ მეწარმე-მესაკუთრის თუ მესაკუთრე-მშრომელის ინტერესები ორგანულად ურთიერთშერწყმული გახდება და განახორციელებს მეწარმე-მესაკუთრის ინტერესების საქმიანობის პარალელურ აქტივიზაციას.

სახსრების ამგვარი განაწილებიდან გადახრა მესაკუთრის სასარგებლოდ გამოიწვევს მის აქტივიზაციას შრომითი საქმიანობის სტიმულის

ჩაკვლის ხარჯზე. ხოლო გადახრა მშრომელის სასარგებლოდ გამოიწვევს მეწარმეობის პასივიზაციას. ამგვარი დარღვევების თავიდან აცილებისათვის საჭიროა მათი ინტეგრირებული (მიმანიშნებელი) ინდიკატური ბუნების ნორმატივის შემუშავება და გამოყენება. ეს უკანასკნელი კი ექსპლუატაციის ხარისხის მართვის ინსტრუმენტად გახდება.

მაორიენტირებელი ინდიკატური ნორმატივის გაანგარიშებამ ურთიერთწონასწორობაში უნდა მოიყვანოს მეწარმის და მშრომელის ინტერესები, ანალოგიურად იმ წონასწორობისა, რომელიც უნდა იყოს საწარმოს შემოსავლების განაწილებაში სახელმწიფოსა და საწარმოს შორის. მაშასადამე, მაორიენტირებელი ინდიკატური ნორმატივი თანახვედრილი უნდა აღმოჩნდეს მოგებიდან გადასახადთა ერთიანი თანხის ზღვრული ნორმატივისა.

ამგვარი მიდგომა აუცილებელია იმისათვის, რომ ეკონომიკა არ გავწელოთ და წელში არ გავწყვიტოთ. ამგვარი ნეგატიური პროცესი კი შეიძლება გამოიწვიოს ბიუჯეტის დეფიციტის შევსებისათვის ჩამოშლელი საგადასახადო სისტემის შემოღებამ. მან არ შეიძლება არ გამოიწვიოს საწარმოების, მეურნეობების და ორგანიზაციების საფინანსო-კომერციული მანევრის შეზღუდვა. ეს კი იმის საფრთხეს ქმნის, რომ დაირღვეს მეწარმესა და მშრომელს შორის ოპტიმალური პარტნიორული თანამშრომლობა. რაც დააკნინებს ადამიანის ფაქტორის შემოქმედებით ფუნქციონირებას.

ამიტომ უნდა იქნას მიგნებული და დამკვიდრებული ის ოპტიმალური თანაფარდობა გადასახადთა და საწარმოს განკარგულებაში დატოვებულ მოგებას შორის, რომელიც არ დაუშვებს ზემოაღნიშნულ უარყოფით მოვლენას. ასეთი თანაფარდობის მისაგნებად შეგვიძლია გამოვიყენოთ ადამიანის ფაქტორის აქტივიზაციის ე. წ. შეკინოს გამოცდილება. სახელგანთქანი, კი ამ გამოცდილების გავრცელება ფერხდებოდა, როდესაც მუშაკს ჰპირდებოდნენ, რომ თუ იგი მომსახურების ფრონტს გააფართოვებდა და ამით შეამცირებდა სხვა მუშაკს, მაშინ მას მიცემდნენ გამონთავისუფლებული ხელფასის 30 ან 50 პროცენტს, მაგრამ როგორც კი ეს პროცენტი 70-მდე გაზარდეს, ამ გამოცდილებამ დაიწყო გავრცელება. ეს იმაზე მიგვანიშნებს, რომ ოპტიმალურთან ახლოს უნდა იყოს ის, რომ ყველა გადასახადის საერთო თანხა შეადგენ-

დეს საწარმოს მოგების არა უმეტეს 30 პროცენტს. 70 პროცენტი კი დარჩება საწარმოს (ფირმას). ასევე ინდიკატური ნორმატივით 30 პროცენტს უნდა შეადგენდეს ყოველი და მაშასადამე, ყველა მუშაკის წილი საწარმოს საწარმოო-ტექნიკური ბაზის განახლება-განვითარების დაფინანსებაში. ამ გარემოების გათვალისწინების გარეშე ვერ უზრუნველყოფთ მმართველობითი რაციონალიზმის დამკვიდრებას. მაგალითად „ა“ საწარმოს პროდუქციის რეალიზაციიდან ამონაგები თანხა შეადგენს მილიონს, მათ შორის მოგება 200 ათასს, ნორმატიული ხელფასის ფონდი 500 ათასია, სხვა ხარჯები პროდუქციის წარმოებასა და რეალიზაციაზე 30-ათასს. აქედან გამომდინარე ვერ უნდა გამოვეყოთ მოგების ის ნაწილი, რომელიც დარჩება საწარმოს განკარგულებაში. ამ მონაცემების თანახმად იგი შეადგენს: $200 \text{ ათასი} \times 0,70 = 140 \text{ ათასს}$. ამის შემდეგ უნდა დავაჯამოთ ნორმატიული ხელფასი და საწარმოს განკარგულებაში დატოვებული მოგების ნაწილი, რაც ტოლი იქნება $500 \text{ ათ.} + 140 \text{ ათ.} = 640 \text{ ათ.}$ ამ გზით მივიღებთ საწარმოში გასანაწილებელ ახლად შექმნილ ღირებულებას. ამ ღირებულებიდან უნდა გამოვეყოთ ხელფასის საერთო ფონდი. ამისათვის საჭიროა საწარმოში გასანაწილებელი მოგების $140 \text{ ათასის } 70\% / 500 + 140 \times 0,7 / 500 + 98 = 598 /$ ე. ი. 598 ათ. ჩავრიცხოთ ხელფასის საერთო ფონდში.

ეს იმას ნიშნავს, რომ ხელფასის ერთიანი ფონდის ხვედრითი წონა საწარმოს განკარგულებაში დარჩენილ ახლად შექმნილ ღირებულებაში შეადგენს:

$$\frac{59 \times 100}{640} = 93,4\%$$

ამ 93, 4%-ის მიხედვით უნდა დაფიქსირდეს ყოველი მუშაკის შრომის საბოლოო შედეგით მიღებული ახლად შექმნილი ღირებულების ის ნაწილი, რომელიც მას უნდა შეხვდეს. მშრომელის საქმეა ამ შრომითი შემოსავლის რა ნაწილს აქცევს კერძო საკუთრებრივ ქონებად და რა ნაწილს გამოყოფს პირადი მოთხოვნილებების (მათ შორის სოციალურ მოთხოვნილებათა) დასაკმაყოფილებლად. ლტოლვა მესაკუთრედ გახდომისა სტიმულირებულია იმით, რომ ეს საკუთრება მას მისცემს შემოსავალს შრომით შემოსავალზე ზევით (დამატე

ბით) და შრომით შემოსავალზე დამოკიდებულებით. ამ გზით მას გაუჩნდება მშრომელი-მესაკუთრის განუყოფელი ინტერესები. ამიტომ, მშრომელის ფსიქოლოგიას, ამ პირობებში, შეეზრდება მესაკუთრის ინტერესები. იგი გახდება მშრომელი-მესაკუთრის ინტერესების განუყოფელი მატარებელი.

ჯგუფური საკუთრების (კერძო მესაკუთრეთა საერთო ქონება) საწარმოები ისევე, როგორც საკუთრების ყველა სხვა ფორმის (სახელმწიფო, კოოპერატიული, კერძო ინდივიდუალური, ფერმერული და ა. შ.) საწარმოები უნდა მოქმედებდეს კერძო მეწარმეობის უფლებებითა და პირობებით.

წარმოების მაღალეფექტიანი ფუნქციონირება უნდა პასუხობდეს ბაზარზე საქონლის მიწოდებასა და გადახდისუნარიან მოთხოვნას შორის იმგვარი თანაფარდობის დაცვას, რომელიც ფართო ასპარეზს შეუქმნის კონკურენციის მექანიზმს. ეს მექანიზმი ითვლება სოციალური საბაზრო ეკონომიკის გულის-გულად. იგი სოციალურად სამართლიან ფარგლებში აყალიბებს გარიგებითი ფასების სისტემას. ამგვარი მდგომარეობის მისაღწევად საჭიროა, ერთის მხრივ, შრომის მწარმოებლურობის, (შრომის ნაყოფიერების) კორექტირებული მაჩვენებლის ზრდის ტემპი უსწრებდეს საშუალო ხელფასის მატებას, მეორეს მხრივ კი ფონდუკუგების ზრდის ტემპი ქონებიდან საშუალო შემოსავლის ზრდის ტემპს.

ჯანსაღი საბაზრო ეკონომიკის (მყიდველის ბაზარი) მექანიზმისათვის დამახასიათებელია სიმდიდრის (ფულის) დინება უფრო გერგილიანისაკენ. ამიტომ საბაზრო ეკონომიკაზე გარდამავალ პერიოდში სიმდიდრე ვერ დამაგრდება მისი მესაკუთრის ხელში. იგი დაიწყებს დროთა განმავლობაში სოციალურად სამართლიანი არხებით გადაჯგუფებას უფრო აქტიურთა, გერგილიან კომერსანტთა ინიციატივიანთა და ინტელექტთა სასარგებლოდ. სწორედ ამიტომ, მშრომელი რომელიც საკუთრებას აგროვებს ზემოაღნიშნული გზით შესაძლოა დიდი ბიზნესის პატრონიც კი გახდეს. ამგვარი პროცესი მაშინ მოიკიდებს ფეხს, თუ კაპიტალის მაფიოზური პირველადი დაგროვებისაგან გავანთავისუფლებთ ჩვენი ქვეყნის ეკონომიკას და მოვხსნით საბაზრო ქაოსს კონკურენციის დაჩქარებული დაბადებით და მისი გაძლიერებით.

ჯგუფური საწარმო ეყრდნობა კერძო მესაკუთრეთა ჯგუფის

საერთო ფუნქციონირებას ქონების გაპიროვნებული გაერთიანებით. აქ შრომითი კოლექტივის ყოველი წევრი ხდება მეპაიე. აქციები ფუნქციონირებენ ამ საწარმოს ფარგლებში, ისინი გარე ბაზარზე არ იყიდება.

მუშაკი-მესაკუთრის მოცემული საწარმოდან სხვა საწარმოში გადასვლის ან საერთოდ მოცემული საწარმოდან წასვლის შემთხვევაში ამ საწარმოს კოლექტივი გამოისყიდის წამსვლელის წილ კაპიტალს. ახალ მომსვლელმა შეიძლება იგი შეისყიდოს განვადებითაც.

აქ ყოველი მუშაკი ეცდება, რაც შეიძლება უკეთ, მაღალკვალიფიციურად და წარმოების მაღალი კულტურის მოთხოვნების შესაბამისად იმუშაოს, რათა მისი შრომის საბოლოო შედეგი კარგი შემოსავლის მომტანი გახდეს, რომელიც მას მისცემს საშუალებას, რაც შეიძლება მეტი გაიღოს საკუთარი კაპიტალის შესაქმნელად. ამგვარად იგი, როგორც სამუშაო ძალის მესაკუთრე, ცდილობს მეტი ღირდეს, ისეთი გახადოს საკუთარი პროფესიონალიზმი და საწარმოო კომერციული ქცევის უნარი, რომელიც გარიგებით ხელფასს მიიღებს სოციალურად სამართლიანი ოდენობით.

მსხვილი ფულადი კაპიტალის მფლობელს არ უნდა მიეყიდოს სახელმწიფო მონოპოლიური საწარმო, არამედ უნდა დაეხმაროს სახელმწიფო ახალი კონკურენტი საწარმოს შექმნაში. ამან უნდა გამორიცხოს სახელმწიფო საწარმოს გადაქცევა კერძო მონოპოლიურ საწარმოდ.

საკუთრების ყველა ფორმა უნდა ფუნქციონირებდეს აუცილებლად კერძო მესაკუთრის პრინციპებით და მშრომელ-მესაკუთრის ინტერესებით ისე, რომ იცავდეს ჯანსაღი საბაზრო ეკონომიკის მარეგულირებელი მექანიზმის მოთხოვნებს.

ამ პირობებში შრომის მწარმოებლურობის (შრომის ნაყოფიერების) კორექტირებული მაჩვენებლის ზრდის ერთ პროცენტს დავუშვათ, უნდა ახლდეს საშუალო ხელფასის მატება 0,6%-ით. *ასეთ მიდგომას შრომის ექსპლუატაციის სოციალურად სამართლიანი ხარისხის მართვის ფუნქციაც დაეკისრება.*

შრომის მწარმოებლურობის მაჩვენებლის კორექტირება უნდა ხორციელდებოდეს შემდეგნაირად:

ეკონომიით გამოთავისუფლებული ნედლეული, მასალები, სათ

ბობი, ენერგია და ასევე ტექნიკური რესურსებიც, რომლებიც რეალიზებული იქნებიან ბაზარზე, წარმოადგენენ ბაზრის საქონლით გაჯერების ფაქტორს ზუსტად ისევე, როგორც დამატებით წარმოებული ეს საქონელი რომ გაეტანა ბაზარზე მწარმოებელს და არა მომხმარებელს. ამიტომ განივთებული შრომის ეკონომია ერთობლივი შრომის მწარმოებლურობის ზრდის ფაქტორიცაა და საქონლით ბაზრის გაჯერების წყაროც.

შრომის მწარმოებლურობის გაანგარიშების წილადის მხოლოდ მრიცხველის კორექტირება უნდა მოხდეს ეკონომიით გამონთავისუფლებული და ბაზარზე რეალიზებული საქონლის ფიზიკური მოცულობის ღირებულებით.

ამ გზით სტიმულირებული იქნება აღნიშნული რესურსების ეკონომია და ამასთანავე, ამ ეკონომიის ინიციატორი და განმხორციელებელი მუშაკი არ იქნება სოციალურად სამართლიანზე მეტად ექსპლუატირებული.

შრომის მწარმოებლურობის ზრდის ტემპი უნდა უსწრებდეს წინ შრომის საშუალო ანაზღაურების მატების ტემპს. ეს რომ აუცილებელი და კატეგორიული მოთხოვნაა, როგორც თვითღირებულების შემცირების, ასევე ინფლაციური პროცესის ფაქტორის თავიდან აშორების, უდაოდაა მიჩნეული, მაგრამ ამასთანავე მან არ უნდა გამორიცხოს დაქირავებული შრომის აქტივიზაციის იმპულსატორის როლი.

შრომის მწარმოებლურობის და საშუალო ხელფასის ზრდის ტემპთა შორის თანაფარდობის ოპტიმალურობის კრიტერიუმად შეიძლება გამოყენებული იქნას ცოცხალი და განივთებული შრომის განაწილება პროდუქციის ერთეულის თვითღირებულებაში და მათ შორის თანაფარდობა. ამ თანაფარდობის ცვლილება უნდა იყოს იმგვარი, რომ იგი იწვევდეს პროდუქციის თვითღირებულების შემცირებას და ბაზარზე პროდუქციის უფრო მეტი მასით მონაწილეობას, ვიდრე მყიდველთა ხელში აღმოჩნდება ფულის მასა.

ამიტომ, აუცილებელია ერთობლივი შრომის დანახარჯების შემცირება. იგი მიიღწევა იმით, რომ ცოცხალი და განივთებული შრომის ხვედრი დანახარჯი პროდუქციის ერთეულზე ერთდროულად მცირდება, ანდა როდესაც განივთებული შრომის გადიდებას თან ახლავს ცოცხალი შრომის ხვედრი ხარჯვის წინგამსწრები

(გადამფარავი) შემცირება მათი უცვლელი შეფასებების პირობებში.

ეს ნიშნავს, რომ ნაკლები მატერიალური და შრომითი დანახარჯებით (ნაკლები ფულით) სხვა თანაბარ პირობებში, ვაწარმოთ მეტი პროდუქცია.

ამ პოზიციაზე დაყრდნობით შრომის მწარმოებლურობის და საშუალო ხელფასის მატებათა ტემპებს შორის ოპტიმალური თანაფარდობის კოეფიციენტი იანგარიშება ფორმულით

$$K = \frac{T_{\text{სა.}} \cdot \mu \Delta_T}{T_{\text{სა.}}}$$

სადაც $T_{\text{სა.}}$ - პროდუქციის ერთეულის თვითღირებულებაში ხელფასის ხვედრი წონა საბაზისო პერიოდში პროცენტობით.

Δ_T პროდუქციის ერთეულის თვითღირებულებაში ხელფასის ხვედრი წონის შემცირება (გადიდება) პროცენტობით საბაზისო ხვედრი წონასთან.

დაეუშვათ, საბაზისო პერიოდში ხელფასის ხვედრიწონა პროდუქციის ერთეულის თვითღირებულებაში $T_{\text{სა.}}$ შეადგენდა 50%-ს, საანგარიშგებო პერიოდში კი 40%-ს, ე. ი. შემცირდა 10 პუნქტით (50-40) ანუ:

$$\Delta_T = \frac{10 \cdot 100}{50} = 20\% \text{ -ით}$$

აქედან

$$K = \frac{50 - 20}{50} = 0,6\% \text{ -ს}$$

ამრიგად, ამ მაგალითის მიხედვით შრომის მწარმოებლურობის ნამატის ყოველი ერთი პროცენტით ზრდისას ოპტიმალური თანაფარდობით დასაშვები ნორმატივია საშუალო ხელფასის 0,6%-ით გადიდება (არც მეტი და არც ნაკლები).

ამ საფუძველზე შეგვიძლია გავცეთ პასუხი კითხვაზე, კორექტირებული შრომის მწარმოებლურობის ზრდის მოცემულ ტემპს $J_{\text{სა.}}$ საშუალო ხელფასის ზრდის თუ რა ტემპი ($J_{\text{სა.}}$) შეესაბამება: ამისათვის გამოიყენება შემდეგი ფორმულა:

$$J_{\text{სხ}} = (J_{\text{აა}} - 100) \cdot K$$

დაეუშვათ კორექტირებული მაჩვენებლის მიხედვით შრომის მწარმოებლურობა გაიზარდა 120%-მდე, მაშინ:

$$J_{\text{სხ}} = (120 - 100) \cdot 0,6 = 12\% -ს$$

ე. ი. შრომის მწარმოებლურობის კორექტირებული სიდიდის 20%-ით გადიდებას ოპტიმალური თანაფარდობის მიხედვით შეესატყვისება შრომის საშუალო ანაზღაურების გადიდება 12%-ით.

აღნიშნული თანაფარდობის ინდიკატური ნორმატივი (K) ამ მეთოდით უნდა გაიანგარიშოს ყოველ საწარმომ (ფირმამ თუ კონცერნმა), რათა იგი გამოიყენოს ერთ-ერთ ორიენტირად მართვის საკუთარ სტრატეგიაში. ამის უფლებას იძლევა მეწარმის თავისუფლება სამმართველო გადაწყვეტილებათა მიღებასა და გატარებაში, რომლის გარეშე არ შეიძლება არსებობდეს საბაზრო ეკონომიკა.

საშუალო ხელფასისადმი შრომის მწარმოებლურობის ზრდის ტემპის გასწრების ოპტიმალურობის ნორმატივის, როგორც ორიენტირის დაცვა უნდა უზრუნველყოს ამ გასწრების პროცესის სათანადო მართვამ. ამის განხორციელება კი მოითხოვს, რომ მართვის აღვირებად გამოიყენოთ მათ შორის თანაფარდობაზე გაკლენის მომხდენი ფაქტორები. განარჩევენ ამ ფაქტორთა სამ ჯგუფს:

ფაქტორთა პირველი ჯგუფი იწვევს საშუალო ხელფასის ზრდისადმი შრომის მწარმოებლურობის ზრდის ტემპის გასწრებას. სახელდობრ, ამგვარ ფაქტორებს წარმოადგენენ პროგრესული ტექნოლოგიის დანერგვა, მოქმედი მოწყობილობის მოდერნიზაცია და წარმოების რეკონსტრუქცია, საწარმოო პროცესების მექანიზაცია და ავტომატიზაცია, გამომუშავებისა და მომსახურების ნორმების გადიდება, ფონდშიარადებისა და ფონდუკუგების ზრდა, წარმოების მოცულობის გადიდება, დამხმარე პროცესებზე შრომის დანახარჯების აბსოლუტური და შეფარდებითი შემცირება, პროდუქციის ფასების მატება, წარმოების სტრუქტურაში ცვლილებები, შრომითი რესურსების და ძირითადი ფონდების უკეთ გამოყენება, ნედლეულის, მასალების, სათბობის ახალ სახეობათა გამოყენების გაფართოება ტექნოლოგიურ პროცესებში.

ფაქტორთა მეორე ჯგუფი დაახლოებით თანაბრად იწვევს

შრომის მწარმოებლურობისა და საშუალო ხელფასის ზრდას. სახელდობრ, ამგვარ ფაქტორებს განეკუთვნება მმართველობის, წარმოების და შრომის ორგანიზაციის სრულყოფა, სამუშაო დროის დანაკარგების შემცირება, არენდულ ურთიერთობათა ორგანიზაცია, შრომის ანაზღაურების ფორმების, სისტემების და საერთოდ, ორგანიზაციის ცვლილება, შრომის პირობების გაუმჯობესება, შრომის ინტენსივობის გადიდება, კვალიფიკაციის ამაღლება, მოცემულ სპეციალობაში პროფესიონალიზმის აღმოცენება მუშაობის სტაჟის დაგროვების კვალობაზე, წმინდა შემოსავლის განაწილების სტრუქტურა, ბუნებრივ-კლიმატური პირობები.

ფაქტორთა მესამე ჯგუფი არ იწვევს შრომის მწარმოებლურობის ზრდას თუმცა აღიღებს საშუალო ხელფასს. სახელდობრ, ეს ფაქტორებია: სატარიფო განაკვეთების და თანამდებობრივი სარგოების გადიდება, გამომუშავების ნორმების შემცირება, დამატებითი ხელფასი, რომელიც არ უკავშირდება შრომის მწარმოებლურობის ზრდას, შვებულებისათვის დამატებითი კომპენსაციების და ზოგიერთი სამსახურებრივი მოვალეობისათვის შრომის დამატებითი ანაზღაურება (სასწავლო შვებულების, ძუძუმწოვარ ბავშვებიანი დედების მუშაობაში შეწყვეტების დროს, სახელმწიფო მოვალეობათა შესრულებაზე დახარჯული დროის ანაზღაურება, სამუშაო დროის გამოყენების ხასიათის მიხედვით დამატებითი ანაზღაურება (საზეგანაკვეთო დროში, ღამით მუშაობისათვის და ა. შ.)

შრომის მწარმოებლურობის ზრდის ტემპის საშუალო ხელფასის. ზრდის ტემპისადმი გასწრების ინდიკატური ნორმატივის დაცვა გამორიცხავს ფასების ლიბერალიზაციის პირობებშიაც კი ხელფასის გაყინვას არსებულ დონეზე და გამოიწვევს ხელფასის ინდექსაციას ფასების მატების ინდექსთა შესაბამისად.

ასეთ პირობებში საქონლის მატება წინ გაუსწრებს მყიდველთა ფულად შემოსავლებს. ამ ნორმატივის დარღვევის მიმართ სათანადო რეაგირებას უნდა ახდენდეს შრომითი შემოსავლებიდან გადასახადთა მექანიზმი.

სახელდობრ, თუ ეს ნორმატივი დაირღვა საშუალო ხელფასის სასარგებლოდ, მაშინ ამგვარი დარღვევით მიღებული ნამატი მთლიანად უნდა იქნას ამოღებული საგადასახადო სისტემის მეშვეობით.

იმ შემთხვევაში, თუ ეს თანაფარდობა დაირღვა შრომის მწარ-

მოებლურობის სასარგებლოდ, მაშინ დაქირავებულ მუშაკს მეწარმე-მესაკუთრე უნდა აძლევდეს სათანადო კომპენსაციას, ამით აღიკვეთება დაქირავებული შრომის ექსპლუატაციის ხარისხის მატება სოციალურად სამართლიან ფარგლებს ზევით.

მესაკუთრის ქონებრივი შემოსავლის მატების პროცენტული სკალა უნდა ითვალისწინებდეს აგრეთვე ფონდუკუგების მატების ტემპის გასწრების მიმანიშნებელ-დამაკვალიანებელ ნორმატივს ქონებრივი შემოსავლის მატების ტემპისადმი. ეს იმიტომ უნდა მოხდეს, რომ ქონებრივი შემოსავლებისადმი გადასახადმაც, შრომითი შემოსავლებიდან გადასახადის ანალოგიურად გაითვალისწინოს თანაფარდობა ფონდუკუგებისა და ქონებრივი შემოსავლის ზრდის ტემპს შორის, ისევე როგორც შრომის მწარმოებლურობისა და საშუალო ხელფასის ზრდათა შორის თანაფარდობა. თუ ეს ნორმატივი დაირღვა ქონებიდან შემოსავლის სასარგებლოდ, მაშინ ეს გარდანამეტი უნდა მოიხსნას გადასახადის მეშვეობით, ხოლო თუ იგი დაირღვა ფონდუკუგების სასარგებლოდ, მაშინ სათანადო კომპენსაცია უნდა მიეცეს მესაკუთრეს გადასახადში შესაბამისი შეღავათით. ეს უზრუნველყოფს მესაკუთრისა და მშრომელის ინტერესთა თანასწორუფლებიანობას.

შრომითი შემოსავლის და ქონებიდან შემოსავლის რეგულირების ამ სისტემას აზრი აქვს იმ შემთხვევაში, თუ სამომხმარებლო ბაზარზე გაგვანია საქონელთა ფასების შესატყვისი ზრდის ზედა ზღვართა ბუნებრივად დაფიქსირებული დონეები (მათ ზევით ინფლაციის გამოპრიცხავი ზღუდეებით) ნორმალიზაციაქმნილი სასაქონლო ფულად ურთიერთობათა მექანიზმით. იგი უნდა გამორიცხავდეს პარაზიტულად მოპოვებულ, ეკონომიკიდან გარიყულ უმოქმედო ზედმეტი ფულადი დანაგროვის ბაზარზე მოზღვაებას, რომელიც შეუძლებელს გახდის ბაზარზე ფასების ჯამსა და ბაზრის მასშტაბს შორის საბაზრო მექანიზმით განსაზღვრული თანაფარდობის ჩამოყალიბებას.

ამჟამად, სახელმწიფო-საბიუჯეტო ორგანიზაციებში (საწარმოებში) ხელფასისა და შესრულებულ სამუშაოს რეალურ ღირებულებათა შორის თანაფარდობა მთლიანად დარღვეულია. ეს იმიტომ მოხდა, რომ საქართველოში კუპონების შემოღების დროს განხორციელდა ხელფასების „რეპრესირება“, სახელდობრ, ერთი მანეთის ტოლფასად გასცეს ერთი კუპონის ოდენობის ხელფასი, მაშინ როდესაც ბაზარზე 4-5 კუპონი უტოლდებოდა ერთ მანეთს.

ამ დისონანსმა ხელფასი გააუფასურა 4-5 ჯერ. შრომითი დანა-ზოგებიც ამავე მასშტაბით გაუფასურდა შემნახველ ბანკებში.

მიუხედავად ხელფასად გაცემული ფულის ამგვარი შეზღუდვისა სწრაფად განვითარდა ჰიპერინფლაცია, ვინაიდან ბაზარს მიაკითხა პარაზიტული გზით „მუთაქებში“ დაგროვილმა ჭარბმა ფულმა. ამიტომ ამან კიდევ უფრო გამოუთხარა ძირი ისედაც გაუფასურებულ ხელფასს.

ეროვნული ფულადი ნიშნის ლარის შემოღების მექანიზმმა უზრუნველყო ჰიპერინფლაციის მოხსნა და დაიწყო მაკროეკონომიკის სტაბილიზაციის პროცესი. მაგრამ მათ ვერ მოხსნეს ხელფასის ზემოაღნიშნული „რეპრესირება“, რაც ამჟამადაც (1996 წ.) ხრავს საქართველოს ეკონომიკას. დისბალანსით ქვეყნის ენერგომომსახურების ფულადი ანაზღაურების შეზღუდულობით.

ამ ხარვეზის აღმოფხვრა საბაზრო ეკონომიკის სოციალიზაციის არსებითი პრობლემათაგანია. საჭიროა ხელფასის „რეაბილიტაციის“ იმგვარი მექანიზმით განხორციელება, რომელიც უზრუნველყოფს ხელფასის გაუფასურების ლიკვიდაციას ისე, რომ მან არ გამოიწვიოს ინფლაციის გაძლიერება. *ხელფასის გაუფასურების მოხსნასთან მაშინ გვექნება საქმე, თუ ხელფასი ზუსტად ისევე ასახავს სამუშაოს ღირებულებას, როგორც ფასი საქონლის ღირებულებას.* სამუშაოს მოცემულ სახეობამ უნდა შთანთქოს იმდენი სამუშაო დრო და იმ კვალიფიკაციის, რამდენის დაფინანსებადაც გვიღირს იგი. ანდა რამდენის დაფინანსებაც შეგვიძლია. *მთავარი ისაა, რომ ამ დაფინანსებამ დახარჯული დროის წილ უზრუნველყოს საარსებო მინიმუმი და საჭირო კვალიფიკაციის გადარჩენა მისი გაქრობისაგან.* გარდა ამისა, დაუშვებელია ვისარგებლოთ შექმნილი ნეგატიური გარემოთი და უხილავი ხელით ვაიძულოთ მშრომელი უხმოდ დაემონოს ხელფასის გაუფასურებას და ჩუმად გაუდგეს თავისთვის შეუმჩნეველად გზას საიქიოსაკენ, რომლის დაჩქარებასაც გამოიწვევს სამუშაოთა გართულება ხელფასის რეაბილიტაციის გარეშე. ვინაიდან რამდენადაც არ უნდა გავზარდოთ ხელფასი, თუ იგი არ გაშორდა რეაბილიტაციისათვის საჭირო დონეს, იგი მაინც გაუფასურების ფარგლებში აღმოჩნდება. ეს იმას ნიშნავს, რომ განაგრძობს მოქმედებას მოსახლეობის ბუნებრივი და მექანიკური განთესვის პროცესი.

ისმის კითხვა შესაძლებელია თუ არა ამ პრობლემის გადაჭრა, ე. ი. დაღუპვის გზისათვის გვერდის ახვევა. რასაკვირველია, რომ შეიძლება და ამის დამადასტურებელია ის, რომ დღეისათვის უკვე აქა იქ დაიწყო „რეაბილიტაციის“ პროცესმა სტიქიურ ნიადაგზე მუშაობა. სახელდობრ, საბიუჯეტო ორგანიზაციებში მუშაობა მიმდინარეობს იმდენად შემცირებული სამუშაო დღის ფარგლებში, რათა მისმა მუშაკებმა თავის გადასარჩენად შეითავსონ კერძო საქმიანობა, ან კერძო სტრუქტურებში მუშაობა. ამით დაცული ხდება შრომითი შემოსავლის საარსებო მინიმუმამდე გადიდება. სადღეისოდ მრავალი მოქალაქე ამან გადაარჩინა დაღუპვას, საჭიროა ამ სტიქიურად აღმოცენებული სისტემის სათანადოდ ორგანიზებული განვრცობა. აქედან შეგვიძლია განვახორციელოთ შემდეგი მიდგომა: *სამუშაო პერიოდი ვანისაზღვროს იმის მიხედვით თუ საარსებო მინიმუმის რა ოდენობის დაკმაყოფილებას აღწევს ამ სამუშაოს დაფინანსება.* ე. ი. ამ სამუშაოს ოფიციალურად აღიარებული ღირებულების შეფასება მოცემულ გარემო პირობებში უნდა იქნეს დაცული საბიუჯეტო ორგანიზაციებში. იმ შემთხვევაში თუ სამუშაო იქნა გართულებული და გაზრდილი, მაშინ სათანადოდ უნდა გაიზარდოს ხელფასი და ამდენად, მისი წილიც საარსებო მინიმუმით უზრუნველყოფაში მანინც. და ეს იმ შემთხვევაში, თუ მოცემული სამუშაო არსებულ პირობებში მეტად არ ფასობს. იმ შემთხვევაში, თუ შრომა აღმოჩნდა არაპროდუქტიული, იგი უნდა მოიხსნას წარმოებიდან. ამ გზებით შესაძლებელი გახდება ხელფასის რეაბილიტაცია, რომელმაც უნდა გამორიცხოს ხელფასის შემდგომი გაუფასურება სამუშაო შეფასებასა და მასზე დახარჯული შრომის შეფასებათა თანაბრობის დაცვით, და არა შეუსაბამისობის შემდგომი გაღრმავებით. ძირითადად ამგვარი გზით განხორციელებული ხელფასის რეაბილიტაცია სრულიად გამორიცხავს ინფლაციის ფაქტორად მის გამოვლას, და თუ ამას მივაშველებთ ახალი სამუშაო ადგილების წარმოქმნის პროცესს, მაშინ კიდევ უფრო კარგად განხორციელდება დასაქმებათა სტრუქტურის მარეაბილიტირებელი სრულყოფა.

საჭიროა მხედველობაში ვიქონიოთ ის, რომ თუ მოგება, მასში შეტანილი წვლილის მიხედვით განაწილდა მეწარმე-მენეჯერსა და წარმოება-რეალიზაციის მუშაკებს შორის და მხედველობიდან არ

იქნა გაშვებული ყოველი მათგანის მონაწილეობა მოგების შემცირებასა თუ წაგებაში, რაც ამის მიხედვით მათ უნდა დაფარონ, მაშინ იწყებს სოციალური სამართლიანობის პარამეტრი მოქმედებას. სახელდობრ, ვინც მოგებაში თავის წილს მოითხოვს, მასვე უნდა დაეკისროს ზარალშიც დაფაროს თავისი წილი. სოციალური სამართლიანობის ამ უტყუარი პარამეტრის დამკვიდრება სამრეწველო ფირმებში, მიგვანიშნებს იმაზე, რომ მხოლოდ კერძო საკუთრების პირობებში შესაძლებელია ბუნებრივი გზით აღმოცენდეს სოციალური სამართლიანობა. ეს შეიძლება მოხდეს ისე, რომ ამისათვის სრულიად არ არის საჭირო საზოგადოებრივი საკუთრების მონოპოლიზება. ამრიგად შესაძლებელია ბუნებრივი გზით სოციალიზმის აღმოცენება. ე. ი. ჩამოყალიბდება დემოკრატიული სოციალური საბაზრო ეკონომიკა.

საქართველოს სახალხო-სამეურნეო კომპლექსი დღეს არ წარმოადგენს რესპუბლიკის ინტერესებით შეკრულ მთლიანობით სისტემას. იგი ფაქტიურად წარმოადგენს საწარმოთა, დარგთა, მეურნეობათა და საქართველოს ტერიტორიაზე მყოფ ობიექტთა ჯუმლობრივ წარმონაქმს ე. ი. კონგლომერატს და არა მთლიანობით სისტემას.

ამასთანავე, არც ვერტიკალური და არც ჰორიზონტალური კავშირები აქვს მოგვარებული საერთოდ და განსაკუთრებით საკუთარი ინტერესების შეუღლებით (იმანენტური ინტერესები) მსოფლიო და ყოფილ საბჭოთა გარემოსთან იმგვარად, რომ იგი მსოფლიო საბაზრო სისტემის ქვესისტემის როლში მოგვევლინოს.

ცხადია, რომ საქართველოს სახელმწიფოებრივ დამოუკიდებლობამ მის ტერიტორიაზე მყოფი ყველა საწარმო, მომსახურების, სამეურნეო, განათლება-კულტურა-ჯანდაცვის და სხვა ობიექტები სათანადო გარემოს შექმნით ქვეყნის შიგნით უხილავი ხელით უნდა დაუქვემდებაროს საქართველოს სახალხომეურნეობრივი კომპლექსის, როგორც მთლიანობითი სისტემის ჩამოყალიბება-განვითარების ინტერესებს. მათ უნდა შეკრან საქართველოს დამოუკიდებელი სამეურნეო-საწარმოო, ეკონომიკურ-საფინანსო სისტემა. უკანასკნელი სხვა ამგვარ საწარმოებთან დაამყარებს კავშირს და სამართლებრივად განსაზღვრავს ცალკეული ობიექტების, საწარმოების, მეურნეობების, ორგანიზაცია-დაწესებულებების საგარეო კავშირებს: ეს კავშირები უნდა უთავსდებოდნენ საქართველოს, როგორც ცალკე სისტემის, სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების მოთხოვნებს.

ამიტომ, საქართველოს ყოველი შემოსავლიანი ობიექტი რესპუბლიკის დამოუკიდებელი საფინანსო სისტემის ინგრედიენტები უნდა იყვნენ. ისინი უნდა იფარგლებოდნენ რესპუბლიკის საგადასახადო სისტემისა და შიგარესრესპუბლიკურ საფინანსო საჭიროებათა დაკმაყოფილებით. გარდა ამისა, რესპუბლიკის საჭიროებათა გათვალისწინებით უნდა ამყარებდნენ საგარეო-ეკონომიკურ კავშირებს.

საქართველოს რესპუბლიკის განუყოფელი უფლება უნდა გახდეს თუ რა კავშირებს დაამყარებს მისი საფინანსო-საკრედიტო სისტემა და ბიუჯეტიც კი მის ფარგლებს გარეთ მყოფ სისტემასთან.

სანამ საქართველო ცალკე ქვესისტემად არ ჩამოყალიბდება, მანამდე მას სახელმწიფოებრივი დამოუკიდებლობის რეალური ეკონომიკური საფუძველი არ ექნება.

ამის გარეშე კი ცალკეული საწარმოების და სხვა შემოსავლიანი ობიექტების საგარეო-ეკონომიკური კომერციული კავშირებში არ შეიძლება არ შემოგვეპაროს კომპარატიულ მეწარმეთა სოციალური ჯგუფის აღმოცენება; რომელიც არსებულ გარემოებათა გამო პირად ეკონომიკურ-კომერციულ საქმიანობას მისცემენ უპირატესობას ეროვნული ეკონომიკურ-კომერციული და სოციალური ინტერესების საზიანოდ. ეს იმიტომ, რომ ჯერჯერობით არ არსებობს მთლიანობაში შეკრული საქართველოს დამოუკიდებელი სამეურნეო-საწარმოო-ეკონომიკური-საფინანსო სისტემა.

საბაზრო მექანიზმს გააჩნია, როგორც გამჭოლი ინგრედიენტები (რომლებიც ერთნაირია მიუხედავად იმისა თუ რომელ ქვეყანაში მოქმედებს იგი), ასევე იმგვარი ინგრედიენტებიც, რომლებიც მოცემულ ქვეყანაში მოქმედებენ ამ ქვეყნისათვის დამახასიათებელ გარემოში და ამდენად, უაღრესად სპეციფიკურნი არიან. ამიტომ, საქართველოს არ გამოადგება, რომელიმე სხვა ქვეყნის გამოცდილების კოპირება, ვინაიდან იგი არათავსებადი ე. ი. უცხო აღმოჩნდება საქართველოს თანამედროვე ვითარებისათვისაც და საერთოდ მისთვის დამახასიათებელი თავისებურებებისათვის. გარდა ამისა საქართველოს გეოეკონომიკური ადგილმდებარეობა მსოფლიოში საბაზრო ურთიერთობათა კომუნიკაციებში განსაკუთრებულ მნიშვნელობას ანიჭებს მას. ეს მხარეც გასათვალისწინებელია. მხედველობაშია მის

ადები ისიც, რომ უცხოეთის კაპიტალისათვის საქართველო წარმოადგენს ახალ დამატებით სამოქმედო არეალს მასობრივი კაპიტალდაბანდებისათვის. ამით მატულობს მათ მიერვე გამოსაშვები ზღვრული პროდუქციის მასშტაბი და იზრდება ბაზართკეთების სივრცე.

იმ შემთხვევაში, თუ ეს სივრცე აღმოჩნდა საკმაოდ დიდმასშტაბიანი, მაშინ მან არ შეიძლება არ გამოიწვიოს უცხოეთში (მაგ. აშშ) ძირითადი კაპიტალის მასობრივი განახლება. ეს კი იმას მოასწავებს, რომ უცხოეთის ინტერესების საფუძველი სწორედ, რომ ამ პროცესისადმი ხელშემწყობი სტრატეგია გაჩნდება საქართველოსთან ურთიერთობის დამყარებაშიც. ეს იმას ნიშნავს, რომ ჩვენმა ეროვნულმა ეკონომიკურმა პოლიტიკამ თავის საყრდენ პოზიციად უნდა გაითვალისწინოს ამ გარემოს გამოყენება, როგორც ფრიად მნიშვნელოვანი შესაძლებლობისა იმგვარად, რომ შეძლოს ამ შესაძლებლობის შეუღლება საკუთარ ეროვნულ ინტერესებთან და არა პირიქით (ეროვნული ინტერესების დაქვემდებარება მათთან).

თუ ეს გარემოება გავუშვით მხედველობიდან, მაშინ უცხოეთიდან შემოჭრილ კაპიტალს და შემოტანილ საქონელს არ შეიძლება არ გააჩნდეს კაპიტალის პირვანდელი დაგროვების ანალოგიური ქმედებები, რასაც ნოციერ ნიადაგს შეუქმნის ადგილობრივი მაფიური კაპიტალიც. აქ, როგორც წესი, გამორიცხული იქნება კაპიტალის და ბაზრის სოციალიზაციის თუნდაც ის დონე, რომელიც ფეხმოკიდებულია იმ ქვეყანაში, რომლის კაპიტალიცა და საქონელიც შემოიჭრება ჩვენში.

სათანადო სახელმწიფოებრივი რეგულირების გარეშე ეს გზა საქართველოსათვის ყველაზე არარაციონალური და სოციალურ უბედურებათა მომასწავებელია. ფასების ლიბერალიზაციის მოქმედების ზემოაღნიშნულ პირობებში, რომ შევეცადოთ ბაზრის მექანიზმის მხოლოდ საგადასახადო სისტემით რეგულირება, სათანადო სოციალურად სამართლიან შედეგს მაინც ვერ მივიღებთ. აქ წარმოიქმნება არაპირდაპირი გზით მეწარმის გადასახადის გადაკისრება მომხმარებელზე ფასების გადიდების გზით, ვინაიდან ფასების მატებას ამ პირობებში ახლავს მყიდველთა რაოდენობის შემცირება, როცა არა მდიდარი მყიდველების შენაცვლება უფრო მდიდარ-

ით, იწვევს უფრო ნაკლები პროდუქციის უფრო გადიდებულ ფასებში გაყიდვას, რომელიც ფარავს მყიდველთა შემცირებით შემოსავლის კლებას, და გარდა ამისა იძლევა შემოსავლის ზრდასაც კი ისე, რომ გაუსაღებელი არაფერი რჩება მიუხედავად მყიდველების რაოდენობის შემცირებისა. ამის გამო ფასების მატება არ იწვევს მყიდველთა რაოდენობის შემცირებით მეწარმის, საწარმოს-ფირმის, გამყიდველის შემოსავლის თანაბრად ან უფრო მეტად შემცირებას, ვიდრე ფასების მატება ადიდებს მათ შემოსავალს. ამასთანავე, ფასების მატებას უბიძგებს არსებული საგადასახადო სისტემაც. ყოველი ზემოაღნიშნული ფასების ლიბერალიზაცია იმპულსს აძლევს პროდუქციის დეფიციტის შენარჩუნებასა და მის ხელოვნურ გადიდებასაც კი. ეს იმიტომ, რომ ფასმატება მოგების გადიდების უფრო იოლი გზაა, ვიდრე მეწარმეობის, წარმოების, საქონლის ბაზრისათვის მიწოდების მასშტაბის გადიდება.

ამიტომ, საჭიროა თავისუფალი ჭარბი ფულადი სახსრების ჩართვა სამეურნეო ბრუნვაში იმგვარად, რომ იგი გახდეს პროდუქციის დეფიციტის შემცირება-ლიკვიდაციის ფაქტორი და თუ ეს მოხერხდა, მაშინ აღდგენილი იქნება ჯანსაღი საბაზრო მექანიზმის მოქმედება, სადაც ერთ მხარეზე მოქმედებს ლიბერალიზებული ფასები, მეორე მხარეზე კი ბაზარზე საყიდლად გამოსული მოსახლეობის არაპარაზიტული შემოსავლები. ისინი თითქოს სასწორის სხვადასხვა მხარეს იმყოფებიან და მორიგეობით აწვებიან ამ სასწორის თავსა და ბოლოს. თუ ფულის ეს მასა აღმოჩნდა ნაკლები, ვიდრე ფასების ჯამი (თანხა), მაშინ საქონლის გაუყიდავად ჩაწოლის საფრთხის გამო ფასები იწყებენ შემცირებას. ამიტომ, აქ სასწორი გადაიხრება მყიდველის სასარგებლოდ. იმ შემთხვევაში, თუ მყიდველთა ფულის მასა აღმოჩნდება მეტი, ვიდრე ფასების ჯამი, მაშინ გასაქანი ეძლევა ფასების ზრდას და სასწორი გადაიხრება გამყიდველის სასარგებლოდ. ასე მოქმედებს საბაზრო სასწორის მექანიზმი. ეს მექანიზმი ჯანსაღია მხოლოდ მაშინ, თუ მყიდველთა ფულადი მასის წყაროა მატერიალური და სულიერი დოვლათის შემქმნელი საქმიანობა, სულ ერთია ეს იქნება დამკირავებლის თუ დაქირავებულის შრომით მოპოვებული ფულადი შემოსავალი. თუ ეს შემოსავლები არ მოიცავენ პარაზიტულ მინარევებს, მაშინ ეს სასწორი ფუნქციონირებს გამართულად, რაც საბაზრო

მექანიზმის სიჯანსაღის მაუწყებელია. ე. ი. გვექნება სასწორის მექანიზმის ისეთი წონასწორობა, რომელიც ინფლაცია-დეფლაციის მორიგეობით წარმოქმნის ფასების ბუნებრივ ზედა ზღვარს და ბუნებრივ ქვედა ზღვარს. *ჯანსაღი საბაზრო სასწორისას ამ ზღვართაშორისი რბევის ამპლიტუდა თავსდება ნორმალურ ფარგლებში. ე. ი. იმ ფარგლებში, რომელიც გამორიცხავს უკიდურესი გამდიდრებით უკიდურესი გადატაკების გამოწვევას.* ეს იმას ნიშნავს, ეს მექანიზმი სოციალურად ორიენტირებულია და ამასთანავე, ეს ორიენტაცია ხელოვნური კი არაა, არამედ ბუნებრივი. ამგვარი სიჯანსაღის დამრღვევ ფაქტორთა გამომრიცხავი ინდიკატური მართვა უნდა შეადგენდეს სახელმწიფო მართვის ორგანოების ფუნქციას. ის ფულია ჭარბი, რომელიც მოპოვებულია პარაზიტული გზით. ე. ი. დოვლათის შექმნის გარეშე ამ სიტყვის ფართო გაგებით. ჭარბ ფულს შეუძლია დაარღვიოს აღნიშნული სასწორის მექანიზმის სიჯანსაღე. ჭარბი ფული ვერ გაჩნდება, თუ იგი ბრუნვაში არ ჩაუშვებს იმაზე მეტი, ვიდრე საჭიროა ნორმალური მიმოქცევისათვის.

ამგვარ დარღვევათა შემთხვევებში საჭიროა ზედმეტი ფულადი სახსრების გადაქცევა ფუნქციონირებად კაპიტალად და ისიც იმგვარად, რომ იგი იწვევდეს კონკურენტების დაბადას ბაზრისათვის საქონლის მიწოდების გადიდებასთან ერთად. ეს გამოიწვევს პროდუქციის დეფიციტის შემცირებას. ე. ი. ბაზარზე გამოსული საქონლის მასა დაეწევა და გაუსწრებს კიდევ ბაზარზე გამოსულ ფულის მასას. ამით შეიძლება მოიხსნას ინფლაციაც კი, არამც თუ ჰიპერინფლაცია.

საქართველოში არსებული მდგომარეობა გვეკარნახობს, რომ ამ გზას უნდა მივანიჭოთ უპირატესობა, ვიდრე ფულის მასის შემცირებას. ე. ი. *თვით საქართველოშია საჭირო ძირითადი კაპიტალის მასობრივი განახლება.* ამ განახლების კვალობაზე ფულის მასა უნდა გაირიყოს საბანკო ქსელში და იქ შეიძლება მისი რაოდენობის რეგულირება შენახულ და მოძრაობაში მყოფ ფულად მასებად მათი განაწილების გზით.

შრომის საზოგადოებრივად აუცილებელი დანახარჯები (პროდუქციის ღირებულება) უშუალოდ არ არის დამოკიდებული საქონელთა მიწოდებასა და მასზე მოთხოვნის თანაფარდობაზე. ამიტომ, ფასები,

რომლებიც შეესაბამება ამ დონეს არ ასტიმულირებს დეფიციტური პროდუქციის წარმოების უპირატეს ზრდას და არ ახდენს იმ პროდუქციის შემცირების სტიმულირებას, რომლის გამოშვებაც აღემატება საზოგადოების ნამდვილ მოთხოვნებს.

იმისათვის, რომ ფასები ხელს უწყობდეს დარღვეული პროპორციულობის აღდგენას მიწოდებასა და მოთხოვნას შორის, ისინი უნდა გადაიხაროს ღირებულებიდან.

იმ შემთხვევაში, თუ მოთხოვნა აღემატება მიწოდებას, მაშინ ფასი ღირებულებაზე უფრო მაღალია. ეს იწვევს გადახდისუნარიანი მოთხოვნის შეზღუდვას და სასაქონლო მიწოდების გადიდების სტიმულირებისათვის ძირის გამოთხრას. ეს ხდება მომხმარებელთა ნაწილის მოთხოვნილებათა დაუკმაყოფილებლობის მატების ხარჯზე. წარმოებისა და მიწოდების გადიდების კვალობაზე ფასი იწყებს შემცირებას, სანამ არ დავა ღირებულების დონეზე. მიწოდების შემდგომი გადიდება კი იწვევს ფასის ღირებულებაზე დაბლა ჩამოწევას. ვინაიდან მიწოდება აღმოჩნდება მოთხოვნაზე მეტი, მხოლოდ ამ შემთხვევაში ფასი ასტიმულირებს მიწოდებათა შეზღუდვას და ამ გზით დისპროპორციის მოხსნას. პროპორციულობის აღდგენა მიწოდებასა და მოთხოვნას შორის თავის მხრივ იწვევს ფასების მატებას ღირებულების დონემდე.

ეკონომიკის რეგულირება მხოლოდ ფასების ღირებულებასთან ხელოვნური მიახლოებით შეუძლებელია, ვინაიდან ფასების და ღირებულების თანაბრობა კი არ ქმნის პროპორციულობას წარმოებასა და მოთხოვნას შორის, არამედ პირიქით, მათ შორის პროპორციულობა ხდის შესაძლებელს და აუცილებელს ფასი გაუთანაბრდეს ღირებულებას.

ამ სისტემური კანონზომიერებით ხასიათდება საბაზრო ურთიერთობა წარმოება-მიწოდებასა და გადახდისუნარიან მოთხოვნილებას შორის. მაგრამ გადახდისუნარიანი მოთხოვნილება საბაზრო ურთიერთობის არეში ჩართავს მხოლოდ ფაქტიურ მყიდველებსა და მწარმოებელ-მიმწოდებლებს. გარდა ამისა, საბაზრო ეკონომიკა მოიცავს თანაფარდობას ფაქტიურ და პოტენციალურ მყიდველებს შორის. ამიტომ, საჭიროა სწორად გვესმოდეს არა მარტო ზემოთ განხილული საბაზრო მექანიზმი, არამედ ისიც, თუ როგორ მოქმედებს ფაქტიურ და პოტენციალურ მყიდველთა შორის თანაფარდობის

ქეჟანიზმიც. სახელდობრ, თანაფარდობა მეწარმე-მიმწოდებელთა შემოსავლებსა და ფაქტიურ მყიდველთა რიგებიდან გარიყულ პოტენციალურ მყიდველთა შორის.

იმ შემთხვევაში, როდესაც მომხმარებელთა შორის ფულადი სახსრები განაწილებულია მათი საქმიანობის შედეგების მიხედვით და გამორიცხულია ჭარბი ფულის არსებობა მოსახლეობის განსაზღვრული ჯგუფის ხელში და ფულის ჭარბად შემოსავლის პარაზიტული არხების ფუნქციონირება, რომელიც აღემატება საქონელთა მასას გამოტანილს ბაზარზე, მაშინ პროდუქციის წარმოების დეფიციტის მიუხედავად ფუნქციონირებს ჯანსაღი საბაზრო სასწორის მექანიზმი.

4.3. მეურნეობრიობის სახელგჳიფომებრივი სტრატეგიული ზონები

საჭიროა განვასხვავოთ სტრატეგიული რესურსები და პროდუქცია მეურნეობრიობის სტრატეგიული ზონებისაგან.

სტრატეგიულია ის რესურსი ან ის პროდუქცია, რომელიც გადამწყვეტ როლს ასრულებს ქვეყნის ეკონომიკის ან სამხედრო საქმეში წარმატების მიღწევისათვის. ამგვარ პროდუქციაზე თუ რესურსზე დამოკიდებულია სახალხო მეურნეობის მთლიანობის შენარჩუნება, როგორც ერთიანი სხეულის და ასევე მისი სიცოცხლისუნარიანობა.

მეურნეობრიობის სტრატეგიული ზონა კი წარმოადგენს იმ ზონას, რომელიც ერთიანი სტრატეგიით ფუნქციონირებს. ამიტომ ასეთი ზონა საწარმოსათვის (ფირმისათვის) შესაძლოა რამოდენიმეც კი იყოს პროდუქტობრივი ზაზების მიხედვით. ეს იმიტომ, რომ პროდუქციის ყოველ სახეობას და სორტსაც კი სხვადასხვა საბაზრო გარემოსთან აქვს საქმე, სადაც ერთიანი ან ერთნაირი სტრატეგია არ გამოდგება.

მეურნეობრიობის სტრატეგიული ზონა საწარმოს დონეზე წარმოადგენს მარკეტინგული სტრატეგიით შეკრულ საწარმო-ტექნიკურ-კომერციულ ორგანიზმს ჩაწერილს მოცემული საწარმოს (ფირმის) ეკონომიკაში.

სახელმწიფოს დონეზე მეურნეობრიობის სტრატეგიული ზონა წარმოადგენს საერთო სახელმწიფოებრივ დონეზე საბაზრო ეკონომიკის სტრატეგიით ორიენტირებულ ურთიერთკონკურენტ ობიექტთა სტრატეგიების იმ სისტემას, რომელიც სახელმწიფოებრივი ინტერესების ერთნაირად მატარებელნი არიან. ამგვარად გამოყოფილი მეურნეობრიობის ზონები წარმოადგენენ მეურნეობრიობის სახელმწიფოებრივ სტრატეგიულ ზონებს.

მხედველობაში უნდა ვიქონიოთ საბაზრო ეკონომიკის ის თავისებურება, რომ ყოველ საწარმოს, ფირმას თუ კონცერნს შეიძლება გააჩნდეს რამოდენიმე პროდუქტობრივი ხაზი, რომელიც მოიცავს მზა პროდუქციის ბაზარს, წარმოებას და რესურსების ბაზარს, როგორც ერთიან სისტემას. ამ სისტემის მთელი ციკლი მეურნეობრიობის ერთი სტრატეგიული ზონაა. ამიტომ მათ არ ძალუძთ იყვნენ რომელიმე დარგობრივი ორგანოს მართვა-რეგულირების ობიექტი.

ისინი (საწარმო, კონცერნი, ფირმა) მეურნეობრიობის თავიანთ სტრატეგიულ ზონებში უნდა იღწვოდნენ შესაბამისი სტრატეგიული სახელმწიფოებრივი ზონების სტრატეგიული პოზიციებისაკენ, როგორც მაორიენტირებელი ინდიკატორებისაკენ.

მეურნეობრიობის სტრატეგიული ზონა ეს საბაზრო ეკონომიკის ტერმინია. იგი მოიცავს მარკეტინგული (ბაზართკეთებელი) მმართველობის გზით ნედლეულით, მასალებით, სხვა მატერიალური რესურსებით თვითუზრუნველყოფას, წარმოებას, პროდუქციის გამოშვებასა და გასაღებას, გარემომცველ არეში არსებული ვითარებისადმი აღდოს აღებითა და სათანადო მმართველობითი სტრატეგიით.

მეურნეობრიობის სტრატეგიული ზონები შეიძლება გამოიყოს სახალხო მეურნეობის დონეზეც. ამ შემთხვევაში მეურნეობრიობის სახელმწიფოებრივ სრულ სტრატეგიულ ზონად გვევლინება მაგალითად, კვების პროდუქტების ბაზართკეთების განხორციელება სასოფლო-სამეურნეო წარმოების, სამრეწველო წარმოების და მათი ბაზართკეთების ერთიანი ციკლით, სადაც აგროსამრეწველო კომპლექსს განაგებს ბაზართკეთების სტრატეგია და არა სოფლის მეურნეობა, როგორც ეს დღეს წარმოდგენილია აგროსამრეწველო კომპლექსში. შეგვიძლია მოვიყვანოთ სხვა მაგალითიც: მრეწველობის მოპოვებითი და გადამამუშავებელი სტადიების საბოლოო პროდუქტზე გასვლა და მათი ბაზართკეთების ერთიანი ციკლის მთლიანობაში ჩამოყალიბება.

იქ, სადაც ბაზართკეთებაზე არ არის გამიზნული სამართავი ობიექტი, გამოირიცხულია სტრატეგიული მართვა. სულ ერთია ეს იქნება საწარმოს, კონცერნის თუ სახალხო-მეურნეობრივ (სახელმწიფოებრივ) ღონეზე.

საჭიროა საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლის სასტარტო მდგომარეობისა და საქართველოს, როგორც მთლიანობითი სისტემის ეკონომიკურ-კომერციული მიდგომის მიხედვით განხორციელდეს საქართველოს სახალხო მეურნეობის დაყოფა *ბაზართკეთების სახელმწიფოებრივ სტრატეგიულ ზონებად*. სახელდობრ, იმ დარგებს, რომელთა პროდუქციაზე საქართველოს შიგაბაზარზე არ არსებობს დეფიციტი შეუძლიათ უშუალოდ გადავიდნენ საქონლით გაუჯერებელი კონკურენცია-ფუნქციონირებად ბაზარზე. მეურნეობრიობის ამ სტრატეგიულ ზონაში საჭიროა დაუყოვნებლივ განხორციელდეს პრივატიზაციის პროცესი, რომელიც გამიზნული იქნება კონკურენტების უშუალოდ წარმოშობაზე. უნდა გაჩნდეს სათანადო ფირმები და საფირმო მარკები მათ პროდუქციაზე. მათ შორის გააღდება კონკურენცია, როგორც ფასობრივი, ასევე ხარისხობრივი დაპირისპირებით. ამგვარ დარგებს მიეკუთვნება: ჩაის წარმოება (მხედველობაშია ციკლი, რომელიც მოიცავს ჩაის მწვანე ფოთლის წარმოებას, მის გადამუშავებას ბიოქიმიური ტექნოლოგიით, კუპაჟს, მექანიკურ დაფასოებას, შეფუთვისა და გასაღებას), მეღვინეობა (მხედველობაშია ციკლი მევენახეობა, ყურძნის დაწურვა, ღვინომასალის დაყენება, ჩამოსხმა და გასაღება), ან მეციტრუსეობა, ეთეროვანი ზეთების, მათ შორის ტუნგოს ზეთის წარმოება-გასაღება და ა.შ.

საშინაო ბაზრის შექმნა მოითხოვს იმას, რომ ადგილობრივი წარმოების არადეფიციტურ პროდუქციაზე ვრცელდებოდეს *ქეეჟნის შიგაბაზრის და არა გარედან შემოჭრილი ფასები*. საშინაო ბაზარზე უნდა გაჩაღდეს კონკურენცია, პრივატიზებულ ჩაის ფაბრიკა-მეურნეობის მრეწვე-აგროფირმათა შორის. კონკურენციაში გამარჯვებულს გასაქანი უნდა მიეცეს, რომ მსოფლიო ბაზარზე გაიტანოს მაღალ ღირსებაში გადაზრდილი მაღალხარისხიანი ჩაის პროდუქცია.

გარდა ამისა, შესაძლებელი უნდა იყოს დაბალი ღირსების (სათანადოდ დაბალფასიანი) ვთქვათ, ჩაის წარმოებაცა და რეალ-

იზაციაც საქართველოს ფარგლებს გარეთ ფასების პოლიტიკით განხორციელებადი კონკურენციით.

დაუშვებლად უნდა მივიჩნიოთ საშინაო ბაზრის დამშევის ხარჯზე საგარეო ბაზარზე შეუზღუდავი გასვლა, რომელიც შექმნის ხელოვნურ დეფიციტს და ძირს გამოუთხრის ჯანსაღი საბაზრო სისტემის კონკურენციულ მექანიზმს.

ამგვარი სტრატეგია საქართველოს ეკონომიკის, როგორც მთლიანობითი სისტემის სამეურნეო-კომერციული ინტერესებიდან გამომდინარეობს.

ამგვარ სტრატეგიულ ზონაში არსებული დარგების საწარმოთა მიერ საგარეო ბაზარზე გასვლით შემოტანილი ვალუტის გარკვეული ნაწილი საგადასახადო სისტემით გამოყენებული უნდა იქნას სხვა დარგთა საწარმოებისათვის საჭირო ფინანსური და საკრედიტო დახმარებისათვის.

მეურნეობრიობის სახელმწიფოებრივი ერთ-ერთი სხვა სტრატეგიული ზონა უნდა მოიცავდეს საქართველოს საარსებო-ტრადიციულ, მაგრამ ამჟამად საბჭოთა პოლიტიკის შედეგად დაკნინებულ დარგებს, რომლებმაც დაკარგეს საქართველოს მოსახლეობის გამოკვების უნარი. მაგალითად: მემარცვლეობა და მათგან წარმოებული პურ-ფუნთუშეული, მესაქონლეობა და მათგან წარმოებული ხორცი და ხორც-პროდუქტები, მერძეობა და რძის პროდუქტები და ა. შ.

საჭიროა ამ დარგების სასწრაფო განვითარება იმ დონემდე მაინც, რომ მათ შემღონ საქართველოს მოსახლეობის სასიცოცხლო მოთხოვნების მინიმუმამდე დაკმაყოფილება მაინც, იმ შემთხვევაშიც კი თუ სულ შეწყდა ამ პროდუქტების გარედან შემოზიდვა რესპუბლიკის ფარგლებს გარეთ მომხდარი ბუნებრივი დაბრკოლებებით, ეკონომიკურ ბლოკადაში საქართველოს მოქცევით და ა. შ.

ამის მიღწევა გამორიცხავს ისეთ შემთხვევებსაც, როდესაც საკუთარი ხალხის გამოკვებისათვის რესპუბლიკას დაათმობიებს კომერციულ პოზიციებს მეურნეობრიობის სხვა სტრატეგიული სახელმწიფოებრივი ზონის პროდუქციის რესპუბლიკის ფარგლებს გარეთ გაყიდვისას ან ბარტერული გაცვლისას.

მეურნეობრიობის ცალკე აღებული სახელმწიფოებრივი სტრატეგიული ზონა უნდა მოიცავდეს იმ დარგებს, რომელთა დანიშნულება უნდა იყოს საქართველოს დამოუკიდებელი ეკონომიკის საწარმოო-ტე-

ქნიკური ხერხემლის ჩამოყალიბება და განვითარება. ამგვარს წარმოადგენს მძიმე ინდუსტრიის მეურნეობრიობის სახელმწიფოებრივი სტრატეგიული ზონა, რომელსაც თითქმის არ გააჩნია საქართველოს ტერიტორიაზე ნედლეულისა და მასალების სათანადო წყარო. ასეთ დარგებში, რაც მეტად მნიშვნელოვანია, შეიძლება დასაქმებული იქნას შემოქმედებითი ტექნიკური აზროვნების ნიჭით დაჯილდოებული საქართველოს ახალგაზრდობა.

ამ ნიადაგზე შეიძლება წარმატებით განვითარდეს ნაკლებ მასალატევადი და მეტად ინტელექტუალური პროფილის პროდუქციის წარმოება. გარდა ამისა, უნდა განხორციელდეს საქართველოს მთავორიანი რელიეფის შესატყვისი სასოფლო-სამეურნეო ტექნიკის წარმოება.

მეურნეობრიობის სახელმწიფოებრივი სტრატეგიული ერთ-ერთი ზონა უნდა მოიცავდეს იმ დარგებს, რომლებიც შრომის საბჭოურმა დანაწილებამ განადგურების პირზე მიიყვანა და რომლის აღდგენა და წარმოების მასშტაბის გადიდება მათ უმაღლეს გაიყვანს მსოფლიო ბაზარზე. მაგალითად, მეაბრეშუმეობა და აბრეშუმის ქსოვილებისა და მათგან სათანადო საქონლის წარმოება და მსოფლიო ბაზარზე გატანა ვალუტის მისაღებად და უახლესი ტექნიკის შესაძენად.

უნდა გამოიყოს მეურნეობრიობის ისეთი სახელმწიფოებრივი სტრატეგიული ზონა, რომელიც მოიცავს გეოგრაფიული მდებარეობით განპირობებულ სავაჭრო გზათა და კომუნიკაციების შექმნა-გამოყენებას ევრაზიის კორიდორის შესაქმნელად. იგი მოგვევლინება ევროპიდან აზიისკენ მიმავალ უმოკლეს გზად.

მეურნეობრიობის ერთ-ერთი სახელმწიფოებრივი სტრატეგიული ზონა უნდა მოიცავდეს იმ დარგებს, რომლებიც მსოფლიოს თითქმის ყველა ქვეყანაში არსებობენ და მძაფრ კონკურენტულ ბრძოლაში არიან ჩაბმული. საქართველოში კი ეს დარგები სუსტად არის განვითარებული პროდუქციის ტექნოლოგიური სიმწიფის მიხედვით. ასეთია მაგალითად, სამკერვალო, ტექსტილის, ტყავ-ფეხსაცმლის და მსუბუქი მრეწველობის ზოგიერთი სხვა დარგი.

საჭიროა მათი მსოფლიო სტანდარტების დონეზე გაყვანა, ახალ ტექნოლოგიათა დანერგვისა და წარმოების კულტურის მკვეთრი ამადლების საფუძველზე, რათა საქართველო უზრუნველყოთ სათანადო პროდუქციით და ზოგიერთი მათგანის მიხედვით კი შევძლოთ საექსპორტო პოზიციების დაუფლება.

მეურნეობრიობის ცალკე აღებული სახელმწიფოებრივი სტრატეგიული ზონა უნდა მოიცავდეს დარგებს, რომლებიც უკვე აწარმოებენ საკმარის მასშტაბით იმგვარ პროდუქციას, რომლის დეფიციტსაც განიცდის მსოფლიო ბაზარი და მაღალ ფასადაც გაიყიდება. მაგალითად: დარიშხანის, ბენტონიტის, ბორჯომის წყლის წარმოება და ა. შ.

მეურნეობრიობის სახელმწიფოებრივ სტრატეგიულ ზონად შეიძლება მივიჩნიოთ სასოფლო-სამეურნეო პროდუქტების წარმოება უშუალოდ სამომხმარებლო ბაზრისათვის (სამრეწველო გადამუშავების გარეშე.), მათი დაბინავება, შეფუთვა, ტრანსპორტირება გასაღებით. დღეისათვის აქ არსებითი მნიშვნელობა ენიჭება კერძო მეურნეობების (ფერმერობის მსხვილი და წვრილი მეურნეობების) ჩამოყალიბებას, პრივატიზაციის ბუნებრივი პროცესის ამოქმედების გზით. ეს აუცილებელია იმისათვის, რომ გლეხი დავუბრუნოთ მიწას ფერმერის სახით და არა მარტო პრიმიტიული წვრილგლეხური მეურნეობის სახით, როგორც ამას აქვს ადგილი ამჟამად.

ფერმერულ მეურნეობას სასოფლო-სამეურნეო სამუშაოთა ფიზიკურად შესრულების გარდა მეურნეობის დამოუკიდებელი ორგანიზაცია და მართვაც შეუძლია. იგი უნდა გვევლინებოდეს თავის საქმეში ბაზართმკეთებელი ფუნქციონერი მეწარმის როლში. კერძო გლეხურ და ფერმერულ მეურნეობათა ჩამოყალიბებასთან დაკავშირებით *საჭიროა განვასხვავოთ სახელმწიფოებრივი ტერიტორია მიწის საკუთრებისაგან.*

ტურისტულ-გამაჯანსაღებელ-სანიტარული და სამედიცინო მეურნეობრიობის სახელმწიფოებრივ სტრატეგიულ ზონას უაღრესად დიდი შესაძლებლობები გააჩნია საქართველოს რესპუბლიკაში. საჭიროა ამ შესაძლებლობათა შესწავლა და გამოყენების ოპტიმალური სტრატეგიის შემუშავება, რომლის მათრიენტირებელი კრიტერიუმის ერთ-ერთ პოზიციად უნდა გვევლინებოდეს ის, რომ არ იქნას დაშვებული ამ საქმიანობის აბსოლუტიზაციით მისი დომინირება საქართველოს სამეურნეო-საწარმო კომპლექსში. წინააღმდეგ შემთხვევაში გამოგვეცლება საკუთარი ეკონომიკის დამოუკიდებელი ძვალკუნთოვანი სისტემა.

საქართველოს ბუნებრივი და ეკონომიკური პოტენციალის შესწავლამ

შესაძლოა გამოავლინოს მეურნეობრიობის სხვა სახელმწიფოებრივი სტრატეგიული ზონები.

მეურნეობრიობის სახელმწიფოებრივი სტრატეგიული ზონის მმართველობა უნდა განხორციელდეს მათ განსხვავებულ გარემოში გარემოში მოქმედების მიმანიშნებელი მათორიენტირებელი ინდიკატური ფუნქციით და პრივატიზაციის იმ ბუნებრივი მექანიზმისადმი ხელშეწყობით, რომელიც ამ დიფერენცირებულ სტრატეგიათა გზაზე დააყენებს მათ. აქ გამორიცხული უნდა იყოს ღირეპტიული ჩარევა ამ ზონების შიგა სამეურნეო-კომერციულ საქმიანობაში.

მეურნეობრიობის სახელმწიფო სტრატეგიული ზონების ამგვარი გამოყოფა და მათ მიმართ დიფერენცირებული მმართველობითი მიდგომა მოითხოვს საქართველოს სახალხო მეურნეობის, როგორც მთლიანობითი სისტემის ეკონომიკურ-კომერციული და სოციალური ინტერესების გათვალისწინებას. ეს კი მოითხოვს იმას, რომ კონსტრუირებული იქნას და შემოღებული სახელმწიფო მართვის ინდიკატური ორგანოები სათანადო სტრუქტურით, მან უნდა შეცვალოს ღირეპტიული ფუნქციებით მართვის სისტემა ინდიკატური მართვის სტრატეგიით, როგორც საწარმოს, ფირმის, კონცერნის და მეურნეობრიობის სხვა ძირეული ობიექტების, ასევე რეგიონის და სრულიად საქართველოს სახალხო მეურნეობის დონეზე. აქ ზედა დონის სტრატეგია უნდა ყალიბდებოდეს ქვედა დონეთა სტრატეგიების ერთიან სისტემაში მოყვანით, ამასთანავე, ზედა დონის ეს სისტემა უნდა ასრულებდეს ქვედა დონისათვის ორიენტირის როლს.

4. 4. სამრეწველო საწარმოთა საბაზრო ეკონომიკაზე გადაყვანის საფუძვლები

4.4.1. სახელმწიფო კაპიტალიზმი და პრივატიზაცია

სამრეწველო საწარმოთა გადაყვანა რეგულირებად საბაზრო ეკონომიკაზე შეუძლებელია, თუ ერთდროულად არ განხორციელდა სახელმწიფო-ბიუროკრატიული საკუთრების საწარმოთა გარდაქმნა სახელმწიფო და კერძო საკუთრებად.

სახელმწიფო საკუთრების პრივატიზაცია თავისთავად არ წარმოადგენს სინქრონიზებულ საბაზრო ურთიერთობათა აღმოცენების საფუძველს და კონკურენციამზიდი საბაზრო მექანიზმის იმპულსატორს. სახელმწიფო კაპიტალიზმს კი, როგორც თანამედროვე ცივილიზებული საბაზრო ეკონომიკის მარეგულირებელ ინსტრუმენტს შემოაქვს, იცავს და აწვითარებს სინქრონიზებულ საბაზრო სისტემას.

სახელმწიფო კაპიტალიზმი წარმოადგენს კაპიტალიზმის განვითარების თანამედროვე საფეხურს, რომლისთვისაც დამახასიათებელია საბაზრო ეკონომიკის რეგულირებისათვის კაპიტალის ძალის შეერთება სახელმწიფოს მორგანიზებელ ძალასთან. ამ საფუძველზე ხორციელდება საჭიროების შემთხვევაში სახელმწიფო საკუთრების წილის მატება-კლება საბაზრო ეკონომიკის რეგულირებისათვის სახელმწიფო კაპიტალის მიერ. იგი აქტიურად ერევა ეკონომიკაში სახელმწიფო სექტორის შექმნით, რომელიც ხან ფართოვდება, ხან კი იზღუდება ქვეყნის ეკონომიკურ-კომერციული და სოციალურ გარემოებათა მიხედვით. იგი საბაზრო ეკონომიკას კი არ უპირისპირდება, არამედ არეგულირებს მას. რეგულირების საშუალებათა არსენალი მოიცავს სახელმწიფო კაპიტალდაბანდებას, საკრედიტო და საგადასახადო პოლიტიკას, ფასების და ხელფასების იმგვარ რეგულირებას, რომელიც ხელს უწყობს კონკურენციულ მექანიზმსა და სოციალურ სამართლიანობას, მცოცავ პროგრამირებას და ა. შ. უკანასკნელი მიმართულია იქითკენ, რომ რეალიზებული იქნას მოკლევადიანი პროგრამირებით კრიზისიდან გამოყვანის მექანიზმი და გრძელვადიანი პროგრამირებით ეკონომიკის ზრდის ტემპების ამაღლება - სტაბილიზაციის მექანიზმი.

სახელმწიფო კაპიტალიზმისათვის დამახასიათებელია კერძო კაპიტალის დომინირება, რაც განაპირობებს სახელმწიფო რეგულირების ინდიკატური მექანიზმების გამოყენებას ქვეყნის მასშტაბით.

თანამედროვე სახელმწიფო კაპიტალიზმი მიმართავს ანტიმონოპოლისტური კანონების გამოყენებას და თვით უპირისპირდება კონკურენციის გამომრიცხავ მონოპოლისტურ ტენდენციებსაც კი*.

სახელმწიფო კაპიტალიზმის დროს ფართოდ ვრცელდება არენ-

* ამით თანამედროვე სახელმწიფო კაპიტალიზმი თვისობრივად განსხვავდება სახელმწიფო მონოპოლისტური კაპიტალიზმიზგან. სახელდობრ, ეკონომიკის მონოპოლიზაციის ნაცულად ახორციელებს დემონოპოლიზაციას.

და და კონცესია. კონცესია წარმოადგენს სახელმწიფოს მიერ კერძო მეწარმეთათვის და უცხოური ფირმებისათვის სამრეწველო საწარმოთა ან მიწის ნაკვეთების საექსპლუატაციოდ გადაცემის ხელშეკრულებას. მიწის ნაკვეთების კონცესიით გაცემა მეწარმეებს (ფირმებს) ხდის უფლებამოსილს გამოიყენონ ეს ნაკვეთები სასარგებლო წიაღისეულთა მოსაპოვებლად, სხვადასხვა ნაგებობათა ასაშენებლად და ა.შ. კონცესიას თვით საწარმოსაც უწოდებენ, რომელიც ორგანიზებულია საკონცესიო ხელშეკრულების საფუძველზე.

სახელმწიფო საკუთრება აქ გვევლინება კაპიტალისტური საკუთრების ფორმით, თუმცა საწარმოს მესაკუთრედ ფიგურირებს არა ცალკე კაპიტალისტი, არამედ თვით სახელმწიფო. სახელმწიფო აპარატი ემსახურება კაპიტალისტურ მეწარმეობას.

ქვეყნის ეკონომიკურ-სოციალური ვითარების შესაბამისად სახელმწიფო შეისყიდის ცალკეულ საწარმოებს, დარგებს და მის ხელში გადადის რიგი სამეურნეო ფუნქციებიც კი ისე, რომ იგი არ აფერხებს კერძო მეწარმეობას, მათ სამეურნეო-კომერციულ ინიციატივას სოციალურად სამართლიანი ბიზნესის განხორციელების გზაზე.

ბიზნესი იმ შემთხვევაშია სოციალურად სამართლიანი თუ იგი აღწევს გამდიდრებას (ქონების დაგროვებას) სხვებისათვის სიკეთის კეთების გზით. სახელდობრ, თუ იგი მომხმარებელს მათი მოთხოვნის შესაბამისად აკმაყოფილებს საჭმელ-სასმელის, ჩაცმადახურვის, საცხოვრებელი ბინების, კულტურულ და სხვა საოჯახო-პირად საჭიროებათა მოთხოვნის კვალობაზე. ამ გზით იგი ღებულობს შემოსავალს, მოგებას და მათი გამოყენებით ანხორციელებს ქონების დაგროვებას, მათ შორის პრიმატს ანიჭებს მწარმოებელს, შემქმნელ და მიმწოდებელ ფუნქციათა განმახორციელებელ ქონების დაგროვებას. იგი გამორიცხავს გამოძალვას და არასანაცვალგებო მიმთვისებლობას. ამასთანავე მან უნდა შეძლოს წარმოებისა და მიწოდების იმგვარი ორგანიზაცია, რომელიც იწვევს მეწარმეთა და შრომითი ერთეულების აქტივიზაციას ზემოაღნიშნულ საქმიანობაში, რაც ანიჭებს მას საერთოდ ეკონომიკის აღმავლობის და ეფექტიანობის ამაღლების ქმედითი ფაქტორის როლს.

საბაზრო ეკონომიკაზე გარდამავალ პირობებში სახელმწიფო საწარმოები სრული სამეურნეო ანგარიშის შემდგომი განვითარე-

ბით განახორციელებენ კომერციულ ანგარიშზე გადასვლას*. უკანასკნელი გვევლინება, როგორც მეურნეობრიობის მექანიზმი. ეს იმიტომ ხდება, რომ საბაზრო ეკონომიკური პოლიტიკა სახელმწიფოს ამსგავსებს კერძო კომერსანტს. სახელმწიფო ხაზინის შევსების ინტერესები აქცევს სახელმწიფო საწარმოს კომერსანტად, რომელიც ეყრდნობა შემდეგ პოზიციას. *ის, რაც სასარგებლოა და აუცილებელი საზოგადოებისათვის, აუცილებლად მოუტანს მოგებას სახელმწიფო ხაზინას. ამაში მდგომარეობს სახელმწიფოს კომერციული მიდგომა თავისი სამეწარმეო საქმიანობისადმი.* ამგვარად წარმოიქმნება კერძომეურნეობრივი რენტაბელობა, რომელიც საბაზრო ეკონომიკის გამო სრულ სამეურნეო ანგარიშს გარდაქმნის კომერციულ ანგარიშად, რომელსაც ეფუძნება სახალხო მეურნეობრივი მიზანშეწონილობის შეფასება. კომერციული პოზიციებიდან გამომდინარეობს სახელმწიფო საკუთრების საქმიანობის შეფასების კრიტერიუმი.

მმართველობითი რაციონალიზმი, როგორც წესი არ დაუშვებს მოგების გამოპრიცხვად დანახარჯებს. ამიტომ, სახელმწიფო საწარმოს ხელმძღვანელი კერძო მეწარმესავით თავის გათვლებში უნდა გამოდიოდეს სიტუაციური მართვით განსაზღვრული დამატებითი ხარჯების დაფარვაზე ზევით შემოსავლის ნამეტის მიღებისაკენ, ე.ი. კომერციული ანგარიშიდან. სახელმწიფო მეურნეობის კომერციული ანგარიშის თავისებურებას ის შეადგენს, რომ არარაციონალური ფუნქციონირება არ დაუშვას. მაგალითად, რკინიგზებმა უარი უნდა თქვან უფასო გადაზიდვებზე არა იმიტომ, რომ არ ყოფნით სახსრები ტრანსპორტის შენახვაზე, არამედ იმიტომ, რომ დაუდევრობით არ გაეხსნას ხელ-ფეხი არარაციონალურ გადაზიდვებს. ამით სახელმწიფოებრივი თვალსაზრისით შემცირდება არამწარმოებლური ხარჯები ტრანსპორტის მუშაობაზე. ამ სახით სიტუაციური მართვა იმპულსს აძლევს მმართველობით რაციონალიზმს.

სახელმწიფო საკუთრებაში მყოფი კაპიტალისტური საწარმოები კერძო კაპიტალისტურ საწარმოებთან თანაბარ პირობებში მონაწილეობენ ეკონომიკის საბაზრო სისტემაში. ისინი სახელმწიფო რეგულირების მოთხოვნების მიხედვით აჩაღებენ კონკურენციულ შეჯიბრს კერძო კაპიტალისტურ საწარმოებთან. ამით აიხ-

* ე. ი. სახელმწიფო საწარმოთა კომერციალიზაცია.

სნება ის, რომ სახელმწიფო კაპიტალისტური საწარმოების ფუნქციონირებას ჩვენში უნდა ანხორციელებდეს სახელმწიფო კომერციით ორიენტირებული არენდულ - იჯარაზე მყოფი საწარმოები, სადაც მესაკუთრეა სახელმწიფო, ფუნქციონერი კი საწარმოს სამმართველო და საწარმოო აპარატის მუშაკთა კოლექტივი. ამიტომ, აქ განაგრძობს მოქმედებას სახელმწიფო კომერციით ორიენტირებული სრული სამეურნეო ანგარიშის მექანიზმი. ეს მექანიზმი ეფუძნება „თვითდაფინანსებას“ და სახელმწიფო კაპიტალს. ამიტომ ამგვარი საწარმოები, გარდა სახელმწიფო შეკვეთებისა. (მხედველობაშია დავალებითი ხასიათის შეკვეთები) შესაძლებლობის ფარგლებში და ამ შესაძლებლობათა გაფართოების კვალობაზე, ანხორციელებენ დამოუკიდებელ კომერციულ მომგებიან საქმიანობას. სწორედ ამიტომ შეგვიძლია ამ კონგლომერატს ვუწოდოთ სამეურნეო-კომერციული ანგარიშთანობის მექანიზმი. სადაც სახელმწიფო, როგორც კაპიტალის მესაკუთრე, ქვეყნის ეკონომიკურ, სოციალურ და კომერციული ინტერესებიდან გამომდინარე, განსაზღვრავს ფუნქციონერის საქმიანობის პროფილს. ფუნქციონერისათვის ყველაფერი იწყება წარმოებიდან ისევე, როგორც ეს ხდება სამეურნეო ანგარიშის დროს, თუმცა საქმიანობის კომერციული ნაწილი იწყება „ბაზრით“, მაშინ როდესაც მარკეტინგული მმართველობის დროს ყველაფერი იწყება ბაზრიდან. ბაზრის კონიუნქტურა კი ცვალებადია საერთოდ და ისიც ხანგძლივ პერიოდში განიცდის ინგრედიენტების არსებით ცვლილებებსაც.

სწორედ ამიტომ არ შეიძლება არ წარმოიქმნას სხვადასხვა ტიპის საბაზრო ურთიერთობები, ეს იქნება გარიგებათა სფეროში თუ სამუშაო ძალის დაქირავეების პირობების სფეროში. შესაძლოა წარმოიქმნას საბაზრო ურთიერთობებათა ქსელის გაფართოების კვალობაზე სრულიად ახალი გარიგებითი ურთიერთობებიც. სახელდობრ, ყალიბდება საარენდო, საიჯარო, ლიზინგური და ნარდობითი ურთიერთობები და ა. შ.

უნდა გავითვალისწინოთ ისიც, რომ საბჭოური ტიპის სამრეწველო საწარმოების გადართვა საბაზრო გარემოზე რეაგირება-ინექცირებითი, ე. ი. მარკეტინგული მართვის, არხებზე მოითხოვს ამ პირობებისადმი საწარმოების თანდათანობითი ადაპტირების მექანიზმის გამოყენებას და სამრეწველო საწარმოების სამრეწველო ფირმებად

გარდაქმნის პროცესის რეგულირებას ისე, რომ იძულებითი „შოკური თერაპიის“ შემდეგ მაინც განხორციელდეს უკვე მის მიერ დათესილი სოციალური განუკითხაობიდან სოციალური გამოჯანსაღების გზაზე დადგომა.

ამიტომ, უარესად არსებითი მნიშვნელობა ენიჭება მიკროეკონომიკაში არსებული და მოსალოდნელი მოვლენების არსისა და მოქმედების მექანიზმის ზუსტ ტერმინოლოგიურ განსაზღვრებს. ამ შემთხვევაში მხედველობაშია მისაღები, ტერმინების „არენდის“, „იჯარის“ გამოსყიდვითი არენდული-იჯარის, ნარდობის და ლიზინგის ტერმინოლოგიური აღრევის თავიდან აშორების აუცილებლობა, მითუმეტეს, რომ საბჭოური საწარმოების საბაზრო რელსებზე გადართვისათვის გასაკვლელ შუაგზად უნდა ყოფილიყო გამოყენებული გამოსყიდვითი არენდული იჯარა და მის საფუძველზე დახურული ტიპის სააქციო საზოგადოებების წარმოქმნა, შემდეგ კი საჭიროების მიხედვით მათი ღია სააქციო საზოგადოებებად გარდაქმნა გარემოში მომხდარი ცვლილების მოთხოვნათა შესაბამისად.

ამგვარად დაიწყებდა მოქმედებას თანდათანობით პრივატიზაციის მექანიზმი ყოველ სამრეწველო საწარმოს მიმართ და ეს იქნებოდა იმავე დროს სამრეწველო ფირმებად სამრეწველო საწარმოების გარდაქმნის პროცესი.

იმის გამო, რომ ხელიდან იქნა გაშვებული ეს შესაძლებლობები აუცილებელი ხდება ეხლა მაინც (რეფორმის მეორე ეტაპზე) განხორციელებული იქნას *მსხვილი სამრეწველო საწარმოების საყოველთაო რესტრუქტურისა და ცენტრალიზებული გეგმით აღრე მართული და ეხლა საბაზრო გარემოში (დაბნეული) მართვა დაკარგული საწარმოები უნდა გარდაიქმნან ბაზართმკეთებელ საწარმოებად (ფირმებად).*

„ხელისუფლებათა მთავარი ამოცანა მდგომარეობს გარდამავალი პერიოდის ეკონომიკის ქვეყნებში ეკონომიკური სისტემის რეფორმირებაში, იმ მიზნით რათა შეიქმნას გარემოცვა, რომელიც ხელს შეუწყობს საწარმოებს რესტრუქტურისა და ცენტრალიზებული და შეაძლებინებს მათ გაუძლონ შოკურ სიტუაციებს“.

ამ გამძლეობას მათ შესძენს უახლესი ტექნიკა-ტექნოლოგიების ნიადაგზე მათი საწარმოო-ტექნიკური ბაზის გადაიარაღება და

მთლიანად მარკეტინგულ მართვაზე გადართვა, მმართველობის სათანადო სტრუქტურაზე გადასვლით.

რესტრუქტურიზაციისათვის სათანადო გარემოს შექმნაში მეორე ხარისხოვანი ადგილი არ უნდა დაიკავოს ლიზინგურ ორგანიზაციათა წარმოქმნა-გააქტიურებამ, ურთიერთობაში სახელმწიფოსა და ფუნქციონერს შორის, კერძო მესაკუთრესა და ფუნქციონერს შორის არა. მარტო საარენდო, არამედ საიჯარო ურთიერთობათა განვითარებამ.

4.4.2. არენდის, იჯარის, არენდული იჯარის და ლიზინგის არსი

უნდა აღინიშნოს, რომ ამჟამად საქართველოში მავანი და მავანი მათ შორის კანონი იჯარის შესახებ ყოველგვარი გათვითცნობიერების და საფუძვლიანი განხილვის გარეშე იჩემებს ტერმინების არენდის და იჯარის გაიგივებას. სახელდობრ, აიგივებენ რა იჯარას არენდასთან გულმოდგინედ ცდილობენ არენდის ადგილას იხმარონ სიტყვა იჯარა და ქართული ენიდან ამოაგონ ლათინური წარმოშობის სიტყვა არენდა. მაშინ როდესაც ისინი, ქართულად ხმარებული ურთიერთისაგან განსხვავებული ეკონომიკური ტერმინებია. ამით ამახინჯებენ კანონს. ე. წ. იჯარის შესახებ. ეს აღრევა მომავალში კიდევ უფრო მეტ ზიანს მიაყენებს ეკონომიკურ აზროვნებას და ამ გზით პრაქტიკაშიც შეიტანს არეულობას.

ისმის კითხვა: განა შეიძლება ერთი და იგივე კანონი მოქმედებდეს მესაკუთრესა და ფუნქციონერს (მეწარმეს) შორის ქონებრივ ქირაზე აგებულ ურთიერთობაში და მათსავე შორის ქირის გარეშე გასამრჯელოზე აგებულ ქონებრივ ურთიერთობაში, სადაც მესაკუთრე ქონების გამო, ფუნქციონერი (მეწარმე) კი მეწარმეობრივი (მენეჯერული) საქმიანობის გამო ინაწილებენ ამ ქონების გამოყენებით მიღებულ შემოსავალს ეს ხომ არა მარტო ეკონომიკური, არამედ იურიდიული უაზრობა იქნება.

საჭიროა ვიცოდეთ, რომ წინამდებარე ნაშრომის ავტორს და სხვა მაღალკვალიფიცირებულ ეკონომისტ მეცნიერ პროფესიონალებს მრავალჯერ გამოუქვეყნებიათ ეკონომიკური ტერმინების არენდისა

და იჯარის შესახებ არგუმენტირებული ტერმინოლოგიური განსაზღვრა.

მაგალითად: იხ. გაზეთი კაბადონი -8 №20 18 აგვისტო, 1990 წ. სტატია სახელწოდებით ნუ დავიჩემებთ იჯარა, არენდა და სხვა ეკონომიკური კატეგორიები ქართულ ენაზე; წიგნი „საბაზრო ეკონომიკაზე საქართველოს გადასვლის საფუძვლები“, თბ.: ენა, 1991 წ. დანართი 2.: ეკონომიკური ტერმინების იჯარისა და არენდის შესახებ. საქართველოს პარლამენტის კვლევითი სამსახური, ტექნიფორმი, ბიულეტენი, სერია „ეკონომიკა“, მარტი (აპრილი №1, 1993 წ თანაავტორი პროფ. აკადემიკოსი ვ. პაპავა; იხ. აგრეთვე „აგრარული გაზეთი“ 15 აგვისტო, 1992 წ. გვ. 6 თანაავტორი ვ. პაპავა.

გარდა ამისა ვ. პაპავას წიგნში „საქართველო საბაზრო ეკონომიკის გზაზე“, თბ.: მეცნიერება, 1995 წ. იხ. გვ. 83-87. აქ მოცემულია ეკონომიკური ტერმინების იჯარის, არენდის, ნარდობისა და ლიზინგის შესახებ არსებითი მნიშვნელობის მართებული მიდგომა და ვ. პაპავას სტატია ჟურნალში „ბუღალტრული აღრიცხვა-ანგარიშგება“ №3 1997 წელი.: „ნუ აურევთ ერთმანეთში ეკონომიკურ ტერმინებს: არენდას, იჯარას და ნარდობას.“

ეკონომიკურ ტერმინოლოგიაშიც ფიგურირებს სწორი მიდგომა, იხ. გერა დავარაშვილი“ საბაზრო ეკონომიკის ლექსიკონი“ თბ.: მეცნიერება, 1991 წ. და როზეტა ასათიანის ‘ეკონომიკის, განმარტებითი ლექსიკონი თბ.: სიახლე 1996წ.

ეს ნუსხაც საკმარისია იმისათვის, რომ ყურადღება მიექციათ და გამოეთქვათ კრიტიკული ან პოზიტიური მოსაზრებები. არენდისა და იჯარის, როგორც ეკონომიკური ტერმინების განსხვავებული არსის მიუხედავად, რომელიც მოცემულია ზემოაღნიშნულ გამოკვეყნებებში, დისკუსია მაინც არ გაიხსნა, რატომღაც მათ დუმილით უპასუხეს და ჯიქურ განაგრძობენ სიტყვა იჯარით ტერმინი არენდის გაძევებას ქართული ეკონომიკური ტერმინოლოგიიდან.

უნდა გვესმოდეს, რომ უცხოური სიტყვის ქართულ ენაზე ეკონომიკის ტერმინად გასაღება ტერმინოლოგიური შეზღუდვების გარეშე დანაშაულია ეკონომიკური მეცნიერების წინაშე. ეს იმიტომ, რომ „მეცნიერება გარკვეულ ცნებათა გარეშე არ არსებობს.

ცნებათა არსი კი წარმოდგენილია ტერმინებში; მეცნიერული აზროვნების მთელი სირთულე ტერმინებში მოცემული ცნებების სისტემურ გავებაშია - წერდა ბ-ნი პ. გუგუშვილი (იხილეთ გაზეთი თბილისი 28 ნოემბერი 1991 წ. " ღვაწლის ერთი ასპექტი, პაატა გუგუშვილი და ტექნიკურ-ეკონომიკური ტერმინოლოგია" რევაზ ბერულავას სტატია. საქ. მეც. აკადემიის პრეზიდიუმის მთავარი სპეციალისტი.)

გასამრჯელოზე აგებული ქონებრივი ურთიერთობა, სადაც მესაკუთრე ლებულობს შემოსავლის ნაწილს, ფუნქციონერი კი შემოსავლის მეორე ნაწილს, ანდა ქონებრივი ურთიერთობის გამომრიცხავი სამუშაოს სანარდო ანაზღაურება ზომ სხვადასხვა რამეა. აქ ვხედავთ, რომ საქმე გვაქვს სამ ურთიერთისაგან სრულიად განსხვავებულ მოვლენებთან. ამიტომ ტერმინოლოგიურ აღრევას გამოიწვევს თუ ზუსტად არ განვსაზღვრეთ, რომელი მათგანი რა ტერმინით გამოვხატოთ.

მაგალითად თუ შევეხებით არაბულიდან გადმოტანილ სიტყვა იჯარას (არაბულიდან იჯარათუნი). ეს სიტყვა არაბულ განმარტებით ლექსიკონში (და არა ეკონომიკურ ტერმინოლოგიაში) განმარტებულია, როგორც გასამრჯელო, საფასური სამუშაოსათვის.

(იხ. ალ-კაბუს ალ-ჯადიდრ" ტუნისი: 1984 წ. ქართულად ითარგმნება" „ახალი ლექსიკონი“).

არაბულ-რუსულ ლექსიკონში კი ეს სიტყვა სხვადასხვა წინადადებებში სხვადასხვა მნიშვნელობით იხმარება. აქ უკვე არის შემთხვევა, როდესაც იჯარა იხმარება არენდის სინონიმად და არის შემთხვევები, როდესაც იჯარა იხმარება, როგორც შრომის სანარდო ანაზღაურება. ზოგჯერ ხმარობენ სიტყვა აჯჯარა-ს და ნიშნავს არენდით გაცემას ისევე, როგორც იჯარა სხვა წინადადებებში. მაგალითად, არაბულ წინადადებაში ალ-აჯუ რუ ალა ნიზამილ კიტათი" მიუთითებს შრომის სანარდო ანაზღაურებაზე.

ეს იმას ნიშნავს, რომ იჯარათუნ ანუ ქართული თქმა - იჯარა სხვადასხვა ნიუანსებში და სხვადასხვა წინადადებაში სხვადასხვა მნიშვნელობით გამოყენებული სიტყვაა. ე. ი. აქ იგი ტერმინის როლში არ გვევლინება.

ამ გარემოების მხედველობის არედან გაშვება ეკონომიკურ ტერმინად იჯარის გამოყენებისას დაუშვებელია. ისიც უნდა გავითვალისწინოთ, რომ იჯარათუნის საწყისი მნიშვნელობა, თავისთავად

ყოველგვარი წინადადების გარეშე ნიშნავს სამუშაოსთვის გასამრ-
ჯელოს, საფასურს და ეს კატეგორიულადაა დაფიქსირებული ზე-
მოაღნიშნულ არაბული ენის განმარტებით ახალ ლექსიკონში.

ამასთანავე ისიც უნდა მივიღოთ მხედველობაში, რომ ლათ-
ინურ ენაზე ასევე კატეგორიულად არრენდარეა (არენდა) დაფიქ-
სირებული, როგორც ქირით გაცემა. მაშინ როდესაც „უცხო სიტყ-
ვათა ლექსიკონში თბ: განათლება 1989 წ. არენდა პოლონური
წარმოშობის სიტყვათაა გასაღებული. ამან არ შეიძლება არ გამ-
ოიწვიოს დაბნეულობა.

ისმის კითხვა განა სიტყვა არენდა პოლონურიდან შეიჭრა
ლათინურში, თუ პირიქით? ნუთუ პოლონურ არენდამ წარმოშვა
ლათინური არრენდარე. განა აქ არ შეიმჩნევა სიყალბე?

ამ ფაქტის დამახინჯებამ არენდა პოლონურიდან წარმოშობი-
ლად გაასაღა და ვინაიდან იგი სლავიურ (რუსულ) სიტყვად მოინ-
ათლა, ამიტომ დაიბადა ემოციური განწყობა რათა ამ სიტყვის
ქართულიდან გაძევებით დაეხსნათ თავი ქართული ენის რუსი-
ფიკაციისაგან. ამ ყალბმა ინფორმაციამ გასწირა ლათინური წარ-
მოშობის სიტყვა და ამით არაბულ იჯარას დააკისრა არენდის
მაგიერობა. ამ გაუმართლებელმა მიდგომამ წარმოქმნა ტერმინოლოგიური
შეზღუდვების აღრევა. ამგვარი აღრევა იწვევს ბუნდოვანების დან-
ერგვას არა მარტო ეკონომიკაში, არამედ იურისპრუდენციაშიც.

უნდა გავიხსენოთ, რომ რუსულიდან ქართულში არენდის კანონ-
მდებლობის თარგმანში არენდა იჯარად არის გასაღებული (იხ.
გაზ. კომუნისტი, 3 დეკემბერი 1989წ.). ამგვარ თარგმანს მოჰყვა
მისი გამართლებისათვის აპოლოგეტური წერილი, ამავე გაზეთის
8 დეკემბრის ნომერში სტატიის სახით სახელწოდებით „რომელი
ტერმინი ვიხმაროთ“. ამ პუბლიკაციაში იჯარა არა მარტო გაიგივებულია
არენდასთან, არამედ სიტყვა არენდა მთლიანად ამოღებულია ხმარებიდან.
ობიექტური მოტივირების გარეშე იჯარას დააკავებინეს არენდის
ადგილი (იხ. გაზ. კომუნისტი 23 მაისი 1990 წ. წერილი სათაუ-
რით „გვეჭირდება იჯარის მყარი კანონი“).

საკითხავია, რატომ არ შეიძლება იჯარისა და არენდის გან-
სხვავებული აზრობრივი გაგება, მითუმეტეს თუ საკითხი ეხება
ეკონომიკურ ტერმინოლოგიას.

აღნიშნულ სტატიაში სიტყვა არენდის ამოღებით და მის ადგ-

ილზე იჯარის გადანაცვლებით გამოთავისუფლებული ადგილი სრულიად მცდარ საფუძველზე დათმობილი აქვს სიტყვა ნარდობას. თუმცა ეს სიტყვა ამასთანავე ეკონომიკური ტერმინიცაა და ამიტომ, მის მიმართ სიზუსტე აუცილებლად უნდა იქნას დაცული. აქ საქმე გვაქვს შემდეგ მოძრაობასთან: არენდა შეცვალეს იჯარით, იჯარის ადგილი კი დააკავებინეს სიტყვა ნარდობას იმ მოტივით, თითქოს ნარდობა (მენარდე, მენარდობა, სანარდო სამუშაო, სანარდო ანაზღაურება, რომლის რუსული შესატყვისია - (Сдельщина) წარმოებული იყოს სიტყვა Сделка-საგან, ხოლო რაკი ამ უკანასკნელის ქართული შესატყვისია გარიგებაო, ამიტომ თურმე ნარდობა, გარიგებას გულისხმობს და ხელშეკრულებას ეყრდნობაო. რადგან გარიგებააო და ისიც ქირის გარეშე, ამიტომ იგი რუსული Подряд-ის შესატყვისი ყოფილაო. ეს მოტივირება მთლიანად ჰაერში რჩება გამოკიდებული, რადგან Сделщина - წარმოებულია არა სიტყვა Сделка -საგან არამედ სიტყვა Сделать-ისაგან. (იხ. А. Н. Тихонов - Словообразовательный словарь Русского языка, ორტომეულის მეორე ტომი, გამოცემული მოსკოვში, 1985. გვ. 18.).

ამრიგად, მენარდობა სრულიად არ არის გარიგების გაგებისა, ამიტომ უფლება არა გვაქვს ხელოვნურად მივაწეროთ მას Подряд-ის ქართული თარგმანის აზრი და არც მის მაგიერ შეგვიძლია ვიხმაროთ.

რაც შეეხება იჯარას, იგი მართლაც შეიძლება იყოს Подряд-ის და არა არენდის ქართული შესატყვისი (იხ. რუსულ-ქართული ლექსიკონის სამტომეულის მეორე ტომი გვ. 545), ისინი ურთიერთისაგან განსხვავებულ გარიგებას ითვალისწინებენ. გარიგება შეიძლება იყოს ქონებრივი ქირით ან სხვა მხრივ, ენახოთ რომელ მათგანს გულისხმობს იჯარა და რომელს არენდა.

რუსულში Подряд-ის ნაცვლად არ იყენებენ სიტყვა Сдельщина-ს. Подряд-ის ადგილას რომ Сдельщина გამომდგარიყო, მაშინ ალბათ რუსული ენა არ მიაკითხავდა ლათინური წარმოშობის (ბოლონურად წოდებულ) სიტყვას Аренда-ს.

ამ გარემოებათა გამო Подряд-ის, როგორც ეკონომიკური ტერმინის აზრის მატარებელი, ქართულ ეკონომიკურ ლიტერატურაში გახდა არაბული წარმოშობის იჯარა (იჯარათუნ), არენდისა კი ლათინური წარმოშობის არენდა (არრენდარე). ამას ადასტურებენ ზემოდასახელებული ეკონომიკური ლექსიკონებიც.

საბაზრო სისტემა წინა პლანზე აყენებს რა გარემოსთან ყოველი ფუნქციონირებადი ობიექტის პირად ურთიერთობას, არსებით მნიშვნელობას ანიჭებს ცნებების სწორად ფლობას და თეორიის უნარიან გამოყენებას. ურთიერთობათა მექანიზმში მართებულ გარკვევას და სათანადო ალლოთი საქმიანობის გაჩაღებას ეყრდნობა ყოველი ადამიანის და ორგანიზაციის წარმატებები.

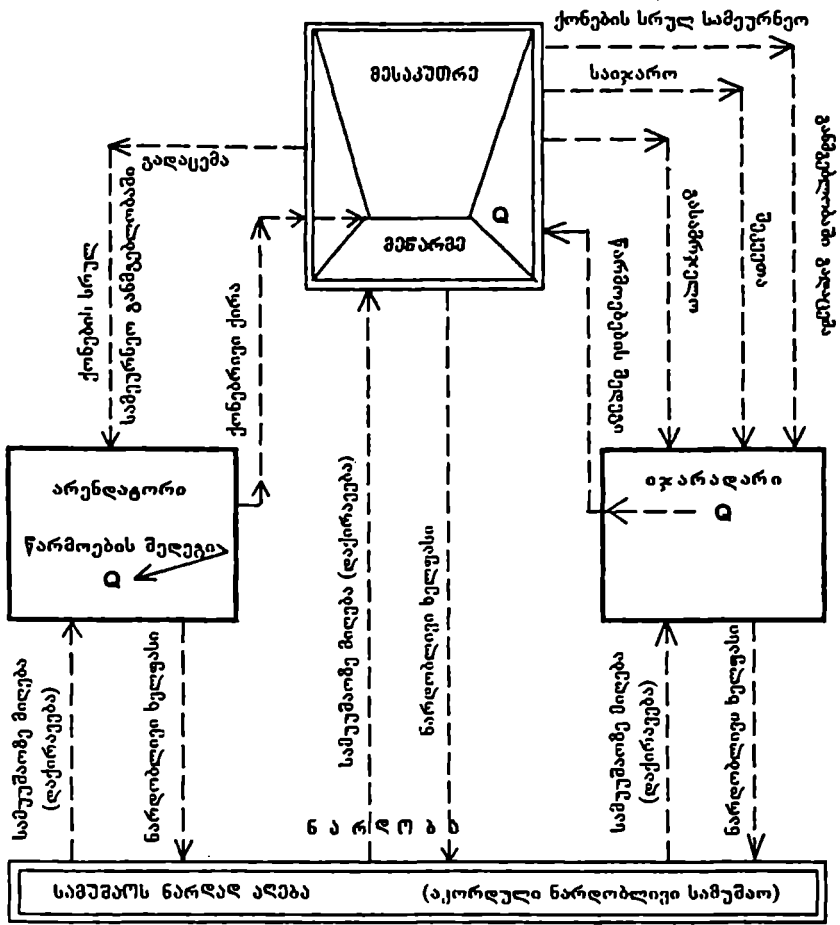
ქართული ეკონომიკური ტერმინოლოგიის მიხედვით არენდა, იჯარა და ნარდობა ერთმანეთისაგან სრულიად განსხვავებული აზრის მატარებელია და ისინი უბრალო სიტყვათქმულებებს კი არ წარმოადგენენ, არამედ ტერმინებს მათთვის დამახასიათებელი ზღუდეებით. ამაზე ნათელ წარმოდგენას იძლევა ქვემოთ მოყვანილი პრინციპული სქემა (იხ. ნახ. 4.1.).

ამ სქემაში თვალნათლივ ჩანს, რომ საქმე გვაქვს სამ სრულიად განსხვავებულ მოვლენასთან: არენდასთან, იჯარასთან და ნარდობასთან.

საბაზრო ეკონომიკის პირობებში იმდენად ფართო გასაქანს ღებულობს არენდული ურთიერთობები, რომ მის ნიადაგზე აღმოცენდება კიდევ უფრო რთული, სისტემატურად ფუნქციონირებადი არენდგაცემაალების ე. ი. ლიზინგური ორგანიზაციები.

არენდის ჩამოყალიბების ერთჯერად აქტში თუ მონაწილეობს ორი კონტრაგენტი არენდგამცემი და არენდამღები (არენდატორი), ლიზინგში მონაწილეობს სამი კონტრაგენტი არენდგამცემი, საწარმო და არენდამღები (არენდატორი). გარდა ამისა ლიზინგში დომინირებს ამ პროცესის ლტოლვა ფართომასშტაბიანი ფუნქციონირებისაკენ. სახელდობრ, არენდგამცემს გააჩნია ფული (როგორც წესი). იგი ამ ფულს ხარჯავს წარმოების იმ იარაღების შექმნაზე, რომელიც ესაჭიროება არენდამღებს (არენდატორს). ამიტომ, გარიგება სამ-მხრივია არენდგამცემს, წარმოებასა და არენდამღებს შორის. არენდგამცემი არენდამღებთა საჭიროების მიხედვით წარმოებისათვის შეკვეთებს აფინანსებს. შეკვეთით დამზადებული წარმოების იარაღები კი მი-აქვს გამოსაყენებლად არენდამღებს (არენდატორს).

არენდგამცემი არენდის ბაზრის გამოკვლევას ანხორციელებს, რათა ფართოდ გაშალოს არენდგაცემაალების (ლიზინგის) ოპერაციები რომლებიც ფართე ფრონტით ქმნიან ლიზინგიორის შემო-



ნახ. 4.1. არენდა, იჯარა, ნარდობას შორის განსხვავების პრინციპული სქემა.

საელების უწყვეტ ნაკადს და ამით ლიზინგიორი ანხორციელებს საკუთარ ბიზნესს.

ტერმინი ლიზინგი წარმოიშვა ინგლისური ზმნისაგან LEASING. რაც ნიშნავს არენდაცემასაც და არენდალებასაც (არენდაცემალების

ერთიან პროცესთა მწყობრ სისტემას). იგი აგებულია არენდების სისტემაზე, როგორც კომერციულ ქონებრივ საკრედიტო ოპერაცი-ათა უწყვეტი ნაკადის მათორგანიზებელ სისტემაზე. ლიზინგი ეს არენდული ხელშეკრულების იმგვარი სახეობაა, რომელიც ეხება ქარხნებს, რათა ისინი არენდატორმა (არენდამღებმა) გამოიყენოს საწარმო დანიშნულებით. ამ მიზნით საწარმო დანიშნულების საქონელსაც კი ყიდულობს არენდგამცემი, ინარჩუნებს რა მესაკუთრის უფლებას. ამგვარია ეროვნულ ასოციაციათა ევროპის ფედერაციის განმარტება. ლიზინგი მოიცავს მწარმოებელს, არენდგამცემს, არენდამღებს. არენდგამცემი არენდამღების საჭიროების მიხედვით აძლევს შეკვეთას მწარმოებელს.

ჩვეულებრივი არენდისას კი არენდგამცემი არ ანხორციელებს წარმოების საშუალებათა შექმნას არენდამღებისათვის. ეს საკუთრება მას გააჩნია საერთოდ და თუ შეიქმნა მისი არენდით გაცემის საჭიროება და შესაძლებლობა, მაშინ მოხდება არა ლიზინგური, არამედ არენდული გარიგება.

ლიზინგი, ეს იმგვარი არენდული გარიგებაა (ხელშეკრულება), რომელიც იღება საქმიანობის პროფილით არენდგამცემ ფუნქციონერ მესაკუთრესა და მეწარმოებით ან კომერციით ფუნქციონერ არენდამღებს შორის. ბანკი თუ ფულად სესხს იძლევა, ლიზინგური ორგანიზაცია ქონებრივ კრედიტს. შესაძლებელია, არენდგამცემი (ლიზინგიორი) აშენებდეს ან ყიდულობდეს უძრავ ქონებას არენდამღების დაეალებით, რათა ამ უკანასკნელმა გამოიყენოს იგი წარმოებრივი ან კომერციული მიზნებისათვის. თუ საქმე ეხება მოძრავ ქონებას (ტექნოლოგიური მოწყობილობა, მძიმე მანქანები, სატრანსპორტო საშუალებები, თვითმფრინავები, ამწეკრანები, ბულდოზერები და ა. შ.), რომელიც გააჩნია ლიზინგურ ორგანიზაციას მაშინ ეს საშუალებები ექვემდებარება ლიზინგურ ოპერაციებს, ე. ი. არენდგაცემას წარმოებრივი მიზნით გამოყენებისათვის.

ლიზინგის დროს მოწყობილობის მორალური ეკონომიკური მოძველების რისკი მთლიანად ეკისრება არენდგამცემს. ამიტომ მის განახლებასა და ინოვაციაზე ზრუნვა არენდგაცემის ფუნქციას შეადგენს მაშინ, როდესაც ფიზიკური ცვეთის პასუხისმგებლობა ეკისრება არენდამღებს. ამიტომ მოწყობილობის რემონტი და მისი საექსპლუატაციო გამართულობის უზრუნველყოფა არენდამღებს ეკისრება.

ლიზინგი შეიძლება აგებული იქნას საგადასახადო ან გადასახადისაგან თავისუფალ საფუძველზე. პირველი მათგანი შეადგენს ბიზნესის ღიდ ნაწილს, რომელსაც არენდამდებისათვის მოაქვს უფრო მეტი შეღავათი, ვიდრე ჩვეულებრივ საბანკო სესხს (კრედიტს). ეს იმიტომ ხდება, რომ სახელმწიფო ლიზინგის სტიმულირებისათვის არენდამცემის შემოსავალზე აწესებს უფრო დაბალ საგადასახადო პროცენტულ განაკვეთს, ვიდრე ეს ჩვეულებრივი სესხით მიღებულ შემოსავალზე წესდება. ლიზინგურ გადასახადში სახელმწიფო ამ დათმობას ბაზრის კონიუნქტურის შესაბამისად უწილადებს არენდამდებს.

განარჩევენ ოპერატიულ და ფინანსურ ლიზინგს

ოპერატიული ლიზინგი ითვალისწინებს მრავალჯერადი გამოყენების ქონების საექსპლუატაციოდ გადაცემას ვადით, რომელიც ნაკლებია მისი ეკონომიკური სამსახურის ვადაზე.

იგი ხასიათდება არაგრძელვადიანი კონტრაქტის* დადებით (3-5 წლამდე) და არენდის პერიოდში მოწყობილობის არა სრული ამორტიზაციით. ვადის გასვლის შემდეგ მოწყობილობა შეიძლება გახდეს ახალი ლიზინგური კონტრაქტის ობიექტი, ანდა დაუბრუნდეს არენდამცემს. ჩვეულებრივი ოპერატიული ლიზინგით ხდება საამშენებლო ტექნიკის (ამწეკრანები, ექსკავატორები და ა. შ.), სატრანსპორტო საშუალებების, ელექტრო გამომთვლელი მანქანების გადაცემა და ა. შ.

ოპერატიული ლიზინგი უნდა განვასხვავოთ რენტინგისაგან. ეს უკანასკნელი წარმოადგენს მანქანების, მოწყობილობის მოკლევადიან არენდას, არენდატორის მიერ მისი შემდგომი გამოსყიდვის გარეშე. რენტინგულ საზოგადოებას გააჩნია განსაზღვრული ტიპის მოწყობილობის მთელი პარკი. არენდული ქირა რენტინგის მიხედვით უფრო მაღალია, ვიდრე ლიზინგის დროს.

ფინანსური ლიზინგი ხასიათდება ხანგრძლივვადიანი კონტრაქტით (5-დან 10-წლამდე) და მოწყობილობის მთელი ღირებულების ან მისი უმეტესი ნაწილის ამორტიზაციით. ფაქტიურად ფინანსური ლიზინგი წარმოადგენს ყიდვის გრძელვადიან დაკრედიტებას. ფინანსურ ლიზინგური კონტრაქტის ვადის გასვლის შემდეგ

*კონტრაქტი წარმოადგენს იმგვარ ხელშეკრულებას (წერილობითს), ხადაც შეთანხმებულ მხარეთა ურთიერთვადებულებებია ჩამოყალიბებული.

დღე არენდატორს შეუძლია დააბრუნოს არენდის ობიექტი, გაახანგრძლიოს შეთანხმება ანდა დადოს ახალი ხელშეკრულება, აგრეთვე შეუძლია იყიდოს ლიზინგის ობიექტი, ნარჩენი ღირებულების მიხედვით (ჩვეულებრივ იგი ატარებს წმინდა სიმბოლურ ხასიათს).

4.4.3. სამრეწველო საწარმოთა რესტრუქტურისა

საბაზრო ეკონომიკის ნორმალიზაცია ე. ი. ნორმალური და არაქაოტური საბაზრო ეკონომიკა მოითხოვს შეცვლილი გარემოს მოთხოვნათა შესაბამისად სამრეწველო საწარმოთა (ფირმების) რესტრუქტურისა, წინააღმდეგ შემთხვევაში ქაოსის დაბადების საფრთხე ყოველთვის იარსებებს. უნდა აღინიშნოს, რომ საწარმოთა რესტრუქტურისა გარეშე მოცემული სამრეწველო საწარმო დაკარგავს კონკურენტუნარიანობას და თუ ეს სენი მასობრივად გავრცელდა, მაშინ იფეთქებს საბაზრო ქაოსიც. ეს იმიტომ, რომ მას გამოეცლება კონკურენციის მომწესრიგებელ-მაორგანიზებელი ფუნქცია. ეს ასეა ყველგან.

ამგვარია რესტრუქტურისა პროცესის აუცილებლობა თანამედროვე ცივილიზებულ საბაზრო ეკონომიკაში.

მაგრამ საკითხი სულ სხვანაირად დგება, როდესაც საქმე ეხება საბჭოური ტიპის და ისიც მოშლილი საწარმოს საყოველთაო რესტრუქტურისა. ამ შემთხვევაში რესტრუქტურისა დანიშნულება ხდება ამ საწარმოთა გარდაქმნა კონკურენტუნარიან სამრეწველო ფირმებად (ბაზართმკეთებელ საწარმოებად).

ამგვარი რესტრუქტურისა განხორციელება მთავრობის ხელშეწყობით, მართვის სამთავრობო პროგრამის შემუშავებით და მისი განხორციელებისათვის ხელშემწყობი გარემომცველი პირობების შექმნით იწვევს საყოველთაო რესტრუქტურისა მაიმულსირებელ ბიძგებს.

საწარმოთა რესტრუქტურისა წარმოადგენს კომპლექსურ პროცესს. საბაზრო ეკონომიკის ქვეყნებში საწარმოები მუდამ გამიზნული

უნდა იყვნენ რესტრუქტურისაზიზე, რათა მუდმივად შეინარჩუნონ ცვალებადი ეკონომიკური გარემოცვის პირობებში რენტაბელობის საკმაოდ მაღალი დონე. ამის უზრუნველყოფა კი შესაძლებელია ტექნოლოგიური გადაიარაღებითა და მმართველობითი რაციონალიზმის სათანადო შეუღლებით სიტუაციურ მართვასთან.

საწარმოთა რესტრუქტურისაზიზე ითვალისწინებს საწარმოთა ჭარბი სამუშაო ძალისაგან განთავისუფლებას, უფრო ხარისხიანი და დაბალფასიანი პროდუქციის წარმოებას, დასავლეთის ქვეყნებში ახალი ბაზრების ძიებას და იქ ფეხის მოკიდებას, სოციალური და არაწარმოებრივი ხარჯების შემცირებას ეკონომიკის სოციალურად ჯანსაღი მექანიზმის გამოყენებით მოცემულ ქვეყანაში.

სამრეწველო საწარმოების რესტრუქტურისაზიზეას ხელსაყრელ ეკონომიკურ გარემოს უნდა უქმნიდეს ხელისუფლება, ხოლო საწარმოები თვით უნდა ანხორციელებდნენ თავისი საწარმოს რესტრუქტურისაზიზეას და ეს ორი პოზიციეა შესაუღლებელია ოპტიმალურ ვარიანტში, რომ რესტრუქტურისაზიზეამ არა საბაზრო ტიპის საწარმოები გარდაქმნან კონკურენტუნარიან ბაზართმკეთებელ საწარმოებად ე. ი. ფირმებად (იხ. ფირმის ტიპური სქემა დანართი 1 და 2). საწარმოებს, რომლებიც დაამყარებენ მჭიდრო თანამშრომლობას ბანკებთან შეუძლიათ მიადწინონ რენტაბელობის უფრო მაღალ დონეზე რესტრუქტურისაზიზეის დაჩქარებას. მაგრამ, თუ ამის შესაძლებლობა არ არსებობს და ვისთვისაც არ არსებობს უნდა მიმართონ ლიზინგურ ორგანიზაციებს უშუალოდ რესტრუქტურისაზიზეის განსახორციელებლად. საერთოდ თუ შესაძლებელია უპირატესობა მაინც ენიჭება ოპერაციულ რესტრუქტურისაზიზეას.

გაციდვებიდან წარმოქმნილ ოპერაციულ (მიმდინარე) ფულად ნაკადს, თუ გამოვაკლებთ წარმოების ფაქტორების ღირებულებას და ხელფასს, მაშინ დაგვრჩება ფულადი შემოსევალი, რომლითაც დაფინანსებული რესტრუქტურისაზიზეა წარმოადგენს ოპერაციულ რესტრუქტურისაზიზეას.

ბანკებთან მჭიდრო კავშირის საფუძველზე რესტრუქტურისაზიზეის დაფინანსების უზრუნველყოფა წარმოადგენს საფინანსო რესტრუქტურისაზიზეას.

საჭიროეა მივიღოთ მხედველობაში რესტრუქტურისაზიზეის დაფინანსების საერთაშორისო ბანკის დამაკვალიანებელი განცხადე-

ბა: „ერთ-ერთი მთავარი ამოცანათაგანია საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლაში ის, რომ საწარმოთა რესტრუქტურიზაცია განვიხილოთ, როგორც საწყისი ეტაპი უკიდურესად დამახინჯებული ეკონომიკიდან წამგებიანი საწარმოების დიდი რაოდენობის გადასვლა „ნორმალურ“ საბაზრო ეკონომიკაზე. ე. ი. ისეთ საბაზრო ეკონომიკაზე, რომლის დროსაც საწარმოთა უმრავლესობა წარმოადგენენ რენტაბელურს.“¹

ამგვარი ღონისძიების გატარების გარეშე შეუძლებელია მიკროეკონომიკის შემობრუნება აღმავლობისაკენ. ამის გაკეთება აუცილებელია იმიტომ, რომ ჯანსაღი საწარმოები წარმოადგენენ ჯანსაღი საფინანსო სისტემის დამკვიდრების საფუძველს.

საჭიროა მხედველობაში მივიღოთ, რომ შუა და აღმოსავლეთი ევროპის ქვეყნებში პრაქტიკულად ვერ იქნა აღმოჩენილი რაიმე განსხვავება საწარმოთა მწარმოებლურობაში მასობრივი პრივატიზაციის და პრივატიზაციის ცალკეულ შემთხვევებს შორის, ვინაიდან მათ არ შეუქმნიათ განსხვავებული პირობები საწარმოთა რესტრუქტურიზაციისათვის. ამიტომ მთავარია პრივატიზაციის თუნაციონალიზაციის რაციონალური მექანიზმით შეუღლება საწარმოთა რესტრუქტურიზაციასთან და არა პრივატიზაციის მეთოდებს შორის განსხვავება. მათმა ერთმანეთისაგან მოწყვეტამ დიდი უარყოფითი როლი შეასრულა. ეხლა ამის გამოსასწორებლად საჭიროა საყოველთაო რესტრუქტურიზაციისათვის სახელმწიფოს მიერ ხელსაყრელი იმპულსატორების ამოქმედება და ხელსაყრელი ეკონომიკური გარემოს შექმნა დაფინანსების სათანადო წყაროების გამოყენებისათვის.

ბანკების როლი სამრეწველო საწარმოთა რესტრუქტურიზაციაში ითვალისწინებს შემდეგ საკითხებზე პასუხის გაცემას:

1. სახელმწიფომ უნდა მოახდინოს თუ არა ძლიერ მსხვილი ბანკების რეკაპიტალიზება (მათი კაპიტალის შემცირება), რათა კომპენსირებული იქნას უიმედო კრედიტები (ჩვეულებრივ ძლიერ მსხვილი ბანკები ეკუთვნის სახელმწიფოს);

¹ Герхард Пол, Роберт Е. Андерсон, Стайн Классенс, Семен Дьянков: “Приватизация и реструктуризация промышленных предприятий в центральной и восточной Европе”. Вашингтон, округ Колумбия, Всемирный Банк. 1997.

2. საჭიროა თუ არა შეიქმნას ბანკებისთვის პირობები, რომლებიც მოახდენენ მის სტიმულირებას, რომ მათ აპატიონ (ჩამოაწერონ) საწარმოებს უიმედო ვალები.

3. შესაძლოა შეიქმნას საჭირო, რომ ვალების დაუფარაობა დარჩეს ძალაში, რათა სტიმულირებული იქნას საწარმოს საქმიანობის აქტივიზაცია რესტრუქტურისაში, რენტაბელობის გადიდება მას უნდა შესძინოს ამ ვალების თანდათან დაფარვის უნარი.

საბაზრო ყაიდის საწარმო წარმოადგენს ფირმას. საქართველოში სამრეწველო საწარმოს საყოველთაო რესტრუქტურის დანიშნულება უნდა იყოს, რომ მან:

1. განახორციელოს საწარმოო ტექნიკური ბაზის განახლება ახალ ტექნოლოგიურ საფუძველზე. შესაძლოა საჭირო შეიქმნას წარმოების მთელი ციკლის ან მისი ნაწილის რეკონსტრუირება. შესაძლოა მოშველიებული იქნას მოწყობილობათა სათანადო მოდერნიზაცია კაპიტალურ რემონტთან შეთავსებით და ა. შ. ამ გზებით საწარმომ უნდა შეძლოს როგორც ფასებით ასევე პროდუქციის ხარისხით დასაველეთ ევროპაში კონკურენტუნარიანი პროდუქციით შეღწევა.

2. საერთოდ და განსაკუთრებით სამრეწველო საწარმოს რესტრუქტურისაში უნდა ითვალისწინებდეს მარკეტინგული მართვის დაუფლებას და გაძლიერებას. და ის, რომ იგი ჩამოყალიბდეს ბაზართკეთებით ორიენტირებული (იხ. დანართი 2).

3. უნდა შევცვალოთ სამეურნეო ანგარიში, როგორც მეურნეობის, ცენტრის მიერ დამტკიცებული, გეგმიანი გაძლოლის მეთოდი მმართველობითი რაციონალიზმისა და სიტუაციური მართვის ოპტიმალური შეუღლებით;

4. უნდა განხორციელდეს ფირმის უმაღლესი ხელმძღვანელობის და მმართველთა კვალიფიკაციის რესტრუქტურისაში. ეს კი მოითხოვს, რომ სრულყოფილად დაეუფლონ და გაითავისონ ამ ორტომეულის შინაარსი პრაქტიკული აზროვნების საბაზრო გარემოში დაკვალიანებისათვის.

ამ მიმართულებით განხორციელებულ ღონისძიებათა მთლიანობით სისტემას ძალუძს, რომ სამრეწველო საწარმოთა რესტრუქტურისაში გახადოს სრულყოფილი და ამის შედეგად მოცემულ საწარმომ

მიადწიოს კონკურენტუნარიანი პროდუქციით დასავლეთ ევროპის ბაზრებზეც შეღწევას. ეს ხომ იმას ნიშნავს, რომ ამგვარად რესტრუქტურიზებული საწარმო განახორციელებს მაღალორგანიზებულ ფუნქციონირებას, რითაც მიადწევს ევროგაერთიანებაში შემავალი ქვეყნების საწარმოთა რენტაბელობის დონეს მაინც (ეს იქნება მისი გრძელვადიანი დასახულობა).

5. საჭიროა ამ პროცესების აღრიცხვა კონტროლისათვის და მაღალორგანიზებულობის მისაღწევად თვით სამრეწველო საწარმოებში (ფირმებში) დაინერგოს მმართველობითი რაციონალიზმის ანალიზურ შემფასებელი სისტემები მათი ტექნიკურ-ეკონომიკური მაჩვენებლებით და ამ საფუძველზე გამოყენებული იქნას კომპიუტერული ტექნიკა.

მხედველობის არიდან არ უნდა გაუშვათ ის, რომ საქართველოში გადატანილი „შოკების“ შედეგად წარმოიქმნა არარენტაბელურ საწარმოთა სიმრავლე და რაც მთავარია ისინი აღმოჩნდნენ მორალურად და ფიზიკურად გაცვეთილი, გაქურდული, მაშინ როდესაც ცენტრალური და აღმოსავლეთ ევროპის ქვეყნების (ბულგარეთი, ჩეხეთის რესპუბლიკა, უნგრეთი, პოლონეთი, რუმინეთი, სლოვაკია და სლოვენია) სამრეწველო საწარმოები არ იყვნენ გაქურდული. ამ განსხვავებასაც აქვს არსებითი მნიშვნელობა საწარმოთა საყოველთაო რესტრუქტურიზაციის საქმეში. გარდა ამისა საქართველო – კორუფცია გაბატონებული ქვეყანაა. აქ ეხლაც გრძელდება კაპიტალის პირვანდელი დაგროვების მტაცებლური პროცესი, და ისიც მაფიოზური ქცევების შემდგომი განვითარებით და არა ჯანსაღი ბიზნესისათვის. საჭიროა მათი კონფისკაცია და რესტრუქტურიზაციის დაფინანსება. კონფისკაციას არ უნდა დაექვემდებაროს ის სახსრები, რომლებიც ხელისუფლების ჩარევის გარეშე დააფინანსებს საწარმოთა რესტრუქტურიზაციას.

ამ გარემოებათა გამო საქართველოში ვერ გადმოვიტანთ და ისიც მექანიკურად რესტრუქტურიზაციის იმ მეთოდებს, რომლებსაც ანხორციელებენ შუა და აღმოსავლეთ ევროპის ქვეყნები.

ყურადსაღებია ისიც, რომ ჩეხეთის რესპუბლიკამ 1997 წელს, მიიღო რა დაშვება უცხოეთის ტექნოლოგიებთან (გერმანელ და ავსტრიელ პარტნიორებთან) დადეს საიჯარო და არა საარენდო ხელშეკრულებები. ეს პროცესი მანიშნებელია საქართველოსათვისაც.

ჩვენს ქვეყანაში მიმდინარე მსხვილი და საშუალო სამრეწველო საწარმოების საყოველთაო რესტრუქტურისაციის მდგომარეობისა და მოძრაობის შეფასებისათვის საჭიროა რესტრუქტურისაცია დაქვემდებარებული საწარმოების დაყოფა კატეგორიებად რენტაბელობის (წამგებიანობის) მიხედვით.

განარჩევენ შემდეგ კატეგორიებს:

1. კატეგორია „ა“-ში შედიან გადასახადის გამოკლების შემდეგ რენტაბელური საწარმოები, განსაზღვრული საერთაშორისო საბუღალტრო სტანდარტების მიხედვით. ამ კატეგორიის საწარმოებს ძალუძთ დაფარონ თავისი ხარჯები, ვალის დაფარვას და გადაიხადონ გადასახადები. ამის შემდეგ მათ კიდევ რჩებათ თავისუფალი სახსრები.

2. კატეგორია „ბ“-ს საწარმოებს გააჩნიათ საკმაო შემოსავლები, რათა დაფარონ ყველა ხარჯი გარდა ძირითადი ფონდების ამორტიზაციისა. ეს ხარჯი არ არის ისეთი, რომელიც მან უნდა გადაუხადოს სხვას. მაგრამ ის მაინც გვიჩვენებს შემოსავლების უკმარისობას, იმისათვის რომ შენარჩუნებული იქნას საწარმოო კაპიტალი სათანადო ღონეზე. მათი შემოსავალი გადასახადთა გადახდამდეც უარყოფითია;

3. კატეგორია „გ“-ს საწარმოებს არ ძალუძთ დაფარონ ვალები. მათ შეუძლიათ გადაუხადონ ხელფასი თავის მუშაკებს და გადაუხადონ მომწოდებლებს, თუმცა არ შეუძლიათ განახორციელონ ვალების დაფარვის პროცესი. მაგალითად, არ შეუძლიათ თავის დროზე დაფარონ გადასახადები საბანკო პროცენტების მიხედვით.

4. კატეგორია „დ“-ს საწარმოებს შეუძლიათ გადაუხადონ მომწოდებლებს. მაგრამ არ ძალუძთ გადაუხადონ ხელფასი ყველა მუშაკს, ვინაიდან ოპერაციული ფულადი ნაკადი ამ საწარმოებში უარყოფითია.

5. კატეგორია „ე“-ს საწარმოები ვერ ღებულობენ წარმოებისათვის, მატერიალური რესურსებისათვის საკმაო შემოსავლებს, არაფერი რომ ვთქვათ სხვა ნებისმიერ ოპერაციულ (მიმდინარე) ხარჯებზე. აქ ოპერაციული მარჟა (ოპერაციულ შემოსავლებსა და ოპერაციულ ხარჯებს შორის სხვაობა) უარყოფითია. მათ არ ძალუძთ გადაუხადონ მომწოდებლებს.

ამ კატეგორიებად საქართველოს საწარმოთა დაჯგუფება უნდა

განხორციელდეს საქართველოს რეგიონებისა და მთლიანად საქართველოს მიხედვით (იხილე ცხრილის ფორმა).

ცხრილი 2

სამუშაოთი დასაქმებულ საწარმოთა რაოდენობის განაწილება პროცენტებში რენტაბელობის (წამგებიანობის) კატეგორიების მიხედვით

	საქართველოს რეგიონები	წლები	"ა" რენტაბელური					სულ პროცენტობით
			"ა" არ ძალუძს ამორტიზაციის დაფარვა	"ბ" არ ძალუძთ დაფარონ ვალები	"გ" არ ძალუძთ დაფარონ ხელფასი	"დ" არ ძალუძთ გადაუხადონ მოწოდებებს	"ე" არ ძალუძთ დაფარონ ხელფასი	
I		1998						100
		1999						100
		2000						100
II		1998						100
		1999						100
		2000						100
III		1998						100
		1999						100
		2000						100
	და ა. შ. მთლიანად საქართველოში							

ამ ცხრილის სათანადო მონაცემებით შევსების შედეგად აისახება კატეგორიიდან კატეგორიაში საწარმოთა გადაჯგუფების პროცესი. აქ გამოვლინდება თუ რომელი კატეგორიის ჯგუფის ხვედრიწონა მატულობს და რომელი კლებულობს. ეს მოძრაობა მით უფრო დადებითად შეფასდება რაც უფრო მოიმატებს რენტაბელურთან მიახლოება და რენტაბელურ საწარმოთა რაოდენობის ხვედრიწონა.

ეს პროცესი მიგვანიშნებს სამრეწველო საწარმოთა რესტრუქტურისა და პროცესის მსვლელობის შედეგადად რენტაბელობის მიხედვით როგორც რეგიონებში, ასევე მთლიანად საქართველოში.

საჭიროა საქართველოს სამრეწველო საწარმოების შესწავლა, აღრიცხვა და მათი რესტრუქტურისა და ზემოაღნიშნული კატეგორიების მიხედვით, რათა დიფერენცირებულად მივუდგეთ მათ

რესტრუქტურიზაციას შესაბამისი და უფრო მისაღები მეთოდების გამოყენებით.

შესაძლოა ზოგიერთისათვის უპრიანი გამოდგეს საფინანსო რესტრუქტურიზაცია, ზოგისათვის ოპერაციული რესტრუქტურიზაცია, ან მათი სათანადო ნარევი, საფინანსო რესტრუქტურიზაციის შესაძლო ვარიანტებია:

1. დაკრედიტება პროცენტით,
2. დაკრედიტება შეღავათებით,
3. დაკრედიტება უპროცენტოდ,
4. დაკრედიტება მსხვილი ბანკების რეკაპიტალიზაციით (ვალების პატიებით და მათი ჩამოწერით),
5. გაკოტრებული საწარმოების აუქციონზე გაყიდვით მათზე ვინც საკუთარი სახსრებით დააფინანსებს ნაყიდი საწარმოს რესტრუქტურიზაციას.

და ა. შ.

საფინანსო რესტრუქტურიზაცია მოითხოვს მისი განხორციელების რეალობის დასაბუთებულ პროგრამას. ამ პროგრამის ტექნიკურ-ეკონომიკურ დასაბუთებას. სადაც უნდა იქნას გაცემული პასუხი კითხვაზე როდის და რაოდენ რენტაბელურს გახდის იგი მოცემული საწარმოს ფუნქციონირებას და როგორ - რა მექანიზმით უზრუნველყოფს მისი რენტაბელობის შემდგომ ზრდას.

საჭიროა ყოველ კერძო შემთხვევაში სათანადო ანალიზით მდგომარეობის შესწავლამ გამოავლინოს რამდენად და ვისთან უფრო უპრიანი აღმოჩნდება არენდის, იჯარის, არენდული იჯარის, გამოსყიდვითი არენდული იჯარის, არენდის თუ იჯარის ურთიერთობათა გამოყენება ამ საქმეში ლიზინგური ორგანიზაციების ჩართვით, მათი გამოყენება აუქციონის (მესაკუთრის შეცვლის) შემდგომ ძველი მესაკუთრის ფუნქციონერად გარდაქმნის პირობებში.

სამრეწველო საწარმოთა რესტრუქტურიზაციის მაჩვენებლებს წარმოადგენენ:

1. საწარმოს რენტაბელობა. იმისათვის, რომ განესაზღვროთ საწარმოს რენტაბელობა რესტრუქტურიზაციასთან დაკავშირებით, საჭიროა ოპერაციული ფულადი ნაკადის მაჩვენებელი ეუპროცენტოთ გაყიდვათა მოცულობის მაჩვენებელს. ეს მეთოდი უნდა იქნას გამოყენებული რესტრუქტურიზაციას დაქვემდებარებული ყველა საწარმოს

მიმართ. იმისათვის, რომ განესაზღვროთ ეს მაჩვენებელი ჯერ უნდა გამოვთვალოთ ოპერაციული ფულადი ნაკადი. ამისათვის გაყიდვათა მოცულობიდან შემოსავალს უნდა გამოვაკლოთ წარმოების ფაქტორების (საწარმოო რესურსების) ღირებულება და ხელფასი.

2. რესტრუქტურისაციის მაჩვენებლად უნდა გამოვიყენოთ სამუშაო ძალის პროდუქტიულობაც. ამ მაჩვენებლის განსაზღვრისათვის აიღებენ დამატებით ღირებულებას (ე.ი. გაყიდვათა ღირებულებას გამოკლებული წარმოების ფაქტორთა ღირებულება გარდა სამუშაო ძალის ღირებულებისა) უცვლელ ფასებში და გაყოფენ დაქირავებული სამუშაო ძალის კაცსაათების რაოდენობაზე. ჩვენში გავრცელებული ტერმინოლოგიით ეს იქნება წმინდა პროდუქციის მეთოდით გაანგარიშებული სამუშაო ძალის სიობრივი რიცხვის მიხედვით განსაზღვრული კაცსაათის შრომის მწარმოებლურობა.

3. ყველა ფაქტორის პროდუქტიულობა. ეს მაჩვენებელი პასუხობს კითხვაზე შეძლო თუ არა საწარმომ აქმაღლებია წარმოების ყველა ფაქტორის პროდუქტიულობა (ეს ფაქტორებია: სამუშაო ძალა, მატერიალური რესურსები აუცილებელი პროდუქციის წარმოებისათვის, და კაპიტალი) როგორც წესი, ყველა ფაქტორის პროდუქტიულობა მატულობს, თუ წარმოებული პროდუქციის მოცულობის ზრდა აღემატება საწარმოო რესურსების მოცულობის ზრდას, რომელიც საჭიროა საქონელთა წარმოებისათვის. (ამგვარი მიდგომა ითვალისწინებს წარმოებაში შესაყვან ფაქტორებთან მათგან მიღებული შედეგის შეფარდებას), რაც ვერ ხდის ხილულს თუ როგორ ყალიბდება ამ ფაქტორთა თანაფარდობა თვით წარმოების პროცესში. ამიტომ შეუძლებელი ხდება მათი მეშვეობით შიგასაწარმოო მართვის განხორციელება რათა მიღწეული იქნას ამ თანაფარდობის ოპტიმუმი.

იმის გამო, რომ წარმოების ფაქტორებად იგულისხმება სხვადასხვა პარამეტრებში და ურთიერთთან სხვადასხვა კომბინაციით შეუღლებული ელემენტები შიგასაწარმო არეში, მოცემული ამგვარად შეკრული სისტემისათვის უპრიანია გამოვიყენოთ მმართველობითი რაციონალიზმის ანალიზურ-შემფასებელ ტექნიკურ-ეკონომიკური მაჩვენებელთა სისტემა და ეკონომიკური ანალიზის პერიოდანტული მეთოდი (იხ. თავი VI).

4. საექსპორტო ოპერაციების ზრდა. ეს მაჩვენებელი სამრეწვე-

ლო საწარმოთა რესტრუქტურისა ციის არსებითი შემფასებელი ინ-გრედინტია. მან უნდა გვიჩვენოს საწარმოს უნარი შეცვალოს ორიენტაცია თავისი პროდუქციის გასაყიდად დასავლეთის ბაზრებზე. ეს იმიტომ, რომ მისი პროდუქცია დასავლეთის ბაზრებზე უნდა გახდეს კონკურენტუნარიანი, რომელიც რესტრუქტურისა ციას აძლევს ორიენტაციას რენტაბელობის მაღალი დონის მიღწევისაკენ.

საექსპორტო ოპერაციების ზრდა მიგვანიშნებს თუ როგორ ხორციელდება რესტრუქტურისა ციით საწარმოთა გადორიენტირება საექსპორტო სეგმენტებში. გადორიენტირებისათვის საჭირო ხდება, რომ საწარმოებმა სრულყოფილი სათანადო ჩვევები და მიიღონ მეტი ერუდირება მარკეტინგის სფეროში, აგრეთვე აამაღლონ თავიანთი პროდუქციის ხარისხი. ამით შეძლებენ კონკურენცია გაუწიონ დასავლეთის კომპანიებს, რომლებიც აწარმოებენ ანალოგიურ პროდუქციას.

საჭიროა არა მარტო დასავლეთის ტექნოლოგიის შეძენა, არამედ კიდევ უფრო პროგრესული ტექნოლოგიის აღმოჩენა მეცნიერულ ტექნიკური და ორგანიზაციული ინოვაციებით, რომელთაც აღმოაჩნდებათ უნარი კონკურენცია გაუწიონ დასავლეთის სამრეწველო ფირმებს. მხედველობის არიდან არ უნდა გაუშვათ ისიც, რომ საბჭოთა პირობებში, როდესაც არაბუნებრივი ფასწარმოქმნის სისტემა იყო დამკვიდრებული და ამ პირობებში ბევრ სიახლეებზე ითქვა უარი, საჭიროა მათი გადამოწმება და დარწმუნებული ვართ, რომ მათ შორის აღმოვაჩინოთ იმათ, რომელთაც ეფექტიანად შეეძლებათ ფუნქციონირება საბაზრო გარემოში.

სანამ ამ დონეს მიაღწევდეს საქართველო, საჭიროა არ დააკლონ ხელი მცდელობას, რომ შეაღწიონ აღმოსავლეთის ჩამორჩენილი ქვეყნების ბაზრებშიც, რაც გაუჩინებს რა დამატებით შემოსავლებს, შესაძლოა კიდევაც მიაღწიონ ოპერაციულ რესტრუქტურისა ციასზე გადასვლაც კი.

რესტრუქტურისა ციის სახელმწიფო პოლიტიკის ამსახველმა პროგრამამ მაქსიმალურად უნდა შეუწყოს ხელი რესტრუქტურისა ციის წარმატებით განხორციელებას ქვეყნის მასშტაბით.

4.4.4. გამოსყიდვითი არენდით, იჯარით ან ლიზინგით საწარმოთა რესტრუქტურისა მქანის

არენდის, იჯარის და ლიზინგის მექანიზმთა გამოყენებაზე უარის თქმით ძალზედ გაძნელება და ალბათ ვერც მივაგნებთ საქართველოში მსხვილი საწარმოების რესტრუქტურისა ციის ოპტიმალურ ვარიანტს.

საბაზრო ეკონომიკისაკენ მიმავალ გზაზე საწარმოთა რესტრუქტურისა ცია მოასწავებს სამრეწველო საწარმოს შემობრუნებას ცენტრალურ გეგმაზე ორიენტირებიდან საბაზრო სისტემაზე ორიენტირებისაკენ.

ეს შემობრუნება მოითხოვს სამეურნეო ანგარიშებრივ მართვიდან მარკეტინგულ მართვაზე გადასვლისათვის მართვის სტრუქტურის სათანადო შეცვლას და საწარმო სისტემის განახლებას უახლესი ტექნოლოგიების გამოყენების ბაზაზე. მხოლოდ ამ გზით ბაზრისაკენ შემოტრიალება გახდის შესაძლებელს აღჭურვოს საწარმო კონკურენტუნარიანობით, რის გარეშეც საწარმო აღმოჩნდება არა სიცოცხლისუნარიანი და ვერ შეძლებს საბაზრო ყაიდაზე განახორციელოს თავისი საქმიანობა.

ეს რომ არ მოხდეს, ამიტომ ახალი და უახლესი ტექნოლოგიის და ტექნიკური აღჭურვილობის შეძენისათვის და მონტაჟისათვის საჭიროა სათანადო კაპიტალდაბანდებათა გაღება. ეს კი მოითხოვს სათანადო დაფინანსების წყაროს მიგნებას. დღეს, როდესაც საქართველოს მრეწველობა და მასში შემავალი საწარმოების დიდი უმრავლესობა განიცდიან ფინანსურ შიმშილს, ვინაიდან კერძო მესაკუთრეები ამ მხრივ განიცდიან უაღრეს შეზღუდულობას, რომელიც წარმოქმნა წაქეუული საწარმო-ტექნიკური ბაზის გატყავებულმა მდგომარეობამ და ამიტომ მათი პრივატიზაციის ჩალის ფასად განხორციელებამ. ამ მდგომარეობის გაუთვალისწინებლობამ საგადასახადო სისტემის ჩამოყალიბებაში, რომელსაც წინ უსწრებდა პრივატიზებული ქონების გადაფასება-გაძვირება, გაზარდა პროცენტულად იგივე გადასახადის აბსოლუტური ფულადი სიდიდე და ამით საფინანსო მახრჩობელას როლი იკისრა. ამიტომ საწარმოთა რესტრუქტურისა ციის პრობლემას ვერ გადაჭრის ამ დღეში ჩა-

ვარდნილი კერძო მესაკუთრე, თუნდაც მას გააჩნდეს რესურსებითა და ინფორმაციით უწყვეტი უზრუნველყოფა, მითუმეტეს რომ ბევრ მათგანს ესეც არ გააჩნია.

რასაკვირველია, ფიზიკურად და მორალურად გაცვეთილ და ამგვარ დღეში ჩაყენებულ საწარმოებს დაკარგული აქვთ კერძო მსხვილი კაპიტალის მიმზიდველობა, წერილ კაპიტალს კი არ ძალუძს ამ პრობლემის გადაჭრა. აქ არავითარ შემთხვევაში არ მოიტანს დადებით შედეგს ამ საწარმოთა სიმბოლურ ფასებში აუქციონზე გაყიდვაც კი. სამამულო კაპიტალი აქ ვერაფერს უშველის მისი სიმცირისა და საბაზრო გარემოში ფუნქციონირების გამოუცდელი გამო. მითუმეტეს რომ მათაც ჩავაგდებთ ფინანსურ შიმშილში. უცხოური კაპიტალი კი ამ პირობებში ჩაყენებული საწარმოსაკენ, მისი შესყიდვისაკენ არც კი გამოიხედავს და თუ გამოიხედა იმგვარ მოთხოვნებს წამოაყენებს, რომ თვითონ შეუქმნის მას კომპარაღორულ გარემოს.

ისმის კითხვა, ამ პირობებში რა გზას დავადგეთ? ჯერ ერთი საჭიროა განხორციელდეს მათი შესყიდვითი ნაციონალიზაცია პრიორიტეტულ ობიექტთა მიმართ მაინც. ვინაიდან ევრაზიის დერეფნიდან სახელმწიფოს ხელში მოექცა ახალი ფინანსური წყარო, რაც მას აღრე არ გააჩნდა, საჭიროა ამ წყაროს გამოყენების ოპტიმალური დაკვლიანება. სახელდობრ, იმის განსაზღვრა, თუ როგორ პარალელურ თანამიმდევრული წყობით განხორციელდეს დაფინანსების განაწილება დერეფნიდან მიღებული შემოსავლების სატრანზიტო ოპერაციებისათვის სათანადო ინფრასტრუქტურის შექმნასა და მსხვილ საწარმოთა რესტრუქტურიზაციას შორის. რასაკვირველია დაწყებით ეტაპზე დიდ ნაწილს მიიზიდავს ინფრასტრუქტურა, შემდგომ კი რესტრუქტურიზაციის ობიექტები. ეს შეიძლება მოხდეს ისე, რომ ევრაზიის დერეფნიდან შემოსავლების ზრდის კვალობაზე მატულობდეს რესტრუქტურიზაციის წილი, მითუმეტეს, რომ უკვე შექმნილი იქნება მისთვის სათანადო ინფრასტრუქტურა. მაშინ როდესაც შემოსავლები ამ დერეფნიდან კი არ მოიკლებს, არამედ შესაძლოა კიდევ მოიმატოს. ამაში ვხედავთ ფინანსური შიმშილის დაძლევის ქმედით წყაროს.

იმისათვის, რომ რესტრუქტურიზაციამ არ დააგვიანოს, საჭირო ხდება დაწყებით ეტაპზე გამოვიყენოთ გამოსყიდვითი არენდის, იჯარის, არენდული იჯარის და ლიზინგის შესაძლებლობებიც.

კარგად უნდა გვესმოდეს რომ „ევრაზიის ღერეფნის“ განვი-
თარების კვალობაზე აუცილებელი მოიმატებს სატრანზიტო ოპერ-
აციების მასშტაბურობის ეფექტი და ამდენად სახელმწიფოს გაუნრდება
საკმაო თანხის კაპიტალი, რომ კიდევ უფრო ფართო მასშტაბი
მისცეს საწარმოთა რესტრუქტურის პაროცესს. ამ კაპიტალ-
ისა და სახელმწიფოს მორგანიზებელ ძალას თავისუფლად შეუ-
ძლია ერთმანეთთან შეუღლებით წარმატებით გადაჭრას ნაციონა-
ლიზებულ საწარმოთა ეფექტიანი ფუნქციონირების პრობლემა. ამის
შემდეგ კი მას ასევე თავისუფლად შეუძლია განახორციელოს
ეფექტიანი პრივატიზაცია. ნაციონალიზებული საწარმოს მესაკუთრედ
მოგვევლინება სახელმწიფო. მან რომ შეამსუბუქოს, პრივატიზაცი-
ის პროცესი თანდათანობით უნდა გახადოს იგი. მაშინ შესაძლე-
ბელი გახდება ფინანსური მანევრის გაძლიერებით მიაღწიოს მსხ-
ვილ საწარმოთა რესტრუქტურის პაროცესს და კერძო მეწარმეობი-
სათვის ხელსაყრელი მექანიზმის ამოქმედებასაც.

სახელლობრ, სახელმწიფოს მიერ ნაციონალიზებული საწარმოს
ყოფილი მესაკუთრე უნდა გადაიქცეს არენდატორად. ხოლო მყიდ-
ველისაგან მიღებული თანხები, მან როგორც ფუნქციონერმა, უნდა
მოახმაროს საწარმოს შეუფერხებელ ფუნქციონირებას. ამ საწარმოს
რესტრუქტურის პაროცესი კი უნდა განახორციელოს მესაკუთრემ, ამ შემთხ-
ვევაში სახელმწიფო მესაკუთრეს ფუნქციონერმა უნდა გადაუხადოს
საარენდო ქირაცა და ამ საკუთრების თანდათან გამოსყიდვის საფა-
სურიც.

შესაძლოა აღმოჩნდეს ისეთი ვითარებაც, როდესაც გამოსყიდვი-
თი არენდის ნაცვლად გამოყენებული იქნას გამოსყიდვითი იჯარა. აქ
ფუნქციონერი თავისუფალი აღმოჩნდება საარენდო ქირისაგან. იგი
მიიღებს მესაკუთრისაგან ფუნქციონირების მართვის საზღაურს, მასა
და მესაკუთრეს შორის საერთო შემოსავლის განაწილების საკონ-
ტრაქტო პირობების მიხედვით. ეს პირობები უნდა ქმნიდეს ხელ-
საყრელ საფინანსო მდგომარეობას, რომ ფუნქციონირების წარმატე-
ბის კვალობაზე ძლიერდებოდეს მოიჯარეს უნარი თანდათან გამოისყ-
იდოს ეს ნაციონალიზებული საწარმო.

ყოველივე ეს არ გამორიცხავს იმასაც, რომ კერძო მესაკუთრემ-
აც განახორციელოს გამოსყიდვითი არენდის და გამოსყიდვითი იჯარის
გზით თავისი ქონების გაყიდვა.

განსაკუთრებული მნიშვნელობა უნდა მივანიჭოთ საქართველოში ლიზინგური საქმიანობისათვის ფართო გასაქანის მიცემას. ლიზინგორი ორგანიზაციების ჩამოსაყალიბებლად საჭიროა საკანონმდებლო ხელშეწყობა, რათა ისინი შეიქმნან კომერციულ ბანკებთან, სახელმწიფო ბანკთან და ამისათვის გაცემული იქნას სახელმწიფო შეღავათიანი კრედიტიც კი.

ლიზინგურ ორგანიზაციებს შეუძლიათ შეისწავლონ არენდის ბაზარი ე. ი. ვინ რას საჭიროებს, რომ მისთვის იყიდოს, ან აწარმოებინოს სათანადო ტექნიკა ან შესაძლოა იყიდოს ან ააშენებინოს კიდევ საწარმო და არენდით გასცეს მათზე. ამავე ორგანიზაციებს ისიც შეუძლიათ, რომ იყიდონ სახელმწიფოსაგან რესტრუქტურიზებული საწარმო და არენდით გასცენ იგი. არც აქაა გამორიცხული გამოსყიდვითი არენდის ან გამოსყიდვითი იჯარის გამოყენება. ამით საწარმოს (ფუნქციონერს) გაუზრდება სახსრები, რომელიც უზრუნველყოფს წარმოების რესურსებითა და ინფორმაციით უწყვეტი უზრუნველყოფის დაფინანსებას.

საწარმოს საბაზრო ურთიერთობებზე გადაყვანა არ შეიძლება იყოს ერთჯერადი აქტი. იგი აუცილებლად მოითხოვს ღონისძიებათა მთლიანობითი სისტემის გატარებას. ეს იმიტომ, რომ საჭიროა მათი წარმოებისა და გასაღების ურთიერთშერწყმა და როგორც განუყოფელი პროცესის მართვა. ამ შერწყმის საფუძველი უნდა გახდეს მომხმარებელთა მოთხოვნილებების შესწავლა ახალი ბაზრების წარმოქმნისათვისაც და არსებულ ბაზრებზე შეღწევისათვისაც ე. ი. სამრეწველო საწარმო ახალი ტექნოლოგიის ბაზაზე უნდა გარდაიქმნას სამრეწველო ფირმად.

ბაზრის და მომხმარებელთა პრეტენზიების შესწავლის გზით უნდა იქნას დადგენილი და დაყვანილი პროდუქციის მაკონსტრუირებელ ინჟინერ-ტექნოლოგამდე და საწარმოს ყოველ მუშაკამდე თუ კლიენტს როგორი სურს იხილოს მოცემული პროდუქცია, რა ფასის გადახდისთვისაა იგი მზად, სად და როდის გახდება საჭირო ეს პროდუქცია. ამ გზით მარკეტინგმა უნდა მოახდინოს ზეგავლენა ასორტიმენტის დაპროექტების სტრატეგიაზე.

თუ სამეურნეო-კომერციული ქვეყნის ამგვარ ლოგიკას არ არის დაუფლებული და არ ძალუძს ამგვარად მოაწყოს წარმოება-გასაღებ-

ის ერთიანი სისტემის ფუნქციონირება, მაშინ მოცემული საწარმო არ იქნება ადაპტირებული მარკეტინგული მართვის არც პირველ, არც მეორე და არც მესამე სახეობასთან.

მარკეტინგული მართვის პირველი სახეობის დროს მარკეტინგი (ე. ი. ბაზართკეთება) ორიენტირებულია წარმოებაზე, მეორე სახეობის დროს ორიენტირებულია გასაღებაზე, მესამე სახეობის დროს კი ორიენტირებულია თვით მარკეტინგზე, როგორც ინფორმაციის მთლიანობით სისტემაზე.

ამგვარად მოუმზადებელი საწარმო საბაზრო ურთიერთობებზე ერთბაშად გადასვლისთანავე დაიწყებს ბუქსაობას სასაქონლო ბირჟების არსებობის პირობებშიც კი.

ეს იმას ნიშნავს, რომ საქართველოს ეკონომიკა კიდევ უფრო დაქვეითდება, სანამ საწარმოები ვერ მოარგებენ თავის ფუნქციონირებას ბაზართკეთების (მარკეტინგის) ლოგიკას და ამ ნიადაგზე საშემსრულებლო დისციპლინის განმტკიცებით მართველობით რაციონალიზმისა და სიტუაციური მართვის შარაგზაზე გასვლას.

ამიტომ, საჭიროა პრიორიტეტი მიენიჭოს გამოსყიდვითი არენდით, იჯარით ან ლიზინგით საწარმოს თანდათანობით პრივატიზაციას ე. ი. ბაზართკეთებაზე თანდათან გადასვლას. შესაძლოა გამოყენებული იქნას არენდული იჯარაც.

სახელდობრ, სახელმწიფო საწარმოს კოლექტივი იღებს რა შრომის შედეგის მიხედვით (და არა უშედეგო შრომის მიხედვით) შემოსავალს, მის ნაწილს გამოჰყოფს არენდული იჯარით აღებული ქონების გამოსყიდვაში მონაწილეობისათვის და ამ გზით საკუთარი კაპიტალდაბანდების განხორციელებისათვის.

ამგვარ მოქმედებას ხელს შეუწყობს ის, რომ მან უნდა მიიღოს არა მარტო შრომის შედეგის ანაზღაურება ხელფასის ფონდიდან, არამედ გასამრჯელო საწარმოს განკარგულებაში დარჩენილი მოგებიდანაც. ეს გაუადვილებს მას ქონების გამოსყიდვაში მონაწილეობას.

არენდით ან იჯარით გაცემული ქონების გამოსყიდვამ, უნდა დაფაროს ამორტიზაციის ანარიცხები მთლიანად და ამ ქონების ნარჩი ღირებულება. არენდულმა ქირამ კი უნდა დაფაროს საბანკო პროცენტის ის თანხა, რომელიც შეეძლო მესაკუთრეს (არენდის გამცემს) ამ ქონების განვადების გარეშე გაყიდვით მიღებული თანხის ბანკში შეტანით. არენდული იჯარის დროს პროცენტის ეს თანხა

არენდატორმა უნდა გადაიხადოს მოგებიდან მანამდე, სანამ მოგების საიჯარო განაწილებას შეუდგება საერთოდ.

რეფორმის მეორე ეტაპზე საქართველოში შესაძლოა და უპრიანი იც თანდათანობით პრივატიზაციამ მოიცვას ზოგიერთი ობიექტი, ზოგი კი ერთაქტიან პრივატიზაციამ. ეს დამოკიდებული იქნება კერძო სამამულო კაპიტალის ფინანსურ და ორგანიზაციულ შესაძლებლობებზე. თუნდაც იმისათვის, რომ პრივატიზაცია განხორციელდეს გამოსყიდვითი არენდის ან გამოსყიდვითი იჯარის მიხედვით.

გამოსყიდვის პროცესი უნდა ხორციელდებოდეს გამოსასყიდი ობიექტის საამორტიზაციო თანხის ოდენობით და განაწილებით დროში. ამის კვალობაზე ქონება თანდათან იცვლის მესაკუთრეს, სახელმწიფო საკუთრება კლებულობს და შესაბამისად მატულობს კერძო საკუთრება. საიჯარო (დავალბითი) სახელმწიფო შეკვეთა ამ პროცესის კვალობაზე და მის შესაბამისად უნდა მცირდებოდეს იმ ოდენობით, რა ოდენობითაც მცირდება სახელმწიფო საკუთრების წილი. დავალბითი სახელმწიფო შეკვეთის შემცირებული ნაწილი სახელმწიფომ უნდა გაიტანოს სასაქონლო ბირჟაზე და საკონკურსო წესით მიიღოს შეკვეთების მიმცემთა შორის კონკურენციაში მონაწილეობა. ამ პირობებში სახელმწიფო მონიღომებს მეწარმეთა მოზიდვისათვის უკეთესი პირობებით კონკურენცია გაუწიოს კერძო შემკვეთებს. მეორეს მხრივ, შეკვეთის მაძებარ მეწარმეთა შორისაც შესაძლოა გაჩაღდეს კონკურენცია იმის მიხედვით, თუ ვინ ჩაიგდება ხელთ უკეთეს პირობებიან შეკვეთას, სულერთია შემკვეთი იქნება სახელმწიფო თუ კერძო მესაკუთრე (კერძო ფუნქციონერი).

ეს არ გამორიცხავს იმას, რომ თუ აღმოჩნდა სათანადო კაპიტალიცა და პრაქტიკულად აღზრდილი მენეჯერი-ბიზნესმენი, შეიქმნას მცირე საწარმოები, მცირე ბიზნესი და შესაძლოა კერძო ფირმები და კონცერნებიც კი, უცხოეთის კაპიტალის მიზანდასახული მოზიდვით, რომელიც გამართლებული იქნება საქართველოს ეკონომიკის, როგორც დამოუკიდებელი მთლიანობითი სისტემის კომერციული ინტერესებითაც.

შესაძლოა საწარმოს კოლექტივმა შეისყიდოს საწარმო და ჩამოაყალიბოს ჯგუფური საკუთრება.

ჯგუფური კერძო საკუთრებისათვის დამახასიათებელია ის, რომ ჩეხვა-წიწვის გარეშე ხორციელდება სახელმწიფო საკუთრების კერძო

საკუთრებად გარდაქმნა და თანდათანობით მარკეტინგული (ბაზ-ართკეთების) მართვის პოზიციებზე გასვლა.

მეორეც ის, რომ არენდით გამოსყიდვის პროცესში მონაწილეობის კვალობაზე და საწარმოო-ტექნიკური ბაზის შემდგომი სრულყოფისათვის კაპიტალდაბანდებაში მონაწილეობის მიხედვით მოცემული საწარმოს ყოველი მუშაკი გახდება მშრომელი-მესაკუთრე ე. ი. მშრომელიცა და შიგასაწარმოო აქციის მფლობელიც, რომელიც მეპაიედ გვევლინება და საკუთრებიდან ლებულობს დივიდენდს (შემოსავალს).

იმ შემთხვევაში, თუ ამ საწარმოდან რომელიმე მუშაკ-მესაკუთრეს მოუნდება წასვლა ან სხვაგან გადასვლა, მაშინ მას დაუფარავენ მისი წილხვედრი კაპიტალის ღირებულებას ან ერთდროულად ანდა თანდათანობით. ეს მოხდება იმიტომ, რომ აქაურ აქციებს ძალა აქვთ თუ აქვე მუშაობ, ამის გარეშე ვერ იქნები ვერც მეპაიე და ვერც მიიღებ დივიდენდს. ე. ი. გვექნება დახურული სააქციო საზოგადოება.

ამორტიზაციის ანარიცხებმა, რომ არ შეწყვიტონ საწარმოო-ტექნიკურ ბაზის აღწარმოებაში და ინოვაციების დაფინანსებაში მონაწილეობა, უპრიანი იქნება ამორტიზაციის ეს მთელი თანხა (გამოსყიდვის ღირებულება) დაფაროს ჯგუფურ კერძო მესაკუთრებაში მონაწილეებმა შიგასაწარმოო აქციების შეძენით.

ზემოაღნიშნულ გარემოებათა გამო, საჭიროა საბაზრო ეკონომიკაზე გარდამავალ პერიოდში ვერკვეოდეთ კარგად. სწორი ალღოსა და ჭკერეტის საფუძველზე უნდა შევძლოთ ამ პერიოდისათვის დამახასიათებელ ნიშანთვისებათა მიხედვით ვმართოთ წარმოება და გასაღება, გასაღება და წარმოება. ეს კი მოითხოვს იმას, რომ სრულყოფილად ვფლობდეთ მმართველობის მარკეტინგულ მექანიზმებს.

უკანასკნელის მართებული აღქმისათვის უწინარეს ყოვლისა განვიხილოთ მისი გამომრიცხავი სამეურნეო-ანგარიშის თვითგამოსყიდვითი და თვითდაფინანსებითი მექანიზმები.

4.4.5. სამეურნეო ანგარიშის თვითგამოსყიდვითი და თვითღაფინანსებითი მქაანიზმების ხელშეწყობა

საერთოდ სამეურნეო ანგარიში წარმოადგენს არასაბაზრო სასაქონლო მეურნეობაში საწარმოო სისტემის თვითრეგულირებადი გეგმიანი გაძღლის მეთოდს. საწარმოო სისტემის ფარგლებში მომწყვედუ-ლი მართველობის ე.წ. თავისუფლება გამორიცხავდა გარემოსთან ურთიერთობათა დამოუკიდებელ რეგულირებას. კანონად ქცეული გეგმიანი რეგულირება ეყრდნობოდა მართვის ცენტრალიზაციას. ამიტომ, სამეურნეო ანგარიშით ფუნქციონირება გამორიცხავს გარემოსთან ურთიერთობაში სამმართველო გადაწყვეტილებათა მიღება-განხორციელებაში დამოუკიდებლობას და ამდენად საწარმოს არ გააჩნდა საკუთარი სტრატეგია.

სამეურნეო-ანგარიში ფუნქციონირებს, როგორც საბაზრო-სასაქონლო მექანიზმის გამომრიცხავი საწარმოო სისტემის საქმიანობის მათგანიზებული ხელოვნურად კონსტრუირებული მექანიზმი (მეთოდების სისტემა). ამიტომ იგი გამორიცხავს საწარმოს მართვას საკუთარი თვითმყოფადი სტრატეგიით. ამ მექანიზმის გამომყენებელს ეძღევა სათანადო უფლებები და ეკისრება შესატყვისი პასუხისმგებლობა მართვის ცენტრალური ორგანოების მიერ საწარმოო სისტემის ტექნიკურ-ეკონომიკური ეფექტიანობით ფუნქციონირებისათვის, რასაც უწოდებდნენ ეკონომიკურ ეფექტიანობას. რადგან შედეგების და ხარჯების, გარემოს მიერ ჩამოყალიბებულ შეფასებებს გამორიცხავდა ცენტრალიზებული მართვის სისტემა. ამის გარეშე კი ვერ განხორციელდებოდა ეკონომიკური ეფექტიანობით ფუნქციონირება, ამანაც გამოიწვია ეკონომიკის არაეკონომიური ფუნქციონირება. ეს კი განპირობა სამეურნეო ანგარიშის ხელოვნურობამ. სამეურნეო-ანგარიშის, როგორც მეთოდების ერთობლიობის (მექანიზმის) გამომყენებელს ეძღეოდა სათანადო უფლებები და ეკისრებოდა შესაბამისი პასუხისმგებლობა საწარმოო სისტემის ეფექტიანი ფუნქციონირებისათვის და ისიც გარემოსგან მოწყვეტით, როგორც ჩაკეტილ სისტემას. ყოველივე ეს ხელს უწყობდა იმას, რომ ამ მეთოდს შეეპირისპირებინა ერთმანეთისადმი ნორმატიული ფასებით საკუთარი ხარჯები და შემოსავლები მათი შეფასებების გარეშე. შეფასებათა გამორიცხვას ახორციელებდა ნორმატიული

ფასები. ამ ნიადაგზე ყალიბდებოდა მეურნეობის შიგასაწარმო ანგარიშიანი გაძღოლის პოზიციები. ეს პოზიციები ცენტრის მიერ მომარაგება - გასაღების შეუფერხებელი უზრუნველყოფის პირობებში იწვევდა წარმოების და ამდენად, საწარმოს შეუფერხებელ ფუნქციონირებას და წარმოებაზე ხვედრი დანახარჯების მინიმუმით მეტი მატერიალური ნივთების და უკეთესი ტექნოლოგიური საბოლოო შედეგების მიღებას. ამ გზით სამეურნეო ანგარიში განსაზღვრავდა საწარმოს შემოსავლებს და აყალიბებდა საწარმოს საფინანსო მდგომარეობას.

სამეურნეო ანგარიშის მეთოდი (მექანიზმი) იმასაც მოითხოვდა, რომ ცენტრს უზრუნველყო საწარმოს განკარგულებაში, აუცილებლად რომ ყოფილიყო ძირითადი საწარმოო ფონდებისა და საბრუნავი სახსრების მიზანშეწონილი მინიმუმი. ამისათვის სათანადო ღირებულებით ნორმატივებით იგი ზეგავლენას ახდენდა საწარმოზე. ეს მინიმუმი უნდა უზრუნველყოფდეს წარმოების ნორმალურ შეუფერხებელ ფუნქციონირებას და არ დაუშვას მისი ნაკლებობით წარმოების შეფერხება ან მისი ზედმეტობით წარმოების ეფექტიანობის დაქვეითება.

ამგვარად ორგანიზებული წარმოების პროცესის უწყვეტი ფუნქციონირება ჰკრავდა ამ პროცესის განახლების განსაზღვრულ ციკლს. ეს ციკლი მეორდებოდა ან იმავე მასშტაბით ან მატებადი მასშტაბით. პირველ შემთხვევაში საქმე გვექონდა მარტივი აღწარმოების პროცესთან, მეორე შემთხვევაში კი გაფართოებულ აღწარმოებასთან.

იმის მიხედვით, თუ რომლის: მარტივის თუ გაფართოებულ აღწარმოების დამოუკიდებლად მართვის უფლებას იძლეოდა ცენტრი, განარჩევდნენ სრული და არასრული სამეურნეო ანგარიშით მართვის მექანიზმს.

ამიტომ ფუნქციების განაწილება მართვის სახელმწიფო ცენტრალურ ორგანოებსა და საწარმოს შორის შესაძლებელი ხდებოდა ორნაირად:

1. როცა გაფართოებულ აღწარმოებას მართავდა ცენტრი (ქვეყნის მართვის ცენტრალური ორგანოები), მარტივ აღწარმოებას კი თვით საწარმო, მაშინ ფუნქციონირებდა სამეურნეო ანგარიშის თვითგამოსყიდვითი მექანიზმი.

საჭიროა განვასხვავოთ თვითგამოსყიდვა, როგორც საწარმოს

საფინანსო მდგომარეობის შეფასების კრიტერიუმში, სამეურნეო ანგარიშის, როგორც სახელმწიფო საწარმოს მმართველობის მეთოდის თვითგამოსყიდვის მექანიზმისაგან.

პირველ შემთხვევაში თვითგამოსყიდვა ნიშნავს იმას, თუ რამდენად ფარავს საწარმო გაწეულ ხარჯებს შემოსავლებით. თუ ფარავს, მაშინ საწარმო უზრუნველყოფს საკუთარი ხარჯების თვითგამოსყიდვას შემოსავლებით. თუ ვერ ფარავს, მაშინ ვერ უზრუნველყოფს ხარჯების დაფარვასაც კი და ამიტომ წამგებიანია.

თუ შემოსავლები აღემატება ხარჯებს, მაშინ საწარმო მომგებიანია და რენტაბელური.

თვითგამოსყიდვითაა ის საწარმო, რომელიც წარმოებაზე ნორმატიული ხვედრი დანახარჯებით თვითგამოსყიდის თავის ხარჯებს (გარემოსთან ურთიერთობათა რეგულირების გარეშე), შემცირებით კი გაადიდებს მოგებას. მაგალითად, თუ დაუშვებთ, რომ კაპიტალ-დაბანდებათა ეფექტიანობის ნორმატივი შეადგენს 15%-იან მოგებას წლიურად, მაშინ ეს დანახარჯები უნდა იქნეს გამოსყიდული არა უკვიანეს 6,6 წლისა. მართლაც $100\%:15\%=6,6$ (6). იმ შემთხვევაში თუ რენტაბელობა შეადგენს 12%-ს, მაშინ ეს დანახარჯები უნდა გამოისყიდოს საწარმომ 8,3 წელში. თვითგამოსყიდვა ხორციელდება წარმოებიდან მიღებული მოგების ხარჯზე (ხარჯების შეფასების გაუთვალისწინებლად). იგი ითვალისწინებს ამორტიზაციის ნორმალზეულ ოდენობას, დანახარჯებს ნედლეულზე, მასალებზე, ხელფასზე. თუ ეს სიდიდეები გადიდება, მაშინ მათი მარეგულირებელი (შედეგობრივი) სიდიდე-წარმოებიდან მიღებული მოგება მცირდება და თვითგამოსყიდვის ვადა ნორმატიულს გადასცილება. პირუკუ შემთხვევაში, როდესაც თვითღირებულება აღმოჩნდება საზოგადოებრივად აუცილებელზე ნაკლები თვითგამოსყიდვა ჩქარდება, მის ფარგლებს ზევით კი აღმოჩნდება ზემოგება (წმინდა მოგება)*.

თვითგამოსყიდვის მექანიზმის დროს უკუგების ვადის ნორმატივის დაცვა (დაჩქარება) არ ნიშნავს იმას, რომ ამ საფუძველზე მიღებული მოგება შრომითი კოლექტივის განმგებლობაში დარჩეს.

თვითგამოსყიდვა არ გამორიცხავს „თვითგამოსყიდველი“ მოგების გადარიცხვასაც ბიუჯეტში ისევე, როგორც ბიუჯეტიდან ახალი

* აქ გამორიცხულია საბაზრო ურთიერთობიდან მოგების მიღება.

სახსრების შემოსვლას. აუცილებლობის შემთხვევაში სახელმწიფო უდიდებდა საწარმოს რესურსებს, რომლებიც გამოიყენებოდნენ თვითგამოსყიდვის რეჟიმით, ამ რესურსებს იგი უდიდებდა დამატებითი სახსრების გამოყოფით ცენტრალიზებული წყაროებიდან. თვითგამოსყიდვისას დასაშვებია საამორტიზაციო ანარიცხების ამოღება ცენტრალიზებულ ფონდებში, შესაძლებელია საწარმომ საბიუჯეტო შევსება მიიღოს საბრუნავ სახსრებში.

2. როცა თვით საწარმო მართავს როგორც მარტივ ასევე გაფართოებულ აღწარმოებას, მართვის ზემდგომი ცენტრალური ორგანოები კი განაგებენ საწარმოთა და ორგანიზაციათა ეკონომიკური ინტერესების ურთიერთისადმი და საერთო სახელმწიფო ამოცანებისადმი თავსებადობას ღირეტიული-ძალისმიერი მეთოდებით, საწარმო თავისი შემოსავლებით თვით აფინანსებს გაფართოებულ აღწარმოებასაც. ამ შემთხვევაში ფუნქციონირებს სამეურნეო ანგარიშის თვითდაფინანსებითი მექანიზმი. აქ თვითდაფინანსების წყაროა, არა ბაზრიდან შემოსავალი, არამედ ცენტრის მიერ საწარმოდან წასაღები თანხების გამოთავისუფლება საწარმოს ეკონომიკური სტიმულირების გასაძლიერებლად. თვითდაფინანსებითი მექანიზმის არსი არა მარტო დანახარჯების თვითგამოსყიდვაშია, არამედ წარმოებიდან მიღებული მოგების ნაწილის მოცემული საწარმოს განკარგულებაში დატოვებაშია.

თვითდაფინანსება ნიშნავდა იმას, რომ საწარმოს დანახარჯები იფარებოდა იმ ეკონომიითაც, რომელიც მიიღებოდა საწარმოს გამგებლობაში მყოფი რესურსებიდან, ამორტიზაციის ფონდებიდან, საბრუნავი სახსრებიდან, ზედმეტი ძირითადი ფონდების რეალიზაციიდან. ამიტომ თვითგამოსყიდვა ნიშნავდა თვითდაფინანსების მომენტს, რომელიც აუცილებელი პირობა იყო, თუმცა არასაკმარისი „სრული სამეურნეო ანგარიშისათვის“. თვითდაფინანსებითი მექანიზმი შეგვიძლია ჩავთვალოთ სამეურნეო ანგარიშის უფრო მაღალ საფეხურად, ვიდრე თვითგამოსყიდვა. თუმცა ის, რომ ორივე წარმოადგენდნენ ხელოვნურად კონსტრუირებულ მექანიზმებს გარემოსაგან მოწყვეტით, ამიტომ ისინი გამორიცხავდნენ როგორც სიტუაციურ მართვას, ასევე მმართველობით რაციონალიზმს.

ისმის კითხვა ასე, თუ რა ურთიერთობაა თვითდაფინანსებასა და სამეურნეო ანგარიშს შორის. სამეურნეო ანგარიშის ცნება

უფრო ფართოა. მასში გარდა თვითდაფინანსებისა შედის შრომითი კოლექტივის შედარებითი „დამოუკიდებლობა“ (შიგასაწარმო თავისთავადობა), მათი ჩართვა მეურნეობის მართვაში იმ ზომამდეც კი, რომ გადავიდნენ თვითმმართველობაზე სამეურნეო საქმიანობის ყველა ასპექტით. ამასთან ერთად თვითდაფინანსება „ვერ იტანს“ კოლექტივის შეზღუდულ უფლებებს. რომელიც ბოჭავს შიგასაწარმო ინიციატივას, ამცირებს პასუხისმგებლობას. მთლიანად გამორიცხულია საბაზრო ინიციატივა. იგი ეყრდნობა ფართო მასშტაბით გადასვლას მართვის ღირეკტიულ-ეკონომიკურ მეთოდებზე, რომლის ფარგლებშიც განსაკუთრებულ განვითარებას ჰპოვებს ღირეკტიული ნორმატიული მეთოდები.

როდესაც სახელმწიფო თვლის საჭიროდ, რომ განავითაროს წარმოება, რომელიც მოცემულ შემთხვევაში, ხელს არ აძლევს შრომით კოლექტივს, მაშინ მას შეუძლია გამოიყენოს სახელმწიფო შეკვეთების ფორმა, რომელსაც თან სდევს ბრძანებების ძალა და მას ავსებს სახელმწიფო შეკვეთების ხელსაყრელობა.

ამგვარი შეკვეთების შესრულების პასუხისმგებლობა იმავე მნიშვნელობისა ხდება, რაც გაგვაჩნია თვითგამოსყიდვისას, გეგმების შესრულების მიმართ საწარმოს არა აქვს უფლება უარი თქვას, განაცხადოს ამ შეკვეთების მიღებაზე და გვერდი აუაროს ცენტრის მითითებებს, მაგრამ იმისათვის რომ მთლიანად იქნას შენარჩუნებული შრომითი კოლექტივის პასუხისმგებლობა საკუთარი საქმიანობისადმი ცენტრი ბრძანებებთან ერთად საწარმოებს, რომლებმაც მიიღეს საკმაოდ ხელსაყრელი შეკვეთები საიჯარო დავალებანი* აძლევს სხვა და სხვა შეღავათებს — საამორტიზაციო, საკრედიტო, მომარაგებითი, ფასების, გადასახდელების, საბაჟო გადასახადების, ვალუტის მიღების, ხელფასის ფონდისა და პრემიებით სტიმულირების გაძლიერებით, საჭიროების შემთხვევაში კი დოტაციების გაცემით.

საწარმოთა საქმიანობის ცენტრალიზებული რეგულირება, რომელიც ეხება თვითდაფინანსებას, არსებითად გაადვილებულია იმით, რომ სახელმწიფო კონტროლს ექვემდებარება კოლექტივის მიერ დასახული არა ყველა საინვესტიციო ღონისძიება, არამედ მათი შედარებით

* და არა საარენდო

შეზღუდული ნაწილი, რომელიც ცენტრალიზებული დაფინანსებით ხორციელდება.

თვითდაფინანსება მხოლოდ მაშინაა ბოლომდე განხორციელებული, როდესაც იგი არ ტოვებს ხვრელებს გამომუშავებული შემოსავლების ჩამორთმევისათვის. ამგვარი ჩამორთმევის შესაძლებლობა იწვევს თვითდაფინანსების დეგრადირებას. ამიტომ მან მიიღო თვითდაფინანსების მცდელობის სახე, ვინაიდან იგი გამორიცხავდა საბაზრო გარემოში თვითმყოფადი სტრატეგიული მართვით შემოსავლების წარმოქმნას.

დეგრადირებული თვითგამოსყიდვითი სამეურნეო ანგარიშის თვითდაფინანსებად სამეურნეო ანგარიშის მექანიზმად გარდაქმნა იმას ნიშნავდა, რომ გაფართოებული აღწარმოების მართვის ფუნქცია (რომელსაც თავს ვერ ართმევენ ერთი ცენტრიდან დეგრადირებული მექანიზმის, გადაგვარებული ეკონომიკური სუბიექტის და სახალხო მეურნეობრივი სისტემის უადრესად გართულების გამო) და მისი დაფინანსება „საკუთარი“ შემოსავლებით მმართველობის ცენტრალური ორგანოებიდან გადაეცა თვითონ საწარმოს. ამ გადაცემას საწარმოსათვის უნდა მიენიჭებია ოპერატიულ ეკონომიკური დამოუკიდებლობა და განხორციელება გაფართოებული აღწარმოებისათვის განკუთვნილი საფინანსო სახსრების დამოუკიდებელი გამოყენება, რათა შეძლებოდა ამ სახსრებით გაფართოებული აღწარმოების მართვა იმგვარ კაპიტალურ დაბანდებათა განხორციელებით, რომელსაც უნდა უზრუნველყო საწარმო-ტექნიკური ბაზრის გადაიარაღება ახალ ტექნოლოგიურ ბაზარზე. ფორმალურობის გამო მან ვერ უზრუნველყო რეეოლუციური გადატრიალება საწარმოო პოტენციალის მკვეთრი გაუმჯობესებისათვის.

საწარმოს მიერ გაფართოებული აღწარმოების ამგვარ დაფინანსებას „საკუთარი“ შემოსავლებით და ამ ნიადაგზე მის მართვას უწოდებს სამეურნეო ანგარიშის თვითდაფინანსებითი მექანიზმი. ეს მექანიზმი მოითხოვდა თვითდაგეგმვას, თვითმმართველობას და საბოლოო შედეგებით ეკონომიკური ბედის მიხედვით თვითპასუხისმგებლობას შრომითი კოლექტივის მიმართ. ე. ი. მკაცრი ადმინისტრაციული პასუხისმგებლობის ადგილს თითქოს იჭერდა ეკონომიკური თვითპასუხისმგებლობა. მაგრამ იმის გამო, რომ საბჭოური საწარ-

მო მოწყვეტილი იყო საბაზრო გარემოს მექანიზმს, ამიტომ ყველაფერი აქ აღნიშნული არსებითად ფორმალური აღმოჩნდა.

ეგრეთწოდებული თვითდაფინანსების მექანიზმის დროს მოგების გაუნაწილებელი ნაშთი რჩებოდა საწარმოს. ამ გაუნაწილებელ ნაშთს კი ღირეტიული ნორმატივებით განსაზღვრავდა ისევ ცენტრი. ამ გაუნაწილებელ ნაშთს თუ მიუმატებდნენ ხელფასის ნორმატიულად განსაზღვრულ ფონდს და ამორტიზაციის ანარიცხებს, მიიღებდნენ საწარმოს სამეურნეოანგარიშებრივ შემოსავალს. ეს უკანასკნელი ღირეტიული ნორმატივების მიხედვით ნაწილდებოდა შემდეგნაირად: გამოიყოფოდა წარმოების, მეცნიერებისა და ტექნიკის განვითარების ფონდი, სოციალური განვითარებისა და საბინაო მშენებლობის ფონდი, მატერიალური წახალისების ფონდი და მოგების გაუნაწილებელი ნაშთი. შრომის ანაზღაურების ფონდი მოიცავდა ორ ნაწილს: ხელფასის ფონდს და მატერიალური წახალისების ფონდს.

თვითდაფინანსებითი სამეურნეოანგარიშის მექანიზმს, რომ განეხორციელება ეფექტიანი ფუნქციონირება და სრულ სამეურნეო ანგარიშს თავიდან მოეშორებინა ფორმალიზმი და ხელოვნურობა საჭირო იყო საწარმოს უშუალოდ განეხორციელება არა მარტო საწარმოო-სამეურნეო პროცესების მართვა, არამედ გარე სამყაროსთან კომერციული ურთიერთობები. ე. ი. უნდა გადასულიყო კომერციულ ანგარიშზე და მისი მეშვეობით მარკეტინგულ მართვაზე. ეს იმას ნიშნავს, რომ შეჭრილიყო საბაზრო გარემოში.

ამიტომ საბაზრო ეკონომიკა გამორიცხავს სამეურნეო ანგარიშს, როგორც მეურნეობის გაძლოლის მეთოდს, მის ადგილს იკავებს მარკეტინგული მართვის მეთოდი, რომელიც ეყრდნობა სიტუაციური მართვისა და მმართველობითი რაციონალიზმის ოპტიმალურ შეუღლებას.

4.4.6. სრული სამეურნეო ანგარიში და მარკეტინგული მართვა

ცნობილია, რომ საბჭოთა სინამდვილეში სრული სამეურნეო ანგარიში ანიჭებს საწარმოს ფორმალურ ეკონომიკურ დამოუკიდე-

ბლობას და არა კომერციულ დამოუკიდებლობას მისი საყოველთაო ფუნქციონირებით, რომელიც უნდა მოიცავდეს, როგორც მატერიალურ-ტექნიკური უზრუნველყოფის ბაზარს და სამეურნეო საწარმოო საქმიანობას, ასევე პროდუქციის ბაზარს და ამ უკანასკნელის განმსაზღვრელ როლს. სადაც წარმოება იწყება არა იმ ფულით, რომელიც გააჩნია წარმოების დამწყებს, არამედ იმ ფულით, რომლის მოტანასაც უქადის მეურნეობრიობის არჩეული სტრატეგიული ზონა (ზონები).

ამ გარემოებათა გამო სრულ სამეურნეო ანგარიშს უნდა შეესრულებინა ცენტრალიზებული საკომანდო ეკონომიკიდან დეცენტრალიზებულ საბაზრო ეკონომიკაზე გარდამავალი საფეხურის როლი.

ამ კუთხით თუ განვიხილეთ სრული სამეურნეო ანგარიში, მაშინ იგი წარმოდგება შემდეგი სახით:

სრული სამეურნეო ანგარიშის მიხედვით მესაკუთრე-სახელმწიფო საწარმოს გადასცემს უფლებებს, რომ განახორციელოს:

1. თვითმმართველობა;
2. თვითდაგეგმვა;
3. თვით ანალიზი, თვითკონტროლი, თვითრეგულირება;
4. საკუთარი ეკონომიკური საფინანსო ბედის წინაშე თვითპასუხისმგებლობა.

თუმცა უნდა შევნიშნოთ, რომ კომერციული დამოუკიდებლობის გარეშე, უკანასკნელი მაინც შეზღუდული რჩება და არ იძლევა სრულ გასაქანს წარმოებისა და მისი ბაზართან დაკავშირების რაციონალური რეგულირების საქმეში.

სწორედ ამიტომ წარმოიშვა იმის აუცილებლობა, რომ სრულ სამეურნეო ანგარიშში ჩართულიყო არენდული იჯარის პოზიციები¹.

საქმე იმაშია, რომ მესაკუთრე სახელმწიფო ქირით გადასცემს შრომით კოლექტივს (სახელმწიფო არენდა) საწარმოს. ამასთანავე მას აკისრებს სახელმწიფო შეკვეთების უცილობელ შესრულებას (რაც სახელმწიფო დავალების ხასიათს და ღირებულებას ხასიათს ღებულობს, თუმცა იგი საარენდო საიჯარო ხელშეკრულებით ფიქსირდება).

¹აქ სახელმწიფო ბაკუთრების ნაწილი ფუნქციონირებს არენდული ქირით, ნაწილი კი საიჯარო გასამრჯელოთი, თუმცა ეს ნაწილები ოფიციალურად არ არის დაფიქსირებული.

შეკვეთილი პროდუქციის განმკარგულებელია სახელმწიფო. ამიტომ მისი რეალიზაცია სახელმწიფოს მიერ განმანაწილებელი ფუნქციით ხორციელდება. სახელმწიფო ფასებით იგი ექცევა ცენტრალიზებული ეკონომიკური ხელმძღვანელობის მმართველობის ორბიტაში. ამიტომ ამ პროდუქციის რეალიზაციაში არენდულ-იჯარაზე მყოფი საწარმო თავისუფალი არ არის.

მაგრამ, არენდულ იჯარაზე მყოფ საწარმოს უფლება აქვს სრულიად დამოუკიდებლად დაამყაროს პირდაპირი კავშირი და ხელშეკრულებით გააფორმოს პირდაპირი შეკვეთები სხვა საწარმოებთან, მეურნეობებთან თუ ორგანიზაციებთან, როგორც პროდუქციის რეალიზაციის ასევე საწარმოო რესურსების შეძენის დარგში. ამას იგი უნდა ახორციელებდეს ისე რომ სახელმწიფო შეკვეთას ზიანი არ მიაყენოს. პირდაპირი შეკვეთებით წარმოებულ პროდუქციაზე იგი პასუხისმგებელია სახელშეკრულებო ვალდებულებათა დაცვისათვის პროდუქციის მიწოდებათა ვადების გათვალისწინებით.

გარდა ამისა, ამ საწარმოს შეუძლია ბაზრის ოპერატიული მოთხოვნების მიხედვით აწარმოოს პროდუქცია და განახორციელოს მათი საბაზრო გარიგებით ფასებში რეალიზაცია. საერთო შემოსავალი კი ნაწილდება სახელმწიფოსა და საწარმოს შორის დაწესებული საიჯარო ნორმატივების მიხედვით. ასე რომ ეს კიდევ არ ნიშნავს სრულ კომერციულ დამოუკიდებლობას. ვინაიდან საწარმოს არ აქვს დამოუკიდებლობა აირჩიოს და გადაირჩიოს კიდევ ანდა მოამრავლოს თავისი მეწარმეობის გაშლისათვის მეურნეობის ესა თუ ის სტრატეგიული ზონა. არც იმის უფლება გააჩნია, რომ ეყრდნობოდეს საბაზრო გარიგებით ფასებს, რომელიც პროდუქციაზე შრომის საზოგადოებრივად აუცილებელი დანახარჯებიდან უნდა გადაიხრებოდნენ. მიწოდება მსყიდველობით უნარიანი მოთხოვნების თანაფარდობის შეწონასწორების მიღწევის შესაბამისად ფასი უნდა მოძრაობდეს ზევით ან ქვევით. ეს იმიტომ, რომ თუ წარმოება აჭარბებს მოთხოვნას მაშინ ის, რაც ჭარბია მასზე დახარჯული შრომა სრულიად არ ჰპოვებს საზოგადოებრივ ცნობას და ამდენად იგი უქმი დანახარჯებია. ამის შესაბამისად ფასი „ღირებულებაზე“ ნაკლები გახდება და ეს გამართლებულიც იქნება. იმ შემთხვევაში თუ მიწოდება ჩამორჩება მსყიდველობით უნარიან მოთხოვნას, მაშინ საზოგადოებრივ ცნობას ღებულობს ფასის გადახრა

ღირებულებიდან ზევით იმდენად, რამდენადაც იგი უნდა გახდეს მოცემული წარმოების გადიდების მასტიმულირებელი. ამ სტიმულს კი ბაღებს საზოგადოებრივი ცნობა ე.ი. აღიარება ამ ფასისა და არა გადიდებული ზვედრი დანახარჯებისა.

სახელმწიფოს მარეგულირებელი როლი აუცილებელია ფასწარმოქმნის და ბაზრის კონიუქტურის ჩამოყალიბების საქმეში. რაც შეეხება კერძო არა სახელმწიფო კაპიტალის საკუთრებას აქ მესაკუთრე შეიძლება იმავე ღროს ფუნქციონერი მეწარმეც იყოს, ანდა მესაკუთრე ფუნქციონერ მეწარმეს ანიჭებდეს სრულ ეკონომიკურ და კომერციულ დამოუკიდებლობას. ამგვარ შემთხვევასთან გვექნება საქმე, თუ მესაკუთრემ გააქირავა ქონება არენდით, ლიზინგით ან კონცენსიის სახით. ამ შემთხვევაში კერძო კოოპერატიული, კერძო ჯგუფური ანდა კერძო ინდივიდუალური საკუთრების კაპიტალი ფუნქციონირებს კომერციული და არა სამეურნეო ანგარიშის მეთოდით.

საწარმოს კომერციული ანგარიში იძლევა სრულ დამოუკიდებლობას საეაჭრო საქმიანობაშიც, როგორც მის მიერ წარმოებული პროდუქციის რეალიზაციის, ასევე მატერიალურ-ტექნიკური რესურსების შეძენის საქმეში და ამ პარამეტრების შესაბამისად წარმოების ორგანიზაციასა, დაგეგმვასა და მართვას.

კომერციულ და წარმოებრივ ფუნქციებს შორის მჭიდრო კავშირი შეპირობებულია, უწინარეს ყოვლისა იმით, რომ თავისთავად წარმოება არ წარმოადგენს და არც შეიძლება იყოს თვითმიზანი, ნებისმიერი პროდუქცია იწარმოება საბოლოო ანგარიშში მომხმარებლისათვის სხვა გზა მას არ გააჩნია. ამიტომ იგი უნდა იქნას არა მარტო წარმოებული, არამედ რეალიზებულიც.

პროდუქციის გამოშვება უნდა ხორციელდებოდეს კომერციული მოსაზრებით ვინაიდან რეალიზაცია (პროდუქციის გასაღება) წარმოადგენს კომერციული ანგარიშიანი მეწარმეობის მიზანს.

კომერციული საქმიანობის მეორე მნიშვნელოვანი ნაწილია მატერიალურ-ტექნიკური თვითუზრუნველყოფის ორგანიზაცია. ე. ი. წარმოების ყველა რესურსებით უზრუნველყოფა.

მატერიალურ-ტექნიკური თვითუზრუნველყოფის ორგანიზაცია და საკუთარი პროდუქციის გასაღება წარმოადგენს საწარმოს კომერციული საქმიანობის ორ მთავარ შემადგენელ ნაწილს, რომლის მიხედვითაც ხდება ორიენტირებული საწარმოო საქმიანობა.

მწარმოებლებთან და მომხმარებლებთან რთული ურთიერთობანი მოითხოვენ სათანადო საფინანსო და სამართლებრივ რეგულირებას.

ყიდვა-გაყიდვა შეიძლება მოხდეს უნაღდო ანგარიშსწორებითაც უფულოდ, რაც კომერციული საქმიანობის მნიშვნელოვანი რგოლია და ხორციელდება ულიმიტოდ - საბითუმო ვაჭრობის თვითორგანიზაციით.

კომერციული ანგარიშის* პირობებში დაუშვებელია და შეუძლებელიც კი სახელმწიფო შეკვეთა უშუალოდ იქნეს დაშვებული, როგორც სავალდებულო სახელმწიფო დავალება, იგი უნდა იქნას გამოტანილი ბაზარზე, როგორც მიმზიდველი შეკვეთა, რომ გაიცეს საკონკურსო წესით.

ამ ახალ პირობებში სახელმწიფო შეკვეთები გავლენას მოახდენენ ბაზრის კონიუნქტურაზე და ამ არხით მიაკითხავენ საწარმოს, რომელიც მუშაობს კომერციული ანგარიშის მეთოდით.

კომერციული ანგარიშის მეთოდით ამჟამად მუშაობენ როგორც კოოპერაციული ასევე კერძო საკუთრების საწარმოები.

ამ გზით დამყარებული საკუთრების პლურალიზმის პირობებში საწარმოები გამოდიან დარგობრივი უწყებრივი ღირექტიული დაქვემდებარების მართვის სისტემიდან და საბაზრო ეკონომიკის პირობებში იწყებენ საწარმოთა შორის კავშირების მოძებნას, რომლითაც ისინი სხვა საწარმოებსა და მათ კავშირებს დაუპირისპირდებიან, როგორც კონკურენტები. ამ გზით წარმოიქმნებიან კონცერნები, კორპორაციები, კომპანიები და მათში შემავალი ფირმები.

კონცერნი წარმოადგენს მსხვილ სამეურნეო საწარმოო გაერთიანებას, რომელიც წარმოგვიდგება რთული მრავალდარგოვანი სამეურნეო-კომერციული კომპლექსის სახით პროდუქციის ძირითადი ჯგუფების ან რეგიონების მიხედვით. იგი მოიცავს სამრეწველო, სავაჭრო, სატრანსპორტო, საფინანსო და ა. შ. დარგებს.

კონცერნისათვის დამახასიათებელია მასში შემავალი საწარმოების მართვის დეცენტრალიზებული სისტემა. იგი მოიცავს შიგა საფირმო მიწოდებებს პროდუქციის ძირითადი ჯგუფების ან რეგიონების მიხედვით. მასში ცენტრალიზებულია, როგორც წესი, კაპიტალდაბანდებანი, სამეცნიერო-კვლევითი-საცდელ-საკონსტრუქტორო დამუშავებები და ფინანსები.

*მომგებიანობისათვის საქმიანობის

კონცერნი მოიცავს ფირმებს. ფირმა ეს სამრეწველო საწარმოა დივერსიფიკაციისა და საფირმო მარკის უფლებით. საფირმო მარკა აუცილებელია საკუთარი საქმიანობისა და პროდუქციის რეკლამირებისათვის. ეს უკანასკნელი კი პროდუქციის აგრესიული გასაღების ფრიად მნიშვნელოვანი იარაღია.

ფირმა შეიძლება გამონაკლისის წესით მოიცავდეს ისეთ წარმოებებსაც, რომელთაც არ გააჩნიათ საწარმოო-ტექნიკური ერთიანობა.

კონცერნი დიდ დამოუკიდებლობასა და ფართო უფლებებს ანიჭებს ფირმებს. ისინი დამოუკიდებელი იურიდიული პირნი არიან.

კორპორაცია კერძო სააქციო საზოგადოების ისეთი ფორმაა, სადაც ადამიანთა ჯგუფები გაერთიანებული არიან პროფესიონალური ანუ საზოგადოების მოცემული სოციალური ფენის ინტერესებით.

გარდამავალი პერიოდი ბუნებრივი გარდაქმნით არ წარმოადგენს იმ „პერესტროიკას“, რომელიც ღირეპტიული „რასტროიკით“ შემოიფარგლა.

ზემოთაღნიშნულ გარდამავალ პერიოდისათვის დამახასიათებელი ხდება მმართველობითი რაციონალიზმის გადმოსვლა ზემდგომი ორგანოებიდან საწარმოთა დონეზე და კომერციული ანგარიშის პირობებში მისი გაძლიერებული ქმედითობის აღმოცენება და შემდგომში გადაზრდა მარკეტინგში.

მმართველობითი რაციონალიზმი საწარმოში ეყრდნობა საბაზრო-კომერციულ იმპულსატორებს, რომელთა გამოყენების მექანიზმი აგებულია საწარმოს სამეურნეო საფინანსო საქმიანობის ეკონომიკურ იმპულსირებაზე. მათი მახვილი მიმართულია პროდუქციის თვითღირებულების შემცირებისაკენ, პროდუქციის მომსახურეობის ხარისხის გაუმჯობესებისაკენ, შრომის მწარმოებლურობის გადიდებისაკენ, საბრუნავი სახსრების ბრუნვადობის დაჩქარებისაკენ, ძირითადი საწარმოო ფონდების (ძირითადი კაპიტალის) ფონდუკუგების ამაღლებისაკენ და ა. შ. მათ ხარჯზე მოგების გადიდებისა და საწარმოს რენტაბელობის ამაღლებისაკენ. ამ გზით საწარმოს საფინანსო მდგომარეობის განმტკიცებისაკენ.

იმ შემთხვევაში, თუ მმართველობითი რაციონალიზმის მექანიზმი გამართულად და ქმედითად ფუნქციონირებს, შესაძლებელი ხდება საწარმოს „ხარჯთმატების“ საწინააღმდეგო მიმართულებით განვითარება. ჩვენში, ამ შემთხვევაში ვეხებით საქართველოს ეკონომიკას, რომლის მართვის

მექანიზმში მმართველობითი რაციონალიზმი ფაქტიურად ვერ ფუნქციონირებს ვერც დამოუკიდებელი რესპუბლიკის ცენტრალიზებულ ხელმძღვანელობის ხაზით და ვერც თვით საწარმოთა დონეზე.

ამის ნაცვლად მმართველობითი რაციონალიზმის გარეგნულობით ფუნქციონირებს მაქინაციური მექანიზმი, რომელიც არას დაუდევს რა, რომ მიაღწიოს ნებისმიერი, თუნდაც სოციალურად უსამართლო გზით მომგებიან მუშაობას კარგი საფინანსო მდგომარეობით. ამ მდგომარეობას იგი აღწევს სხვადასხვა დარღვევებით და ამასთანავე ცდილობს მღვრიე წყალი შეინარჩუნოს და არ დაუშვას იმგვარად გამართული აღრიცხვა, სადაც ყველაფერი სარკესავით მოსჩანს, რათა გარედან და ზევიდან მოსულმა მუშაკებმა, თუ შემოწმებლებმა ვერაფერი ვერ დაინახონ, გარდა იმ ქულისა, რომელსაც ახურავენ საწარმოს, თითქოს იგი მუშაობს დარღვევათა გარეშე, ისე როგორც ეს შეუძლია მმართველობით რაციონალიზმს. ამის გამო ეკონომიკურად სუვერენული საქართველოს სახელმწიფოებრივი დამოუკიდებლობის გარანტია მოითხოვს, რომ სასწრაფოდ განვახორციელოთ მმართველობითი რაციონალიზმის იმგვარი მექანიზმის შემუშავება, რომელიც შეუქმნის ჯანსაღ ნიადაგს და ხელს შეუწყობს ხარჯთსაწინააღმდეგო მმართველობის განხორციელებას სიტუაციური მართვის მოთხოვნების შესაბამისად. არსებითი მნიშვნელობა ენიჭება მმართველობითი რაციონალიზმის განხორციელებას, რაც შეუძლებელია მისი შეუღლების გარეშე სიტუაციურ მართვასთან და ისიც ეკონომიკური გარემოს მიერ ორიენტირებული თვითმყოფადი სტრატეგიით. ეს კი შესაძლებელია მეურნეობრიობის გაძღოლის მარკეტინგული მეთოდის გამოყენებით, რომელიც გამოიცხავს მეურნეობის გაძღოლის სამეურნეოანგარიშებრივ მეთოდს. ვინაიდან, ცენტრის მიერ დამტკიცებული ღირეტიული გეგმით მეურნეობის დამოუკიდებელი გაძღოლის მეთოდი, რომლის მიზანიცაა უმცირესი ხვედრი დანახარჯებით მეტი და უკეთესი შედეგების მიღება, წარმოადგენს მეურნეობრიობის გეგმიანი გაძღოლის სამეურნეოანგარიშებრივ მეთოდს. იგი რეალურ სინამდვილეში ყოველთვის ფორმალურ ხასიათს ატარებდა და ატარებს, სულ ერთია მას გავხდით ე. წ. სრულ სამეურნეო ანგარიშად და აღვეჭურვათ თვითდაფინანსების ნორმატიულ ჩარჩოებში ჩასმული მეთოდით, თუ არა. იგი მაინც არ წარმოადგენს საბაზრო ყაიდის მართვის რეალურ მეთოდს.

ამის საპირისპიროდ გვევლინება მეურნეობის გაძღოლის მარკეტინგუ-

ლი მეთოდი. თვითმყოფადი სტრატეგიით მმართველობითი რაციონალიზმისა და სიტუაციური მართვის ოპტიმალური შეუღლების მეთოდი ხარჯთუქუგების მაქსიმიზაციისათვის წარმოადგენს მეურნეობის გაძლიერის მარკეტინგულ მეთოდს, რომელიც საბაზრო ყაიდის მართვის რეალური მეთოდია.

ამ გაგებით სამრეწველო ფირმის საწარმოს მართველობის რესტრუქტურისა და მართვას მართლაც რომ ესაჭიროება არსებული სამეურნეო კადრების კვალიფიკაციის რესტრუქტურისა და ამგვარად დაკვალიანებული ახალი კადრების მომზადება.

მართვაში მარკეტინგული მიდგომის გამოყენება ნიშნავს მკვეთრად გამოხატული მიზნობრივი სისტემური მიდგომის რეალიზაციას მმართველობით საქმიანობაში, რომელიც დეტალიზებულ ღონისძიებათა ერთობლიობით ესწრაფვის მიაღწიოს კომერციულ მიზანს. იგი წარმოება-მომარაგების ციკლის, როგორც ერთიანი სისტემის კომერციულად ხელსაყრელი მართვისათვის, იყენებს სათანადო ორგანიზაციულ-ეკონომიკური ხასიათის მექანიზმს. ეს სისტემა აგებულია ბაზარტყეობის მოთხოვნათა საფუძველზე.

თავი V

საწარმო, ბარემო და მართვის ინდიკატური მქანნიზმი

5.1. ბარემო და სამრეწველო საწარმო (ფირმა)

სამეურნეო-კომერციულ საქმიანობაზე გავლენის მომხდენი სიტუაციით გამოწვეული საპასუხო სამმართველო რეაქციები, რომლებიც წარმოიქმნებიან საკუთარი ინიციატივით, გვევლინებიან ეკონომიკური ავტომატიზმის ქმდით იმპულსატორებად. ეს იმპულსატორები შეუღლებული საკუთარ სურვილებთან უხილავი ხელით მექანიკურად განაგებენ დამოუკიდებელ სამმართველო გადაწყვეტილებებს, გან-

საზღვრავენ რა მათ მიმართულებას, დანიშნულებას და ხასიათს (სტრატეგიას). ამგვარი მოვლენა თავისთავად, ბუნებრივად არსებობს და დომინირებს რეალურ სინამდვილეში. ამიტომ, არ შეიძლება იგი არ იქნას გათვალისწინებული და გამოყენებული სამეურნეო მექანიზმის ფუნქციონირებაში, როგორც ინდიკატური (ე. ი. გარემოს ფორმირებაში მონაწილეობის და გარემოს ცვლილებებზე სოციალურად ჯანსაღი რეაგირების მიმანიშნებელი წარმატების მომტანი რეკომენდაციებით) მართვის გავრცელების არეალი.

საერთოდ ცნობილია, რომ ინსტრუმენტარიუმი (ინსტრუმენტების ერთობლიობა), რომელიც იძლევა სიგნალს კონტროლს დაქვემდებარებული რაიმე პროცესის ადამიანისათვის მოხერხებული ფორმით უშუალო აღქმისათვის წარმოადგენს ინდიკატორს.

ასეთივე გაგებით, ცნობილია ინდიკატორული მცენარეებიც. ეს მცენარეები მჭიდროდ არიან დაკავშირებულნი განსაზღვრულ გარემო პირობებთან, ხშირად ნიადაგის ქიმიურ შემადგენლობასთან. ინდიკატორული მცენარეები ასრულებენ ორიენტირთა როლს მტკნარი წყლის ძებნის დროს უდაბნოებში, ისინი გამოიყენებიან წიაღისეულის დაზვერვის დროსაც. მაგ.: ია მიგვანიშნებს ნიადაგში თუთიის მაღალ შემადგენლობაზე.

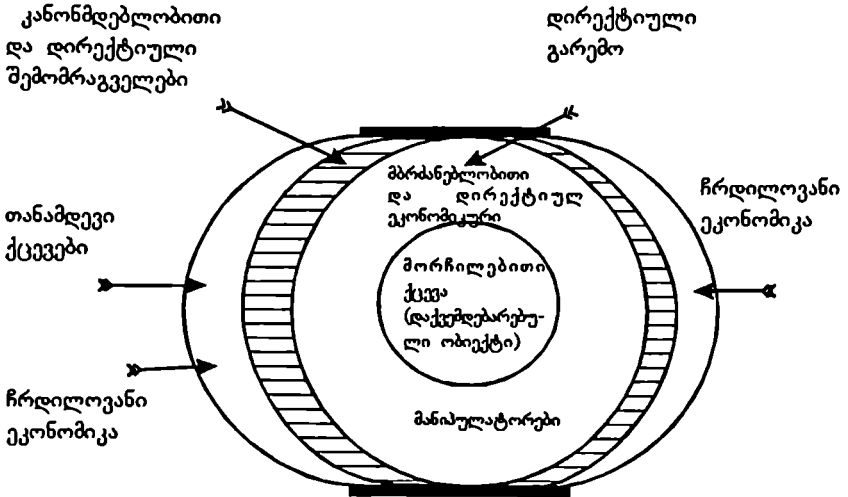
სიტყვა ინდიკატორი ძველ ლათინურ ენაზე ნიშნავს მიმანიშნებელს.

ამგვარივეა ურთიერთობა სამართავ ობიექტსა და იმ გარემოს შორის, რომელშიც მას უწევს ყოფნა. ამ მხრივ შეგვიძლია განვასხვავოთ:

1. შეგნებული მართვის ღირეპტიული მექანიზმი (იხ. სქემა 5.1);
2. სტიქიური მართვის ინდიკატური მექანიზმი (იხ. სქემა 5.2);
3. ნეგატიურიდან პოზიტიურ გარემოზე გადამრთავი შეგნებული მართვის ღირეპტიულ-ინდიკატური სინერგიული მექანიზმი (იხ. სქემა 5.3);
4. შეგნებული მართვის ღირეპტიულ-ინდიკატური სინერგიული მექანიზმი (იხ. სქემა 5.4).

მბრძანებლობითი და ღირეპტიულ-ეკონომიკური (იძულებითი) ღონისძიებებით მთლიანობაში შეკრულ სისტემას, რომელიც კანონმდებლობით და ღირეპტივებით შემორაგულ ღირეპტი-

ტიულსავე გარემოში აზორციელებს დაქვემდებარებული ობიექტის უშუალო მართვას და ხილვადი ხელით განაგებს ამ ობიექტის ქცევას, ვუნოდებთ შეგნებული მართვის ღირექტიულ მექანიზმს (იხ. სქემა 5.1).



სქემა 5.1. შეგნებული მართვის ღირექტიული მექანიზმი

აქ მბრძანებლობითი (მაიძულებელი) და ღირექტიულ-ეკონომიკური მანიპულატორები და ღირექტიული გარემოს კანონმდებლობითი და ღირექტიული შემომრაველები გამოდიან ოპერატორების როლში, დაქვემდებარებული ობიექტის ქცევა ოპერანდის როლში, ამ ქცევაში ცვლილებები ოპერაციის როლში და შესაბამისად, შეცვლილი ქცევა შედეგის (სახექმნილის) როლში. აქ გარემო კი არა, არამედ ღირექტიული მანიპულატორები ქმედითად და უშუალოდ მართავენ დაქვემდებარებული ობიექტების ქცევას ღირექტიულ გარემოში. თუმცა, მას თან ახლავს თვითმმართველი წრდილოვანი ეკონომიკის ქცევები. ისინი მოიცავენ კანონით აკრძალულ კერძო მეწარმოებას და პარაზიტული ქცევის მაფიოზურ სისტემას.

შესატყვისი კანონმდებლობით შემორავულ ჰიპერინფლაცე-

ის და საბაზრო ქაოსის მანიპულატორებით სისტემაში შეკრულ ნეგატიურ გარემოს, რომელიც სტიქიური ხელით უხილავად მართავს ეკონომიკურ ავტომატიზმს და ამით განსაზღვრავს მართვის ობიექტის თავაშვებულ ქცევას, სტიქიური მართვის ინდიკატურ მექანიზმს ვუწოდებთ (იხ. სქემა 5.2).

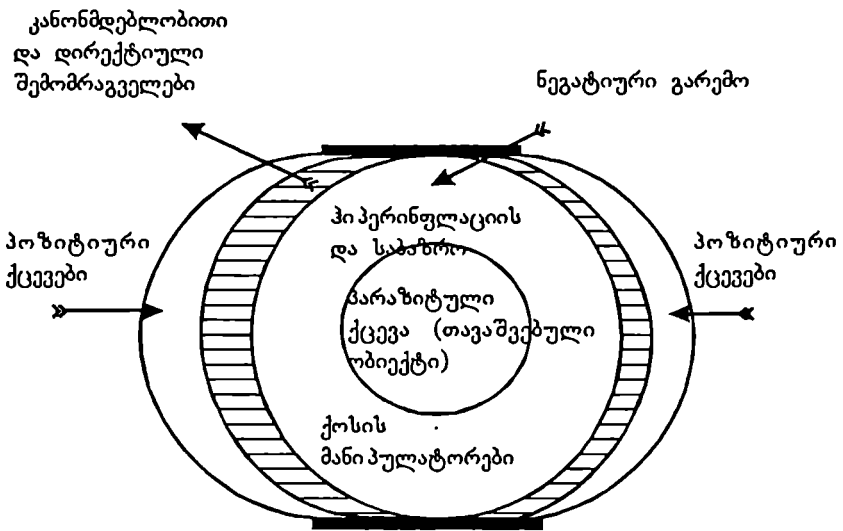
აქ გამორიცხულია რეკომენდაციების პროგრამის პოზიტიური და ქმედითი ფუნქციონირება, ვინაიდან მთავრობა კი არ მართავს გარემოს (არც ღირეპტიულად და არც ინდიკატურად), არამედ გარემო იძულებით ნაბიჯებს ადგმევიწინებს მთავრობას, თავაშვებული ობიექტები კი მართავენ გარემოს ე. ი. მთელი სისტემა თავისი შედეგებით თავიდან ბოლომდე ნეგატიურია. ამ ნეგატიურ გარემოში, რაც არ უნდა ჯანსაღი მარცვალი ჩააგდოს ხელისუფლებამ მაინც სიმახინჯე დაიბადება, რომელიც გარემოს ნეგატიურობას აძლიერებს უკუკავშირების გზით. იგი კანონმდებლობით ღირეპტიულ შემომრაველებს უცვლის მისამართს და შემორავული ხდება ნეგატიური გარემო და დაცული პოზიტიური ჩარევისაგან.

აქ ოპერატორთა როლში გვევლინება თავაშვებული ობიექტების ქცევა, რომელიც წარმოქმნის პიპერინფლაციისა და საბაზრო ქაოსის მანიპულატორებს ე. ი. ნეგატიურს ხდის (ოპერაცია) გარემოს (ოპერანტი) და მისი მეშვეობით ანზორციელებენ კანონმდებლობითი შემომრაველების თავისთავის სასრგებლო პარაზიტულ გამოყენებას (ოპერაციის შედეგი) (იხ. სქემა 5.2) და იძულებით ნაბიჯებს ადგმევიწინებს ხელისუფლებას, რასაც თან ახლავს პოზიტიური ქცევა, რომელიც ნეგატიურ გარემომ გააძევა შემომრაველებს მიღმა.

კანონმდებლობით შემომრაველების გააქტიურებით პოზიტიური ქცევის პოზიტიურ გარემოში დამკვიდრების და ნეგატიური ქცევის გარემოდან გარიყვის ღირეპტიულ და ინდიკატურ ღონისძიებათა მთლიანობაში შეკრულ სისტემას, რომელიც ეკონომიკური ავტომატიზმის მეშვეობით და ღირეპტიუების დახმარებით ქმედითად უბიძგებს სამართავ ობიექტს თავაშვებული ნეგატიური ქცევიდან თვითმმართველ პოზიტიურ ქცევაზე გადასვლისაკენ და მისი შენარჩუნება-განმტკიცებისაკენ ნეგატიურიდან პოზიტიურ გარემოზე გადამრთავი შეგნებული მართვის ღირეპტიულ-ინდიკატურ სინერგიულ მექანიზმს ვუწოდებთ (იხ. სქემა 5.3).

პოზიტიურ გარემოში ღირეპტიულ-ინდიკატური სინერგიუ-

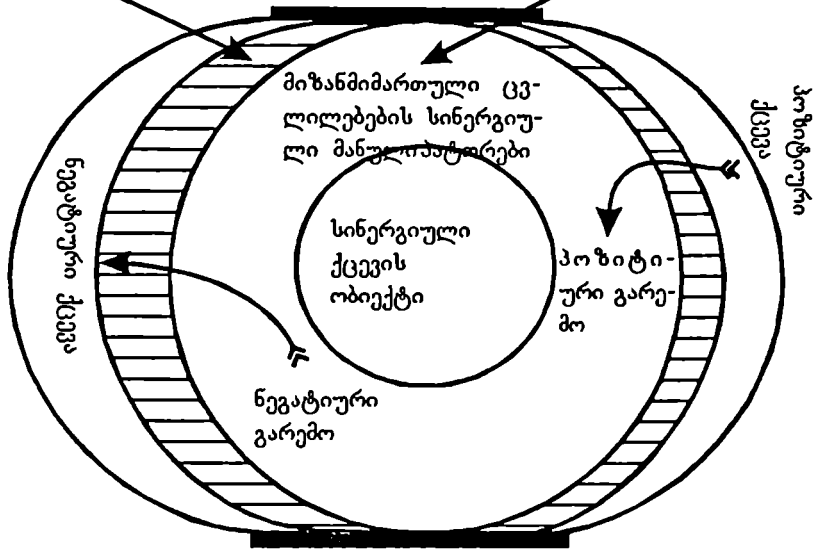
ლი მართვის მექანიზმი მოიცავს ქმედითი რეკომენდაციებით და დირექტიული ღონისძიებებით მთლიანობაში შეკრულ სისტემას (იხ. სქემა 5.4). იგი კანონმდებლობით შემორავული პოზიტიური გარემოს ხელით უზილავად მართავს ფუნქციონირებადი ობიექტის ეკონომიკურ ავტომატიზმს და ამ გზით განსაზღვრავს ამ ობიექტის თვითმართვად ქცევას, რომელზეც ინდიკატურ და არადირექტიულ გავლენას ახდენს ინდიკატური გეგმა. გამოდის რა ქმედითი მიმანიშნებელი რეკომენდაციების პროგრამის როლში. იგი ასრულებს ფუნქციონირებადი ობიექტების ურთიერთისათვის გარემოს შეკვრის მიმანიშნებლის, მრჩეველ-ჩამასწორებლის, ჩამაგონებლის, გარემო სიტუაციაზე აღლოს მაორგანიზებლის, საგეგმო (საპროგრამო) გადაწყვეტილებათა ვარიანტის შერჩევის, მმართველ (მენეჯერ) კადრებში სისტემური და გენეტიკური მიდგომის და სოციალურად ჯანსაღი ქცევის ჩანერგვის და სხვა პარტნიორული ქცევების დანერგვით პოზიტიური გარემოს ფორმირებაში მონაწილის როლს.



სქემა 5.2. სტიქიური მართვის ინდიკატური მექანიზმი

კანონმდებლობითი და
ღირეპტიული
შემოქრაველები

ღირეპტიულ-ინდიკატური
სინერგიული გარემო



სქემა 5.3. ნეგატიურიდან პოზიტიურ გარემოზე გადამრთავი შეგნებული მართვის ღირეპტიულ-ინდიკატური სინერგიული გარემო

ინდიკატური გეგმით დაპროგრამებული რეკომენდაციების სრული სპექტრის ქმედილობის გარანტის არაღირეპტიული მანიპულატორების როლში გამოდიან შემზღუდავი და მასტიმულირებელი ეკონომიკური იმპულსატორები, ძალისხმევის თანამოზრეობის დამწერგავები, საფრთხისა და ახალ შესაძლებლობათა სიგნალიზატორები, სარწმუნო რეალობის მზიდი პროგნოზები, რეგიონისა და მთელი ქვეყნის ეკონომიკის განვითარების სტრატეგიულ დაგეგმვაში ინდიკატური წესით დამოუკიდებელ მმართველთა (მენეჯერთა) მასობრივი ჩართვით და ამ საქმის კვალიფიციური დაუფლების გზით საერთო რწმენის ჩამწერგავები, ეკონომიკური სუბიექტების ქცევათა ანალიზური შემფასებლები, რეკომენდაციების ქმედილობის მკვლევარები, თვითმართვადი ობიექტების ქცევათა მთელი სპექტრის ინფორმატორები და გარე-

ბაზრო სისტემას შორის. ამგვარ განაწილებაში თავისი გადაწყვეტი როლი უნდა შეასრულოს მაკრო და მიკრო ეკონომიკის პოლიფონიურ სტრატეგიულმა მართვამ მიკრო ეკონომიკის ინდიკატურად კითხვადი (ქცევათა წამკითხავი) ბიზნეს გეგმებზე დაყრდნობით. გარემოს მართვისათვის კი საჭიროა, რომ ხელისუფლებამ მართვის სათანადო აღვირებს მოუნახოს იმგვარი მექანიზმი, რომელიც გარემოს მართავს პოზიტიური პროფილით. და ეს მოხდება მაშინ, როდესაც საკანონმდებლო შემომრაველები და დირექტიული მანიპულატორები შეუღლებიან მართვის იმგვარ აღვირებთან, როგორცაა საგადასახადო, საბანკო-საკრედიტო და ფასწარმოქმნის მარეგულირებელი მექანიზმები და ა. შ. ამით შემოვლთი გზით სათანადო სტრატეგიულ გზაზე დააყენებს ფუნქციონირებადი ობიექტების დამოუკიდებელ სამმართველო გადაწყვეტილებებს.

ამრიგად, ინდიკატური მართვის მექანიზმი მოიცავს ისეთ მანიპულატორებს საკუთარი მექანიზმებით, როგორცაა:

1. სახელმწიფო ფისკალური (სახაზინო) პოლიტიკა და საგადასახადო მექანიზმი;

2. საბანკო-საკრედიტო სისტემის მექანიზმი;

3. ფასწარმოქმნის რეგულირების მექანიზმი;

4. ფულადი მასის ბრუნვის მექანიზმი;

5. ეკონომიკური გარემოს საკანონმდებლო-დირექტიული შემომრაველები;

6. საბაზრო თავისუფლებათა და საბაზრო შეზღუდულობათა შეუღლების მექანიზმი;

7. ეკონომიკური სტიმულირების მექანიზმი;

8. ანტიმონოპოლიურ და ბაზარზე გადაწყვიდელთა თავაშეებული ქცევების საწინააღმდეგო გარემოს შექმნის მექანიზმი;

9. გადაწყვიდელთა და მყიდველთა დამაკავშირებელი მექანიზმი, როგორც საბითუმო, ასევე საცალო ვაჭრობის არეში;

10. ეკოლოგიურ, დემოგრაფიულ, კრიმინოგენურ და პოლიტიკური სიტუაციების მართვის მექანიზმები;

11. ქვეყნის პოტენციალური და პრაქტიკული გამოყენების დონეზე დაყვანილი რეზერვების ამოქმედების და მათგან უკუგების გაზრდის მექანიზმი;

12. ეკონომიკურ-კომერციულ შესაძლებლობათა გამოყენებისა და მუქარათა შესაძლებლობად გარდასახვის მექანიზმი;

. 13. ეკონომიკურ სუბიექტებში მთვლემარე უნარის, ფხიანობის და გერგილიანობის, ინიციატივის, შემოქმედებითი მესაქმეობის სოციალურ-ეკონომიკური იმპულსატორების ამოქმედების მექანიზმი;

14. პარტნიორული კონიუნქტურის რეგულირების მექანიზმი;

15. საბაზრო კონიუნქტურის რეგულირების მექანიზმი;

16. ინფლაცია-დეფლაციის რაციონალური მონაცვლეობის მექანიზმი;

17. მიმანიშნებელი ქმედითი რეკომენდაციების დაპროგრამებით ინდიკატური დაგეგმვის ორგანიზაციის პარტნიორული მექანიზმი;

18. ყოველი ფუნქციონირებადი ობიექტის ქცევის დამოუკიდებელი სტრატეგიები ასახული მათ ბიზნეს გეგმებში;

19. ქვეყნის ეკონომიკის განვითარების სტრატეგია დაფუძნებული მრავალრიცხოვან თვითმყოფად სტრატეგიათა პოლიფონიაზე;

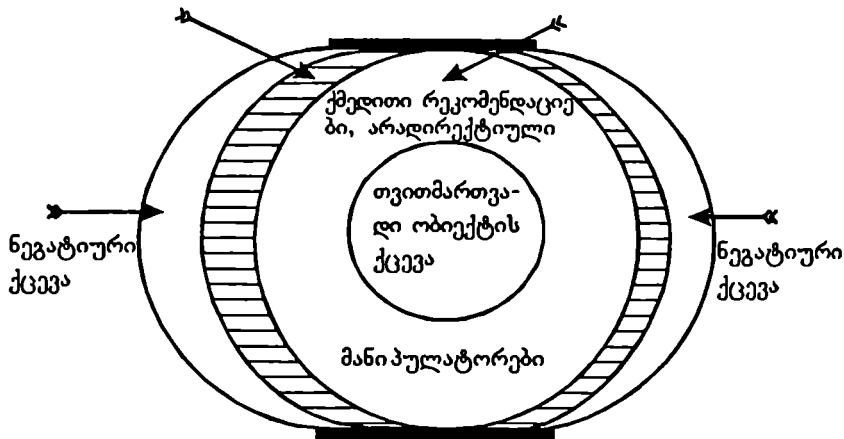
20. მექანიზმები, რომლებიც არადირექტიულ გარემოს ქმნიან პოზიტიური ეკონომიკისათვის და სოციალურად სამართლიანი მექანიზმების ფუნქციონირებისათვის და ამით უბიძგებენ უზილავი ხელით ყოველ საწარმოს, მენეჯერს, მეწარმეს, ინვესტორს, ფირმას, ბიზნეს-მენს და ა. შ.

ამგვარ პირობებში ყოველ საწარმოს (ორგანიზაციას, დაწესებულებას) აუცილებლად უნდა გააჩნდეს თავისი მიზნებიდან და სურვილებიდან გამომდინარე მართვის დამოუკიდებელი სტრატეგია და მის საფუძველზე აგებული ბიზნეს გეგმა, თუმცა მათში ჩართული ხდება საკუთარი ინიციატივით არსებულ და მოსალოდნელ გარემოსთან პირდაპირი და უკუკავშირების მთელი სისტემა. ყოველი თვითმმართველი ობიექტები აქ გამოდიან ცალკე აღებული ეკონომიკური სუბიექტის როლში. გარემოში ცვლილებები შეაქვს ხელისუფლებას, თუ იგი ფლობს მას იმ ნაწილში, სადაც წარმოიქმნება ნეგატიური მუქარა, რათა არ დაუშვას საბაზრო ქაოსი და ჰიპერინფლაცია. გარემოზე ამგვარი ზეგავლენით მთელი ქვეყნის ეკონომიკას ინდიკატურად მართავს სახელმწიფო.

საერთოდ ცნობილია, რომ ფართო გაგებით ინდიკატურია ის, რაც არ არის დირექტიული. ეს მიგვანიშნებს იმაზეც, რომ ინდიკატორის ფუნქცია შეუძლია იკისროს არა მარტო ნდობით აღჭურვილობით განპირობებულმა ქმედით რეკომენდაციებმა, არამედ პროგნოზირებამაც. მას უწოდებენ ინდიკატურ პროგნოზს.

კანონმდებლობითი
და ღირეპტიული
შემომრაველები

პოზიტიური გარემო



სქემა 5.4. პოზიტიურ გარემოში შეგნებული მართვის
ღირეპტიულ-ინდიკატური სინერგიული მექანიზმი

მოში ნეგატიური სიმპტომების გამომრიცხავი არადირეპტიული სხვა მანიპულატორები.

ინდიკატური გეგმის არეალს და უკანასკნელის პოზიტიურ მახასიათებლებს უნდა განსაზღვრავდეს გარემოს კანონმდებლობითი ღირეპტიული შემომრაველები. ამ როლში გამოდიან დაკანონებული საგადასახადო და საბანკო-საკრედიტო სისტემები: ეკონომიკური, ფსიქოლოგიური, პოლიტიკური, ეკოლოგიური, დემოგრაფიული ნეგატიური მოვლენების გამომრიცხავი სხვა კანონმდებლობითი აქტები და ღირეპტიუები.

აქ ქმედიტი რეკომენდაციები, არადირეპტიული მანიპულატორები და პოზიტიური გარემოს კანონმდებლობითი შემომრაველები გამოდიან ოპერატორთა როლში, არსებული გარემო კი ოპერანდის როლში, ამ გარემოში ცვლილებათა შეტანის პროცესი ოპერაციის როლში, შეცვლილი პოზიტიური გარემო კი ნაოპერაციები შედეგის როლში, რომელსაც უწოდებენ სახექმნილებას.

შეცვლილი პოზიტიური გარემო, თავის მხრივ, უხილავი ხე-

ლით მართავს თვითმართვადი ობიექტის ეკონომიკურ ავტომატიზმს. აქ უკვე შეცვლილი პოზიტიური გარემო გამოდის ოპერატორის როლში, თვითმმართვეადი ობიექტი (ეკონომიკური სუბიექტი) ოპერანდის როლში, ხოლო გარემოს გავლენა ოპერაციის როლში, თვითმმართვეადი ობიექტის შეცვლილი ქცევა, რომელიც გამოწვეულია შეცვლილი პოზიტიური გარემოთი კი გამოდის ნაოპერაციები შედეგის როლში.

როგორც ზემოთგანხილული სქემებიდან ჩანს, გარემოს განმსაზღვრელ პირობებზე ასევე მჭიდროდ არის დამოკიდებული საბაზრო სისტემაში ფუნქციონირებადი ორგანიზაციების (საწარმოების), რეგიონების და სახელმწიფოების, სულ რომ არაფერი ვთქვათ, ცალკე აღებული ადამიანების ქცევა.

ფუნქციონირებისათვის ორგანიზებული ობიექტის (საწარმოს) გარემო მოიცავს მომხმარებლების, კონკურენტების, სახელმწიფო ორგანიზაციების, მიმწოდებლების, საფინანსო ორგანიზაციების და შრომითი რესურსების წყაროების ქცევათა სპექტრს. ისინი ორგანიზაციის ოპერაციებზე რეაგირებენ კონკრეტული ამოცანის, იურიდიული (ფიზიკური) პირის, მიზნის და მოქმედების პერიოდის მიხედვით. გარემო მოიცავს ინდივიდუალიზებულ (გაპიროვნებულ) ჩამგონებელ ქმედით რეკომენდაციებს და განუპიროვნებელ კატეგორიულად მკარნახებელ იურიდიულ და ეკონომიკურ რეგულატორებს.

ქცევა, თავის მხრივ, წარმოადგენს მოქმედებათა ერთობლიობას, რომელშიც აისახება მოცემული სისტემის (ობიექტის) ცვლილებები, მისი ყოველგვარი რეაქცია მასზე ზემოქმედი გარემოს მიმართ. ამგვარადვე ყალიბდება ადამიანის, ორგანიზაციის, დაწესებულების და ყოველი ფუნქციონირებადი ობიექტის ეკონომიკურ-კომერციული ქცევა.

განარჩევნ უშუალოდ ზემოქმედ და ირიბი ზემოქმედების გარემოს. უშუალო ზემოქმედების გარემო მოიცავს: მიმწოდებელს, შრომით რესურსებს, იურიდიულ, სტიქიურ და შეგნებულ ეკონომიკურ რეგულატორებს პროფკავშირებს და სახელმწიფო რეგულირების ორგანოებს, მომხმარებლებს და კონკურენტებს.

ირიბი ზემოქმედების გარემო მოიცავს: საერთო განვრცობის მოვლენებს, ეკონომიკის საერთო მდგომარეობას, სამეცნიერო-ტე-

ქნიკურ პროგრესს, სოცკულტურულ და პოლიტიკურ ცვლილებებს, ჯგუფური ინტერესების გავლენას და სხვა ქვეყნებში ხლომილობებს, რომელთაც არსებითი მნიშვნელობა ენიჭებათ მოცემული ორგანიზაციისათვის (საწარმოსათვის).

ამიტომ საჭიროა, რომ გამოყენებული იქნას ინდიკატური მიმანიშნებელი ე. ი. დამაკვალიანებელი რეკომენდაციების პროგრამა, რომელსაც ინდიკატურ გეგმას უწოდებენ. მინიშნება ხდება იმაზე, თუ რა ცვლილებები უნდა იქნას შეტანილი გარემოში და როგორი ქცევაა სასიკეთო ჩამოყალიბებულ გარემოში.

ამ გარემოებათა გამო ინდიკატურ დაგეგმვას წინ უნდა უბლოდეს შიდაპროცედურათა და გარემოს ცვლილებათა შორის კავშირუთიერთობათა ღრმა ანალიზი. ეს იგივეა, რაც შიგა და გარე სიტუაციათა სიმბიოზის ანალიზი. ამ ანალიზის დანიშნულებას შეადგენს დაგვანახოს:

1. თუ რა ქცევისა და რეაქციის მატარებელია გარემო. ამის გარკვევისათვის საჭიროა გარემოს დანაწევრება ინგრედიენტებად (რეგიონებად, საბაზრო სეგმენტებად, საწარმოებად და ფუნქციონირებისათვის ორგანიზებულ სხვა ობიექტებად) და ყოველი მათგანის ქცევის დიფერენცირებული გამოკვლევა (შესწავლა), იმ ტერიტორიასთან დაკავშირებით, რომელშიც ვრცელდება მათი ეკონომიკური საქმიანობა (მხედველობაშია ადგილობრივი ან ეროვნული ან კიდევ საერთაშორისო ბაზრები).

2. რა ცვლილებების მოხდენაა საჭირო გარემოში, რა ძალგვიძს და რას და როგორ უნდა უპასუხოთ დასაგეგმა ობიექტმა ე.ი. შიგა პროცესებთან გარემო სიტუაციის კავშირის გაანალიზება და ამ საფუძველზე ანალიზურ-შემფასებელი კრიტერიუმის შერჩევა და ამით სათანადო მმართველობითი გადაწყვეტილების მიღება, შესატყვისი პროცედურების განხორციელება.

ამგვარად განხორციელებული ანალიზი განსაზღვრავს ინდიკატური დაგეგმვის მიმართულებას და შინაარსს იმ შეუღლებით, რომელსაც იგი მიაღწევს ქვეყნის ფორმალიზებულ სტრატეგიულ განვითარებასთან (სტრატეგიულ გეგმასთან).

ინდიკატურია დაგეგმვა, თუ იგი დაგვანახებს სასურველი შედეგების მიღწევის გზებს მიმანიშნებელი დამაკვალიანებელი რეკომენდაციებით მოცემული გარემოს არსებულ და მოსალოდნელ პროგ-

ნოზირებულ პირობებში. ამავე გეგმის დანიშნულებაა შეიმუშაოს გარემოში შესაძლო ცვლილებების შეტანის რეკომენდაციების ერთიან მექანიზმად შეკრული პროგრამა.

ამ ნიადაგზე საწარმოთა და ქვეყნის ინტერესებით შეკრული სასურველ შედეგთა დაგეგმვა სათანადო ტექნიკურ-ეკონომიკური მათემატიკური მანქანების გამოყენებით წარმოადგენს ინდიკატურ დაგეგმვას. იგი ეყრდნობა ქმედით მიმდინარეებელ რეკომენდაციების მთლიანობის სისტემაში შეკრულ პროგრამას.

ინდიკატური გეგმის ქმედითობა დამოკიდებულია რეკომენდაციათა იმგვარ დაპროგრამებაზე, რომელიც ითვალისწინებს იმას, თუ მოცემულ და მოსალოდნელ (პროგნოზირებით გამოვლენილ) გარემოში რა ნაბიჯის გადადგმა მოუტანს წარმატებას მოცემულ დასაგეგმ ობიექტს მისთვის სასურველ სოციალურად ჯანსაღი მიზნების მიღწევის საქმეში. მხოლოდ ამ პოზიციას ძალუძს შეაუღლოს ამ ობიექტისა და სახელმწიფოს ინტერესები სიკეთის კეთებით საკუთარი ბიზნესის მიღწევის გზაზე.

იმ შემთხვევაში, თუ ხელისუფლებას არ ძალუძს აამოქმედოს ამგვარი მექანიზმი, მაშინ იგი ვერ ფლობს სიტუაციას და თავაშვებული გარემო მას ადგმევინებს იძულებით ნაბიჯებს პოსტფაქტუმი* ერთეულადი გადაწყვეტილებების მიღებით. ამ შემთხვევაში საქმე გვაქვს სტიქიურ მართვის ინდიკატურ მექანიზმთან. ცნობილია, რომ არსებობს სტიქიური მართვა და შეგნებული მართვა. ინდიკატური დაგეგმვა შეგნებული მართვის ინსტრუმენტი.

სტიქიური მართვისათვის დამახასიათებელია შემთხვევით ერთეულადი აქტებით გამოწვეული სხვადასხვა ძალთა თვითნებური გადაჯაჭვა და ამით სტიქიური გარემოს შექმნა, რომელიც ხელისუფლებას ადგმევინებს იძულებით ნაბიჯებს ე.ი. ხელისუფლება კი არ ფლობს სიტუაციას, არამედ სიტუაცია ფლობს ხელისუფლებას. ეს იმას ნიშნავს, რომ ხელისუფლება ფორმალურად არსებობს და ვერ ახორციელებს ეკონომიკის და ქვეყნის მათემატიკურ-მომწესრიგებელ ფუნქციას საბაზრო სისტემასა და ხელისუფლებას შორის მართვის ფუნქციების სოციალურად ჯანსაღი განაწილება-გადანაწილებით. ამგვარი განაწილება-გადანაწილების ინსტრუმენტის როლში უნდა მოგვევლინოს ინდიკატური მართვის

* მომხდარი ფაქტის შემდგომი.

შეგნებული (და არა სტიქიური) მექანიზმი და მისი ბირთვი ინდიკატური დაგეგმვა.

ამრიგად, ინდიკატური მართვის მექანიზმი წარმოადგენს გარემოდასაბუთებულსა და ქვეცნობიერ იმპულსატორთა და დაკვალიანების მიმანიშნებელი რეკომენდაციების მოძრაობაში თავსებადი შეუღლების მექანიზმს, რომელიც მიკროეკონომიკაში ფუნქციონირებადი ობიექტების დამოუკიდებელ სამმართველო გადაწყვეტილებათა სინქრონიზაციით ემსახურება სახალხო მეურნეობის, როგორც სისტემის განვითარების მთლიანობას.

გარემოს ფორმირების პროცესს კი უნდა განაგებდეს ხელისუფლების საკანონმდებლო-დირექტიულ ღონისძიებათა მთლიანობითი სისტემა საერთოდ და განსაკუთრებით მაკროეკონომიკაში, რომელიც მიმართული უნდა იყოს მიკროეკონომიკური პოზიტიური მექანიზმის მაიმუღსირებელი საყოველთაო გარემოს შექმნისაკენ.

სოციალიზებული საბაზრო ეკონომიკა მოითხოვს, რომ შეგნებული ინდიკატური მექანიზმის გამოყენებამ აღმავლობის გზით გადაგვიყვანოს თანამედროვე ცივილიზებულ სოციალურ საბაზრო ეკონომიკაზე ისე, რომ ამ ეკონომიკის გულის-გული კონკურენცია კეთილმყოფელად ფუნქციონირებდეს მყიდველის ბაზრის წარმოქმნით, როგორც კერძო ბიზნესის მექანეზმთათვის, ასევე საერთო სახელმწიფოებრივი სიკეთისათვის.

ინდიკატური გეგმა მოითხოვს, რომ ყოველი გასატარებელი ღონისძიება იყოს გარემოსთან თანამოქმედებაში შეფასებული იმის მიხედვით, თუ ამ გარემოში რა როლს კისრულობს იგი (ემერჯენტული თვისება) და როგორია მექანიზმი, რომლითაც ხორციელდება ამ როლის შეუღლება მის შინაგან (იმანენტურ) თვისებებთან და ამ ნიადაგზე რაგვარი სისტემური კანონზომიერება დაეუფლება ეკონომიკის განვითარებას ქვეყნის მასშტაბით და ამ კანონზომიერების რა იმპულსატორები უზრუნველყოფენ ყოველ საწარმოს (ფირმის) და ფუნქციონირებისათვის ორგანიზებული სხვა ობიექტების ეკონომიკური ავტომატიზმის მართვას დამოუკიდებელი მმართველობითი გადაწყვეტილებით.

ამით გამოიკვეთება ამ კანონზომიერების ქცევის მექანიზმი, რომლის აღქმის გარეშე შეუძლებელია ვჭვრეტდეთ, თუ რა ღონის და რა მისამართის რისკის მატარებელია ეს ქცევა ე.ი. ქცევა,

რომელიც კონსტრუირებულია მოქმედებათა მოცემული მიმანიშნებელი პროგრამით.

ამიტომ, ინდიკატური გეგმა ეს რეკომენდებულ მოქმედებათა და მათგან მისაღებ შედეგთა პროგრამაა.

5.2. ინდიკატური დაგეგმვის არსი და პარამეტრები

ცნობილია, რომ კონკურენციას საბაზრო თავისუფლებაში უხილავი ხელით შეაქვს გარკვეული წესრიგი, რომელსაც ძალუძს მოახდინოს ეკონომიკის სინქრონიზაცია ე. ი. გამორიცხოს საბაზრო თავისუფლებით საბაზრო ქაოსის წარმოქმნა და მიადწიოს საბაზრო მოვლენების, პროცესების ერთმანეთთან დროში იმგვარი შეთანწყობა რომლის დროსაც მათი ელემენტები მიმდინარეობენ დროის უცვლელი ინტერვალით ანდა პარალელურად ისე, რომ ყველაფერი პარმონიულად მიმდინარეობს, თითქოს ყველაფერი წინასწარ იყოს შეთანხმებული.

საბაზრო ეკონომიკის თეორიული მექანიზმი სწორედ ასეთია, მაგრამ მისი დარღვევა პრაქტიკაში შეიძლება გამოიწვიოს არაჯანსაღ ძალებმა პარაზიტულ მიმთვისებლებმა ან მმართველობით ბიუროკრატიზმმა.

სახელმწიფოს როლი იმაში უნდა მდგომარეობდეს, რომ მან მოახდინოს თვითმართვადი ფუნქციონირების ობიექტებისათვის იმგვარი გარემოს ჩამოყალიბება, რომელიც მათ მოათავსებს უხილავი ხელით სინქრონიზებულ საბაზრო სისტემის ჩარჩოებში. ამით მან უნდა დაიცვას სოციალურად გამართლებული საბაზრო სისტემის ფუნქციონირება.

ეკონომიკის სინქრონიზებულ საბაზრო სისტემაში ქვეყნის (რეგიონის) სტრატეგიული მართვა უყრდნობა ინდიკატური დაგეგმვის მექანიზმს, რომელიც სტრატეგიულ მართვას ხდის პოლიფონიური ბუნების მატარებლად. აქ საწარმოთა (ფირმების) და ორგანიზაციათა ბიზნეს გეგმებში ასახულ დამოუკიდებელ სტრატეგიას სიმრავლის შეკერა მთლიანობით სისტემად რეგიონთა და ბოლოს ქვეყნის მასშტაბით და მისი წარმოდგენა ერთიან წარ-

მონაქმნად ხორციელდება დაგეგმვის ინდიკატური მექანიზმის მეშვეობით.

ამ გზით ყალიბდება რეგიონებისა და ქვეყნის მასშტაბით სტრატეგიული მართვის პოლიფონიური სისტემა. ამგვარად შეკრული მართვის ზედა დონის სტრატეგია გამოდის ქვედა დონის ორიენტირად, როგორც რეკომენდაციის ბუნების მიმანიშნებელი ინსტრუმენტი. ქვედა დონის ბიზნეს გეგმები კი გამოდიან რეგიონისა და ქვეყნის სტრატეგიული გეგმების საყრდენის როლში.

ამიტომ, *სინქრონიზებული საბაზრო ეკონომიკის განვითარების სტრატეგია ესაა ძირეული რგოლების ფუნქციონირების სტრატეგიებიდან აღმოცენებული და კომერციული მიდგომით შეთანხმებული ქვეყნის (რეგიონის) ერთიანი სტრატეგია.*

ამიტომ, *აქ დირექტიულის ნაცვლად ფუნქციონირებს ფუნქციონირებადი ობიექტების კონტრაქტების საყოველთაოდ განსტოებული სისტემა და მასზე დაფუძნებული ბიზნეს გეგმების ინდიკატური შემკვრელი.* მაშინ, როდესაც ცენტრალიზებული მონოლითური სტრატეგიული მართვა დირექტიული აღვირებით (დირექტიული გეგმით) საერთო საქვეყნო სტრატეგიაში ჩართავს საწარმოებს, ორგანიზაციებს, რეგიონებს. ისინი აქ გამოდიან ზემოდან დაკისრებულ დავალებათა შემსრულებელ რობოტ-მანიპულატორებად.

ამგვარია არსებითი განსხვავება ქვეყნისათვის ცენტრში შემუშავებულ მონოსტრატეგიით მართვის სისტემასა და სტრატეგიული მართვის პოლიფონიურ სისტემას შორის. პოლიფონიურია სტრატეგია, რომელიც დაფუძნებულია განვითარების მრავალ დამოუკიდებელ სტრატეგიულ ქცევათა შეთანხმებაზე.

ცენტრის მონოსტრატეგიის ცენტრალური რგოლია დირექტიული დაგეგმვა, პოლიფონიური სტრატეგიებისათვის კი ინდიკატური დაგეგმვა.

მართვის და დაგეგმვის ინდიკატური მექანიზმი წარმოადგენს ბუნებრივად მომქმედი ეკონომიკური ავტომატიზმით აღმოცენებული ინიციატივის ირიბ ე. ი. გარემოს მეშვეობით, არადირექტიული მართვის მექანიზმს. ეკონომიკური ავტომატიზმი წარმოადგენს ეკონომიკური სუბიექტის ქცევის მექანიზმს იმის მიხედვით, თუ რა გარემოში აღმოჩნდება იგი. ეს ქცევა იბადება საკუთარი ინიციატივით ყოველგვარი უშუალო მმართველობითი

ზევაკლენის გარეშე ე. ი. ავტომატურად. იგი თვითმმართველია გარემოსთან კავშირისა და უკუკავშირის თვითრეგულირებადი მექანიზმით, რაც გამოიხატება მმართველობითი გადაწყვეტილების მიღების დამოუკიდებლობაში.

მართვისა და დაგეგმვის ინდიკატური მექანიზმის რეალობა დასტურდება იმით, რომ ცხოვრებაში არსებობს მექანიზმი, რომელიც ყოველი თვითმმართველი ობიექტის გარემომცველ და ამ მექანიზმისათვის ხელმისაწვდომ პროცესებს აძლევს მსვლელობას და აყალიბებს კონკრეტულ გარემო ვითარებას. ამით იგი ქმნის თვითმმართველი ობიექტების ქცევათა შემზღულად და ახალ შესაძლებლობათა წარმოქმნის დაპროგრამებული შეუღლების იმგვარ გარე სიტუაციებს, რომლებიც უხილავი ხელით უბიძგებენ მენეჯერებს, მეწარმეებს, საწარმოებს, ინვესტორებს და ბიზმესმენებს მიიღონ საკუთარი ინიციატივით საპასუხო მმართველობითი გადაწყვეტილებები, რომლებიც ამგვარი გარემოს გამო თავისი ბუნებით ძირითადად აღმოჩნდებიან პოლიფონიურ გზაზე.

ამგვარ ირიბულ-არადირექტიული მართვის მექანიზმს ვუწოდებთ მართვის ინდიკატურ მექანიზმს. გარემოში ცვლილებების შეტანა შესაძლოა მოხდეს კანონმდებლობითი-დირექტიული წესით, ვინაიდან ისინი ქმნიან გარემოს და არ ახორციელებენ ეკონომიკური სუბიექტისადმი სამმართველო გადაწყვეტილების დირექტიული წესით თავს მოხვევას.

ამ ინდიკატურ მექანიზმს თუ ფლობს ხელისუფლება, მაშინ შეგვიძლია ვუწოდოთ შეგნებული მართვის ინდიკატური მექანიზმი, ხოლო იმ შემთხვევაში თუ მას ფლობს საბაზრო ქაოსი და ჰიპერინფლაცია, რომლებიც ფართო გასაქანს აძლევენ პარაზიტულ მიმთვისებლობის მექანიზმს და მაფია ბიზნესს, მაშინ მას შეგვიძლია ვუწოდოთ სტიქიური მართვის ინდიკატური მექანიზმი.

შეგნებული მართვის ინდიკატური მექანიზმის გამოყენება შეუძლია ხელისუფლებას იქ, სადაც საბაზრო მექანიზმი თავისთავად ვერ იძლევა ეკონომიკურ და სოციალურ პოზიტიურ ძვრებს და იწვევს ნეგატიური გარემოს ჩამოყალიბებას. იქ, სადაც გარემო თავისთავად პოზიტიურია, ხელისუფლება მასში არ უნდა ჩაერიოს. ამ სახით ხორციელდება საბაზრო ეკონომიკის მოწინავე ქვეყნებში მართვის ფუნქციების განაწილება ხელისუფლებასა და სა-

ინდიკატურია პროგნოზი, თუ პროგნოზირების გაანგარიშებებში მონაწილეობს დამოუკიდებლად სამმართველო გადაწყვეტილებათა მიმღები ეკონომიკური სუბიექტების (საწარმოების, ფირმების, გაერთიანებების და სხვა ორგანიზაციების) თითქმის მთელი არმია. ისინი დამუშავების პროცესის მეშვეობით და შეტყობინების სათანადო სისტემით ახდენენ გავლენას პროგნოზირებად მდგომარეობაზე ან განვითარების ტენდენციაზე. გარემოში ცვლილებების შემტან მოვლენებმაც უნდა ჰპოვონ პროგნოზებში ასახვა იმის მიხედვით, თუ რომელი მათგანი განეკუთვნება ენდოგენურ და რომელი ეგზოგენურ ფაქტორებს.

ამგვარი მიდგომით გზა ეხსნება დამოუკიდებელ სტრატეგიათა პოლიფონიურ შეთანხმებაში მოყვანას. ამ ფუნქციას ასრულებს ინდიკატური დაგეგმვა, რომელიც წარმოშობს გეგმა პროგნოზს ქვეყნის მასშტაბით და არა გეგმა ღირებულებას, ეს იმას ნიშნავს, რომ დაგეგმვამ უნდა ამოიკითხოს ქვეყნის მასშტაბით როგორ განვითარებას გვიქადის მრავალსტრატეგიული ბიზნეს გეგმების სისტემა, რომელიც პარტნიორულ საფუძველზე შეთანხმებულია ურთიერთთან და გამოხატავს ამგვარი ეკონომიკის სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების უნარს. ამ უნარის რეალიზაციას უნდა უწყობდეს ხელს ხელისუფლება. გეგმა პროგნოზის მიხედვით განისაზღვრება მოცემული სახელმწიფოს ეკონომიკური, კომერციული და სოციალური ინტერესები, რომლითაც უნდა ხელმძღვანელობდეს იგი როგორც ქვეყნის შიგა, ასევე გარე კავშირებში.

ინდიკატური დაგეგმვის კლასიკურ ქვეყნად ცნობილია საფრანგეთი. ამ ქვეყნის გამოცდილებამ აჩვენა, რომ რაც უფრო მეტი მონაწილეა ინდიკატურ დაგეგმვაში, მით უფრო ქმედითი ხდება ამგვარი დაგეგმვა. საქმე იმაშია, რომ ინდიკატურ დაგეგმვაში გარდა მართვა-დაგეგმვის ცენტრალური ორგანოებისა მონაწილეობს ყველა ეკონომიკური აგენტი (ეკონომიკური სუბიექტი, როგორც იურიდიული პირი), რომლებიც უფლებამოსილნი არიან დამოუკიდებლად მიიღონ მმართველობითი გადაწყვეტილებანი და ამის გამო მათ გააჩნიათ დამოუკიდებელი სტრატეგია.

ამ სტრატეგიას განსაზღვრავს გარემოში მომხდარ ან მოსალოდნელ ცვლილებებზე რეაგირებაში საკუთარი ქვეყნების ხასიათი, მანერა, გამიზნულობა საკუთარი ბიზნესის კეთების საქმეში.

• ასე აღმოცენდებიან მათი ბიზნეს გეგმები.

ინდიკატურ დაგეგმვაში, საწარმოების, რეგიონების და დამოუკიდებელი ფუნქციონირებისათვის ორგანიზებული ობიექტების მონაწილეობა ცენტრალიზებული ინდიკატორული გეგმის შედგენაში აუცილებელია. ეს იმიტომ, რომ დაგეგმვის პროცესში გამოვლინდება ხოლმე მასში მონაწილეთა შორის ინტერესების, როგორც ურთიერთავსებადი, ასევე საპირისპირო სპექტრი. ამიტომ, აქ მიმდინარეობს სათანადო დუდილის პროცესი, რომლის შედეგად მიიღწევა შეთანხმებათა მთელი გამა. აქ ხორციელდება აზრთა გაცხობველბული გაცვლა, რათა მონახოს საერთო მოდუსი, რომელიც აგებული იქნება პარტნიორულ-კომერციულ შეთანხმებათა გზით.

მაგ., წარმოდგენილი იქნა გეგმის ალტერნატიული ვარიანტი რომელიმე დასაგეგმი ობიექტის მიმართ. პირველი ვარიანტი მისაღებად მიაჩნია მოცემული ობიექტის ბიზნეს გეგმას მაშინ, როდესაც მეორე ვარიანტი ძალზე ესაჭიროება და პასუხობს ქვეყნის საერთო სტრატეგიას. ამ შემთხვევაში იწყება აზრთა გაცვლა თანაბარუფლებიან პარტნიორებს შორის ყოველგვარი ღირექტივის გარეშე, კომერციული გარიგების საფუძველზე. იმ შემთხვევაში, თუ შეთანხმება ვერ იქნა მიღწეული, მაშინ ქვეყნის მგეგმავი ორგანო, რომელიც გამოდის საერთო სახელმწიფოებრივი ინტერესებიდან შეცვლის პირობებს, რომელშიაც უხდება ფუნქციონირება ამ ობიექტს ისე, რომ ამ ახალ გარემოში მას არ გაუუარესდეს ბიზნეს კეთების პოზიციები. მეორე ვარიანტის შემთხვევაში ეს შეიძლება ფასების ან გადასახადების, საბანკო-საკრედიტო ოპერაციებში სათანადო პრივილეგიების ჩართვით. ამან შესაძლოა გამოიწვიოს ის, რომ ამ ობიექტის წარმომადგენელმა საკუთარი ინიციატივაც კი გამოავლინოს და დათანხმდეს ამ პირობებში მეორე ვარიანტს. ამ საფუძველზე შესაძლებელია შეთანხმების მიღწევა. შესაძლოა ისეთი შემთხვევაც, როდესაც ცენტრალური ორგანოს წარმომადგენელი გახდება იძულებული უცვლელად მიიღოს საწარმოს (ფირმის) მიერ წარმოდგენილი ბიზნეს გეგმა და ჩართოს იგი საერთო ინდიკატორული გეგმის შემუშავებაში. შესაძლოა განსჯის საგანი გახდეს არა გეგმის ვარიანტი, არამედ წარმოდგენილი ბიზნეს გეგმის რომელიმე პარამეტრი. აქაც ანალოგიური მიდგომა უნდა იქნას გამოყენებული.

საჭიროა კონტრაქტების ფართო სისტემაზე დაფუძნებული ბიზნესის გეგმების ურთიერთშეჯერება და ამაზე დაყრდნობით შეთანხმებათა გზების მოძებნა. აქ უნდა გავითვალისწინოთ ისიც, რომ სხვადასხვა ობიექტების სტრატეგიულ ქცევებზე აგებული ბიზნეს გეგმების კომპლექსი წარმოშობს ცალ-ცალკე აღებული ყოველი მათგანისათვის იმ გარემოს, რომელსაც მათ უნდა გაართვან თავი. ამიტომ, აქ ანალიტიკურ ჭვრეტას უნდა ეფუძნებოდეს თუ რა გარემოსთან გვაქვს საქმე, რომელიც ყალიბდება გეგმა ბიზნესთა ურთიერთჯაჭურ რეაქციაში. მოცემული ობიექტისათვის ამ გარემოების ხედვის არის მიღმა დატოვება დაუშვებელია. ცხადია, რომ თუ რომელიმე ობიექტის ბიზნესის გეგმამ განიცადა ცვლილება, უნდა გავითვალისწინოთ თუ რა რეაქციები მოყვება დანარჩენთა ბიზნეს გეგმებში. ე.ი. გავარკვიოთ, თუ რა ცვლილებას განიცდის გარემო. ამგვარ ანალიტიკურ ჭვრეტაში უნდა მონაწილეობდეს ყველა ობიექტის წარმომადგენელი.

საერთო ინდიკატური გეგმის დამუშავების ამგვარი ორგანიზაცია უზრუნველყოფს ყველა მონაწილის გარკვეულობას და თვალნათლივ აღქმას. ეს კი წარმოადგენს ინდიკატური გეგმის რეკომენდაციებისადმი ნდობას და რწმენის წყაროს. ეს უკანასკნელი ამ გეგმით წარმოდგენილ რეკომენდაციებს აძლევს ქმედითობას და ამდენად იგი აღიჭურვება მუშა გეგმის თვისებებით. იმიტომ, რომ ყველამ ვინც მიიღო მონაწილეობა ამგვარად ორგანიზებული ინდიკატური გეგმის შედგენაში თვალნათლივ ხედავს, რომ მისგან ხელოვნური გადახრა დააზიანებს ბიზნესის კეთების მის გეგმას, ვინაიდან გაწყდება ის კავშირები, რომელთაც მისთვის სასიცოცხლო მნიშვნელობა ენიჭებათ. ამ პირობებში მართვის ზედა რგოლის სტრატეგია ქვედა დონისათვის მარტივ-ტირებელ ფუნქციას იძენს.

ამ გარემოებით აიხსნება ის, რომ ინდიკატური დაგეგმვის ქმედითობას განსაზღვრავს ის, თუ რაოდენ მართებულ ორიენტაციას აძლევს და ორგანიზებულს ხდის მისი რეკომენდაციები თვითმმართველი ობიექტების (ორგანიზაციების, დაწესებულებების) ფუნქციონირებას. ამით ინდიკატური გეგმა ეხმარება მოცემულ ობიექტს მიაღწიოს სასურველ შედეგს მოცემულ და პროგნოზირებით დაფიქსირებულ გარემოში. საიმედო პროგნოზი თვით კისრულობს მიმანიშნებელი ინდიკატორის (მიმანიშნებელი მრჩეველის) როლს.

ინდიკატური ზემოქმედების კარგ შესაძლებლობებს ქმნის ცენტრალური მგეგმავი ორგანოს მიერ გავრცელებული სხვადასხვა ინფორმაცია სხვადასხვა ტიპის პროგნოზების გამოყენებით. *საქმიანობა, რომელიც ხელს უწყობს ინფორმაციის გაცვლას ეკონომიკურ აგენტებს შორის განავრცობს ინდიკატურ ზემოქმედებას. ეს კი წარმოქმნის მისაღები მმართველობითი გადაწყვეტილებების კოორდინაციისათვის ხელშემწყობ მათორგანიზებელ ინდიკატურ ჩარჩოებს.*

მართვისა და დაგეგმვის ინდიკატური მექანიზმის მასტიმულირებელი და კოორდინაციის ეფექტი შეიძლება მოგვცეს ეკონომიკური აგენტების მიზანთა წინასწარ განცხადებამ მაშინაც კი, თუ იგი არაა განმტკიცებული მკაცრი საკონტრაქტო ან სხვა ინსტრუმენტარით. საჭიროების შემთხვევაში შესაძლოა განხორციელდეს დამატებითი პირდაპირი მოლაპარაკებები ეკონომიკურ აგენტებს შორის. მათი შეთანხმება შეიძლება საფუძვლად დაედოს საგეგმო გადაწყვეტილებათა კოორდინაციას საგეგმო და ეკონომიკაში მომქმედ სხვა ორგანოებს შორის. აქ უკვე საგეგმო პოლიტიკის განხორციელება ხელოვნებად გვეკლინება.

ინდიკატურ დაგეგმაში ცენტრალიზების ფუნქცია უთავსდება გადაწყვეტილებათა მიღების დეცენტრალიზებულ სისტემას და არა პირიქით. აქ კორექტირების და შეუთავსებლობის მოხსნის პროცესი მიმდინარებს მანამდე, სანამ არ იქნება შემუშავებული მეტ-ნაკლებად მისაღები მომავალი ეკონომიკური განვითარების საერთო თვალთახედვა.

ინდიკატურ გეგმას შემდეგნაირად განმარტავენ ხოლმე: ესაა დაგეგმვა შეთანხმებათა გზით და არა თავსმოხვეულ ღირექტიულ გადაწყვეტილებათა მაიძულებელი სისტემა.

ინდიკატური დაგეგმვის მიზანია გადაწყვეტილებათა მომზადება შეთანხმებათა ნიადაგზე ან მათზე ღირექტიული კი არა, არამედ ეკონომიკურ-კომერციული გავლენის მოხდენა. აქ გადაწყვეტილებათა მიღების უფლებათა განაწილება ცენტრალურ აპარატსა და ქვემდგომ ეკონომიკურ აგენტებს შორის დამოკიდებულია საბაზრო ქაოსის გამომრიცხავ ბუნებრივ ფაქტორებზე. ეს თანაფარდობა განსაზღვრავს მართვის ცენტრალიზაციის ხარისხს იმის მიხედვით, თუ როგორ პა-

სუბობს იგი საბაზრო სისტემის სინქრონიზაციის მოთხოვნებს იმ ენდოგენურ და ეგზოგენურ გარემოში, რომელშიაც აღმოჩნდება და რომელსაც ფლობს იგი ამჟამად და მომავალშიაც. აქ არსებითი მნიშვნელობა ენიჭება მესაკუთრეთა უფლებებს. სახელმწიფო და კერძო საკუთრება ამ მხრივ არსებითად განსხვავდებიან.

საკუთრების ფორმა და გადაწყვეტილების მიღების უფლება ემთხვევა სახელმწიფო საკუთრებაზე უფლების ცენტრალიზაციას მაშინ, როდესაც კერძო საკუთრებაზე ვრცელდება უფლების დეცენტრალიზაცია. მიუხედავად ამისა, შესაძლოა მათი გადაჯვარედინებაც. სახელდობრ, გარკვეულ ფარგლებში გადაწყვეტილებათა მიღება ზემდგომი ორგანოს მიერ დელეგირებულია სახელმწიფო საწარმოზე (ფირმაზე). შესაძლოა უკუსვლაც, როდესაც კერძო საწარმო თავისი უფლებების ნაწილის დელეგირებას ახდენს ზემდგომ ორგანოებზე, თუმცა ამის მიმართ არსებობს განსაზღვრული შეზღუდვები. უმეტეს წილად აქ საკითხი ეხება: მოგების განაწილებას, საწარმოს გაყიდვას, აგრეთვე უფლებას, რომ უმეტეს შემთხვევაში მესაკუთრის შეხედულებით დაინიშნოს ხელმძღვანელი თანამდებობის პერსონალი.

გადაწყვეტილებათა მიღების უფლებების განაწილება ძირითადად ხორციელდება ორი ჭრილით:

1. *ფუნქციების პირდაპირი განაწილება* ცენტრალურ ორგანოებსა და ქვემდგომ რგოლებს შორის;

2. *ფუნქციების განაწილება ეკონომიკური ბერკეტებით* ცენტრალურ ორგანოებსა და ქვემდგომ რგოლებს შორის.

ეს ბერკეტები გავლენას ახდენენ ქვემდგომის საქმიანობის პირობებზე ე.ი.

გარემოში ამგვარი ცვლილებების გამო ქვედა რგოლი საპასუხო გადაწყვეტილებებს ღებულობს. ამით ისინი უხილავი ხელით მართული ხდებიან. ამგვარია ინდიკატური მართვის მექანიზმი.

მართვის ამგვარად დეცენტრალიზებული სისტემისას, რაც დამახასიათებელია თანამედროვე ცივილიზებული საბაზრო ეკონომიკისათვის, ცენტრის მიერ წინასწარ შედგენილი საგეგმო მონახაზი არ წარმოადგენს სახელმწიფო ცენტრალური ორგანოების მიერ გადაწყვეტილებათა მიღების საფუძველს, მაგრამ გამოიყენება როგორც ეკონომიკის მართვის ქვემდგომი რგოლების გადაწყვეტილების მიღებაზე არადირექტიული ე. ი. ინდიკატური (მიმანიშნებელი დამაკვალ

იანებელი რეკომენდაციების ეკონომიკური და კომერციული ქმედითობით) გაუღენისათვის. ამგვარია ინდიკატური დაგეგმვა წმინდა სახით.

საბაზრო ეკონომიკის უმრავლეს ქვეყნებში წმინდა სახის ინდიკატური დაგეგმვა ასრულებს მნიშვნელოვან როლს, თუმცა სინამდვილეში მუდამ არსებობს სფეროები, სადაც ხელისუფლების ცენტრალური ორგანოები ღებულობენ უშუალო გადაწყვეტილებებს გეგმებზე დაყრდნობით.

საფრანგეთში არსებობდა გეგმების სისტემა, რომელიც არ იყო სავალდებულო მთავრობის სამინისტროებისათვისაც კი. მათი მთავარი ფუნქცია იყო მოეხაზათ ზოგიერთი სასურველი და დასაშვები გზა მომდევნო წლის გეგმაში. ამ გზის ამსახველი გეგმის საფუძველზე შესაძლებელი ხდებოდა, რომ სამინისტროებს, მსხვილ ფირმებს (საწარმოებს) და სხვა ორგანიზაციებს შეექმნათ შესაძლებლობა, რათა დაემუშავებინათ თავიანთი საკუთარი გეგმები. აქ ცენტრალური გეგმა, ინდიკატური ბუნების გამო, გამოდის არა როგორც შეზღუდვა, არამედ როგორც ინფორმაციის ყარო, რომელიც გადაწყვეტილებათა მიმღებთ ეხმარება შეაფასონ, თუ რაოდენ დასაშვებია და სასურველი მათი მეტნაკლებად დეტალური გეგმები გარემოს უფრო ფართო და ზოგადი ხედვით.

ამგვარია მდგომარეობა არა მარტო საფრანგეთში, არამედ იაპონიასა და დიდ ბრიტანეთში, თუმცა ერთგვარი განსხვავებით, რომელთაც არა აქვთ არსებითი მნიშვნელობა ინდიკატური მართვის მექანიზმის სწორად გაგებისათვის.

ინდიკატური გეგმების მაჩვენებელთა სისტემა უნდა საზრდოობდეს სამრეწველო ფირმების, სხვა საწარმოების და ორგანიზაციების ბიზნეს გეგმების მაჩვენებლით. ყოველი მათგანი უნდა იყოს მოტივირებული და ურთიერთთან შეუღლებული მთლიანობით სისტემაში. ნათლად უნდა ჩანდეს ყოველი მაჩვენებლის როგორც ინგრედიენტის როლი ამ სისტემის გამოსავლის ფორმირებაში. ამ სისტემის გამოსავალი უნდა იყოს დასაშვები ფართო ხედვისათვის და სასარგებლო და მისაღები კერძო ინტერესებისათვის.

ინდიკატური გამაფრთხილებელი სიგნალების როლს ასრულებენ ფასების საერთო ღონე, საგარეო ვაჭრობის ბალანსი, წარმოების საერთო და სამრეწველო პროდუქციის ზრდა, ინვესტიციები წარმოებაში, უმუშევრობის ან დასაქმებულობის ღონე...

გამაფრთხილებელი სიგნალების სისტემის როლი ინდიკატურ დაგეგმვაში არსებითი მნიშვნელობის მატარებელია. ამ სისტემის მეტად მნიშვნელოვანი ეკონომიკური მახასიათებლების შერჩევას, რომელთათვისაც გეგმურ სიდიდეს ეძლევა ნორმატიული მნიშვნელობები თან ახლავს ყოველი მათგანის სიდიდიდან მაქსიმალურად დასაშვები გადახრები ზევით (+) და ქვევით (-). საგეგმო მაჩვენებლების ფორმირებისადმი ამგვარ მიდგომას უწოდებენ *გამაფრთხილებელი სიგნალების მეთოდს*.

იმ შემთხვევაში, თუ რაიმე სიდიდე შეიჭრა ერთ-ერთ ამ ზღვართაგანში და გამოიწვია გადახრის ზღვარის დარღვევა, მაშინ ეს მოვლენა გეგმურთხილებს, რომ საჭიროა ამ მდგომარეობის გამოსწორება ან გეგმის მიზნების ღია შეცვლა.

აქ შეიძლება წარმატებით იქნას გამოყენებული მმართველობითი რაციონალიზმის ანალიზურ-შემფასებელი სისტემები. ამ სისტემებს გააჩნიათ იმის უნარი, რომ სწრაფი რეაგირებით და კავშირების ნათელი ხედვით უზრუნველყონ მოქმედებათა შეთანხმება „სასწორის მექანიზმით“ შეკრულ მულტიპლიკაციურ სისტემაში (ამ სისტემის შესახებ ფართოდ არის ახსნილი წიგნში „ეკონომიკური ანალიზის და წარმოების საბოლოო შედეგების მარკენტიგული მართვის მეთოდოლოგია“ რუსულ და ქართულ ენებზე (თბ., მეცნიერება, 1992 წ.).

ამგვარი დაგეგმვის საქმეში სტრატეგიის მთავარი იდეა მდგომარეობს იმ წესების შემუშავებაში, რომელთა შესაბამისად დროის ყოველი მომენტისადმი მიიღება განსაზღვრული ქმედებები. ამ მოქმედებებს განსაზღვრავენ ხელმისაწვდომი ინფორმაციები სიგნალების შესახებ, რომლებიც ამ დროისათვის გააჩნია გეგმის შემსრულებელს. მმართველობითი რაციონალიზმის ენდოგენურ-ანალიზურ შემფასებელ მაჩვენებელთა სისტემა ქმნის მულტიპლიკაციურ დამოკიდებულებათა ჭრილში მოქმედებათა განსაზღვრის საფუძველს, რომელიც კრავს ორგანიზაციულ-ტექნიკურ მმართველობითი მოქმედებების მთლიანობით სისტემას და უშუალოდ და ოპერატიულად გვაწოდებს ინფორმაციას გარემოზე მათი რეაგირების და მათგან მისაღები საერთო შედეგის შესახებ. ეს კი უაღრესად საჭიროა ინდიკატური კორექტირებისა და მიმანიშნებელი ჩასწორების ოპერატიული განხორციელებისათვის.

გამაფრთხილებელი სიგნალები იძლევიან უპირველეს ინფორმაციას ნებისმიერი მუქარის შესახებ გეგმის ყოველი მიზნისა თუ

მაჩვენებლის მიმართ და მიუთითებს მოქმედებათა შესაბამის ხერხე-ბზე.

არსებობს ინდიკატური გეგმის შესრულების ხარისხზე ზედამხედველობის მექანიზმიც. იგი შეუღლებულია გადასინჯვის სპეციალურ პროცედურასთან მაშინ, როდესაც აუცილებელი ხდება გადამუშავება ან კორექტირება. ეს გადასინჯვები უნდა ხორციელდებოდეს რეგულარულად დროის განსაზღვრულ შუალედებში.

მთავრობას შეუძლია ინდიკატური ზემოქმედების გარდა წარმატებით გამოიყენოს პროგნოზირების ინდიკატურ ეფექტთან შეუღლებული მართვის ჩვეულებრივი ინსტრუმენტები. *გეგმაზე პროგნოზის გაელენის ხარისხი განსაზღვრავს მის ინდიკატურ ეფექტს.* ინდიკატური ეფექტის გაძლიერება შეუძლია იმგვარი ინსტრუმენტების უშუალო გამოყენებას, როგორც არის „კვაზიკონტრაქტები“* და „საგეგმო კონტრაქტები“. ამგვარი კონტრაქტები არ უკრავენ ხელ-ფეხს მხარეებს იურიდიულ ვალდებულებებით. ამგვარი ხელშეკრულებები წარმოდგენილი არიან მხოლოდ განცხადებათა გაცვლის სახით. ისინი ასახავენ განზრახვასა და მიზნებს. ამ განცხადებათა გაცვლა ხორციელდება მართვის ცენტრალურ ორგანოებს, მსხვილ საწარმოებს (ფირმებს) და ეკონომიკის დარგობრივ წარმომადგენლებს შორის.

სამმართველო გადაწყვეტილებათა მიღების უფლების დეცენტრალიზაცია შესაძლებელს ხდის, რომ მოქმედ სამეურნეო ქვედანაყოფებს შეეძლოთ გამოხატონ თავიანთი ზრახვები საინვესტიციო პროექტების მიმართ, ფასების დაწესების მიმართ და ა. შ., რომლებიც შეესატყვისებიან გეგმას. თავის მხრივ, ხელისუფლებას შეუძლია შესთავაზოს მათ მხარდაჭერის სხვადასხვაგვარი ფორმები იმისაგან დამოკიდებით, თუ როგორია ამ განცხადებაზე ეკონომიკური პროცესის სხვა მონაწილეების რეაგირება.

ამიტომ, *ინდიკატური დაგეგმვა განიხილება, როგორც რაღაცა თამაში გადაწყვეტილების მიმღებ რამოდენიმე მონაწილეს შორის.* გარდა ამისა, ინდიკატური გეგმა განსაზღვრული მორალური მოვალეობის მზიდი ხდება. სახელდობრ, გეგმის დამუშავებაში ჩართულია ადამიანების და ორგანიზაციების დიდი რიცხვი, რომელიც წარმოქმნის გეგმის მიმართ გარკვეული ზომის ლოიალობას (ერთგულებას, კეთილსინდისიერებას). ინდიკატური გეგმის შემდგენ ამ შემსრულე-

*ვითომ კონტრაქტი, ე.ი. სავარაუდო კავშირების ამსახველი კონტრაქტი

ბელთა ფართო წრეში ისაღვურებს თითქმის ერთნაირი დოზით განთავსებული აზროვნება და ერთად მოქმედების ძალისხმევა, რათა გატარებულ იქნას შეთანხმებული გარდაქმნები, რაზეც დიდად არის დამოკიდებული ქვეყნის სოციალურ-ეკონომიკური განვითარება. ამიტომ, *ინდიკატურ გეგმებში ასახულია მათი ლტოლვეები და შესაძლებლობები.*

5.3. დირექტულ-ინდიკატური სინერგული მართვის არსი და პარამეტრები

ნეგატიური გარემოს პოზიტიურ გარემოდ გარდაქმნის და მისი შემდგომი დაცვის ამოცანამ წარმოშვა დირექტულ-ინდიკატური სინერგიული მექანიზმებით მართვის აუცილებლობა*. დღეს საქართველოში გაბატონებულია დირექტიულ-ინდიკატური მართვის კონგლომერატი და ისიც საბაზრო ქაოსისა და სოციალური განუკითხაობის პირობებში. ეს უმართვადს ხდის ქვეყანას. წარმოიქმნა გაორებული ეკონომიკა. სახელდობრ, სახელმწიფო ბიუჯეტზე შერჩენილი ეკონომიკა და კერძო თვითმმართვედი ქაოტური ეკონომიკა, რომელიც სულ იმაზე მუშაობს, რომ გამორიცხოს კონკურენცია ყველგან და ყველაფერში, გარდა ბაზრიდან მოსახლეობის დიდი ნაწილის გამაძევებელი ე.წ. მყიდველთა შორის კონკურენციისა.

სანამ ქვეყანა ივლის კაპიტალის პირვანდელი დაგროვების გზით, რომლის მახასიათებელია მაფიური და სხვა პარაზიტული ფუნქციონირება, იწვევს მოსახლეობის ბუნებრივ და მექანიკურ განთესვას და ამ მექანიზმით მყიდველთა და მომხმარებელთა რაოდენობრივ შემცირებას.

* შემდგომი ორგანოს განკარგულებები, სახელმძღვანელო მითითებები მაკროეკონომიკის მართვის ორგანოების მიმართ და ფირმის უმაღლესი ხელმძღვანელობის მიერ შეგახაფირო მართვაში ბუნებით დირექტიულია ისევე, როგორც სახელმწიფო ხელიხუფლების უმაღლესი ორგანოს მიერ მიღებული ნორმატიული აქტები კონსტიტუციური წესრიგის დასაფარებლად, რომელსაც გააჩნია უმაღლესი ძალა სხვა ნორმატიულ აქტებთან შედარებით. ისინი წარმოადგენენ თავიანთი ბუნებით დირექტივებს და არა ინდიკატორებს. ე. ი. იძულებითი ზეწოლის ხაშუალებებს და არა ზეწოლისაგან თავისუფალ მიმანიშნებლებს.

სანამ ამ გზით ხორციელდება მდიდარ მაფიურ და სხვა პარაზიტულ შემოსავლიან მყიდველებზე ბაზრის მორგება, რომელიც გამიზნულია ჩამოაყალიბოს გადარჩენილთა ქვეყნის საბაზრო ეკონომიკა და არა გადარჩენილი ქვეყნის საბაზრო ეკონომიკა, მანამ იმპინვარებს ნეგატიური გარემო, რომელშიც იმყოფება ქვეყნის ყოველი ფუნქციონირებადი ობიექტი (ორგანიზაცია). ეს გარემო მართავს მათ უხილავი ხელით და ხელისუფლებას ადგმევინებს იძულებით ნაბიჯებს ე.ი. განაგებს მათ თავის „სტიქიურ ჭკუაზე“. ამ პირობებში პოზიტიური ღონისძიების ჩაკერება არსებულ ჯუშლობრივ (ერთად თავმოყრილ, შეგროვებულ, შეჯგუფებულ) წარმონაქმში, რომელიც წარმოადგენს კონგლომერატს, ქვეყნის გადარჩენის ნაცვლად დაგვაყენებს გადარჩენილთა ქვეყნის აღმოცენების ამერიკულ გზაზე. ე.ი. ვერ გადაარჩენს ქვეყანას და მის ეკონომიკას უდიდესი მსხვერპლის გარეშე.

ამიტომ, დაუყონებლივ უნდა გატარდეს ცხოვრებაში გარემოს გარდამქმნელ ღონისძიებათა მთლიანობითი სისტემა, რომელიც გამოაცლის ნიადაგს მაფიოზურ და პარაზიტული გზით სიმდიდრის დაგროვებას ერთეულთა ხელში, მოსახლეობის გალატაკების ხარჯზე და მისცემს ძლიერ ბიძგს ჯანსაღი ბიზნესისათვის ფუნქციონირებადი ობიექტების, ქცევების და საქმიანობათა სახეობების საყოველთაო გადართვას კაპიტალის პირვანდელი დაგროვებიდან სამაშულო კაპიტალის მასობრივ დაბანდებებზე.

გარდა ამისა უცხოური კაპიტალის დაბანდება-ფუნქციონირებისათვის ამ სისტემამ უნდა შექმნას იმგვარი გარემო, რომ იგი მიიზიდოს მაგრამ ამასთანავე გამორიცხოს კომპრადორული ქცევები, რომლებიც კისრულობენ სამაშულო წარმოების საწინააღმდეგო ფუნქციონირებას.

ამგვარ მიდგომებმა უნდა გადასვას მაფიოზები და სხვა პარაზიტი ფუნქციონერები მაფია ბიზნესის „ცხენიდან“ ჯანსაღი ბიზნესის „ცხენზე“. ამისათვის საჭიროა სათანადო გადამრთავი მექანიზმის შექმნა და მისი ოპერატიულად ამოქმედება. მან უნდა გამორიცხოს ხელისუფლების უმაღლესი, საშუალო და ძირეული რგოლების უხილავი ხელით მართვა ნეგატიური გარემოს მიერ. მანვე უნდა აამოქმედოს სოციალური განუკითხაობის და საბაზრო ქაოსის საწინააღმდეგო მექანიზმი და ამით საქართველოს ეკონომიკა დააყენოს

სოციალური გამოჯანსაღების გზაზე. ეს იმას ნიშნავს, რომ მოსახლეობის განთესვის პროცესი შეიცვალოს ბაზრის სამამულო საქონლით გაჯერების პროცესით ე. ი. არსებული კანონზომიერება (მოსახლეობის განთესვა) შეცვალოს ბაზრის საქონლით გაჯერების პროცესმა საპირისპირო კანონზომიერებამ. ამიტომ, აუცილებელია და გვერდს ვერ ავუვლით ნეგატიური გარემოს პოზიტიურ გარემოდ გარდაქმნის მექანიზმის შექმნას და გამოყენებას. ამგვარი სისტემური ცვლილებები შეუძლია გამოიწვიოს მართვის ღირექტიულ-ინდიკატურ სინერგიულმა მექანიზმმა. ეს უკანასკნელი მოიცავს სამ ურთიერთთან შეთანხმებულ ინგრედიენტს (რთული სისტემის შემადგენლებს, რომლებიც ურთიერთისაგან განსხვავდებიან თავიანთი როლით ამ სისტემაში) და არა მათ შეუთავსებად კონგლომერატს.

ეს ინგრედიენტებია:

- გარემოს მართვის ინდიკატურ სისტემაში ჩართული ღირექტიული ღონისძიებები, რომელთა დანიშნულებაც იქნება დაეხმაროს ინდიკატურ მექანიზმს იქ, სადაც მის გარეშე ინდიკატური ინგრედიენტი ვერ ძლევს ნეგატიურ ფაქტორს. მაგ., პრივატიზაციის მექანიზმში უნდა იქნას ჩართული ღირექტიული წესით საპრივატიზაციო კონტრაქტის იმგვარი შინაარსი, რომელიც მოითხოვს ქონების კერძო შემსყიდველისაგან ამ ქონების ექსპლოატაციისას მკაცრად დაიცვას სახელმწიფოს რიგი იმგვარი მოთხოვნებისა, რომლებიც აუცილებელია ქვეყნის საბაზრო ეკონომიკის სინქრონიზებული ფუნქციონირებისათვის და სოციალური განუკითხაობის თავიდან აცილებისათვის. ამასთანავე, დაცული უნდა იქნას ნორმალური მოვების მიღების მასტიმულირებელი როლი, დამოუკიდებელ სამართველო გადაწყვეტილებებში უკვე თვითმართვადი კერძო მესაკუთრის მიერ (თვითმართვადობა ეს უკვე ინდიკატური მანიპულატორია). ავიღოთ კერძო მაგალითი, დავუშვათ ქ. თბილისში განხორციელდეს საქალაქო მომსახურეობის ტრანსპორტიდან ავტობუსთა უმრავლესობის პრივატიზაცია ისე, რომ მათი ფუნქციონირების რეგულირებისათვის არ ჩაურთიათ ისეთი კატეგორიული მოთხოვნები, როგორცაა მოძრაობის გრაფიკის შეთანხმება პარტნიორულ საფუძველზე ქალაქის მერიასთან, სოციალურად დაუცველი ფენებისათვის უფასოდ მგზავრობის უფლების შენარჩუნება, თუნ-

დაც ზარალის შემთხვევაში ნაწილობრივი კომპენსაციით ან სხვა უკეთესი გზით, მგზავრობისათვის გადასახდელის მოძრავი ზედა ზღვრის დაწესებით, რომელიც აიგებოდა ხარჯები პლიუს ნორმალური მოგების ფარგლებში. განა აქ არ ფიგურირებს ღირეტიული მანიპულატორი ინდიკატურ არეში;

- ინდიკატური მექანიზმი, რომელიც ჩვენს მიერ ახსნილია იქ, სადაც განვიხილეთ ინდიკატური დაგეგმვის არსი და პარამეტრები:

- მესამე ინგრიდიენტთა დადებითი სინერგიული ეფექტი წარმოქმნილი ინდიკატურ მექანიზმში ღირეტიული მანიპულატორების ჩართვის ტექნოლოგიით. სახელდობრ, საქმე ეხება კონიუნქტურული წესით ღირეტიული მანიპულატორების ინდიკატურ არეში მხოლოდ იმ ადგილებში ჩართვას, რომელიც ინდიკატურ მექანიზმს მიეხმარება ნეგატიურის პოზიტიურ გარემოდ გარდაქმნაში. ეს იმას ნიშნავს, რომ უნდა წარმოიქმნას მთლიანობაში შეკრული მწყობრი მექანიზმი, რომლის ორგანიზებულობა გამოირიცხავს ანარქიას და ამას გარდა იძლევა დამატებით ეფექტს, ვიდრე გვექნებოდა დანარჩენი ინგრედიენტებით მიღებული ეფექტების ჯამი. ორგანიზებულობით მიღწეულ ამ დამატებით ეფექტს უწოდებენ დადებით სინერგულ ეფექტს.

ამრიგად, ღირეტიულ-ინდიკატური სინერგიული მართვის მიზანია ნეგატიური გარემოს პოზიტიურ გარემოდ გარდაქმნის გზით განახორციელოს საბაზრო ქაოსის და ჰიპერინფლაციის მოხსნა საქონლით გაუჯერებელი ე.ი. გამყიდველის ბაზრის პირობებში და საყოველთაო იმპულსის ჩამოყალიბება ბაზრის საქონლით გაჯერებისათვის. მას საფუძვლად უნდა დაედოს წარმოების, მეწარმეობის, და ასევე მათ მიერ ბაზრის საქონლით გაჯერების გზით სინქრონიზებულ საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლა. ამ მდგომარეობის მიღწევის კვალობაზე ღირეტიულ-ინდიკატური მართვის კონგლომერატის, სინერგიული კავშირებით გარდაქმნა საბაზრო თავისუფლების თანდათან სინქრონიზაციის ფუნქციას იკისრებს. ამგვარი კავშირებით მართული ეკონომიკის მიერ დაიბადება საქონლით გაჯერებული, კონკურენციის მატარებელი საბაზრო სისტემა. ეს იმას ნიშნავს, რომ ქვეყანა დააღწევს თავს ეკონომიკურ კრახს.

ვერავითარი სესხი ვერ გვიშველის თუ ის არ მოხმარდა ნეგატიურ გარემოს, როგორც ათვისებიანი სისტემის გარდაქმნას პოზიტიური

სისტემის მზიდ გარემოდ, რაც გაიყვანს ქვეყანას სინქრონიზებულ საბაზრო ეკონომიკაზე. ეს უკანასკნელი კი აუცილებელია საქართველოსათვის, როგორც ეროვნულ-დემოკრატიული სახელმწიფოსათვის. მაგ., გერმანიისათვის ან შვეციისათვის ან იაპონიისათვის და არა არაეროვნული ამერიკული ტიპის სახელმწიფოსათვის, სადაც მთავარია სახელმწიფო ეროვნულობის გარეშე. ამის გამო იქ დასაშვებია, რომ ეკონომიკის გადარჩენა აქცენტრებული იყოს მექანიკურ შევსებაზე, რაც გადაფარავს სოციალური განუკითხაობით საზოგადოების ნაწილის ბუნებრივ კლებას. ამ გზით მიადწია აშშ-მა თანამედროვე ცივილიზებულ საბაზრო ეკონომიკას. ეს გზა არ უნდა მოვახვიოთ თავს საქართველოს. მითუმეტეს, რომ არსებობს საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლის სხვა ზემოთ წარმოდგენილი გზაც. ამ უკანასკნელს უნდა შევეუსატყვისოთ მაკრო ღონისძიებათა მთელი სისტემა, რომლებიც გადაწყვეტენ არა ცალკეულ პრობლემებს, არამედ პრობლემების მთლიანობაში შეკრულ სპექტრს *.

განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება საწარმოების მიმართ ხელისუფლებასა და საწარმოს შორის ფუნქციების განაწილებას. ამ თვალსაზრისით საჭიროა საწარმოები და მეურნეობები დაიყოს 5 ჯგუფად მაინც. სახელდობრ, სახელმწიფო არაკომერციული, სახელმწიფო კომერციული, ერთპიროვნული კერძო და ჯგუფური საკუთრების დახურულ, და ღია აქციონერთა საწარმოები. პირველი მათგანი უნდა იმართებოდეს ღირებულებად, ვინაიდან მათი დანიშნულება უნდა იყოს სახელმწიფოს უზრუნველყოფა ნატურპროდუქციით, მეორის დანიშნულებას უნდა შეადგენდეს სახელმწიფო ხაზინის შევსება, მესამის დანიშნულებას უნდა შეადგენდეს კერძო და უცხოეთის კაპიტალის მოზიდვა ახალ საწარმოთა შექმნისათვის (მათ შორის გამაერთიანებელი საწარმოების შექმნისათვის), მეოთხე დანიშნულება კი უნდა იყოს არსებულ მსხვილ საწარმოთა გამოცოცხლება და არსებული კვალიფიციური კადრების შენარჩუნება და აქტივიზაცია. მეხუთის დანიშნულებას უნდა შეადგენდეს დაქსაქსული ფულადი კაპიტალის თავმოყრა-ცენტრალიზაცია. მხედველობაში უნდა ვიქონიოთ ისიც, რომ ჯგუფური დახურული

*1. პროფ. ვლადიმერ პაპაია, სმკ ეკონომიკურ ექსპერიმენტთა ჯგუფის ხელმძღვანელი „ეკონომიკური რეფორმის ქართული მოდელი“ „სოკური თერაპიიდან“ - „სოციალურ სტიმულირებამდე“ 7-9 ივლისი. 1995 წ. თბილისი.

საწარმოების ჩამოყალიბება უნდა განხორციელდეს გამოსყიდვით არენდული-იჯარით თანდათანობითი პრივატიზაციის გზით. ამასთანავე უკლებლივ ყველა პრივატიზებულ საწარმოს უნდა მიეცეს უფლება თვითონვე განსაზღვროს თავისი საწარმოს პროფილი და საწარმო რესურსების და ინფორმაციის უწყვეტი ნაკადით თავისი საწარმოს უზრუნველყოფის წყაროები. აქ ღირექტივა უნდა გამოირიცხოს.

გამოსყიდვითი არენდულ-იჯარაზე მყოფი საწარმოო სიმძლავრეების საიჯარო დაკვეთით ათვისებული ნაწილი უნდა იმართებოდეს ღირექტიულად, თავისუფალი საბაზრო შეკვეთებით შესრულებული ნაწილი კი ინდიკატურად.

ყველა საწარმო საკუთრების ფორმის მიუხედავად უნდა აღიჭურვოს აღრიცხვა-ანგარიშგების იმგვარი მაჩვენებლებით, რომლებიც ხელსაყრელი იქნებიან არა მარტო ბიზნესის გეგმის შესადგენად, არამედ აღმოჩნდებიან მეზო და მაკრო დონეზე მოხერხებულნი ერთდროულად და საჭიროების მიხედვით ღირექტიულ-ინდიკატურ სინერგიულ მექანიზმში ინდიკატური გეგმების ჩართვისათვის.

ღირექტიულ-ინდიკატური სინერგიული (ღირექტინდიკატსინი) მართვა აუცილებელი ხდება იმიტომ, რომ მეზო და მაკრო დონეებზე სტრატეგიული ნაერთი გეგმის შეკვრაში თავს იჩენს ბიზნეს გეგმებით და ღირექტიული გეგმებით გათვალისწინებულ მრავალრიცხოვან სტრატეგიათა შორის არა თავსებადი ბზარი და ისიც განპირობებული ნეგატიური გარემოს მძვინვარებით. აქ თავს იჩენს დაპირისპირებები, გაუმართლებელი პარალელიზმი და ამით გამოწვეული ურთიერთგადაფარვები, სახელმწიფოსათვის აუცილებელი, მაგრამ აუთვისებელი ხერხელების წარმოქმნა, მეურნეობრიობის სტრატეგიული ინტერესების არათავსებადობა და ა.შ. აქ მონობოლიასაც და ოლიგობოლიასაც შეუძლია იჩინოს თავი. მასობრივად აღმოცენებულ გამყიდველთა შორის ურთირთშეთანხმებული მმარცველური ფასების მონობოლიზაცია იწვევს მყიდველთა გატყაუება-განადგურებას, მათ ამ მადას კვებავს პარაზიტულად ნაშოვნი ჭარბფულიანობა და ამით ძირს უთხრის მეწარმეობის აქტივიზაციას და იწვევს ბაზრის მამტაბების შეზღუდავას.

ამ პირობებში საჭიროების მიხედვით გამოყენებული უნდა იქნან ერთმანეთთან შეუღლებული ღირექტიულ-ინდიკატური ჩამასწორებლები. ამგვარი მიდგომის დანიშნულებაა კონკურენციაშიდი საბაზრო სისტემის

მარეგულირებელ შემზღუდავთა მაგივრობის გაწევა მანამ, სანამ ფეხს არ მოიკიდებს და დომინირებას არ დაიწყებს მომხმარებლის ბაზარი. აქ უკვე წარმოიქმნება მომხმარებლის ავტონომიური შეუვალობა და მით დაბადებული საბაზრო შეზღუდულობები. ამგვარი მიდგომა მიმართულია ნეგატიური გარემოს წინააღმდეგ და სინქრონიზებული საბაზრო ეკონომიკის ჩამოყალიბებისაკენ. ე. ი. გადარჩენილთა საქართველოს ნაცვლად ამით უნდა მივაღწიოთ საქართველოს გადარჩენას. გადარჩენილთა საქართველოზე გასვლის სტრატეგია ეს კომპარაღორთა სტრატეგიაა. იგი უნდა გამორიცხოს ღირექტინდიკატსინმა.

ამ პირობებში არსებითი როლი უნდა შეასრულოს პოლიფონიურ სტრატეგიათა მეზო და მაკრო დონეებზე ჩამოყალიბებული სისტემის ორგანიზებულობის ეფექტის (სინერგიული ეფექტის) გაზომვის მეთოდოლოგიამ აგებულმა მმართველობითი რაციონალიზმის ანალიზურ-შემფასებელი გენეტიკური სისტემის საფუძველზე. ამ სისტემაში თვალნათლივ ამოიკითხება ეკონომიკური სუბიექტების (აგენტების) ქცევები და ამ ქცევათა კომპოზიციები. ამგვარი ანალიზი კი არსებითი ხდება ინდიკატური მართვის ქმედითობის უზრუნველსაყოფად. აქ აუცილებლად უნდა იქნას გამოყენებული ეკონომიკური მულტიპლიკაციური ანალიზის პერიდანტული მეთოდი. ამგვარი მიდგომით, მმართველობითი გადაწყვეტილების მიღებაში ეკონომიკური სუბიექტების (სამრეწველო ფირმების) დამოკიდებულების პირობებში ყოველი თვითმმართველი საწარმოს, ფირმის, ორგანიზაციის ბიზნეს გეგმები გამდიდრებული ანალიზურ-შემფასებელი მაჩვენებლების სისტემით ქმნის ყოველი მათგანის და მეზო და მაკრო დონეზე ნაერთი განხილვისათვის მათი ქცევის ამოკითხვის საუკეთესო ინსტრუმენტს, რაც მართვისა და დაგეგმვის ქმედითობის გამამდიერებელ როლს კისრულობს. ამიტომ, უადრესად საჭიროა მმართველობითი რაციონალიზმის ანალიზურ-შემფასებელი სისტემებისა და ეკონომიკური მულტიპლიკაციური ანალიზის პერიოდანტული მეთოდის საყოველთაო გავრცელება სამრეწველო ფირმების ბიზნეს გეგმაში და მათი მეშვეობით ინდიკატურ დაგეგმვასა და ღირექტიულ-ინდიკატურ-სინერგიულ მართვაში მეზო და მაკრო დონეებზე. ღირექტინდიკატსინიც კი უფრო ქმედითი გახდება ამ ღონისძიების გატარებით.

საჭიროა მხედველობაში ვიქონიოთ ისიც, რომ შესაძლოა ჯერ მოგვიწიოს ფასებისა და ხელფასების ნორმალური შეუღლებით და

სხვა ღონისძიებებით ბიუჯეტის დეფიციტის ნულიფიცირება და ეკონომიკის სტაბილიზაცია, ეს უნდა გაკეთდეს იმ შემთხვევაში, თუ სხვა გზა გამორიცხულია ფინანსური რეალებით. მაგრამ თუ ეს პროცესი გაიჭიმა, მაშინ აუცილებლად უნდა დავადგეთ ლარის სუპერიზაციის და ეკონომიკის საბაზრო სინქრონიზაციის გზას, ვადაზვეც ადრე. იმ შემთხვევაში თუ სტაბილიზაციამ მოიცვა ეკონომიკა თავის დროზე, მაშინ მაინც მოგვიწევს საბაზრო ეკონომიკის სინქრონიზაციის მიღწევა ღირეპტიინდიკატსინით.

5.4. ღირეპტიული და ინდიკატური მართვის სინერგული შეუღლების საფუძვლები

საქართველოს დღევანდელ ეკონომიკაში დომინირებს ღირეპტიული და ინდიკატური მართვის კონგლომერატი. ეს იმას ნიშნავს, რომ არ არის მიღწეული შეთანხმებული ურთიერთობა ღირეპტიულ და ინდიკატურ მართვას შორის. ამ საკითხის მართებული გაგებისათვის საჭიროა უწინარეს ყოვლისა განვმარტოთ, თუ რა განსხვავებაა ღირეპტიულ და ინდიკატურ მართვას შორის.

ღირეპტიული მართვის დროს ღირეპტიულ უშუალო ზემოქმედებას ექვემდებარება მოცემულ ქვეყანაში ყოველი ფუნქციონირებადი ობიექტი და ის გარემოც, რომელშიც უწევს მას საქმიანობა. ამ დროს ყოველი საწარმო წარმოადგენს დახურულ სისტემას. მისი შექმნის ინიციატივა და ღირეპტიული ღონისძიებები ქვეყნის მართვის ცენტრალური ორგანოების მიერ ხორციელდება. ეს იწვევს იმას, რომ ღირეპტიული წესით ხორციელდება, როგორც მაკრო ასევე მიკრო ეკონომიკის მართვა.

მაკროეკონომიკის (საბანკო-საკრედიტო სისტემის, საგადასახადო სისტემის, საბაჟო სისტემის, ყველასათვის საკანონმდებლო შეზღუდვათა მთლიანობითი სისტემის და ა. შ.) მიერ შექმნილ გარემოში საწარმოები ექვემდებარებიან უშუალო ღირეპტიულ ზემოქმედებებს ღირეპტიულ საგეგმო დავალებათა დაშვებით და მათი შესრულებისათვის იურიდიული ძალის მინიჭებით. აქ ცენტრის მიმართ პასუხისმგებლობა ღირეპტიული წესით ვრცელდება საგეგმო დავალებათა უპირობო და განუხრელი შესრულება-გადაჭარბებისათვის. აქ, როგორც

მაკრო, ასევე მიკრო ეკონომიკა ერთმანეთთან ღირებულებით არსებითაა შეკრული და მთელი ქვეყანა ფუნქციონირებს ისე, თითქოს იგი ერთი „დიდი საწარმო“ იყოს. აქ მთავარია ის, რომ ღირებულებით ღონისძიებები მაკრო და მიკრო ეკონომიკაში მკაცრად ურთიერთთავსებადობით იყოს შეკრული და გამორიცხავდეს ურთიერთდაპირისპირებულობას. ამ პირობებში შესაძლებელი ხდება მთელი ქვეყნის მასშტაბით ღირებულებად ფეხაწყობილი ფუნქციონირება ცენტრის მიერ შემუშავებული ეკონომიკური სტრატეგიის მიხედვით. ეს უკანასკნელი კი გამორიცხავს ეკონომიკის დემოკრატიულ მართვას. აქ გარემოს უშუალოდ აყალიბებს ყიდვა-გაყიდვათა არა საბაზრო, არამედ ღირებულებით სისტემა.

ისმის კითხვა: წმინდა ინდიკატური მეთოდებით ხორციელდება თუ არა მართვა საბაზრო სისტემის ქვეყნებში? მართვა ღირებულებით ღონისძიებისაგან მთლიანად განთავისუფლებულია თუ არა? ჯერ ერთი, უნდა ვიცოდეთ ის, რომ რაც არაღირებულებითაა ინდიკატურია. უკანასკნელი მოიცავს ინდიკატური მიმანიშნებლებით მიკროეკონომიკის მართვას ღირებულებით წესით ჩამოყალიბებული მაკროეკონომიკურ გარემოში, რომელიც უთავსდება ან გამყიდველის ბაზრით შექმნილ გარემოს ან მყიდველის ბაზრით ჩამოყალიბებულ გარემოს. პირველი წარმოქმნის გამყიდველთა მიერ მონოპოლიურად მაღალ ფასებს, მეორე კი კონკურენციით ბუნებრივად რეგულირებულ ფასებს. პირველი ბაზარს აბალანსებს მყიდველთა რაოდენობის შეზღუდვით, მეორე კი მყიდველთა რაოდენობის გადიდებით. პირველი, ფირმის (საწარმოს) შემოსავლების ზრდის წყაროდ აქცევს ფასების გადიდებას, მეორე კი შემოსავლების ზრდის წყაროდ აქცევს ფასების შემცირებით მეტი მყიდველების მოზიდვას.

ამრიგად, ფორმირებულ ამა თუ იმ გარემოზე ორიენტირებული მიმანიშნებელი რეკომენდაციები (ინდიკატორები) წარმოადგენენ ინდიკატური მართვის „აღვირებს“. ეს იმიტომ, რომ ისინი გამორიცხავენ ღირებულებით ზეწოლას ყოველი ინდივიდუალურად აღებული ფუნქციონირებადი ობიექტის (ფირმის, საწარმოს) მიმართ, თუმცა გარემოს ფორმირების რეგულირებაში საკმაო ზომითაა წარმოდგენილი ღირებულებით ღონისძიებები. ამით იქმნება ყოველი ფუნქციონირებადი ობიექტების (ფირმის, საწარმოს) მიერ სამართველო გადაწყვეტილებათა მიღება-განხორციელების თავისუფლება. ეს თავისუფლებაც მიუთითებს ინდიკატური მართვის არსებობაზე.

ხელისუფლებას შეუძლია გარემოზე მოახდინოს არა მარტო ღირეკტიული ზეგავლენა არამედ გამოიყენოს გავლენის ეკონომიკური იმპულსატორები (ეკონომიკური ბიძგის გამომწვევი მეთოდები). მაგ., ხელისუფლებას შეუძლია შექმნას სასაქონლო სარეზერვო ფონდები საბაზრო მექანიზმზე მისი გავლენისათვის. სახელდობრ, იმ შემთხვევაში თუ საქონლით გაჯერებული ე. ი. მომხმარებლის ბაზარი წარმოიქმნება და კონკურენცია იმდენად მძვინვარებს, რომ იგი იმუქრება ფასების დაცემით ქვედა ბუნებრივ ზღვარზე დაბლა, რასაც აუცილებლად მოჰყვება მეწარმეთა მასობრივი გაკოტრება, მაშინ სახელმწიფოს შეუძლია შეისყიდოს ამ საქონლის დიდი პარტია და ამით შეანელოს კონკურენციით ფასდაცემის პროცესი და გადაარჩინოს მისი მწარმოებლები გაკოტრებისაგან. ამ სიტუაციაში შექმნილი სასაქონლო რეზერვი შეუძლია შეინახოს (თუ საქონელი ფიზიკურად ექვემდებარება შენახვას) და იმ დროს გადმოისროლოს ბაზარზე, როდესაც ამ საქონელზე ფასები იწყებს ზრდას და ისიც მის ბუნებრივ ზედა ზღვარს ზევით, რათა ამით გამოაცოცხლოს და გააძლიეროს კონკურენცია ფასების შემცირების პროცესის აღმოსაყენებლად, რაც მოხსნის იმის საფრთხეს, რომ მოსახლეობის (მყიდველების) ნაწილი გაირიყოს ბაზრიდან და შიშობილის არეში მოექცეს.

ამგვარი ღონისძიებებიც არადირექტიულია ე. ი. ინდიკატურია.

შესაძლოა სახელმწიფომ არადირექტიული წესით მართოს სახალხო მეურნეობრივი მთლიანობითი სისტემა, როგორც ერთიანი ორგანიზმი მისი რღვევის თავიდან აშორებისათვის. მაგ., ყოველი საწარმო მოიხმარს სხვა მომიჯნე საწარმოს კონკრეტულ პროდუქციას და ამით აწარმოებს პროდუქციას სულ სხვა საწარმოსათვის. ამგვარი ჯაჭვით საწარმოები გადაბმული არიან და კრავენ სახალხო მეურნეობას, როგორც მთლიანობით სისტემას. საწარმოთა საგარეო ეკონომიკური კავშირებიც უნდა პასუხობდნენ ამ მთლიანობითი სისტემის მაღალეფექტიან ფუნქციონირებას და მაშინ ქვეყანა (საქართველო), როგორც მსოფლიო ეკონომიკის ქვესისტემა გახდება ცალკე ეკონომიკური სუბიექტი თავისი ეკონომიკური, კომერციული და სოციალური ინტერესებით, რითაც გამორიცხავს კომპრადორულ ქცევებს.

ამიტომ, სახალხო მეურნეობის ამგვარი მთლიანობის ჩამოყალიბება, შენარჩუნება და განვითარებაც არადირექტიული წესით სახელმწიფოს ფუნქციას უნდა შეადგენდეს. ამის განხორციელება კი მას შეუძლია საწარმოთა ნაციონალიზაცია-პრივატიზაციის მონაცვლეო-

ბით. მართლაც, იმ შემთხვევაში თუ ამ მთლიანობას რღვევით ემუქრება რომელიმე საწარმოს გაკოტრება, რომელსაც დაკარგული აქვს კერძო კაპიტალის მიმზიდველობა, მაშინ სახელმწიფო შესყიდვის გზით ანხორციელებს მის ნაციონალიზაციას. სახელმწიფოს მორგანიზებული ძალა და სახელმწიფო კაპიტალის უნარი შესაძლებელს ხდის, რომ ეს საწარმო გამოცოცხლებული იქნას იმ დონემდეც კი, რომ მას გაუჩნდეს კერძო კაპიტალის მიმზიდველობის თვისებაც. ამ შემთხვევაში სახელმწიფო ანხორციელებს მის პრივატიზაციას. ამ პროცესის მიმდინარეობა უმტკივნეულო ხდება სახალხო მეურნეობისათვის, რომელიც შეფერხებათა გარეშე განაგრძობს (სხვა თანაბარ პირობებში) ფუნქციონირებას. აქ ღირეტიული არაფერი ურევია ე.ი. ეს მექანიზმიც ინდიკატურია.

მართლაც, გაკოტრება და კერძო კაპიტალის მიმზიდველობის თვისების დაკარგვა მიანიშნებს იმაზე, რომ საჭიროა ამ საწარმოს შესყიდვითი ნაციონალიზაცია. ამ საწარმოს გამოცოცხლება და კერძო კაპიტალის მიმზიდველობის თვისების შექმნა მიანიშნებს, რომ საჭიროა ამ საწარმოს პრივატიზაცია. ისინი გამორიცხავენ ღირეტიულ მართვას და ამიტომ, მართვის ინდიკატურ მექანიზმად გვევლინებიან.

საერთოდ, ეკონომიკური გარემოს მართვა ხელისუფლების მიერ აუცილებლად უნდა იცავდეს ღირეტიული და ინდიკატური ღონისძიებების იმგვარ შეუღლებას, სადაც ღირეტიული აღმართავს ბარიერს (აკრძალვას), ინდიკატური კი ეკონომიკურ სუბიექტს (მწარმოებელს, მეწარმეს) გაუხსნის საპირისპირო მიმართულებით მწვანე გზას. ამგვარი მიდგომა მიმართულია ჩრდილოვანი ეკონომიკის გამორიცხვისაკენ. დაუსვებელია ფუნქციონირებადი ობიექტი (საწარმო, ფირმა) დაახლოვდეს ყოველმხრივი ბარიერებით ისე, რომ არ დარჩეს თავისუფალი მოქმედების საკმაოდ მასტიმულირებელი არეალი. მაგალითად, იმგვარი საგადასახადო სისტემა, რომელიც მოცემული საწარმოს მოგებიდან მით უფრო მეტ გადასახადს ამოიღებს ანდა იმ ზომის გადასახადს დააკისრებს, რომ მას არ უტოვებს ქმედითი ფინანსური მანევრის შანსაც კი, რათა განახორციელოს მოგების შემდგომი გადიდება, გამორიცხავს ბიზნესს. ბიზნესი, ეს ზომ იმგვარი სოციალურად ჯანსაღი კომერციული საქმიანობაა, რომელიც იწვევს მოგებით გამდიდრებასაც კი. ამ გზით იგი ხდება ქვეყნის ეკონომიკის განმტკიცებისა და გაძლიერების ფაქტორი. ამგვარი გამდიდრების

გზის ჩამკეტი საგადასახადო სისტემა ხელს უშლის საბაზრო ეკონომიკის რეალურ ნიადაგზე წარმატებით ფუნქციონირებას. იგი საწარმოს (მეწარმეს) თუ არა უტოვებს არავითარ (არასაკმარის) შანსს აირჩიოს მოგების გადიდების რაიმე გზა, მაშინ ბიზნესის და მათ შორის მცირე ბიზნესის სწრაფ და საყოველთაო განვითარებაზეც კი ზედმეტია საუბარი საერთოდ და განსაკუთრებით წარმოების სფეროში, ვინაიდან ამგვარი საგადასახადო სისტემა წარმოებას ახრჩობს და უხურავს ფინანსური გაფურჩქვნის შესაძლებლობისაკენ გზას ე.ი. ბიზნესის კეთებას გამოცლილი აქვს ნიადაგი, ვინაიდან საგადასახადო ბარიერი გასაქანს არ აძლევს მწარმოებელსაც და მეწარმესაც (სიახლეთა წამოწყებას). ამ შემთხვევაში საგადასახადო სისტემა კისრულობს „საწველი აპარატის“ როლს, რათა ბიუჯეტში ამოიღოს სახსრები იქიდან და იმდენით მეტი, სადაც და რამდენით მეტიც გაჩნდება სულ ერთია ის იქნება მიღებული ფასების გადიდების ხარჯზე, თუ მწარმოებლისა და მეწარმეობის აქტივიზაციის ხარჯზე. ამით ბარიერი აღიმართება არა მარტო იქ, სადაც ფასების გადიდებით მიიღება მეტი მოგება და ისიც ფასების ზრდის ბუნებრივი ზედა ზღვარს ზევით, არამედ იქაც კი სადაც ბაზრის საქონლით გააყვრებით მიიღწევა მოგების მასის გადიდებაც. ისმის კითხვა: საით, რომელი გზით იაროს მწარმოებელმა ფასების გადიდებისაკენ, თუ მეტი მყიდველის მოზიდვისა და მათი საქონლით დაკმაყოფილებისაკენ?

ამ გზებს შორის რომელი იძლევა ბიზნესის (სიმდიდრის) კეთების მეტ შესაძლებლობას. აქ ორივე მხრივ ერთნაირი საგადასახადო ბარიერების შექმნა დაუშვებელია.

საჭიროა ფასების ზედა ზღვარს განაგებდეს სათანადო მექანიზმი. ეს ზღვარი მოძრავი უნდა იყოს. იგი უნდა იცვლებოდეს ევზოგენური და ენდოგენური ფაქტორების გავლენით. სახელდობრ, მოცემული სახეობის პროდუქციაზე ფასების ზრდა თუ გამოიწვია მისი წარმოებისათვის საჭირო საწარმოს რესურსების საყოველთაო გაძვირებამ მსოფლიო ბაზარზე, მაშინ ფასების ზედა ზღვარმა უნდა განიცადოს შესაბამისი ცვლილება, რასაც თან უნდა ახლდეს შრომის ანაზღაურების სათანადო გადიდება (მხედველობაშია ნომინალური ანაზღაურება). ამით შეიცვლება ეროვნული ფულის მასშტაბი ისე, რომ იგი არ გამოიწვევს შრომის გაუფასურებას და ამდენად, არც საშემსრულებლო დისციპლინას გამოაცლის ნიადაგს.

თუ ფასის გადიდება გამოიწვია ქვეყნის შიდა რესურსების საყ-

ოველთაო გაძვირებამ თუნდაც უყაირათობით, მაშინ ფასების ზედა ზღვარი და არც შრომის ანაზღაურება არ უნდა განიცდიდეს ცვლილებას. ფასების მასშტაბის ზრდა შრომის გაუფასურების გარეშე გამოირიცხავს ეკონომიკის პარალიზებას. ამ შემთხვევაში შეიცვლება მხოლოდ უცხოურ ვალუტასთან თანაფარდობა და მეტი არაფერი. ენდოგენური ფაქტორების პირობებში კი ცხოვრების გაძვირება არ უნდა აღემატებოდეს ფასების ზედა ზღვარს.

ფასების ზედა ზღვარის ფარგლებში ფასების გადიდებით მოგების გადიდება უნდა იბეგრებოდეს *გადასახადის პროგრესულად მზარდი პროცენტით* და ეს იქნება ამ გზაზე აღმართული ბარიერი. ამასთანავე, მწარმოებლებისა და მეწარმეთა აქტივიზაციით თუ ხორციელდება წარმოების მასშტაბების გადიდება და სიახლეთა შემოღება, სიტუაციური მართვის და მმართველობითი რაციონალიზმის გაუმჯობესება, რომელსაც თან ახლავს მოგების მასის ზრდა, მაშინ უნდა ამოქმედდეს მოგების ზრდის კვალობაზე საგადასახადო პროცენტის შემცირება. ე. ი. უნდა იქნას გამოყენებული *გადასახადების რეგრესიული სკალა*. ეს იმას ნიშნავს, რომ აქ ბარიერის აღმართვა გამოირიცხება და ამ მიმართულებით სვლას მიეცემა „მწვანე გზა“. *ბარიერისა და „მწვანე გზის“ საგადასახადო სისტემაში ამგვარი შეუღლება იძლევა, საგადასახადო სისტემის ორგანიზებულობით, სინერგიულ ეფექტს*. ეს იმიტომ მოხდება, რომ დირექტიული ბარიერი და ინდიკატური „მწვანე გზა“ ერთმანეთთან ამგვარი შეუღლებით გამოირიცხავენ მართვის დირექტიულ-ინდიკატურ კონგლომერატს და წარმოქმნიან დირექტიულ-ინდიკატურ სინერგიულ მართვას. აქ ბარიერად გვევლინება დირექტიული ზღუდე, ინდიკატურად შექმნილი გარემო კი თავისუფალ „მწვანე გზად“. ამგვარი შეუღლებები საერთოდ წარმოქმნის სინერგიულ ეფექტს.

სინერგიულია ეფექტი, თუ სისტემის ეფექტი აღემატება მისი ინგრედიენტების ეფექტების ჯამს და ეს მაშინ ხდება, თუ ინგრედიენტები კი არ უშლიან ერთმანეთს ხელს, რასაც დეზორგანიზებულობა შეაქვს მოცემულ სისტემაში, არამედ ხელს უწყობენ ერთმანეთს და ამით სისტემის ორგანიზებულობას აძლიერებენ, რომლის ხარჯზეც სისტემის ეფექტი მატულობს. ეფექტის ამ ნამატს ეწოდება სინერგიული ეფექტი. მას წარმოქმნის სინერგიული კავშირი, რომელიც სისტემების საერთო თეორიის მიხედვით, სისტემის დამოუკიდებელი ელემენტების ერთად მოქმედებისას უზრუნველყოფს მათი საერთო ეფექტის გადიდებას უფრო მეტად, ვიდრე ამას იძლევა ამავე ელემენტების ერთმანეთი-

საგან დამოუკიდებლად მოქმედების ეფექტების უბრალო ჯამი. ჩვენს მაგალითში ბარიერსა და „მწვანე გზას“ შორის სინერგიულ კავშირს უზრუნველყოფს საგადასახადო სისტემა, თუ ის ასრულებს მართვის აღვირის როლს: სინერგიული კავშირი სრულიად დარღვეულია, თუ საგადასახადო სისტემა ასრულებს მხოლოდ ბიუჯეტისათვის „საწველი აპარატის“ როლს.

„მართვის აღვირის“ როლში გამოსული საგადასახადო სისტემა ფართო გასაქანს აძლევს და კიდევ უბიძგებს იმას, რომ განხორციელდეს ბიზნესის კეთება სოციალურად ჯანსაღი კომერციული მიდგომით. ამგვარ გარემოში ეკონომიკური ბიძგი ეძლევა მწარმოებელს და მიმწოდებლებს გააქტიურონ თავიანთი საქმიანობა ბაზრის საქონლით გაჯერებისათვის და არა ფასების გადიდებისათვის, რაც გადის კონკურენციის წარმოქმნელ და გამაძლიერებელ გზაზე ქვეყნის შიგნით სამამულო საწარმოთა შორის. ამით გარდა ფასისა ამოქმედდება ზარისხის ფაქტორიც. ამან უნდა გაიყვანოს ქვეყანა მსოფლიო ბაზარზე კონკურენტუნარიანი პროდუქციის წარმოებით.

ამ პირობებში საწარმო (ფირმა) ფინანსური კეთილდღეობით უზრუნველყოფს სიმდიდრის კეთებას თავისათვის იმგვარად, რომ იგი ამავე დროს უზრუნველყოფს ქვეყნის ეკონომიკის გამდიდრებასაც. ამ გზით გამდიდრების შეზღუდვა საწარმოს (ფირმას) უბიძგებს პარაზიტული ქცევებისაკენ და ხელს უწყობს მაფია ბიზნესის განვითარებას და ქვეყნის სოციალურ დაკნინებას.

ღირექტიული და ინდიკატური მექანიზმების სინერგიულ შეუღლებას არსებითი მნიშვნელობა ენიჭება მმართველთი ქცევების სტრატეგიისათვისაც. სახელდობრ, ამ სტრატეგიის მიხედვით ყალიბდება მართვის ორგანოების სტრუქტურულ ქვედანაყოფებს შორის ფუნქციონირების განაწილებაც. *საქართველოს ესაჭიროება იმგვარი მმართველობითი სტრატეგია, რომელიც გამორიცხავს კორუფციისათვის ნოყიერ ნიადაგს და ამ გზით სპობს მაფიური საქმიანობის ყოველგვარ ნიადაგს.*

მართვის სისტემის აღნაგობა, ამ სტრატეგიული გამიზნულობით, უნდა უთავსდებოდეს ერთმანეთს უფლებებისა და პასუხისმგებლობათა ღირექტიულ განაწილებას და სამმართველო გადაწყვეტილებათა მიღება-განხორციელებისათვის თავისუფლებას ისე, რომ მან უზრუნველყოს მართვის ამ სისტემით სინერგიული ეფექტის მიღება. ეს შეუძლებელი გახდება მაფიური ქცევების ფეხის მოსაკიდებელთა ლიკვიდაციის გარეშე.

საჭიროა მმართველობითი ქცევის იმგვარ სტრუქტურაში მო-

ქცევა, რომელიც გამორიცხავს წაყრუება ურთიერთ ხელდაფარების შესაძლებლობებს და დაამკვიდრებს პირიზონტალურ და ვერტიკალურ ურთიერთკავშირებიან რეალური ორმხრივი პასუხისმგებლობის ოპერატიულობას.

სხვადასხვა უწყებები, სამინისტროები ანალიტიკურად უნდა ჭვრეტდნენ, თუ როგორ ცვლიან თავიანთი მოქმედებებით ერთმანეთის გარემოს და უნდა ანხორციელებდნენ ღონისძიებათა კოორდინაციას ისე, რომ კოორდინაციის დარღვევაზე ყოველი მათგანი კისრულობდეს თავის წილ პასუხისმგებლობას. ამან უნდა გამორიცხოს მათ ქცევებს შორის ურთიერთდაპირისპირებულობაცა და ურთიერთისადმი ხელის დაფარებაც. ასევე საჭიროა შემოღებული იქნას უკუკავშირებიანი ვერტიკალური პასუხისმგებლობა ე. ი. ზემდგომი ორგანო პასუხს უნდა აგებდეს ქვემდგომის მიმართ კანონების და განკარგულებების სისწორისა და პროდუქტიულობისათვის, გარდა იმ შემთხვევებისა, როდესაც საჭიროა გადახვევა ახალ გარემოებათა გამო და ისიც უნდა განხორციელდეს ზემდგომ ორგანოსთან შეთანხმებით.

ამგვარი უნდა იყოს ღირეპტიული ჩარჩოები, რომელიც მიმართულია კორუფციის ნიადაგის მოხსნისაკენ. მეორეს მხრივ, კი სათანადოდ ჩამოყალიბებულ ეკონომიკურ გარემოში სამმართველო გადაწყვეტილებათა მიღება-განხორციელების თავისუფლება „მწვანე გზას“ უნდა აძლევდეს მმართველობის პროდუქტიულობის ამაღლებას. ამგვარად ჩამოყალიბებული ორგანიზებულობით იგი უნდა ეყრდნობოდეს სათანადო საკონტაქტო სისტემას, რომელიც თავისუფალს ხდის არჩევანს, რომელსაც აკეთებს თანამდებობის პირი. აქ იბადება სინერგიული კავშირი სათანადო ეფექტიანობით ღირეპტიულ და ინდიკატურ ღონისძიებებს შორის.

მართლაც, საკონტაქტო სისტემა უნდა აიგოს კონტრაქტზე მოცემული თანამდებობისა და ზემდგომი თანამდებობის პირების ხელმოწერით, სადაც ნათელი უნდა იყოს, თუ ისინი რა პასუხისმგებლობებს კისრულობენ და ვის წინაშე. ამგვარ პასუხისმგებლობათა მიხედვით უნდა განისაზღვროს შრომის საგანაკვეთო ანაზღაურება.

საჭიროა ვიცოდეთ ის, რომ პასუხისმგებლობა ფული ღირს. ამ კავშირის დარღვევა კორუფციის აღმოცენება-განვითარების ნიადაგს ქმნის. მმართველ რგოლებში, რაც უფრო ნაკლებია რეალური პასუხისმგებლობა, მით უფრო ფართოა ურთიერთხელდაფარების ნიადაგი და ამ გზით კორუფციის აღმოცენების შესაძლებლობები მატულობს.

საჭიროა საპასუხისმგებლო თანამდებობაზე რეალური პასუხისმგე-

ბლობის გაძლიერება შრომის სათანადო ანაზღაურებასთან დარღვევებისათვის გაძლიერებული სასჯელის მიბმით. წინააღმდეგ შემთხვევაში კადრების შეცვლით კორუფციას ვერ აღმოვფხვრით. შეიცვლება მექრთამეები და არ მოისპობა ქრთამი, თუ დარჩა ამჟამად არსებული მართვის სტრუქტურა და სისტემა. პასუხისმგებლობისა და შრომის ანაზღაურების ამგვარი შეუღლება ასახავს ბარიერისა და „შწვანე გზის“ შეუღლებას საქმიანობის მოცემულ სფეროში.

ღირექტიულ-ინდიკატური სინერგიული მართვის ძირითადი რგოლია ინდიკატური დაგეგმვა. მართვის ამ მთლიანობითი სისტემის გარეშე ინდიკატური დაგეგმვა კარგავს ქმედითობას და გვევლინება უსუსური რეკომენდაციების სისტემად. ინდიკატური დაგეგმვა უნდა ასრულებდეს მიმანიშნებელი რეკომენდაციების ქმედითი სისტემის როლს. ეს კი მას შეუძლია იმ შემთხვევაში, თუ ღირექტიულ-ინდიკატური სინერგიული მექანიზმით ზორციელდება ქვეყნის შიგა გარემოს მართვა. ეს იმიტომ, რომ გარემო უბიძგებს ფუნქციონირებად ობიექტს, მათ შორის ფირმას განსაზღვრული ქცევებისაკენ, რაც ბაღებს საკუთარ ინიციატივას. *უმართავადი გარემო იწვევს ნეგატიურ ქცევებს მისი შესატყვისი ინიციატივით, მართავადი გარემო კი პოზიტიურ ქცევებს მისი შესატყვისი ინიციატივით.* პირველ შემთხვევაში ნიადაგი აქვს გამოცლილი ინდიკატურ დაგეგმვას, ვინაიდან პოზიტიური რეკომენდაციებით მინიშნება ფეხს ვერ მოიკიდებს ნეგატიურ გარემოში ან გამოიწვევს ხოლმე ნეგატიურ რეაგირებებს. *ინდიკატურ დაგეგმვას ესაჭიროება პოზიტიური გარემოს ჩამოყალიბება ღირექტიულ-ინდიკატური სინერგიული მართვით, რომელიც გამორიცხავს ღირექტიულ-ინდიკატური მართვის კონგლომერატს.* უკანასკნელი ნოყიერ ნიადაგს უქმნის მაფიოზის ჩაჯდომას უშუალოდ ქვეყნის ეკონომიკის მართვის გულში და იგი უხილავი ხელით ეუფლება გარემოს მართვის აღვირებს და მისი მეშვეობით საკუთარ ინტერესებს შეაპარებს ქვეყანას, რაც ძირს უთხრის ინდიკატურ დაგეგმვას. თანამედროვე ცივილიზებული ეკონომიკის ქვეყნებში მაფია გარიყულია სათანადო კანონებით ეკონომიკის მართვიდან (მისი გულიდან) და ამ უკანონო საქმიანობას ქმედითად ებრძვის ხელისუფლება. საქართველოში კი დღესაც (90-იან წლებში) ქვეყნის ეკონომიკის გულში ჩამჯდარია მაფიოზი და წველის მას, რითაც საქართველოს ეკონომიკას იმდენად ამანინჯებს, რომ კიდევ უქადის განადგურებას. იგი ხომ პარაზიტული ფუნქციონერია და ისიც თავისებურად და საკმაოდ ძლიერად ორგანიზებული.

იმის კვალობაზე, თუ როგორ ხორციელდება დირექტიულ-ინდიკატური კონგლომერატიდან გადასვლა დირექტიულ-ინდიკატურ სინერგიულ კავშირებზე თანდათან იქმნება საქართველოში ნიადაგი ინდიკატური დაგეგმვისათვის, ამ ნიადაგმა 80-90% -ს მაინც უნდა მიაღწიოს, რომ ინდიკატური დაგეგმვის მექანიზმმა იმუშაოს ისე, რომ იგი მართლაც მართავდეს ქვეყნის ეკონომიკას, რომელიც არსებობს მხოლოდ მაშინ, თუ მიკროეკონომიკას არა აქვს დაკარგული ნორმალური სიცოცხლისუნარიანობა ინფორმაციის და საწარმოო რესურსებით უწყვეტად უზრუნველყოფის დარღვევით. თუ დაკარგული უნარი არ იქნება სასწრაფოდ აღდგენილი მარკეტინგული მართვით, მაშინ მაკროეკონომიკის სტაბილიზაცია და ეროვნული ვალუტის განმტკიცებაც ვერ დააყენებს მას საკუთარ ფეხზე.

„შოკური თერაპიით“ საქართველოს „აბორტირებული“ საბაზრო ეკონომიკის გადაყვანა თანამედროვე ეკონომიკის ცივილიზირებულ რელსებზე მოითხოვს, როგორც ეკონომიკური აზროვნების საბაზრო წესის საყოველთაო დაუფლებას, ასევე მართვის მარკეტინგული მექანიზმით რესურსებითა და ინფორმაციით ფირმის (საწარმოს) უწყვეტ უზრუნველყოფას და გარემოსთან დამოკიდებული სტრატეგიული ურთიერთობის ჩამოყალიბებას. მხოლოდ მართვის მარკეტინგულ მექანიზმს შესწევს ამის უნარი, თუ ხელისუფლება მას უქმნის სათანადო მაკრო და მიკრო გარემოს. ამისათვის, საჭიროა ამ მხრივ განხორციელდეს სათანადო ღონისძიებათა იმგვარი სისტემა, რომელიც აღმოფხვრის ამ ხარვეზს.

თავი - VI

ეკონომიკური ანალიზის და წარმოების საბოლოო შედეგების მარკეტინგული მართვის მეთოდოლოგია

წარმოების საბოლოო შედეგების მარკეტინგული მართვა წარმოადგენს გარემოში მომხდარი ან მოსალოდნელი სააღბათო (საეჭვო) ცვლილებებისადმი რეაგირებისა და გარემოს ინექციურების მეშვეობით სარისკო ღონისძიებათა დასახვისა და მართვის სისტემას. იგი

მოიცავს შიგაწარმოებრივი პროცესებისა და პროცედურების რეაგირების მართვას გარემოში მომხდარ და მოსალოდნელ ცვლილებებზე. მათ საფუძველზე წარმოიქმნება (თანამედროვე გაგებით) *მარკეტინგული მართვის სტრატეგია*.

აქ წარმოების საბოლოო შედეგების მართვა ხორციელდება საწარმოო სისტემის ტექნიკურ-ეკონომიკური მახასიათებლების გასაუმჯობესებლად, რაც არსებითი ფაქტორის როლში გვევლინება რისკის გაუმართლებლობის ეკონომიკაზე დარტყმის შერბილებაში ანდა რისკის გამართლების შემთხვევაში წარმატებათა გაძლიერებაში. ერთი სიტყვით, რომ *ვთქვათ წარმოების (საწარმოო სისტემის) საბოლოო შედეგების მართვა გარემოსთან მიმართებაში უნდა ასრულებდეს „ამორტიზატორის“ როლს (ფუნქციას)*.

ეკონომიკური რისკი თავისი ეკონომიკური წარმატებებით უაღრესად მიმზიდველია და ამასთანავე საეჭვო-სააღბათოა. იგი ეკონომიკური ზიანის მიმყენებელიც არის, თუ ამ რისკმა არ გაამართლა. ამიტომ, *რისკი მაცდუნებელი ძლიერი იმპულსატორის როლში გვევლინება*.

რისკი საერთოდ არის უაღრესად მიმზიდველი ქცევის შესაძლო ხიფათი. ეკონომიკური რისკი შედის ეკონომიკურად მაცდუნებელ მიმზიდველ სახიფათო არეალში, მეწარმისა და მენეჯერის საქმიანობათა სარისკო გამართლებაზე აგებულ მმართველობით საქმიანობაში. იგი მოითხოვს გამჭრიახობით შეიარაღებულ გამბედაობას და წარმოქმნის იმედებით გაძლიერებულ მიმზიდველობას.

6.1. სამრეწველო ფირმა და მისი ეკონომიკური რისკი

სამრეწველო ფირმა წარმოადგენს ბაზართმკეთებელ საწარმოს. ამიტომ, მას მჭიდრო ურთიერთობა გააჩნია გარემომცველ პირობებთან აქ ყველაზე უფრო დინამიურია საბაზრო გარემო (გარემომცველი საბაზრო პირობები). ეს უკანასკნელი განსაზღვრავს არა მარტო სამრეწველო, არამედ ყოველი სხვადასხვა ტიპის ფირმის სამეურნეო, სავაჭრო, სატრანსპორტო და მრავალდარგოვანი ფირმების, საოჯახო მეურნეობების და სხვა საწარმოო და სამომხმარებლო

სუბიექტების ურთიერთგადახლართულ ქცევათა მიერ წარმოქმნილ ჰორიზონტალური კავშირებისა და ურთიერთობათა არეალს, რომელიც მოიცავს დარგობრივ ჭრილსაც (მრეწველობა, სოფლის მეურნეობა, ვაჭრობა, ტრანსპორტი, მშენებლობა, კავშირგაბმულობა, საყოფაცხოვრებო მომსახურება და. ა.შ.) მას სათანადო სამოქმედო ჩარჩოებში აქცევს მიკროეკონომიკის სახელმწიფოებრივად დაპროგრამებული მექანიზმი და ეკონომიკური და იურიდიული კანონმდებლობები.

სწორედ, რომ ეს ჩარჩოები ქმნიან მიკროეკონომიკის ფუნქციონირების შემომრავგველებს და ამ გზით სამოქმედო პოლიგონს. ამ ჩარჩოებში აღმოცენდებიან ბუნებრივად თვითმოქმედი აზროვნების (ეკონომიკური ავტომატიზმის) დამაკვალიანებელი იმპულსატორები. ისინი წარმოქმნიან ეკონომიკურ, კომერციულ და სოციალურ ინიციატივებს. მათ საფუძველზე ყალიბდება გააზრებული ქცევების მთელი წყება, რომლებიც მაშინაღურად მონაწილეობენ მიკროეკონომიკის ფორმირებაში. ამგვარად, დაკვალიანებული ეკონომიკურ-კომერციულ ინიციატივათა მაშინაღურად შეკრული სისტემა სააღბათო მოძრაობას და ცვლილებას წარმოქმნის. ამიტომ, საეჭვო-საყარაულო ქსელში გაზვეული ორიენტაცია წარმოშობს სარისკო სამართველო გადაწყვეტილებათა მიღებას. სარისკო არეალს შემდეგი მექანიზმები აფიქსირებენ:

1. მოთხოვნა მიწოდების თანაფარდობის დინამიკით ფასების მოძრაობის მექანიზმი;

2. ფასების ბუნებრივი ზედა ზღვარის წარმოქმნის მექანიზმი;

3. მარკეტინგული ზღვრული პროდუქციის წარმოქმნის მექანიზმი;

4. წარმოებრივი ზღვრული პროდუქციის წარმოქმნის მექანიზმი;

5. ძირითადი კაპიტალისა და შრომის წყაროთა (ნომინალური კაპიტალი და სამუშაო ძალა), როგორც წარმოებაში შესაყვანი გამსზვილებული ფაქტორების ურთიერთშენაცვლებითი მექანიზმი.

ამ მექანიზმთა მოქმედება იწვევს სამრეწველო ფირმის გარემომცველ არეში მომხდარი ცვლილებების ბუნებრივ (და არა ზელოვნურ) ზეგავლენას ფირმის (საწარმოს) საქმიანობასა და ქცევებზე. ეს ზეგავლენა ხორციელდება, როგორც ფირმის (საწარმოს) საწარმოო-ტექნიკური ბაზის ფორმირებაზე, ასევე საწარმოო ციკლის საწყის (წარმოებაში ნელლეულისა და სხვა მატერიალურ-ენერგეტიკული

რესურსების ჩაშვებაზე), შუალედურ (საწარმოო პროცესის ტექნიკურ-ეკონომიკურ მახასიათებელთა სისტემის ფორმირებაზე) და დამაგვირგვინებელ (პროდუქციაზე და ბაზრის მიერ მის მახასიათებელთა ეკონომიკურ შეფასებაზე) მომენტზე. უნდა აღინიშნოს ის, რომ საწარმოო ციკლის ხერხემალის როლს ასრულებს საწარმოო-ტექნიკური ბაზა, ხოლო ამ პროცესის მკვებავ როლს ნელდელეული და სხვა მატერიალურ-ენერგეტიკული საწარმოო რესურსები. საწარმოო-ტექნიკური ბაზის ინგრედიენტებია რეალური (ძირითადი) კაპიტალის და შრომის ერთეულთა მთლიანობითი სისტემა.

მართლაც, საწარმოო-ტექნიკური ბაზის ფორმირება ხორციელდება წარმოებაში შესაყვანი ისეთი გამსხვილებული ფაქტორებით, როგორც არიან ნომინალური კაპიტალი და ნომინალური შრომა, რომლებიც წარმოებაში შეყვანის პროცესში გარდაიქმნებიან რეალურ ძირითად კაპიტალად და შრომად. ამიტომ, მიღებული იყო საბჭოურ ლიტერატურაშიც და საბაზრო ეკონომიკის ქვეყნებში გამოთქმები კაპიტალი და შრომა ისე, რომ მხედველობაში იყო და არის მიღებული ფუნქციონირებაში მათი რეალური მნიშვნელობებიც და ფუნქციონირებამდე მათი ნომინალური მნიშვნელობებიც. სახელდობრ, ძირითადი კაპიტალი და სამუშაო ძალა. სხვანაირად იტყვიან ხოლმე კაპიტალის ერთეულები და შრომითი ერთეულები. ეს უკანასკნელნი უფრო განზოგადებული ცნებებია. მათ როლში შეიძლება გამოვიდნენ მანქანასაათებიც და კაცსაათებიც კი და ა. შ. ამიტომ, ჩვენც ვიხმართ გამოთქმებს კაპიტალი და შრომა ყველა ზემოთ აღნიშნულ შემთხვევაში, როგორც ეს მიღებულია მიკროეკონომიკის ლიტერატურაში.

შრომას და კაპიტალს გააჩნიათ ურთიერთშენაცვლებადობის უნარი. ეს უნარი მოძრაობაში მოჰყავს გარემო პირობებს (გარემოს), რომელიც მართავს მათ თანაფარდობას მენეჯერის ხელით. სახელდობრ, თუ ბაზარზე გაძვირდა რეალური კაპიტალი (ტექნიკური ბაზის ინგრედიენტები) და ადგილი აქვს საკრედიტო პროცენტის ზრდას მაშინაც ხდება სასესხო კაპიტალის გაძვირება (ეს ხომ გარემოში მომხდარი ცვლილებებია). ამ პირობებში მეწარმე (მენეჯერი) ცდილობს წარმოებაში შეიყვანოს კაპიტალის ნაკლები და შრომის მეტი ერთეულები. ამგვარი ქცევა წარმოიქმნება, მაშინაც, თუ მხოლოდ შრომითი ერთეულები (სამუშაო ძალა, კაც-დღე

თუ კაცსაათი) გაიაფდა.

პირუკუ შემთხვევაში კი თუ მხოლოდ კაპიტალი გაიაფდა (ე.ი. კრედიტის პროცენტიც შემცირდა, მანქანა-დანადგარები და შენობა-ნაგებობები და ა. შ. რეალური ძირითადი კაპიტალის ინგრედიენტები გაიაფდა) ანდა მხოლოდ შრომითი ერთეულები გაძვირდა, მაშინ შრომითი ერთეულის შესაყვან რაოდენობას მენეჯერი შეამცირებს, კაპიტალის შესაყვან ერთეულებს კი გაადიდებს.

ამ სახით ხორციელდება წარმოებაში შესაყვანი გამსხვილებული ფაქტორების მიხედვით მოცემულ ფირმაში (საწარმოში) წარმოებაზე საერთო ხარჯების შემცირება. როგორც ვხედავთ, ამგვარი შემცირების შესაძლებლობას ქმნის გარემო და უბიძგებს მენეჯერს, რომ გამოიყენოს ეს შესაძლებლობა. საჭიროა ამ შესაძლებლობების ზუსტად განსაზღვრა, რათა მისგან მეწარმემ (მენეჯერმა) რაიმე არ გაუშვას ხელიდან და ამით არ გამოორჩეს მისი მაქსიმალური გამოყენება, რათა აჯობოს ამ მხრივ კონკურენტებს, მაგრამ ის რომ საეჭვოა, როდენ აჯობა ამ პოზიციით კონკურენტს, განსაზღვრავს საალბათო ვარაუდს. ამიტომ, სათანადო სამმართველო გადაწყვეტილება მიდის რისკზე. ინფორმაციისა და ერუდირების უკმარისობა ზრდის ამ რისკს. რისკის ამ ნამატს ჩვენ ვუწოდებთ ხელოვნურ რისკს. იმ შემთხვევაში, თუ სრულყოფილი ინფორმაციის და ერუდირების პირობებში მისი პროგნოზი მაინც საალბათოა მაშინ ჩვენ მას ვუწოდებთ ბუნებრივ რისკს. რისკის ამგვარი კლასიფიკაცია და კვალიფიკაცია პირობითია. თუმცა ეს პირობითობა პრაქტიკულ მოვლენებზეა ორიენტირებული, რათა მხედველობის არიდან არ გამოგვრჩეს სარისკო ქცევის შემცირებაში ინფორმაციისა და სათანადო ერუდირების როლი.

ნედლეულის წარმოებაში ჩაშვებასთან დაკავშირებითაც წარმოიშობა რისკი, ჯერ ერთი, იმ მხრივ, რომ შესაძლოა პროდუქციის მოცემულ სახეობაზე მოულოდნელად (უეცრად) შემცირდეს მოთხოვნა, ანუ დაეცეს ამ პროდუქციის ფასი და ამასთანავე გაიზარდოს მის საწარმოებლად საჭირო ნედლეულის ფასი. ე.ი. უარყოფითი მიმართულებით იცვლება საბაზრო გარემო და საბაზრო შეფასებები. ამ შემთხვევაში შესაძლოა აღმოჩნდეს ისეთი სიტუაციები, როდესაც ჭარბი ნედლეულის რესურსების ბაზარზე გაყიდვამ აჯობოს მისგან პროდუქციის წარმოებასაც კი. გარემოს ამგვარ მოსალოდ-

ნელ ცვლილებებზე თანადროულ აღლოს აღებას არსებითი მნიშვნელობა ენიჭება, რათა ამ მიზეზით აღმოცენებულმა სააღბათო ვითარებამ არ გამოიწვიოს შემოსავლების შემცირება.

მოცემული სახეობის პროდუქციით ბაზრის გაუჯერებლობის შემთხვევაში ამ პროდუქციაზე ფასის გადიდება იძენს შემოსავლების გადაღინების წყაროს როლს, მაგრამ ბაზრის ამ საქონლით გაჯერების მომენტი წარმოქმნის ფასის ზედა ზღვარს, ვინაიდან ამ პროდუქციაზე ფასების შემდგომი გადიდება გამოიწვევს გაუსაღებელი საქონლის ჩაწოლას, რაც შემოსავლის გადიდების ნაცვლად იწვევს შემოსავლის შემცირებას. ამიტომ, შემოსავლის შემდგომი გადიდების წყაროს, ახლა უკვე კისრულობს ის, რომ ფასების შემცირებით გარღვეული იქნას შემოსავლების ზრდის ბარიერი. ეს კი შეუძლია გააკეთოს დამატებითი პროდუქციის გამოშვებით კონკურენციის გამძაფრებამ, რომელიც უბიძგებს ფასებს კლებისკენ. ფასდაკლებით შემცირებული საერთო შემოსავლის კომპენსაციისა და საერთო შემოსავლის შემდგომი ზრდის როლს კისრულობს დამატებითი პროდუქციის ის მოცულობა, რომელიც შესაძლებელია რეალიზებულ (გაყიდული) იქნას ეკონომიკურ ხარჯებზე გაღანამეტ ფასად.

აქ შემოსავლის (მოგების მასის) გადიდების როლს კისრულობს დამატებითი პროდუქციის გამოშვება, მაგრამ დამატებითი პროდუქციის გამოშვებასაც გააჩნია ზღვარი, რომლის დროსაც ამ საქონლის (პროდუქციის) ფასი შემცირების გზით (კონკურენცია კი ამ მიმართულებით მოქმედებს) შესაძლოა მიაღგეს იმ ზღუდეს, როდესაც ფასი გაუთანაბრდება ეკონომიკურ ხარჯებს და მიიღტვის იქითკენ, რომ ამ ხარჯებზე ნაკლებიც კი აღმოჩნდეს. მაშინ იკარგება მეწარმეობის სტიმული და ამას იწვევს ამგვარი საბაზრო გარემოს წარმოქმნა. ამიტომ, დამატებით პროდუქციაზე დამატებით ხარჯებსაც გააჩნია ზღვარი, შემოსავლის გადიდებასაც გააჩნია ზღვარი. ამ ზღვრამდე დამატებითი პროდუქციის გამოშვება თავისი ბუნებით კისრულობს ზღვრული პროდუქციის როლს. ეს ზღვარი წარმოქმნა ბაზართკეთების პროცესმა. ამიტომ, მას ვუწოდებთ მარკეტინგულ ზღვრულ პროდუქციას. ამ მექანიზმით აქაც გარემო კარნახობს წარმოებას.

საბაზრო გარემოს შეუძლია გავლენა მოახდინოს შიგასაწარმოო პროცესებზეც. სახელდობრ, წარმოებაში შესაყვან ფაქტორთა

შორის თანაფარდობის ეკონომიკური მიზანშეწონილობით განაპირობოს ფირმის (საწარმოს) საწარმოო სიმძლავრე. მისი მექანიზმი მოქმედებს შემდეგი სახით: კაპიტალის ერთეულების წარმოებაში დამატებით ჩართვის პროცესი შემდეგნაირად მიმდინარეობს: დამატებითი მუშახელის ჩართვა იგივე საწარმოო-ტექნიკურ პირობებში გარკვეულ ზღვარს ზევით იწვევს შრომის მწარმოებლურობის დაცემას, ხვედრითი ხარჯების გადიდებას და მოგების ლტოლვას შემცირებისაკენ. ისმის კითხვა, თუ საბაზრო გარემოს რა მანიპულატორი და რა მექანიზმით მონაწილეობს ამ პროცესში.

იმ შემთხვევაში, თუ ბაზარზე სამუშაო ძალა უფრო გაიაფდა ვიდრე მოხდა საწარმოო-ტექნიკური ბაზის მომსახურების მწარმოებლურობის შემცირება, მაშინ პროდუქციის ერთეულზე ხვედრი ხარჯის გადიდების წერტილი გადაინაცვლებს ტექნიკური სიმძლავრისკენ და არ გამოიწვევს დამატებითი კაპიტალდაბანდებების აუცილებლობას ისე მოიმატებს პროდუქციის ეკონომიკურად მიზანშეწონილი მაქსიმუმი. ე.ი. მოიმატებს საწარმოო სიმძლავრე.

საბაზრო შეფასება ამ შემთხვევაში ამგვარად ადიდება ფირმის საწარმოო სიმძლავრესაც კი, მაგრამ, თუ პირიქით მოხდა, მაშინ შემცირდება საწარმოო სიმძლავრე. სააღბათო ისაა, რომ მენეჯერმა, მეწარმემ ამოიცინოს თუ რომელ მათგანთან ექნება საქმე, ე.ი. საქმე აქვს სააღბათო მოვლენასთან.

აქ ყოველი დამატებითი პროდუქციის გამოშვების ზღვარს, დამატებითი კაპიტალდაბანდების გარეშე წარმოადგენს პროდუქციის ეკონომიკურად მიზანშეწონილი მაქსიმუმის გამოშვება. ამიტომ, ამგვარ დამატებით პროდუქციასაც ეწოდება ზღვრული პროდუქცია, თუმცა იგი შიგასაწარმოო მექანიზმით არის განპირობებული, როგორც ეს ვიხილეთ ზემოთ. ამიტომ, მას შეგვიძლია ვუწოდოთ წარმოებრივი ზღვრული პროდუქცია.

როგორც ვხედავთ, გარემო უხილავი ხელით მართავს ფირმას და არეგულირებს მის საქმიანობას სიტუაციათა ცვლილებებით. ამ სახით წარმოსდგება ჩვენს წინაშე ამ უხილავი ხელის მექანიზმი, რომელიც გამორიცხავს ზემდგომი ორგანოს უშუალოდ დირექტიულ ჩართვას. ამიტომ, იგი წარმოადგენს ეკონომიკური ავტომატიზმის ინდიკატური მართვის მექანიზმს.

საჭიროა მულამ გვექონდეს გამახვილებული ყურადღება, რათა

მოულოდნელობათა შემთხვევები დავიყვანოთ ნულზე, ან საგრძნობლად შევამციროთ, ვინაიდან ფირმა შემორტყმულია ალბათობითი ხლომილობებით. ისინი ქმნიან იმ არეს, რომლებშიც ფუნქციონირებს სამრეწველო ფირმა (საწარმო). აქ ერთი საალბათო ხლომილება იწვევს მეორე საალბათო ხლომილობას. ამგვარ გარემოში სიტუაციური მართვა აუცილებელია, რომელიც მოითხოვს ალბათობითი მეთოდების გამოყენებას. ფირმის უმაღლესი ხელმძღვანელობა სტრატეგიულ სამმართველო გადაწყვეტილებებში იყენებს ანალიზის ალბათობის მეთოდებს.

წარმოება ახორციელებს დროის მოცემული პერიოდით დაფიქსირებული ხლომილობის აბსოლუტური სიდიდის ჩამოყალიბებას. ამიტომ მისი გაანალიზება ხორციელდება დეტერმინირებული მულტიპლიკაციური ფაქტორული ეკონომიკური ანალიზის მეთოდებით. ამ მეთოდებს შორის პერიოდანტული მეთოდით განხორციელებული ანალიზი არკვევს ელემენტ-თანამამრავლთა მონაწილეობას (წვლილს) წარმოების ისეთი საბოლოო შედეგების ცვლილებაში, როგორც არიან: გაყიდვათა მოცულობის მატერიალური საფუძველი (სასაქონლო პროდუქცია) და ბიზნეს მოგება.

საკვიროა ვიცოდეთ, რომ ფასის ფაქტორი ფიგურირებს მარკეტინგულ და არა ტექნიკურ-ეკონომიკურ ეფექტიანობაში იმ შემთხვევაში, თუ იგი განსაზღვრულია მოთხოვნა-მიწოდების თანაფარდობით და იძლევა ტექნიკურ-ეკონომიკური ეფექტიანობის მარკეტინგულ შეფასებას და ამით საბოლოო ანგარიშში აყალიბებს ეკონომიკურ ეფექტიანობას. არ შეიძლება საალბათო ხლომილობებს არ გააჩნდეს რისკის ცოტა თუ მეტი ოდენობა. რისკი, როგორც ეკონომიკური კატეგორია, მოცემული ხლომილობის სასიკეთო ან არასასიკეთო შედეგებზე გასვლის ალბათობაშია და მოითხოვს სამმართველო გადაწყვეტილებათა მიღებას რისკის საალბათო ელემენტებით. რისკის არსებობა ამა თუ იმ მოქმედების შედეგებში დარწმუნებულობაში მდგომარეობს. რისკი ობიექტურად არსებობს ფუნქციონირებადი ობიექტის ურთიერთობაში გარემოსთან. ამიტომ იგი ალბათობის თვისების მატარებელია.

მარკეტინგული კვლევა ეყრდნობა ეკონომიკური ანალიზისათვის მათემატიკური სტატისტიკის ალბათობით მეთოდებს, სადაც სჭარბობს მათემატიკურ მოსალოდნელობათა განსაზღვრისათვის ალბა-

თობის კოეფიციენტების გაანგარიშების მათემატიკური ინსტრუმენტარიის გამოყენება.

საწარმოო სისტემის მარკეტინგული მართვა კი მარკეტინგული გამოკვლევების შედეგებზე სათანადო რეაგირებით ანხორციელებს წარმოების ტექნიკურ-ეკონომიკურ ანალიზს დეტერმინირებული მულტიპლიკაციური ფაქტორული ეკონომიკური ანალიზის მეთოდებით, რომელთა შორის უტყუარობისა და ორგანიზებულიობის გაზომვის უპირატესობით გამოირჩევა *კერიოდანტული მეთოდი*, რომელიც უზრუნველყოფს წარმოების მართვას მმართველობითი რაციონალიზმის ანალიზურ-შემფასებელი სისტემების დახმარებით.

ამ გარემოებათა გამო, არსებითი მნიშვნელობა ენიჭება იმას, რომ აეხსნათ ეკონომიკური რისკის აღმოცენების მექანიზმი.

პირველ რიგში, განვიხილოთ სამეწარმეო რისკი, რომელიც მოიცავს რისკზე მიმავალ ისეთ პროცესებს, როგორცაა ახალ შესაძლებლობათა ძიება, ახალ ტექნოლოგიათა გამოყენება, კაპიტალის დაბანდების ახალი სფეროების ძიება, ახალ ორგანიზაციათა შექმნა, ამასთანავე ახორციელებს ახალ იდეებს, ნერგავს ახალ პროდუქტებსა და მომსახურებათა ახალ სახეობებს.

მეწარმე კი ადამიანია, რომელიც თავისი კაპიტალით ამგვარი გზებით მიდის რისკზე.

სამეწარმეო რისკი საკუთარი ქონების (კერძო კაპიტალის) მოძრაობის მართვასთანაა დაკავშირებული, რათა ხელიდან კი არ გამოეცალოს, არამედ მოიმატოს მისმა ქონებამ (კაპიტალმა).

იგი კონტროლს უწევს ქონების მოძრაობას, რომელიც ფირმის (საწარმოს) სამეურნეო-საწარმოო-კომერციული ფუნქციონირების მმართველის (მენეჯერის) გონივრულ სამმართველო გადაწყვეტილებებზე და მათ უნარიან განხორციელებაზეცაა დამოკიდებული. ამიტომ, მეწარმე ღებულობს სათანადო სამმართველო გადაწყვეტილებებს არა მარტო ქონების (კაპიტალის) მოძრაობისადმი, არამედ მენეჯერის საქმიანობისა და ქცევების მიმართაც, რათა ხელიდან არ გამოეცალოს ქონება. ამიტომ, იგი პასიურ მესაკუთრეს არ წარმოადგენს. პასიური მესაკუთრის როლში გვევლინება რანტიე და არა მეწარმე. რანტიე ეს პირია, რომლისთვისაც საარსებო წყაროა სესხად გაცემული კაპიტალის პროცენტი ან ფასიანი ქაღალდებიდან მიღებული შემოსავალი. ამიტომ, სამე-

წარმოადგენს ქონებრივ რისკს.

ამის შემდეგ შეგვიძლია განვიხილოთ ფირმის ფუნქციონირების რისკის ინგრედიენტები: საფინანსო რისკი სიტუაციურ მართვასთან კავშირში და სამეურნეო რისკი მმართველობით რაციონალიზმთან კავშირში.

ეს იმიტომ, რომ გარემო პირობებისადმი ადლოს აღება და სათანადო გადაწყვეტილებათა მიღება დამახასიათებელია სიტუაციური მართვისათვის. სიტუაციური მართვა, როგორც წესი, ორიენტირებულია იმაზე, თუ გარემოს ზეგავლენით რა სიტუაციაში აღმოჩნდება სამრეწველო ფირმა და რა სიტუაციური იმპულსატორები მიაკითხავენ შიგნითგან საწარმოო სისტემის ორგანიზაციას, დაგეგმვასა და მართვას. სიტუაციური მართვის გადაწყვეტილებები უნდა იყვნენ ორიენტირებული იქითკენ, რომ გარემომცველ პირობებში მომხდარ ან მოსალოდნელ ცვლილებებზე მორგებითი და ინექციურებითი რეაგირების ღონისძიებები უზრუნველყოფდნენ ფირმის საქმიანობის უკუგებათა ზრდის პროცესს. აქ შესაძლოა ამ ღონისძიებათა გატარებამ მოითხოვოს დამატებითი ხარჯები იმგვარი მექანიზმის ასამოქმედებლად გარემოს მიმართ, რომელიც ბევრად მეტ შემოსავლებს მოიზიდავს გარედან, ვიდრე ამისათვის დასჭირდება ფირმას დამატებითი ხარჯების გაღება. ამგვარ ძვრებზე სათანადო რეაგირება უნდა მოახდინოს მოცემული ფირმის საწარმოო სისტემამ, რომელიც გამიზნულია იქითკენ, რათა თავის მხრივ, მმართველობითი რაციონალიზმის განხორციელებით მიაღწიოს სიტუაციური მართვით ნაკარნახევ დამატებითი დანახარჯების ეკონომიას ისე, რომ გარედან მიღებული (მოსალოდნელი) უკუგება მატულობდეს შიგნითგან ეკონომიით მიღებული უკუგებით.

საჭიროა ვიცოდეთ, რომ დამატებითი ხარჯები და არც ეკონომია აღებული ცალკე დამოუკიდებლად არ წარმოადგენენ თვითმიზანს. მათი შეუღლების საერთო მიზანია ის, რომ ფირმა უკუგებას ადიდებდეს (უკუგებას უმატებდეს უკუგებას). ამას იგი მოახერხებს იმ შემთხვევაში, თუ მენეჯმენტს (ე.ი. ბაზარზე ორიენტირებულ მართვას) განახორციელებს სიტუაციური მართვისა და მმართველობითი რაციონალიზმის იმგვარი შეუღლება, რომ მათი საერთო შედეგის საბაზრო შეფასებები იძლეოდნენ უკუგებათა ზრდის

უწყვეტ ნაკადს. ამგვარ ნაკადს ძალუძს მოცემული ფირმის სიცოცხლისუნარიანობა შეინარჩუნოს და გააძლიეროს ბიზნესის მოთხოვნათა შესაბამისად.

მიკროეკონომიკაში ფუნქციონირებადი სუბიექტის - სამრეწველო ფირმის რისკზე წასვლა თუ სიბნელით მოცულია, ე.ი. ანალიტიკურად ვერ ვჭვრეტთ იმას, თუ სად აღიმართება მისი ფუნქციონირებისადმი ბარიერი და სად გაეხსნება ფირმის წარმატებებს მწვანე გზა, მაშინ ყველაზე უფრო სააღბათოა ამგვარი სუბიექტის (ფირმის) გაკოტრება და დაღუპვა. *ბარიერისა და მწვანე გზების ნათელმა ხედვამ უნდა განსაზღვროს მოცემული სუბიექტის (ფირმის) ქცევები და მათი დადებითი შედეგიანობა.*

გარემოში ცვლილებების სიგნალებზე ნადირობა, მათი გამოჭერისათვის და მათზე სათანადო რეაგირებითი სტანდარტების შემუშავება განეკუთვნება რისკის მართვის სფეროს.

საფრთხის მოახლოებისას, საპასუხო ღონისძიებათა ოპერატიულობას არსებითი მნიშვნელობა ენიჭება რისკის გამართლების საქმეში.

რისკების მართვა წარმოადგენს უარყოფითი შედეგების თავიდან აცილების ან მინიმიზაციის და დადებითი შედეგების მაქსიმიზაციის მართვას. რისკზე იმიტომ მიდიან, რომ ძლიერ მიმზიდველია დადებითი შედეგების მიღწევის სანუკვარი სააღბათო ვარაუდი და რწმენა იმისადმი, რომ რისკმა თუ გაგვიმართლა, მაშინ მივალწევთ სასურველი შედეგის მაქსიმუმს.

გარედან საფრთხის მოახლოებისას, საპასუხო ღონისძიებათა ოპერატიულობას არსებითი მნიშვნელობა ენიჭება რისკზე წასვლის გამართლების საქმეში.

ამრიგად, თუნდაც მაღალორგანიზებული (სინქრონიზებული), მაგრამ, მუდმივად ცვალებადი მიკროეკონომიკური გარემო სამრეწველო ფირმისათვის შეზღუდვათა (მუქართა) და მწვანე გზათა ძნელად თავგასართმევი საპირისპირო პარამეტრების ერთობლიობას წარმოადგენს. აქ მთავარია, არ შეეშალოს ფირმას, სწორმა და სრულმომცველმა ხედვამ იგი უნდა დააკვალიანოს ამ ლაბირინთში რისკის გამართლების გზაზე.

მეწარმე წარმოადგენს სამეწარმეო კაპიტალის აქტიურ მფლობელს. იგი მოსაქმეა, ხელსაყრელ წამოწყებათა ორგანიზატორია, ენერგიულია

და ახასიათებს პრაქტიკული გამჭრიახობა, გონებაშეხილვით, საზრიანი, ფხიანი თაოსანია. მისი ან მის მიერ ნასესხები კაპიტალი, რომელიც წარმოებაში აქვს გამოყენებული, წარმოადგენს სამეწარმეო კაპიტალს. სამეწარმეო რისკი წარმოადგენს ქონებრივ რისკს და სამეწარმეო კაპიტალის გამოყენებასთანაა დაკავშირებული. ამიტომ, იგი მოიცავს როგორც სამეურნეო, ასევე საფინანსო რისკსაც.

სამეურნეო რისკი, რესურსების ეკონომიური გამოყენებისა და დამატებითი ხარჯების გაღების, საწარმოო სიმძლავრის დატვირთვის, პროდუქციის სახეობათა და ასორტიმენტის შერჩევის, ზღვრული პროდუქციის განსაზღვრის, ტექნოლოგიური ალტერნატივის შერჩევის, წარმოებაში შესაყვან ურთიერთშენაცვლებად ფაქტორებს შორის შერჩეული თანაფარდობის, მუდმივ და ცვალებად ფაქტორთა შორის თანაფარდობის პროდუქციის მოცულობით გამართლების აღბათობაშია.

ერთი სიტყვით, სამეურნეო რისკი წარმოებასთან დაკავშირებული რისკია და, არა ფინანსების ფორმირებასთან, თუმცა საფინანსო რისკი და სამეურნეო რისკი მჭიდრო კავშირში იმყოფებიან ერთმანეთთან. ამიტომ, ყველა ისინი წარმოადგენენ ქონებასთან დაკავშირებულ მეწარმეობრივ ეკონომიკურ რისკებს.

სამეურნეო რისკი წარმოებასთან დაკავშირებულ ეკონომიკურ რისკს წარმოადგენს. აქ რისკზე წასვლა ნიშნავს გაბედულ ნაბიჯებს ტექნიკა-ტექნოლოგიის, წარმოების ორგანიზაციის და შიგასაწარმო ეკონომიკის ფორმირებაში:

მართლაც, წარმოების ტექნიკა-ტექნოლოგიის შერჩევის საქმეში, როდესაც არსებობენ ერთიდაიგივე სახეობის, სორტის და ხარისხის წარმოების ალტერნატიული ტექნოლოგიები, მაშინ არჩევანი მოითხოვს გამბედაობას, ფხიზელ გათვლებს და მართებულ ორიენტირებას.

საჭირო ხდება პროდუქციის მოცულობისა და პროდუქციის ტექნოლოგიური თვითღირებულების შედარება ალტერნატიული ვარიანტების მიხედვით. აქ სარისკო ისაა თუ პროდუქციის რა მოცულობას აღმოაჩნდება ბაზარი. თუ ვარაუდმა არ გაგვიმართლა, მაშინ შეგვეძლება ალტერნატივებს შორის იმ ტექნოლოგიის შერჩევა, რომელმაც უნდა გამოიწვიოს წარმოებაში ხვედრი ხარჯების შემცირება მმართველობითი რაციონალიზმის მოთხოვნათა მიხედვით.

მმართველობითი რაციონალიზმის მოწოდებაა, რომ მიეხმაროს სიტუაციურ მართვას წარმოების (ხარჯების, რესურსების) ხვედრუკუგების გადიდებაში.

სიტუაციური მართვა განსაზღვრავს ბაზრის მიმართ უკუგებიან რეაგირებას დამატებითი ხარჯების გალებით, მმართველობითი რაციონალიზმი კი ფუნქციონირებს ხვედრითი ხარჯების შესამცირებლად.

ამიტომ, ტექნოლოგიურ ალტერნატივებს შორის მმართველობით რაციონალიზმა უნდა შეარჩოს ის, რომელიც მოცემულ სიტუაციაში (მოცემული ზღვრული პროდუქციის პირობებში) მოგვცემს პროდუქციის ერთეულზე საერთო ხარჯების შემცირებას და ამით მოგების გადიდებაში შეიტანს სათანადო წვლილს.

ამ საქმეში პროდუქციის წარმოების ტექნოლოგიურ ალტერნატივთა შედარება აუცილებელია.

ტექნოლოგიის ალტერნატიული მეთოდები, რომელთა შორისაც ვახორციელებთ შედარებას, რათა განვსაზღვროთ თუ რომელი ვარიანტი უზრუნველყოფს ხვედრი ხარჯების (თვითღირებულების) უფრო დაბალ დონეს, დამოკიდებულია ამ პროდუქციის გაყიდვათა ბაზრის მასშტაბზეც. ეს უკანასკნელი კი სააღბათოა, რასაც შეჰყავს წარმოებაში (მეურნეობაში)რისკის ფაქტორი.

დავუშვათ, გაგვანჩია ორი ვარიანტი, ისინი თუ განსხვავდებიან მხოლოდ ზოგიერთი დანახარჯების მიხედვით, მაშინ თვითღირებულების ანალიზი შემოიფარგლება მხოლოდ ამ დანახარჯებით. იმ შემთხვევაში თუ, შესადაარებელი მეთოდები დანახარჯების უმეტესი მუხლებით ან მთლიანად განსხვავდება, მიზანშეწონილია ანალიზმმა მოიცვას თვითღირებულების კალკულაციის ყველა მუხლი.

ტექნოლოგიის მიღებული ვარიანტისაგან დამოკიდებულ დანახარჯთა ჯამს უწოდებენ პროდუქციის დამზადების შესადაარებელ ანუ ტექნოლოგიურ თვითღირებულებას.

ზემთ აღნიშნული გარემოებები მეტყველებენ, რომ მართვაში გარემოზე რეაგირების და გარემოს ინექციონების მექანიზმი არ შეიძლება არ მოიცავდეს სარისკო ქცევებს.

ამიტომ, უაღრესად არსებითი მნიშვნელობა ენიჭება არა მარტო რისკზე წასვლის სააღბათო მოსალოდნელობის გაზომვას, არამედ საწარმოო სისტემის ტექნიკურ-ეკონომიკური მახასიათებლების მართვას გა-

ზომის დეტერმინირებული მეთოდოლოგიის გამოყენებით, რათა გაძლიერებული იქნას ფირმაზე სარისკო „დარტყმების“ მიმართ საწარმოო სისტემის „ამორტიზატორის“ როლი (ფუნქცია).

6.2. ალბათობითი და დეტერმინირებული მეთოდების ეკონომიკურ ანალიზში გამოყენების სფეროების შესახებ

ფირმა შემორტყმულია ალბათობითი ხდომილობებით. ისინი ქმნიან იმ არეს, რომელშიაც ფუნქციონირებს სამრეწველო ფირმა (საწარმო). აქ ერთი საალბათო ხდომილობა იწვევს მეორე ხდომილობას. ამგვარ გარემოში სიტუაციური მართვა აუცილებელია, რომელიც მოითხოვს ალბათობითი მეთოდების გამოყენებას. ფირმის უმაღლესი ხელმძღვანელობა სტრატეგიულ სამმართველო გადაწყვეტილებებში იყენებს ანალიზის ალბათობით მეთოდებს.

ალბათობას გააჩნია სხვადასხვა აზრი ფუნქციონირებადი სხვადასხვა ობიექტისათვის და ამიტომ არსებობს ამოცანათა გადაჭრის უამრავი ალბათობითი მეთოდი, რომლებიც განსხვავდებიან ურთიერთისგან.

ალბათობითი თეორიის მეთოდები დაიყვანებიან ხდომილობათა და მოქმედებათა მოხდენის ალბათობის რიცხობრივ განსაზღვრაზე მათემატიკური უმეტესი მოსალოდნელობის სიდიდის მიხედვით.

მხედველობაში უნდა ვიქონიოთ, რომ მათემატიკური მოსალოდნელობა, რაიმე ხდომილობის შესახებ ტოლია ამავე ხდომილობის აბსოლუტური სიდიდისა გამრავლებული მისი მოხდენის ალბათობაზე:

ხდომილობა	ხდომილობის აბსოლუტური სიდიდე	მოხდენის ალბათობა	მათემატიკური მოსალოდნელობა
1.....	+ 10 მილ.ლ.X	0,25	= + 2,5 მილ.ლ.
2.....	+ 6 მილ.ლ.X	0,50	= + 3,0 მილ.ლ.
3.....	10 მილ.ლ.X	0,25	= 2,5 მილ.ლ.

ალბათობათა თეორიიდან ცნობილია, რომ ურთიერთ არათავსებადი ერთი და იგივე ხდომილობათა ჯამი უდრის ერთს ($0,6+0,4=1$).

წონებს, რომლებიც მიეწერებიან ნებისმიერ ალბათობას შეუძლიათ იმერყეონ 0-დან 1-მდე. ნული ნიშნავს, რომ ეს ხდომილობა არ შეიძლება მოხდეს არასოდეს. 1-იანი კი ნიშნავს, რომ ეს ხდომილობა მოხდება აუცილებლად. ამრიგად, ამა თუ იმ შემთხვევითი ხდომილობის დადგომის სიდიდე არ უნდა იყოს არც 0-ზე ნაკლები და არც 1-ზე მეტი. ნებისმიერი ხდომილობის ალბათობათა გამოსავლების ჯამი უდრის ნებისმიერი ხდომილობის ალბათობას. ფირმას გააჩნია ხოლმე განსახილავ ხდომილობათა მოხდენის ალბათობათა შეფასებები იმგვარ მახასიათებელთა მიმართ, როგორც არიან: წმინდა შემოსავალი, გაყიდვათა მოცულობა, კაპიტალზე მოგების ნორმა, მიმდინარე ღირებულებები; ალბათობითი ცვლილებები ფასებში, პროდუქციასა და საწარმოო რესურსებში, ალბათობითი ცვლილებები ბაზრის მოცემული სეგმენტის მასშტაბში, ბაზარზე შედწევის შესაძლებლობებში; ალბათობითი ცვლილებები სატრანსპორტო ხარჯებში, მატერიალური, ენერგეტიკული და ტექნიკური რესურსების ფასებიც საალბათოა ისე, რომ ალბათობითი ცვლილებები თვით გარემოში და მასთან ურთიერთობაც კი.

ეფექტიანობაც კი შეიძლება იყოს ალბათობითი, თუ ტექნოლოგიური სრულყოფა ბაზრის მოთხოვნისადმი მიბმით ასევე ალბათობითია.

გადაწყვეტილების მისაღებად აიღება ხოლმე მოსალოდნელი შედეგების რაოდენობრივი ანალიზი.

ფირმის ურთიერთობა გარემოსთან ხდომილობათა სავარაუდო (საალბათო) ქსელშია გახვეული. აქ გამოიყენება ანალიზის საალბათო მეთოდები. ამისათვის კი საჭიროა გაგვარდეს მათემატიკურად განსაზღვრული ალბათობის კოეფიციენტები, რომელთა გამოყენებას ეყრდნობა ფირმის გარემოსთან ურთიერთობის საგვეგმო ვარაუდების განსაზღვრა. დავეუშვათ, რომ მომავალ წელს გაყიდვათა მოცულობა 20%-ით გაიზარდება, წელს კი პროდუქციის გაყიდვათა მოცულობა შეადგენს 100000 ლარს. აქედან გამომდინარე მომავალ წელს მოსალოდნელია იგი გახდეს 120000 ლარის ტოლი. თუ დავეუშვებთ რომ ამ მოცულობის პროდუქციის წარმოებაზე საერთო

დანახარჯები იქნება 50000 ლარი მაშინ სავარაუდო მოგება იქნება 70000 ლარი (120000-50000). მაგრამ თუ მათემატიკური გაანგარიშებით მიღებულ მოგებაზე გასვლის ალბათობის კოეფიციენტი შეადგენს 0,6 მაშინ მათემატიკურად მოგების მიღების მოსალოდნელობა იქნება $70000 \times 0,6 = 42000$ ლარი. ეს იმას ნიშნავს, რომ წარმოებამ უნდა უზრუნველყოს იმგვარი მუშაობა, რომ ამ შედეგზე ნაკლებზე არ იყოს იგი ორიენტირებული.

ალბათობით გარემოში ხდება მარკეტინგული გამოკვლევების შეჭრა, რათა რიცხობრივად განისაზღვროს ყველაზე უფრო მოსალოდნელი ხდომილობა.

საერთოდ, მოხდენის მოსალოდნელობის მიხედვით მოვლენა წარმოსდგება, როგორც საალბათო ხდომილობა. თვით ეს მოვლენა კი, როგორც ხდომილობა თავის აღნაგობაში გამორიცხავს ალბათობას და ამდენად იგი დეტერმინირებულია. მაგალითად, ვიშოვი თუ არა ფეხსაცმელს ეს საალბათო ხდომილობაა, მაგრამ მიუხედავად იმისა ვიშოვი თუ არა მას, ფეხსაცმლის აღნაგობა დეტერმინირებულია და ამ მხრივ მას ახასიათებს ტექნიკურ-ეკონომიკური ეფექტიანობა, რომელიც ასევე დეტერმინირებულია.

„საწარმოო სისტემა“, რომელიც ამზადებს ამ ფეხსაცმელს (პროდუქციას) ტექნოლოგიურად დეტერმინირებულია, თუმცა ბაზრის საალბათო კონიუნქტურის საპასუხოდ მოცემული წარმოება დაამზადებს მას იგივე ან სხვა ტექნოლოგიით, იმის მიხედვით თუ რა შეფასებას ექვემდებარება ეს პროდუქცია ფასების მიერ და რა შეფასებას მისცემს ფასებისავე მეშვეობით მასზე გაწეულ ხარჯებს. ეს შემფასებელი ფასები კი ყალიბდება გარემოსთან მოცემული წარმოების ურთიერთობით. გარემო კი საალბათოა. გარემოს ამგვარი შეფასებების მიხედვით განსაზღვრულ ეფექტიანობას შეგვიძლია ვუწოდოთ მარკეტინგული ეფექტიანობა.

დაეუშვათ მოცემული ფეხსაცმლის წარმოების მასშტაბი დაშორდა ამ სახეობის პროდუქციის ზღვრულ მოცულობას, მაშინ ამ პროდუქციის შეფასება ფასების მიერ ისე დაეცემა, რომ ფასი გაუტოლდება ან ნაკლები აღმოჩნდება ამ დროისათვის არსებული ფასებით ხარჯების შეფასების ოდენობას. ამ შემთხვევაში მკვეთრად დაეცემა ამ პროდუქციის წარმოების მარკეტინგული ეფექტიანობა. მაგრამ, თუ მოვახდინეთ „საწარმოო სისტემის“ ფუნქციონირების იმგვარი

რაციონალიზაცია, რომელიც მკვეთრად გაზრდის პროდუქციის გამოსავლიანობას ისე, რომ თავიდან აგვაშორებს ფასებისა და თვითღირებულების გათანაბრებას მიუხედავად უარყოფითი მარკეტინგული ეფექტისა იგი მოგვცემს ამგვარი პროდუქციის ეკონომიკური ეფექტიანობის ამაღლებას.

იმისათვის, რომ ტექნიკურ-ეკონომიკური ეფექტიანობა ასრულებდეს ამგვარ როლს, რითაც თავიდან აგვაშორებს სამმართველო რისკით გამოწვეულ ზარალს ან ნაწილობრივ ანდა მთლიანად, საჭიროა მოცემული ხდომილობის აღნაგობის ჩამოყალიბების მართვა დეტერმინირებული და არა სააღბათო ფაქტორებით.

ტექნოლოგიის უცვლელობისას საწარმოო ფუნქციას გააჩნია თვისებები, რომლებიც განსაზღვრავენ თანაფარდობას პროდუქციის გამოშვების მოცულობასა და გამოყენებულ ფაქტორებს შორის. მაგრამ მიუხედავად იმისა, რომ საწარმოო ფუნქციები წარმოების სხვადასხვა ტექნოლოგიისას ხასიათდებიან თავისებურებებით მათ მინც გააჩნიათ ყველასათვის საერთო გამჭოლი თვისებებიც.

სახელდობრ:

1. დროის მოკლე პერიოდისათვის წარმოების ფაქტორთა შორის ზოგიერთი უცვლელია, ზოგიერთი კი ცვალებადი. ამიტომ არსებობს წარმოების მოცულობის გადიდების ზღვარი, რომელიც შეიძლება მიღწეულ იქნას რესურსების ერთი სახეობის დანახარჯთა გადიდებით დანარჩენი რესურსების დანახარჯთა უცვლელობისას (ე.ი სხვა თანაბარ პირობებში). ეს თვისება ითვალისწინებს იმას, რომ ფაბრიკაში, დაზგათა მოცემული რაოდენობისას და არსებული საწარმოო ფართობების პირობებში არსებობს მუშების წარმოებაში ჩაბმის ზღვარი. პროდუქციის ნამატი, რომელიც შეიძლება იქნას მიღწეული დამატებითი მუშების წარმოებაში ჩაბმის გზით ამ ჩაბმის კვალობაზე მიაღწევს ისეთ წერტილს, რომლის იქით ყოველი ახალი მუშა მუშახელის (შრომის) ზრდის პროპორციულად პროდუქციის მოცულობის გადიდებას არა მარტო შეუშლის ხელს, არამედ გამოიწვევს პროდუქციის შემცირებული ოდენობით მატებას, ვინაიდან იზღუდება სამოქმედო ასპარეზი და ამდენად რეალური კაპიტალის და შრომის შეუღლების უკუგება ეცემა.

პროდუქციის ამგვარი ზრდა, რომელიც იწვევს პროდუქციის ერთეულზე ხვედრი ხარჯების გადიდებას წარმოადგენს იმ ზღ-

ვარს, რომლითაც სიგნალიზირებულია, რომ ამ მომენტს არ უნდა მოიცავდეს პროდუქციის დამატებითი გამოშვება ცვლადი რესურსების გადიდებით. ამ ზღვარამდე, გამოშვებულ დამატებით პროდუქციას ვუწოდებთ წარმოებრივ ზღვრულ პროდუქციას.

2. დროის ხანგრძლივი პერიოდისათვის წარმოების ყველა ფაქტორი ცვალებადია, ამიტომ არსებობს საწარმოო ფაქტორთა ფართო ჯგუფებისათვის განსაზღვრული ურთიერთ შენაცვლებადობა. მართლაც შესაძლოა, რომ შრომის მოცემული რაოდენობა შეცვალოს კაპიტალმა ანდა პირიქით კაპიტალის მოცემული რაოდენობა შეცვალოს შრომის სათანადო რაოდენობამ ისე, რომ არ გამოიწვიოს პროდუქციის მოცულობის შემცირება.

მაგრამ წარმოება არ არსებობს მომხმარებლის გარეშე და ამიტომ არ არსებობს საბაზრო კონიუნქტურისაგან თავისუფალი ფირმა (საწარმო). ამიტომ არსებობს მარკეტინგული ზღვრული პროდუქციაც. საერთოდ კონკურენცია მატარებელ ეკონომიკაში მარკეტინგული ზღვრული პროდუქცია ეს ის დამატებითი პროდუქციაა, რომლის შემდგომი ზრდა გამოიწვევს წარმოების ხარჯებისა და ამ პროდუქციის ფასის გათანაბრებას. ამიტომ პროდუქციის და რესურსების გარემოს მიერ ამგვარ შეფასებათა პირობებში აზრი ეკარგება პროდუქციის შემდგომ ზრდას მეწარმისათვის, ბიზნესმენისათვის და საერთოდ ფირმისა და ქვეყნისათვისაც. ამგვარი მდგომარეობის წარმოქმნის კიდევ მეოფ დამატებით პროდუქციის მოცულობას უწოდებენ ზღვარზე მეოფს ანუ ზღვრულ პროდუქციას. მისი წარმოქმნის მექანიზმი მდგომარეობს შემდეგში: კონკურენტულ გარემოში ფასების ზრდა გამორიცხულია და კონკურენცია იწვევს ფასების შემცირებას. დამატებითი პროდუქციის ყოველი ერთეული დაძაბულ კონკურენტულ პირობებში იწვევს ფასის შემდგომ შემცირებას. ამ შემცირების კომპენსაცია ევალება დამატებითი პროდუქციის გამოშვებას (სხვა თანაბარ პირობებში), რომელიც გააძლიერებს მოგების მასას მანამდე, სანამ ფასი არ გაუთანაბრდება წარმოების ხარჯებს. ამ გათანაბრების მომენტის გადავადება ძალუძს წარმოების დანახარჯების შემდგომ შემცირებას. ამიტომ აქ საქმე გვაქვს საბაზრო გარემოს დიქტატთან რომელიც საწარმოო სისტემას კარნახობს რომ შეამციროს წარმოების ხარჯები. ეს უკვე აღარ არის წარმოების ფუნქცია, არამედ მარკეტინგის ფუნქციაა.

დროის ხანგრძლივ პერიოდში წარმოების ყველა ფაქტორის ცვლადობის თვისების გამო მოცემული ფირმის საწარმოო სისტემის ფაქტორთა ფართო ჯგუფების ნებისმიერი თანაფარდობით აღებულ ნაკრებს და გარემოს კარნახით დამატებით გამოსაშვები პროდუქციის მაქსიმალურ მოცულობას შორის არსებობს იმგვარი შეუღლება, რომლის დროსაც ფიგურირებს ამ ფაქტორთა საერთო დანახარჯების მინიმუმი. ამგვარი შესაძლებლობების აღწერა წარმოადგენს მოცემულ გარემოსთან საწარმოო სისტემის მარკეტინგული შეუღლების ფუნქციას. მარკეტინგული შეუღლება გარემოსთან აიგება ყოველი მოცემული ტექნოლოგიისათვის ცალკე და ამით ყალიბდება ფირმის მეურნეობის სტრატეგიული ზონები. ამ ზონების მიხედვით განსხვავდება საწარმოო ფაქტორების საერთო დანახარჯების მინიმუმსა და პროდუქციის მაქსიმალურ მოცულობას (Q_{max}) შორის თანაფარდობა.

მარკეტინგული შეუღლების ეს თვისება შეიძლება გამოყენებული იქნას ხარჯების მინიმალური რაოდენობის განსაზღვრისათვის ნებისმიერ საქონელთა (პროდუქციის) მოცემული მოცულობისათვის. თუ წარმოების ფაქტორთა ან რესურსების მთლიანი ნაკრები წარმოვიდგინეთ, როგორც შრომის (v) და კაპიტალის (c) დანახარჯები, მაშინ შეუღლების ეს ფუნქცია შეიძლება აღვწეროთ შემდეგი სახით:

$$Q_{max} = f(v, c)$$

სადაც Q_{max} პროდუქციის მაქსიმალური მოცულობაა, რომელსაც აწარმოებენ მოცემული ტექნოლოგიით შრომისა (v) და ძირითადი კაპიტალის (c) მოცემული თანაფარდობის პირობებში.

იმისათვის, რომ v და c შესადარი სახით იქნან წარმოდგენილი შრომას განვიხილავთ $\sum t_{kj}$ კაცსაათებში, კაპიტალს კი

$\sum t_{sk}$ - მანქანა საათებში. გარდა ამისა ერთი კაცსაათის ხელფასის განაკვეთი აღვნიშნოთ s -ით, ერთ მანქანასაათში კაპიტალის ხარჯი (ამორტიზაციის ხარჯი) კი a -ით.

უნდა მივუთითოთ იმაზეც, რომ ტექნოლოგიის უცვლელობისას მანქანასაათების გადიდება შესაძლებელია კაცსაათების გა-

დიდებასთან ერთად მათი სამოქმედო დროის გადიდებით სრულიად თანაბარი ზომით. ამიტომ, მანქანასაათების გადიდება კაცსაათების შემცირების პირობებში და პირიქით მუშათა რიცხოვნობის გადიდება მანქანასაათების შემცირების პირობებში ნიშნავს, რომ შესაძლებელია ამ ცვლილებების მიუხედავად მანქანასაათების და კაცსაათების საერთო რაოდენობა უცვლელი დარჩეს. თუმცა მანქანასაათის ამორტიზაციის ხვედრი განაკვეთი ისევე როგორც კაცსაათის ხელფასის ხვედრი განაკვეთი ამ პირობებში შეიძლება წარმოადგენდნენ უცვლელ სიდიდეებს. უნდა ვიცოდეთ, რომ ძირითადი კაპიტალის ხარჯი მოცემულ წელს გვევლინება ამორტიზაციის ანარიცხის სახით და იცვლება მხოლოდ ძირითადი კაპიტალის ოდენობის შეცვლით, ისევე როგორც მუშათა ხელფასის საერთო თანხა იცვლება მუშათა რიცხოვნობის შეცვლით.

ამ გარემოებათა გამო ხელფასის ხარჯი (v) შეგვიძლია წარმოვიდგინოთ შემდეგი სახით:

$$v = \sum t_k \cdot s$$

ძირითადი კაპიტალის ხარჯი (ამორტიზაციის ანარიცხები) კი შემდეგი სახით:

$$c = \sum t_k \cdot a$$

ამ სახით შესაძარ საფუძველზე დაიყვანება შრომისა და კაპიტალის (ძირითადი კაპიტალის) დანახარჯები.

ხანგრძლივვადიან პერიოდში ყოველი ფირმა აწყდება ფუნდამენტალურ პრობლემას, რომელიც მდგომარეობს იმაში, თუ როგორ აირჩიონ საწარმოო ფაქტორების იმგვარი შეთანწყობა, რომელიც უზრუნველყოფს წარმოების განსაზღვრულ მოცულობას (ზღვრულ მოცულობას) წარმოების მინიმალური ხარჯებით.

იმ შემთხვევაში თუ მანქანასაათის, ისევე როგორც კაცსაათის მწარმოებლურობა უცვლელია ე. ი. უცვლელია ტექნიკა-ტექნოლოგია, მაგრამ შესაძლოა იცვლებოდეს, ამ პირობებში, ძირითადი კაპიტალის გადიდებით არსებული ტექნიკა-ტექნოლოგიის საწარმოო ფრონტი და მუშახელის რაოდენობა, მაშინ მოიმატებს საწარმოო ხარჯების საერთო თანხა. მაგრამ თუ, ამ პირობებში, ძირითადი

კაპიტალის $\sum t_{\text{ა}}$ და შრომის $\sum t_{\text{კ}}$ შეთანწყობაში ერთის ხვედრიწონის ზრდამ იმავე ოდენობით შეამცირა მეორის ხვედრი წონა, მაშინ შესაძლოა ამან გამოიწვიოს $\sum t_{\text{ა}} + \sum t_{\text{კ}}$ - ის უცვლელობა და საერთო საწარმოო ხარჯების შემცირება, თუ უფრო იაფი ფაქტორის (რესურსის) ხარჯვა გაზარდეს უფრო ძვირი ფაქტორის (რესურსის) შემცირების ხარჯზე.

ამ პოზიციებზე დაყრდნობით შესაძლებელია გადაწყდეს ზემოთ-აღნიშნული ფუნდამენტალური პრობლემა.

იმისათვის, რომ წარმოების მასშტაბი არ გასცილდეს პროდუქციის ზღვრულ მოცულობას საჭირო ხდება, რომ პროდუქციის დამატებითი მოცულობით გამოშვება აღმოჩნდეს ზღვრული პროდუქციის ფარგლებში.

ამიტომ წარმოების ფუნქციასთან მარკეტინგის ფუნქციის შეუღლებამ უნდა მიაგნოს წარმოების ფაქტორთა იმგვარ შეთანწყობას, რომელიც პროდუქციაზე დანახარჯების შემცირებით კიდევ უფრო შორს გადაიტანს დამატებითი პროდუქციის გამოშვების მარკეტინგულ ზღვარს. ე.ი. წარმოების ხარჯების შემცირებით ფასისა და თვითღირებულების გათანაბრების მომენტს გადაიტანს და ამით გზას გაუხსნის დამატებითი პროდუქციის მოცულობის შემდგომი გადიდების მიზანშეწონილობას. ე. ი. მოახდენს დამატებითი პროდუქციის მაქსიმიზაციას.

ამგვარი მიდგომა აუცილებელი ხდება კონკურენციამზიდ საბაზრო გარემოში. საქონლით გაუჯერებელ ბაზარზე ფირმის შემოსავლის გადიდების წყაროდ გვევლინება ფასების ზრდა, კონკურენტულ ბაზარზე კი ფირმის შემოსავლის გადიდების წყაროდ გვევლინება დამატებითი პროდუქციის გამოშვება მინიმალური ხარჯებით. სწორედ ამიტომ, რომ კონკურენტულ გარემოში ფირმა ყოველ ნაბიჯზე პროდუქციის გადიდების საქმეში, ანგარიშობს დამატებითი პროდუქციის გამოშვებას მინიმალური დანახარჯებით.

ამ გარემოებათა გამო ფირმის „საწარმოო სისტემის“ ფუნქციად გვევლინება ზღვრული (დამატებითი)* პროდუქციის წარმოებაზე ხარჯების შემცირების გზის მიგნება.

* მხედველობაშია, როგორც მარკეტინგული ასევე წარმოებრივი ზღვრული პროდუქცია.

საჭიროა, ფირმის „საწარმოო სისტემის“ ამგვარი რეაგირება აისახოს მმართველობითი რაციონალიზმის ანალიზურ შემფასებელი სისტემების მექანიზმის მეშვეობით. ამ რეაგირების ანალიზიც უნდა განხორციელდეს ეკონომიკური ანალიზის დეტერმინირებული და არა ალბათობითი მეთოდებით.

„საწარმოო სისტემა“ ანხორციელებს დროის მოცემული პერიოდით დაფიქსირებული ხდომილობის აბსოლუტური სიდიდის ჩამოყალიბებას. ამიტომ მისი გაანალიზება ხორციელდება დეტერმინირებული მულტიპლიკაციური ფაქტორული ეკონომიკური ანალიზის მეთოდებით.

ამ მეთოდებს შორის *პერიოდანტული მეთოდით* განხორციელებული ანალიზი არკვევს ელემენტ-თანამამრავლთა მონაწილეობას (წვლილს) წარმოების ისეთი საბოლოო შედეგების ცვლილებაში, როგორც არიან: პროდუქციის გაყიდვათა მოცულობა (რეალიზაცია) და ბიზნეს მოგება.

საჭიროა ვიცოდეთ, რომ ფასის ფაქტორი ფიგურირებს მარკეტინგულ და არა ტექნიკურ-ეკონომიკურ ეფექტიანობაში იმ შემთხვევაში თუ იგი განსაზღვრულია მოთხოვნა მიწოდების თანაფარდობით და იძლევა ტექნიკურ-ეკონომიკური ეფექტიანობის მარკეტინგულ შეფასებას და ამით საბოლოო ანგარიშში აყალიბებს ეკონომიკურ ეფექტიანობას.

არ შეიძლება სააღბათო ხდომილობებს არ გააჩნდეთ რისკის ცოტა თუ მეტი ოდენობა. რისკი როგორც ეკონომიკური კატეგორია მოცემული ხდომილობის სასიკეთო ან არა სასიკეთო შედეგებზე გასვლის ალბათობაშია და მოითხოვს სამმართველო გადაწყვეტილების მიღებას რისკის სააღბათო ელემენტებით. რისკის არსებობა ამა თუ იმ მოქმედების შედეგებში დაურწმუნებლობითაა გამოწვეული. რისკი ობიექტურად არსებობს ფუნქციონირებადი ობიექტის ურთიერთობაში გარემოსთან. ამიტომ იგი ალბათობის თვისების მატარებელია.

მარკეტინგული კვლევა ეყრდნობა ეკონომიკური ანალიზისათვის მათემატიკური სტატისტიკის ალბათობით მეთოდებს, სადაც ჭარბობს მათემატიკურ მოსალოდნელობათა განსაზღვრისათვის ალბათობის კოეფიციენტების გაანგარიშების მათემატიკური ინსტრუმენტარიის გამოყენება.

„საწარმოო სისტემის“ მარკეტინგული მართვა კი წარმოების ეკონომიკის ანალიზს ანხორციელებს დეტერმინირებული მულტი-პლიკაციური ფაქტორული ეკონომიკური ანალიზის მეთოდებით, რომელთა შორის უტყუარობისა და ორგანიზებულობის გაზომვის უპირატესობით გამოირჩევა *კერიოდანტული მეთოდი*, რომელიც უზრუნველყოფს წარმოების მართვას მმართველობითი რაციონალიზმის ანალიზურ-შემფასებელი სისტემების დახმარებით.

6.3. საბაზრო მქანნიშმთან ადაპტირებული მკონომიკური ანალიზისა და ანალიზურ-შემფასებელი სისტემებით მართვის პრობლემები

დამოუკიდებელ სუვერენულ სახელმწიფოთა საბაზრო ეკონომიკების ურთიერთთან პორიზონტალური საბაზრო კავშირების გამო სამრეწველო ფირმების საქმიანობა მოიცავს არა მარტო ქვეყნის შიგა არამედ სხვა ქვეყნებთან საბაზრო, საინვესტიციო და საწარმო-ტექნიკურ კავშირებსაც. ამგვარი ხასიათის ურთიერთობები მოითხოვენ მართვის განხორციელებას თანამედროვე მარკეტინგის პოზიციებიდან.

როგორც უკვე წინა თავებში აღვნიშნეთ, ორიენტაციის მიხედვით განარჩევენ მარკეტინგული მართვის სამ ტიპს: წარმოებაზე ორიენტირებულ მარკეტინგულ მართვას, გასაღებაზე ორიენტირებულ მარკეტინგულ მართვას და თვით მარკეტინგული ინფორმაციის მთლიან სისტემაზე ორიენტირებულ მართვას (მარკეტინგზე ორიენტირებულ მართვას).

მხედველობაშია მისაღები ის, რომ შესაძლებელია არსებობდეს მრავალი კონკრეტული პირობა, რომელშიც ორიენტაცია წარმოებაზე ან გასაღებაზე მოდის, როგორც უფრო მეტად გამოსაღები მოცემულ სიტუაციაში, ვიდრე ორიენტაცია მარკეტინგზე. წარმოების და პროდუქციის მიწოდების დეფიციტის პირობებში ყალიბდება ბაზარი, რომელიც არ არის საქონლით გაჯერებული. ამიტომ ამ შემთხვევაში აქცენტი კეთდება წარმოებაზე ორიენტირებულ მარკეტინგულ მართვაზე,

სადაც დომინირებს მმართველობითი რაციონალიზმი. ამასთანავე მენეჯერის ლოგიკა უნდა ეყრდნობოდეს სოციალურად დასაშვებ და კანონმდებლობით განმტკიცებულ კომერციული მიდგომით აზროვნებას.

მენეჯერი უნდა წარსდგეს ჩვენს წინაშე, როგორც ახალი ტიპის ხელმძღვანელი. იგი უნდა ყალიბდებოდეს - საბაზრო გარემოში მენეჯმენტის ფორმირების პროცესში.

თანამედროვე მენეჯერები, ბაზარზე არსებული ვითარების მიხედვით ახორციელებენ მმართველობითი რაციონალიზმისა და სიტუაციური მართვის შეუღლების ოპტიმიზაციას. სახელდობრ, *მმართველობითი რაციონალიზმი უშიზნებს ხარჯთშემცირებას პროდუქციის (სამუშაოს) ერთეულზე, სიტუაციური მართვა კი დამატებითი შემოსავლისათვის ხარჯთმატებას პროდუქციის (სამუშაოს) ერთეულზე ისე, რომ მათი შეუღლება იძლეოდეს ხარჯთუკუგების მაქსიმიზაციას.* აქ ეკონომია არ არის თვითმიზანი, არამედ იგი იმდენადაა მიზანშეწონილი, რამდენადაც შემოსავლებთან შეუღლებაში გამოდის ხარჯთუკუგების ზრდის ფაქტორის როლში.

ამგვარი შეუღლება კონკურენტუნარიანობის გამაძლიერებელია. თუ რაოდენ მოქნილად გამოიყენებს მენეჯერი მას მეურნეობრიობის სტრატეგიული ზონების მიხედვით იმდენად მიაღწევს იგი სასურველ შედეგს.

ანალიზურ-შემფასებელი სისტემის მიხედვით აგებული მმართველობითი რაციონალიზმის შეუღლება სიტუაციურ მართვასთან ქმნის იმის შესაძლებლობას, რომ მენეჯერმა ოპერატიულად გაანალიზოს, გააკონტროლოს და მოახდინოს რეაგირება წარმოებისა და გასაღების ეკონომიკური და ფინანსური შედეგების ფორმირების პროცესზე. მითუმეტეს, რომ მენეჯერები უნდა ახორციელებდნენ გაზომვებს, რათა მართონ მწარმოებლურობა და აამაღლონ იგი, ვინაიდან ზუსტი გაზომვები ითვლებიან სამმართველო გადაწყვეტილებათა მიღების საიმედო დასაყრდენად, ხოლო ორგანიზაციული სისტემის შედეგიანობის გაზომვა, შეფასება და კონტროლი თავისთავად წარმოადგენენ მმართველობის გადაწყვეტ ელემენტებს.

ამ მოთხოვნათა ცხოვრებაში გატარებას ხელი უნდა შეუწყოს არა მარტო ეკონომიკურმა იმპულსირებამ, არამედ სხვადასხვა სამეურნეო სიტუაციაში მადაკვალიფიციურმა მიდგომამ გადაწყვეტილებათა მიღებაში. ამჟამად სამრეწველო საწარმოებში მმართველობა (ხელმძღვ-

ანელობა) გარკვეულწილად და ისიც უპირატესად ეყრდნობა ინდექსური ფაქტორული ანალიზისა და დეტერმინირებული ფაქტორული ეკონომიკური ანალიზის ე. წ. ჯაჭვური ჩასმის მეთოდს, რომელიც გახვეულია ინდექსურ ფაქტორულ „გარსში“ და ამის გამო ვერ უზრუნველყოფს ანალიზით უტყუარი ინფორმაციის მიწოდებას მმართველობისათვის (ხელმძღვანელობისადმი). ამგვარი მდგომარეობა ვერ პასუხობს თანამედროვე ცივილიზებული საბაზრო ეკონომიკის მოთხოვნებს.

ამ გარემოებათა გამო ეკონომიკის საბაზრო მექანიზმით ფორმირებად გარემოში და თანამედროვე ინფორმაციულ ეპოქაში, ინფორმაცია მართავს ყველაფერს. საწარმოს (ფირმის) მარკეტინგული მართვისათვის აუცილებელია სათანადო ინფორმაციის მიმწოდებელი უტყუარი ეკონომიკური ანალიზის მეთოდი.

ბაზრისა და სხვა გარემოთა გამოკვლევით მიღებულ ინფორმაციაზე შიგასაწარმო სიღრმისეული ოპერატიული რეაგირება მოითხოვს არა მარტო ინდექსებით და არა იმდენად ინდექსებით (ფარდობითი სიდიდეებით) ოპერირებას, რამდენადაც კომპონენტთა მონაწილეობის განსაზღვრას აბსოლუტურ სხვაობათა მულტიპლიკაციური სისტემის ფორმირებაში, ისე რომ იგი თავისუფალი იყოს ფაქტორული ანალიზის ინდექსური გარსისაგან, როგორც ამას აღიარებენ ანალიტიკოს-სტატისტიკოსები. ეს განთავისუფლება შესაძლებელს გახდის, რომ გავზომოთ საწარმოო სისტემის ორგანიზებულობის ეფექტი.

საერთოდ ეკონომიკაში ეკონომიკური საქმიანობის (საწარმო და კომერციული საქმიანობის) შეფასების კრიტერიუმად გამოყენებული იყო და არის მოცემული მოვლენის მოძრაობის დინამიკური მწკრივები. მათი გაზომვა ხორციელდება ინდექსურ ანაგებთა სისტემით, რომელიც მოიცავს ფარდობით სიდიდეებს. სახელდობრ:

$$\frac{q_1 \cdot p_1}{q_0 \cdot p_0} \times 100 = J_{\text{ფ}}$$

სადაც q_0 და q_1 არის მაგ. პროდუქციის გაყიდვათა ნატურით გამოხატული მოცულობა საბაზისო (0) და საანგარიშგებო (1) პერიოდებში. ამავე პერიოდებში p_0 და p_1 წარმოადგენენ შესაბამ-

ისად მათ გასაყიდ ფასებს. აქ $J_{\text{ფ}}$ გაყიდვათა ფულადი შემოსავლის საერთო თანხის ინდექსია %-ით, რომელიც გვიჩვენებს თუ რამდენ პროცენტამდე გაიზარდა (შემცირდა) გაყიდვათა საერთო თანხა (ამონაგები თანხა). ე.ი. ვლებულობთ პასუხს კითხვაზე წინა პერიოდთან შედარებით თუ საით წავედით წინ თუ უკან და რა ტემპით შეიცვალა ამონაგები თანხა.

აქ მოყვანილი მაგალითი ეხება ერთი სახეობის პროდუქციას და მისი ფასის მოძრაობას. ამიტომ იგი წარმოადგენს ინდივიდუალურ ინდექსს.

იმ შემთხვევაში თუ საქმე გვაქვს პროდუქციის რამოდენიმე სახეობასთან თავთავისი ფასებით, მაშინ საქმე გვექნება ნაერთ ინდექსთან. სახელდობრ,

$$\frac{\sum q_{i1} \cdot P_{i1}}{\sum q_{i0} \cdot P_{i0}} = \frac{q_{1,1} \cdot P_{1,1} + q_{2,1} \cdot P_{2,1} + \dots + q_{n,1} \cdot P_{n,1}}{q_{1,0} \cdot P_{1,0} + q_{2,0} \cdot P_{2,0} + \dots + q_{n,0} \cdot P_{n,0}}$$

ფასების გამოყენების გარეშე ნაერთი ინდექსის გათვლა შეუძლებელი ხდება. ნაერთ ინდექსში მთავარ პრობლემად გვესახება, თუ რომელი ფასებით გავზომოთ მრიცხველი და მნიშვნელი, რომ მოვახდინოთ ფასების ცვლილების ნიველირება (გამოთანაბრება საბაზისო და საანგარიშგებო დონეებზე). იმ შემთხვევაში თუ საბაზისო ფასები გამოვიყენეთ მრიცხველსა და მნიშვნელში, მაშინ პროდუქციის სტრუქტურის ცვლილებისას მ.თ.შ. საანგარიშგებო პერიოდში ახალი პროდუქციის ჩართვისას უკანასკნელისათვის საბაზისო დონის ფასი აღარ გვექნება და პროდუქციის საანგარიშგებო სტრუქტურაც გავლენას მოახდენს ინდექსის ფორმირებაზე, რაც შეუძლებელს გახდის გავიანგარიშოთ პროდუქციის ფიზიკური მოცულობის ინდექსი წმინდა სახით (სტრუქტურა ეს ხომ მოცულობა არ არის).

ამგვარი პრობლემა არ დგას ინდივიდუალური ინდექსის მიმართ. ინდივიდუალური ინდექსი შეგვიძლია ვიანგარიშოთ ფასების გარეშეც ნატურალურ გამოხატულებაში, ვინაიდან ერთი და იგივე პროდუქციის ერთეულების დაჯამება არ მოითხოვს ფასების გამოყენებას.

ინდივიდუალური ინდექსის გათვლისას ფასი შემოდის, როგორც

ფაქტორი და არა როგორც შეწონვის პარამეტრი. ამიტომ ახორციელებენ ინდივიდუალური ინდექსების ფაქტორ ინდექსებად დაშლას რათა გაარკვიონ თვითოეული მათგანის გავლენა ინდივიდუალურ ინდექსზე.

ინდივიდუალური ინდექსის ფაქტორ ინდექსებად დაშლას ახორციელებენ შემდეგი სახით:

$$\frac{q_1 \cdot P_1}{q_0 \cdot P_0} = \frac{q_1 \cdot P_0}{q_0 \cdot P_0} \cdot \frac{q_1 \cdot P_1}{q_1 \cdot P_0}, \text{ სადაც } \frac{q_1 \cdot P_0}{q_0 \cdot P_0} - \text{წარმოადგენს პროდუქციის ფიზიკური მოცულობის ინდექსს, } j_q, \frac{q_1 \cdot P_1}{q_1 \cdot P_0} \text{ კი წარმოადგენს ფასების ინდექსს. მათი ნამრავლი კი გვაძლევს პროდუქციის გაყიდვით ამონაგები თანხის ინდექსს. ამ უკანასკნელის მართვა შესაძლებელია განხორციელდეს პროდუქციის გაყიდვის ფიზიკური მოცულობით და ფასების მეშვეობით. აქ დინამიკურ მიდგომასთან გვაქვს საქმე, სადაც ამ ფაქტორთა მოძრაობა იზომება პროცენტობით და არა აბსოლუტური სხვაობით გამოხატული ცვლილებებით.}$$

ინდექსურ გარსში დავრჩებით იმ შემთხვევაში თუ ინდექსთა სისტემიდან გამოვალთ და ინდექსური წილადის მრიცხველს გამოვაკლებთ მნიშვნელს. ამით დაფიქსირდება ის რომ აბსოლუტურ სხვაობათა სისტემის წარმოქმნის წყაროა ინდექსები და მისი საფუძველია ინდექსების თეორია. სწორედ ამიტომ ამ გარსიდან განთავისუფლება შესაძლებელი გახდება თუ ზემომოყვანილ ტრადიციულ მიდგომაზე ავიღებთ ხელს და მეცნიერული შემეცნების სისტემური მეთოდოლოგიით (ინდექსებთან კავშირის გარეშე) გამოვიკვლევთ სხვაობათა წარმონაქმნს, როგორც თვითმყოფად მთლიანობით სისტემას.

ინდექსურ გარსში დავრჩებით იმ შემთხვევაში თუ ინდექსთა სისტემიდან გამოვალთ და ინდექსური წილადის მრიცხველს გამოვაკლებთ მნიშვნელს. ამით დაფიქსირდება ის რომ აბსოლუტურ სხვაობათა სისტემის წარმოქმნის წყაროა ინდექსები და მისი საფუძველია ინდექსების თეორია. სწორედ ამიტომ ამ გარსიდან განთავისუფლება შესაძლებელი გახდება თუ ზემომოყვანილ ტრადიციულ მიდგომაზე ავიღებთ ხელს და მეცნიერული შემეცნების სისტემური მეთოდოლოგიით (ინდექსებთან კავშირის გარეშე) გამოვიკვლევთ სხვაობათა წარმონაქმნს, როგორც თვითმყოფად მთლიანობით სისტემას.

მიუხედავად იმისა, რომ სხვაობათა სისტემა შეგვიძლია ჩამოვყალიბოთ ინდივიდუალური ინდექსის მრიცხველიდან მნიშვნელის გამოკლებით, მაინც უნდა ვიცოდეთ, რომ საქმე გვაქვს იმასთან, რომ იგივე მასალიდან რაც გამოყენებული იყო ინდექსში აგებული იქნა სრულიად დამოუკიდებელი სისტემა. ეს ახალი სისტემა თავისი სისტემური თვისებებით არსებითად უცხოა ინდექსური სისტემისათვის. მართლაც, ზემომოყვანილი ინდივიდუალური ინდექსების ფაქტორ ინდექსებად დაშლას ახორციელებენ შემდეგი სახით:

ექსიდან სხვაობაზე გადასვლით გამოირიცხება ინდექსის სისტე-
მური თვისებები.

მაგალითად.

$$q_1 \cdot p_1 - q_0 \cdot p_0 = (q_1 - q_0) p_0 + q_1 (p_1 - p_0)$$

ისმის კითხვა, რა განსხვავებაა ინდექსურ $\left(\frac{q_1 \cdot p_1}{q_0 \cdot p_0} \right)$ და სხ-

ვაობის $(q_1 \cdot p_1 - q_0 \cdot p_0)$ სისტემებს შორის:

1. დროში შექცევადობის კრიტერიუმად ინდექსურად ანაგებ
სისტემაში მიიჩნევენ იმ ფაქტს, რომ მოცემული ინდექსის გადამ-
რავლება მის შებრუნებულ ინდექსზე ერთიანის ტოლია. მართლაც:

$$\frac{\sum q_{i,1} \cdot p_{i,1}}{\sum q_{i,0} \cdot p_{i,0}} \cdot \frac{\sum q_{i,0} \cdot p_{i,0}}{\sum q_{i,1} \cdot p_{i,1}} = 1$$

ამგვარი შექცევადობა წარმოადგენს ინდექსური რიცხვების თვისებას
და არა ინდექსებში ასახული მოვლენის შექცევადობას დროში.
ამის გამო ეს შექცევადობა არასიმეტრიულია ე. ი. შეფარდება წინ
და უკან არ გვაძლევს თანაბარ სიდიდეებს (ინდექსებს) თუნდაც
აბსოლუტური მნიშვნელობით. მართლაც:

$$\left| \frac{\sum q_{i,1} \cdot p_{i,1}}{\sum q_{i,0} \cdot p_{i,0}} \right| \neq \left| \frac{\sum q_{i,0} \cdot p_{i,0}}{\sum q_{i,1} \cdot p_{i,1}} \right|;$$

მოცემული მოვლენა შექცევადი იქნება მხოლოდ მაშინ, თუ
მომდევნო ციკლის სასტარტო დონე ემთხვევა მისი წინა ციკლის
სასტარტო დონეს. წინააღმდეგ შემთხვევაში ამ მოვლენის შექცე-
ვადობა გამოირიცხულია. ამგვარად გამოირიცხავს დინამიკური მიდგომა
შექცევადობას. ამ მოვლენის მოძრაობის ინდექსებით გაზომვა კი
რიცხვთა შექცევადობას ხდის არასიმეტრიულს.

2. დინამიკური მიდგომის საპირისპიროდ აღწარმოებითი მიდგ-
ომისათვის შექცევადობა სიმეტრიულია. ამგვარ მიდგომაზეა აგე-
ბული სხვაობითი სისტემა. ე. ი. სხვაობით სისტემაში დაცულია
ტოლობა ურთიერთშებრუნებული სხვაობების აბსოლუტურ მნიშ-
ვნელობათა შორის. მართლაც,

$$|\sum q_{i,1} \cdot P_{i,1}| - |\sum q_{i,0} \cdot P_{i,0}| = |\sum q_{i,0} \cdot P_{i,0}| - |\sum q_{i,1} \cdot P_{i,1}|$$

3. გარდა ამისა ფაქტორულ ინდექსურ ანაგებში არსებობს წონების შერჩევის პრობლემა, ზოლო სხვაობის სისტემის ფაქტორულ ანაგებში არსებობს მამრავლ ოპერატორთა (მულტიპლიკატორთა) შერჩევის პრობლემა. ეს იმიტომ, რომ სხვადასხვა სისტემებში ერთი და იგივე კომპონენტი (ელემენტ-თანამამრავლი) ასრულებს სხვადასხვა როლს, ჩვენ შემთხვევაში წონების როლს, ინდექსურ ანაგებთა სისტემაში, სხვაობების ანაგებთა სისტემაში კი მამრავლ ოპერატორის როლს.

ნაერთ ინდექსებში, სადაც საქმე გვაქვს სხვადასხვა სახეობის პროდუქციასთან და გვინდა მათი ნაერთი ფიზიკური მოცულობის ინდექსის განსაზღვრა, მაშინ საჭიროა ფასების, როგორც წონების გამოყენება რათა შესაძლებელი გახდეს პროდუქციის სხვადასხვა სახეობათა დაჯამება (ვინაიდან ნატურაში მათი დაჯამება შეუძლებელია არათანაზომადობის გამო) საბაზისო პერიოდში ცალკე და საანგარიშგებო პერიოდში ცალკე ისე, რომ მათი შეფარდებისას დაცული ყოფილიყო სტატისტიკური შესადარისობა. ინდექსის მეშვეობით უნდა გაიზომოს დაეუშვათ, პროდუქციის ფიზიკური მოცულობის დინამიკა. ამისათვის საჭიროა სხვადასხვა სახეობის პროდუქციათა შორის თანაზომადობის მიღწევა. ამ პრობლემის გადასაჭრელად მიმართავენ ფასებს, მაგრამ საჭირო ხდება გადაწყვედეს თუ რომელი ფასები გამოდგება ამ მიზნით. აქ სამი ვარიანტი ისახება: გამოვიყენოთ საბაზისო პერიოდის, საანგარიშგებო პერიოდის უცვლელი ფასები თუ გავიანგარიშოთ ფასების ინდექსი და მისი დახმარებით მოვახდინოთ ფასების ცვლილების ნიველირება (გამოთანაბრება). აქ შესადარი ფასები კისრულობენ ფასებით პროდუქციის შეწონვის ფუნქციას. ეს მათი ემერჯენტული თვისებაა.

ინდივიდუალურ ინდექსებში ფასთგამოთანაბრების პრობლემა არ არსებობს, ვინაიდან პროდუქციის ერთ სახეობასთან გვაქვს საქმე. აქ პრობლემაა თუ როგორ განვსაზღვროთ გამოშვებული და გაყიდული პროდუქციით მიღებულ შემოსავალის ცვლილების ინდექსზე რა წილი მოვიდა პროდუქციის ფიზიკური მოცულობის ინდექსზე და რა წილი ფასების ინდექსზე. ეს იმას ნიშნავს, რომ მათ იკისრეს ფაქტორების როლი. ამიტომ მას უწოდეს ფაქტორუ-

ლი ანალიზის ინდექსური მეთოდი. აქ პრობლემა იმის შესახებ თუ რა დონეზე ავიღოთ ფასები ან რა დონეზე პროდუქციის ფიზიკური მოცულობა არ დგას ვინაიდან სულერთია ერთ და იგივე ინდექსს მივიღებთ რიცხობრივად (პროცენტებში). სახელდობრ,

$$\frac{q_1 \cdot P_1}{q_0 \cdot P_0} = \frac{q_1 \cdot P_0}{q_0 \cdot P_0} \cdot \frac{q_1 \cdot P_1}{q_1 \cdot P_0} = \frac{q_1 \cdot P_1}{q_0 \cdot P_1} \cdot \frac{q_0 \cdot P_1}{q_0 \cdot P_0} = \frac{q_1}{q_0} \cdot \frac{P_1}{P_0}$$

მაგრამ სხვაობათა ანაგებ ფაქტორულ სისტემაში პროდუქციის ერთი სახეობის პირობებშიაც კი რჩება ძალაში თუ რა დონეზე ავიღოთ უცვლელი ფასი და რა დონეზე უცვლელი პროდუქციის ფიზიკური მოცულობა. ეს იმიტომ, რომ

$$q_1 P_0 - q_0 P_0 = (q_1 - q_0) P_0 \neq q_1 P_1 - q_0 P_1 = (q_1 - q_0) P_1$$

ე. ი. ინდექსის მრიცხველსა და მნიშვნელს შორის სხვაობა გვაძლევს სრულიად ახალ სისტემას, რომელიც არსებითად (სისტემური თვისებებით) განსხვავდება ინექსურ ანაგებთა სისტემისგან. იმისათვის, რომ ფაქტორ ინდექსებისაგან გავანთავისუფლოთ აბსოლუტურ სხვაობათა სისტემა, საჭიროა ეს უკანასკნელი გავანთავისუფლოთ ინდექსური გარსისაგან, რომლისთვისაც თანამამრავლთა რაწიერებას არა აქვს არავითარი მნიშვნელობა (ე. ი. ფაქტორი განიხილება თანამამრავლის საბაზისო თუ საანგარიშგებო დონეზე სულერთია და ამიტომ თანამამრავლთა სისტემაში მათი განლაგების თანმიმდევრობას არ გააჩნია მნიშვნელობა). ამ ინდექსური გარსიდან თავის დახსნისათვის გაჩნდა მცდელობები რათა აბსოლუტურ სხვაობათა სისტემისათვის დაესაბუთებინათ ფაქტორ თანამამრავლთა გადაადგილების თანამიმდევრობა. ამის ნიმუშია ე.წ. ჯაჭვური ჩასმის მეთოდის აღმოცენება. მაგრამ აქ თანამიმდევრობების ავტორები ამ მოვლენის გენეტიკურ თანმიმდევრობას ვერ ითვალისწინებენ.

ასე დგას დღეისთვის პრობლემა, მაგრამ მას ჯერ გადაწყვეტილსათვის არ მიუგნია თუ მხედველობაში არ მივიღებთ ჩვენ მიერ გამოკვლეულ გენეტიკურ თანამიმდევრობას, სადაც მეცნიერული შემეცნების სისტემური მეთოდოლოგიით მიგნებული იქნა ამ პრობლემის გადაწყვეტის გზა.

ამ საფუძველზე აგებული იქნა წარმოების საბოლოო შედეგების მარკეტინგული მართვის ანალიზურ შემფასებელი სისტემა. ეს სისტემა კისრულობს სიტუაციურ მართვასა და მმართველობით რაციო-

ნალიზმს შორის დამაკავშირებელი „ზიდის“ როლს. იგი ამასთანავე გამოდის შიგასაწარმო (შიგასაფირმო) პროცედურათა და პროცესების მარგანიზებული სტრატეგიის მართვითიერებელი მექანიზმის როლში.

ანალიზურ შემფასებელი სისტემის ფორმირება შეუძლებელია პერიოდულ-გენეტიკური მიდგომის (სისტემური მიდგომის ამ ახალი სახეობის) მეცნიერული დასაბუთებისა და მის საფუძველზე დეტერმინირებული მულტიპლიკაციური ფაქტორული ეკონომიკური ანალიზის მეთოდოლოგიის კვლევის შედეგების გამოყენების გარეშე. არსებითი მნიშვნელობა ენიჭება წარმოება-გასაღების საბოლოო შედეგების ფორმირების გენეტიკური პროცესის და ელემენტ თანამამრავლთა გამოწვევების გამოკვლევას, რომელთაც გადაჰყავთ წინა საფეხური მომდევნოში, მოცემული გენეტიკური პროცესის საბოლოო შედეგის ჩამოყალიბებამდე. ამ ნიადაგზე აგებულია მართვის ანალიზურ-შემფასებელი მულტიპლიკაციური სისტემა.

ანალიზურ-შემფასებელი სისტემით მართვას ძალუძს სრული სამეურნეო ანგარიშიდან საწარმოს (ფირმის) მარკეტინგულ (ბაზართმკეთებელ) მართვაზე გადასვლის პროცედურის გაძლოლა. შემდგომ კი შეუძლია მარკეტინგული საქმიანობის გაშლა და მოცემული საწარმოს ეკონომიკური ბედისა და საფინანსო მდგომარეობისათვის თვითპასუხისმგებლობის დამკვიდრება ნათელი ხედვის საფუძველზე. ამ გზით მოიხსნება ის დაბნეულობა, რომელსაც წარმოქმნის საბჭოური ეკონომიკის ნანგრევებზე საბაზრო ეკონომიკის მშენებლობის სტიქიურ სვლაზე მიშვება. მარკეტინგულ მართვას აუცილებლობით მოითხოვს დროის მოცემული პერიოდის რაციონალურად ათვისება, საყოველთაო კონკურენციის პირობებში.

ისმის კითხვა თუ რას წარმოადგენს ფირმისათვის დროის პერიოდი. იგი განსაკუთრებული ტიპის რესურსია. დრო მუდამ მოძრავია. საჭიროა დრო არ გაგვექცეს ხელიდან, დროის მსვლელობაში უნდა მოესწროს ამა თუ იმ საქმის გაკეთება ან ქცევის დასახვა და პროცესის განხორციელება (მაგ. სამმართველო გადაწყვეტილებათა მიღება და ცხოვრებაში გატარება), რომელიც თავისი შედეგით დროის შეუჩერებელი მსვლელობის პერიოდით გარკვეულ მონაკვეთში ფიქსირდება. დროის ამ პერიოდს არ უნდა ჩამორჩეს ფირმა (საწარმო). დრო კი არ გველოდება, არამედ ჩვენ უნდა მივსდით მას და მოვასწროთ საქმე ამ დროში, სანამ იგი არ გასულა. რაც უფრო უკეთესად მოვასწრებთ

საქმეს ამ დროში და რაც უფრო მეტს გაეაკეთებთ ამ დროის შუალედში მით უფრო შედეგიანი ე. ი. უკუგებიანი იქნება დროის ეს პერიოდი.

ამიტომ დროის პერიოდი იმგვარი რესურსის როლში გამოდის, რომლის სრულყოფილი გამოყენება დამოკიდებულია საქმის კეთების ორგანიზებულობაზე, მისი (საქმიანობის) მსვლელობა, როგორც ცალკე აღებული ხდომილობა მთლიანად უნდა თავსდებოდეს დროის მოცემულ პერიოდში და რაც შეიძლება მეტი ზომით. ამ ხდომილობას ეუწოდებთ პერიოდით დაფიქსირებულს და ამიტომ პერიოდანტს, რომლის გაზომილ შედეგს ეუწოდებთ დონის პერიოდანტს.

ამრიგად, დროის პერიოდი სამრეწველო ფირმისათვის (ნებისმიერი ფუნქციონირებადი ობიექტისათვის) დროის იმ რესურსის როლში გამოდის, რომლის მსვლელობაში უნდა მოასწოროს მოთავსება მოცემული საქმიანობის (ჩვენ შემთხვევაში წარმოება-გასაღების) საბოლოო შედეგების მიღებამ, ისე რომ სივრცესა და დროში განხორციელდეს საწარმოო და სამომოქცევო რესურსების ურთიერთთან სათანადო უკუგებიანი შეუღლებები.

პერიოდანტულ გენეტიკური თვალსაზრისით სამრეწველო ფირმის სტატისტიკური მაჩვენებლები წარმოადგენენ საწარმოო პროცესის მსვლელობის და საწარმოო რესურსების გამოყენება უკუგების, დროის მოცემული პერიოდით დაფიქსირებული ხდომილობის, რიცხობრივად გაზომილ ტექნიკურ-ეკონომიკურ მახასიათებლებს. დროის პერიოდი აქ გვევლინება, როგორც ასათვისებელი განსაკუთრებული ბუნების რესურსი, მაჩვენებელი კი დროის ამ პერიოდით დაფიქსირებული ამა თუ იმ საწარმოო რესურსის ათვისების მახასიათებელი. მაგ. განვიხილოთ ერთწლიანი დროის პერიოდი. დროის ამ პერიოდში შრომა, როგორც დახარჯული რესურსი აღირიცხება უწინარეს ყოვლისა კაც-საათებში, შემდეგ კაც-დღეებში და ბოლოს მუშაკების საშუალო სიობრივი რიცხვით. მათ შორის განსხვავება არა მარტო საზომ ერთეულებშია, არამედ სხვადასხვა ფაქტორებით გამოწვეულ შრომის დანაკარგებშია, თუმცა ეს ეხება დროის ერთი და იგივე პერიოდს. ეს პერიოდი მთლიანად შევსებულად აღირიცხება, სულერთია შრომის წმინდა დანახარჯებმა შეეხსო იგი თუ შრომის დანაკარგებმაც. მართლაც, შიგასათობრივი მოცდენები კაცსაათებშია ჩართული (შრომის ფარული დანაკარგები), ისინი ცალკე ვერ აღირიცხებიან და ამიტომ შრომის დანახარჯებს მიეთვლებიან. კაცდღეები მოიცავენ ცვლისშიგა მოცდენებსაც, რომ-

ლებიც აღრიცხვადი არიან, მაგრამ ისინი მაინც შრომის დანახარჯებს მიეთვლებიან. კაცდღეების აღრიცხვისას ასევე მუშაკების (სამრეწველო საწარმოო პერსონალის) საშუალო სიობრივი რიცხვი (მთელდღიური მოცდენების ჩათვლით) აღრიცხება და ამდენად ავსებს დროის მოცემულ პერიოდს. ამას ადასტურებს ის, რომ აღრიცხება არა ფაქტიურად მომუშავეები, არამედ მათი სიობრივი რიცხოვნობა. ეს იმას მოასწავებს რომ დროის პერიოდის შევსება ხდება არა მარტო საწარმოო რესურსების დანახარჯებით, არამედ მათი დანაკარგებითაც. ამიტომ რაც უფრო ნაკლებია საწარმოო რესურსების დანაკარგები დროის ამ პერიოდში მით უფრო მაღალი უკუგებითაა დატვირთული დროის მოცემული პერიოდი.

ამგვარია მდგომარეობა საწარმოო და მიმოქცევის ყველა რესურსის მიმართ ამიტომ, მათი ათვისება ფიქსირდება დროის მოცემული პერიოდით, რომელიც ასრულებს დროის ამ პერიოდით დაფიქსირებული მოძრავი „პოლიგონის“ როლს. როგორაა გამოყენებული ეს „პოლიგონი“ ამაზე პასუხობს სტატისტიკურ მაჩვენებელთა აღრიცხვა-გაანგარიშებით გამოხატული საწარმოო რესურსების უკუგებითი შეუღლება დროის მოცემულ პერიოდში.

აი რატომაა საჭირო დროის გამოყენების პოზიციებიდან სტატისტიკურ მაჩვენებელთა ფორმირების ზემოთაღნიშნული პროცესის მართვითაც მოცემული სამრეწველო ფირმის (ორგანიზაციის) კონკურენტუნარიანობის გაძლიერება.

ამრიგად, პეროდანტულ-გენეტიკური თვალსაზრისით სამრეწველო ფირმის სტატისტიკური მაჩვენებლები წარმოადგენენ საწარმოო პროცესის მსვლელობის და საწარმოო რესურსების გამოყენება-უკუგების დროის მოცემულ პერიოდით დაფიქსირებულ რიცხოზობრივად გაზომილ ტექნიკურ-ეკონომიკურ მახასიათებლებს.

საჭირო ხდება საწარმოს (ფირმის) ფუნქციონირების შედეგობრივ მაჩვენებელთა დანაწევრება ელემენტ-თანამამრავლებად, რაც წარმოქმნის სტატისტიკურ მაჩვენებელთა მულტიპლიკაციურ სისტემას, რომელიც მოიცავს როგორც ყოველი ელემენტ-თანამამრავლის ლოკალურ ეფექტს, ასევე ამ სისტემის ორგანიზებულობის ეფექტსაც (სინერგიულ ეფექტს). მათი გამოყოფა ცალ-ცალკე და გაზომვა ძალუძს დეტერმინირებული ფაქტორული ეკონომიკური ანალიზის სათანადო (პერიოდანტულ) მეთოდს. ამით შესაძლებელი ხდება, რომ საწარმოო სისტემის ორგანიზე-

ბულობის ეფექტიც გახდეს მართვის უშუალო ობიექტი, რითაც დროის მოცემულ პერიოდში შესაძლებელი ხდება სამართავ მოქმედებათა მოსწრება (გაწამაწიის გარეშე) საწარმოო სისტემის მწყობრად ორგანიზებული ფუნქციონირებით.

და ბოლოს ელემენტ-თანამშრომელთა ანალიზურ შემფასებელი მაჩვენებლების დონე და დინამიკა ადეკვატური უნდა იყვნენ იმ მაჩვენებლებისა, რომლებიც ფიგურირებენ გაკოტრებული საბაზრო ეკონომიკიდან (თავისი მოშლილი მეურნეობრიობით) სინქრონიზებულ ეკონომიკაზე გადასვლის პერიოდში და მის შემდეგ მომქმედ სამეურნეო მექანიზმში. ასეთი მიდგომა აუცილებელია მართვის მარკეტინგულ მექანიზმთან ადაპტირებისათვის. ასეთივე მიდგომა აუცილებელია მარკეტინგული მართვის ინსტრუმენტარიის სრულყოფისათვის. აქ განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება მენეჯერთა მართებულ ორიენტაციას, არსებული ვითარების ობიექტური შეფასების საფუძველზე, მიიღონ სათანადო გადაწყვეტილებანი. მთავარი სიტყვა უნდა ეკუთვნოდეს წარმოების საბოლოო შედეგების ეკონომიკური ანალიზის მექანიზმულად დასაბუთებულ მეთოდს. ამის გამო საჭიროა დაცული იქნას ეკონომიკური სიტუაციისადმი ანალიზის მეთოდის ადეკვატური რეაგირება, რომლის გარეშეც ეს მეთოდი ვერ გახდება მარკეტინგული (ბაზაროპკეთებელი) მექანიზმის აგების საფუძველი. იგი აუცილებელია მმართველობითი რაციონალიზმისა და სიტუაციური მართვის უნაკლო განხორციელებისათვის.

ეკონომიკური ანალიზის მოცემული მეთოდის უტყუარობას საბაზრო ეკონომიკის პირობებში უნდა ადასტურებდეს არა მარტო ტრადიციულად გამოყენებული ერთი პირობა, არამედ სამი პირობა. სახელდობრ:

1. ელემენტ-თანამშრომელთა მონაწილეობა წარმოების საბოლოო შედეგების ზრდა-შემცირებაში, სწორად არის გაანგარიშებული იმ შემთხვევაში, თუ ყოველი მათგანის მონაწილეობის გაზომილ სიდიდეთა ჯამი ტოლია მათი თანამოქმედების საერთო საბოლოო შედეგის მატება-კლებასთან. ამგვარია ტრადიციული მიდგომის პოზიცია;

2. ყოველი ელემენტ-თანამშრომლის მონაწილეობა საბოლოო შედეგის ცვლილებაში, ახალი მიდგომით, უნდა განვიხილოთ, როგორც მთელის ნაწილი. აქ მთელის როლში გვევლინება საბოლოო შედეგის მატება (კლება). ამ თვალთახედვით გაზომვის მეთოდი უნდა მოიცავდეს შემდეგ მოთხოვნას. სახელდობრ, ნაწილების ჯამი, დაჯამების არცერთ

საფეხურზე არ უნდა აღემატებოდეს მთელს, ვინაიდან ეს ნამატი არ შეიძლება იყოს მთელის ნაწილი, ვინაიდან იგი აღმოჩნდა მთელის ფარგლებს მიღმა. დაჯამების შემდეგ საფეხურზე ამ გარდანამეტის მოხსნის ფუნქცია არ შეიძლება დაეკისროს მომდევნო საფეხურზე ალგებრულად მიმატებულ სიდიდეს. ეს იმიტომ, რომ მთელის ნაწილი არ შეიძლება იმგვარი სიდიდე იყოს, რომელიც გარდანამეტს მოხსნის და ამით თვითონ გახდება მთელის ნაწილი. ამიტომ ნაწილთა ჯამი უშუალოდ უნდა გადიოდეს მთელზე ყოველგვარი მაკორექტირებელი სხვაობის გარეშე. მაგალითად, დაეუშვათ წარმოების საბოლოო შედეგის ნამატი (მთელი) შეადგენს 100 ერთეულს. დაუშვებელია 100 ერთეულზე გასვლა შემდეგი გზით: პირველი თანამამრავლის მონაწილეობის გაზომვით თუ მივიღეთ მაჩვენებელი +120 და მეორე ელემენტ-თანამამრავლის მიხედვით მონაწილეობის მაჩვენებელი კი მივიღეთ -20, რომელთა დაჯამებით -20 მოხსნის +20-ს და ამ გზით გავალთ მთელზე ე.ი. 100-ზე, აღმოჩნდება, რომ არცერთი მათგანი არ წარმოადგენს მოცემული მთელის /100/ ნაწილებს.

ჩვენ, რომ მიგველო -80 და -20, მაშინ ამგვარი შედეგების მოძიებაში გათვლები არ დაარღვევდა მთელის აღნაგობაში ნაწილის ადგილს და გათვლით მიღებული მთელის კონსტრუქცია არ დაარღვევდა ამ მთელის რეალურ სტრუქტურას.

3. მთელის და ნაწილის ურთიერთობაში რეალური კონსტრუქციის დაფიქსირება მოითხოვს, რომ მკაცრად განისაზღვროს ელემენტ-თანამამრავლთა მონაწილეობის თანამიმდევრობა. ე.ი. ჩვენს მაგალითში, ჯერ წარმოიქმნება 80 ერთეული, შემდეგ კი 20 ერთეული თუ პირიქით. ამ კითხვაზე ზუსტი პასუხი მოითხოვს, რომ მეცნიერული შემეცნების სისტემური მეთოდოლოგიით განისაზღვროს ელემენტ-თანამამრავლთა ჭეშმარიტი გენეტიკური თანამიმდევრობა წარმოების საბოლოო შედეგის ჩამოყალიბებაში.

მულტიპლიკაციური მოდელების დეტერმინირებული ფაქტორული ეკონომიკური ანალიზის მეთოდები¹ მოწოდებულნი არიან განსაზღვრონ

¹ დეტერმინირებული ეკონომიკური ფაქტორული სისტემის ნებისმიერი ურთულესი კომბინირებული მოდელი შესაძლებელია გარდაქმნათ მულტიპლიკაციური მოდელად. გარდა ამისა, მხოლოდ მულტიპლიკაციური მოდელი იძლევა იმის საშუალებას, რომ გამოვეყლინოთ ანალიზური ფაქტორული სისტემების ორგანიზებულობის თვისება.

ყოველი ფაქტორ-თანამამრავლის მონაწილეობა მათი თანამოქმედების საერთო საბოლოო შედეგის ნამატში /დაკლებაში/.

ამასთან ერთად, ეს მონაწილეობა განისაზღვრება არა შეფარდებითი (ინდექსირებული), არამედ აბსოლუტური სიდიდეებით. საბოლოო შედეგის დანაწევრება ფაქტორ-თანამამრავლებად კი იწვევს მისი ფორმირების მულტიპლიკაციური ნიშანთვისების გახსნას.

ამგვარი მიდგომა უზრუნველყოფს საბოლოო შედეგის ცვლილების პირდაპირ ფუნქციონალურ დამოკიდებულებას ფაქტორ-თანამამრავლთა ცვლილებაზე. ეს კი აფიქსირებს ამ მხრივ ფაქტორული ეკონომიკური ანალიზის დეტერმინირებულობას.

ცნობილია, რომ მულტიპლიკაციურად აგებული მოდელების დეტერმინირებული ეკონომიკური ფაქტორული ანალიზის წინაშე დღემდე დგას გადაუჭრელი პრობლემები:

1. არ არის გამოვლენილი საბოლოო შედეგის ბუნებრივი ფორმირების მულტიპლიკაციურ მოდელში ფაქტორ-თანამამრავლთა განლაგების სათვის დამახასიათებელი მკაცრად განსაზღვრული თანამიმდევრობა.

2. არ არის დამტკიცებული, თუ რაოდენ ბუნებრივად იმპტირებული ფაქტორ-თანამამრავლთა თანამოქმედების საბოლოო შედეგის ფორმირების ეკონომიკური ბუნება მათემატიკურად უნაკლოდ აგებულ თანამიმდევრულ ჯაჭვურ სქემაში. სადაც, ერთი ფაქტორ-თანამამრავლის მნიშვნელი ფიგურირებს მეორის მრიცხველში ანდა პირიქით.

3. მეცნიერული დაუსაბუთებლობის გამო ცალსახად არ არის დაფიქსირებული იმ ფაქტორ-თანამამრავლთა შემადგენლობა, რომლითაც უნდა იყოს წარმოდგენილი ყოველი ცალკე აღებული იმ ეკონომიკური მოვლენის, როგორც ხდომილობის, ფორმირების მულტიპლიკაციური მოდელი, რომლის საბოლოო შედეგის გაზომვა ზორციელდება სათანადო ეკონომიკური მაჩვენებლით /შრომის მწარმოებლურობა, თვითღირებულება, მოგება, რეალიზაციის მოცულობა პროდუქციის მიწოდებათა სახელშეკრულებო ვალდებულებათა დაცვით, საბრუნავი სახსრების ბრუნვადობა და ა.შ./.

4. არ არის შემუშავებული ფაქტორ-თანამამრავლთა ერთობლივი მოქმედების საბოლოო შედეგების ფორმირების სისტემათა მოდელირების მეცნიერულად დასაბუთებული მიდგომა.

ფაქტორ-თანამამრავლთა თანამოქმედების საერთო შედეგის გამოკვლევისაგან განსხვავებით წარმოების საბოლოო შედეგის ფორმირების პროცესის გამოკვლევამ არ შეიძლება გვერდი აუაროს ზემოაღნიშნულ პრობლემათა გადაჭრას.

გარდა ამისა, დეტერმინირებული ფაქტორული ეკონომიკური ანალიზის (დფეა) არსებულ მეთოდოლოგიას (მეთოდთა დასაბუთების თეორიას) ანალიზის ამგვარი მეთოდების შემუშავების სრულიად საკმარის პირობად მიაჩნია ფაქტორ თანამამრავლთა გავლენების დამაფიქსირებელ შესაკრებთა ჯამის ტოლობა მათი თანამოქმედების საერთო შედეგის აბსოლუტურ ცვლილებასთან.

როგორც ეტყობა, ამგვარი მიდგომა სრულიად რეალურია წმინდა მათემატიკური ზერხებისათვის, თუ საქმე გვაქვს მხოლოდ განყენებულ რიცხვებთან, სადაც მათ არ აკისრიათ რაიმე კონკრეტული როლის შესრულება სისტემის გამოსავლის ფორმირების მთლიან წარმონაქმნში. თუ ამ მიდგომას დავიცავთ დფეა-ს მეთოდების დასაბუთების თეორიაში (რაც ამჟამად შეიმჩნევა), მაშინ წარმოების საბოლოო შედეგის ფორმირებიდან იქნება გამორიცხული ყოველი ინგრედიენტის (სტრუქტურული ნაწილის) როლი და წონაობა.

ამგვარი მეთოდებით განზორციელებული ანალიზის შედეგებს მორგანიზებელი მექანიზმის ღონისძიებათა სისტემის სტრუქტურის აგების დროს, შეცდომაში შეჰყავთ მენეჯერები (მმართველები). ეს იმიტომ ხდება, რომ ეს მეთოდები აყალიბებენ მოცემული წარმოების საბოლოო შედეგის ფორმირებაში ინგრედიენტთა მონაწილეობის არაადექვატურ სტრუქტურას.

ეს შეცდომა ხშირად მცდარ გზაზე აყენებს სამმართველო გადაწყვეტილებებსა და მოქმედებებს. უნებურად რჩება მხედველობის გარეთ (უხილავი რომ არის იმიტომ) საწარმოო სისტემის ორგანიზებულობის დეფორმაციის პროცესი, რომელიც ამცირებს და აუარესებს წარმოების საბოლოო შედეგებს. ამ უკანასკნელზე დამოკიდებულია შრომითი კოლექტივის ეკონომიკური ბედი. სახელმწიფო საწარმოთა თვითდაფინანსებითი და სრული სამეურნეო-ანგარიშებრივი მექანიზმით, ხოლო კოპერატიულ და სხვა კერძო საწარმოთა კომერციული ანგარიშით ან მარკეტინგით ფუნქციონირების პირობებში სამეურნეო-კომერციული წარმატება მნიშვნელოვან წილად დამოკიდებულია ეკონომიკური ანალიზის მე-

თოდების უტყუარობაზე.

საერთოდ აღიარებული მეთოდოლოგიის ზემოთაღნიშნული ხარვეზი მოითხოვს „დფუა“-ს მეთოდების დასაბუთების თეორიის გარდაქმნას:

1... არ უნდა დავეკმაყოფილდეთ ფაქტიურ ნამატსა (მონაკლებსა) და გათვლებით მიღებულ ნამატ (მონაკლებ) ინგრედიენტთა ჯამს შორის ტოლობის პრინციპით.

2... დამატებით უნდა შემოვიღოთ რეალურ სინამდვილეში არსებული სტრუქტურისადმი გათვლილი სტრუქტურის ადეკვატურობის პრინციპი.

ჩვენი შეხედულებით, ზემოთ აღნიშნული პრობლემების გადაჭრა მოითხოვს იმ ფაქტორ-თანამამრავლთა თანამოქმედების საბოლოო შედეგთა ფორმირების პროცესების გენეტიკურ გაშუქებას, რომელთა მიხედვითაც ხორციელდება „დფუა“. მითუმეტეს, რომ ანალიზი წარმოადგენს გენეტიკური გაშუქების აუცილებელ წინამძღვარს, რათა აღვიკვათ სხვადასხვა საფეხურის ფორმირების სინამდვილეში არსებული პროცესი.

წარმოების ყოველი საბოლოო შედეგის ჩამოყალიბების სინამდვილეში არსებული პროცესის გენეტიკური ბუნების ანალიზის საფუძველზე, წინამდებარე ნაშრომის ამ თავში შემოთავაზებულია მიდგომა, რომელიც შესაძლებელს ხდის ამაღლებული იქნას ფაქტორული ეკონომიკური ანალიზის დეტერმინირების დონე.

ფაქტორული ეკონომიკური ანალიზის მისი დეტერმინირების ამაღლებისკენ გამიზნულობა ავლენს იმას, რომ საბოლოო შედეგის ყოველი მაჩვენებლის ფორმირების პროცესს გააჩნია თავის „ძეალკუნთოვანი“ სისტემა, რომელიც წინასწარ შეპირობებულია გენეზისის ბუნებრივი პროცესით.

სამწუხაროდ, იმის მცდელობას, რომ აგებული ყოფილიყო ასეთი „ძეალკუნთოვანი“ სისტემა ხელს უშლიდა და კიდევ უშლის დაუსაბუთებელი, მაგრამ საკმაოდ გავრცელებული შეხედულება იმის შესახებ, რომ წარმოების საბოლოო შედეგის ფორმირების პროცესში თითქოს ფაქტორ-თანამამრავლები მონაწილეობენ ბუნებრივი თანმიმდევრობის გარეშე და ამიტომ, თურმე ამ პროცესისათვის დამახასიათებელი ყოფილა შექცევადობა. ამის გამო მას მიაჩნია, რომ ამოცანა მდგომარეობს ეკონომიკური ანალიზის იმგვარი მე-

თოდის კონსტრუირებაში, რომელიც არ მოახდენს რეაგირებას ფაქტორ-თანამამრავლთა გადაადგილებაზე (თანამიმდევრობის შექცევადობაზე). იგი მაინც უნდა უზრუნველყოფდეს ყოველი ამ თანამამრავლის წვლილის უცვლელობას მათი თანამოქმედების საბოლოო, საერთო შედეგის შეცვლაში. სრულიად არ ექცევა ყურადღება იმას, რომ აქ აუცილებელია რეალურად აისახოს ბუნებრივად მიმდინარე პროცესები.

არსებობს სხვა წყობის აზრიც, რომლის თანახმად უნდა განვასხვაოთ ფაქტორი, რომელიც აღიქმება უშუალო აღრიცხვით, ფაქტორისაგან, რომელიც აღიქმება საშუალო სიდიდეთა გათვლით. ეს განსხვავება კვალიფიცირებულია, როგორც ყოველი მათგანის არსებითი ნიშანი, რომელიც თურმე განსაზღვრავს ფაქტორ-თანამრავლთა მონაწილეობის თანამიმდევრობას მათი თანამოქმედების საბოლოო შედეგის ფორმირებაში.

აქ ლაფსუსი* დაშვებულია იმის გამო, რომ აღქმის ხერხი არ შეიძლება იყოს მოვლენის თვითმყოფადობის ბუნებრივად არსებული შინაგანი (იმანენტური) თვისება (არსებითი ნიშანი), რომლის მატარებელიცაა იგი აღქმის გარეშეც. ამით იგნორირებული ხდება ის ბუნებრივი (იმანენტური) თანამიმდევრობა, რომლითაც მონაწილეობენ ფაქტორ-თანამამრავლები ზემოთ აღნიშნულ პროცესში.

საჭიროა ვიქონიოთ მხედველობაში ის, რომ წარმოების ყოველი საბოლოო შედეგის მულტიპლიკაციური ფორმირების ბუნებრივი პროცესი შეუქცევადია. სადაც არ უნდა იყოს ის, რომ ჯერ ფიგურირებს ნიშანთვისებები, შემდეგ კი ის ერთობლიობა, რომელიც კისრულობს გახდეს ამ ნიშანთვისების მატერიალური მატარებელი. მაგალითად, დაეუშვათ, ვიხილავთ ისეთ რაობას (ყოფიერებას), როგორიცაა შრომის მწარმოებლურობა. მისი ნიშანთვისებაა პროდუქცია (წარმოება), მატერიალური მატარებელი კი შრომის დანახარჯთა ერთობლიობაა. სწორედ ამიტომაც, რომ პროდუქციის (წარმოების შედეგის) გაყოფით შრომის დანახარჯებზე ხორციელდება შრომის მწარმოებლურობის, როგორც ამ რაობის გაზომვა-გამომჟღავნება და არა პირიქით. ეს იმას ნიშნავს, რომ პროდუქციის (წარმოების) გარეშე არ არსებობს შრომის მწარმოებლურობა ე.ი. შრომის მწარმოებლურობაც პროდუქციამ მხოლოდ გამოუმჟღავნებელი დროის ერთეულში

* უნებლიე შეცდომა.

დახარჯული შრომით. თუ განვიხილავთ პირუკუ რაობას ე. ი. შრომატევადობას, მაშინ მისი ნიშანთვისება იქნება შრომა, მატერიალური მატარებელი კი წარმოებული პროდუქციის ერთობლიობა. სწორედ ამიტომაც, რომ შრომის გაყოფით პროდუქციაზე ხორციელდება შრომატევადობის, როგორც ამ რაობის, გაზომვა-გამომჟღავნება და არა პირიქით. აქ შრომის გარეშე არ არსებობს შრომატევადობა ე. ი. შრომატევადობაც შრომაც მხოლოდ დახარჯული პროდუქციის ერთეულზე.

ნიშანთვისებისათვის წილადის მრიცხველი და მისი მატერიალური მატარებლისათვის წილადის მნიშვნელი მათი ბუნებრივი ადგილსამყოფელია. გენეზისის ამსახველ მულტიპლიკაციურ მოდელში ჯაჭვური სქემა ჩაფიქსირებულია ისე, რომ მოცემული ფაქტორ-თანამამრავლის (წილად თანამამრავლის) მნიშვნელი ფიგურირებს სხვა ფაქტორ-თანამამრავლის მრიცხველად ანდა პირიქით მრიცხველი მნიშვნელად. ასეთია ბუნებრივი იმანენტური თანამიმდევრობის განმსაზღვრელი პოზიციები.

შექცევადობის (შეუქცევადობის) პრობლემის გადაჭრას ეწინააღმდეგება ის, რომ ინდექსურ ფაქტორულ ანაგებთა მრიცხველსა და მნიშვნელს შორის სხვაობა საფუძვლად დაუდეს სხვაობის ფაქტორულ ანაგებთა კონსტრუირებას.

ამის გამო სხვაობათა ფაქტორულ ანაგებში ისევე, როგორც ინდექსურ ფაქტორულ ანაგებში დაიწყო ფიგურირება დინამიკურმა მიდგომამ, რომელიც გამორიცხავს დინამიკის დონეთა რიგითობაში შეუქცევადობის სიმეტრიულობას.

ეს გარემოება ეწინააღმდეგება დეტერმინირებული ფაქტორული ეკონომიკური ანალიზის („დფეა“) ფაქტორ-თანამამრავლთა საბაზისო და საანაგარიშგებო დონეთა რანჟირების პრობლემას, სხვაობათა ფაქტორული ანაგების სისტემაში ე. წ. „დაუნაწილებელი“ ნაშთის პრობლემის და ა. შ. მეცნიერულად დასაბუთებულ გადაჭრას.

ყველა ეს პრობლემა გადაუჭრელია ტრადიციული მიდგომითა და მეთოდებით. მათი გადაჭრის გარეშე კი შეუძლებელი ხდება წარმოების საბოლოო შედეგის მულტიპლიკაციური ფორმირების გენეზისის ბუნებრივი პროცესის აღბეჭდვა და ამ საბოლოო შედეგის ცვლილებაში ფაქტორ-თანამამრავლთა რეალური წვლილის გათვლა

„დფეა“-ის მეთოდებით, რათა სამმართველო გადაწყვეტილებას გააჩნდეს ეკონომიკური ანალიზის უტყუარი საყრდენი, რის გარეშეც მოცემული საწარმოს გამაკოტრებელი გახდება ამ მხრივ გაუმართავი მეთოდი საბაზრო ეკონომიკის პირობებში. მითუმეტეს ჩვენ პირობებში, როდესაც მფლანგველობითი და ხარჯთმატებითი მუშაობის დასადგურებული სტილის აღმოფხვრა უნდა განახორციელოს ანალიზურ-შემფასებელ მარეგნებელთა აქ შემოთავაზებული სისტემის დანერგვამ საქართველოს საწარმოებში.

საბაზრო ეკონომიკა მოითხოვს მენეჯერის მიერ საწარმოო სისტემის მართვის მექანიზმის ნათელ გააზრებასა და მწყობრ წარმოდგენათა ჩამოყალიბებას. ეს კი შეასრულებს მაღალკვალიფიციურ-პროფესიონალური სამმართველო გადაწყვეტილების მიღების ფაქტორის როლს, როგორც მმართველობითი რაციონალიზმის, ასევე სიტუაციური მართვის დარგში.

6.4. პერიოდანტულ-გენეტიკური მიდგომის პოზიციები

პერიოდანტულ-გენეტიკური მიდგომის ძირითად ცნებად გვევლინება „პერიოდანტი“, რომელიც წარმოადგენს ხდომილობის გენეზისს დაფიქსირებულს დროის მოცემული პერიოდით სივრცის გარკვეული წერტილში (ფუნქციონირებად ობიექტებზე). *კონკრეტული მოვლენისადმი მიდგომა მისი რაიმე დასრულებული ხდომილობის სრულად ჩამოყალიბების გენეტიკური პროცესის მთლიანობითი სისტემის თვალსაზრისით კვალიფიციირდება, როგორც პერიოდანტულ-გენეტიკური მიდგომა.*

პერიოდანტულ-გენეტიკური მიდგომის დროს ერთი და იმავე მოვლენის ერთი მეორის მომდევნო ხდომილობათა საბოლოო შედეგები განიხილებიან, როგორც ცალ-ცალკე აღებული ხდომილობის გენეზისის დამასრულებელი საფეხური. ამ გარემოების გამო პერიოდანტი წარმოდგება აღწარმოების პროცესის და არა დინამიკური მწყკრვის ასპექტში.

ეკონომიკური ხდომილობის მაზასიათებელი ნიშანთვისების მატარებელ ერთობლიობათა გენეტიკური მონაცვლეობის კვალობაზე

ამ ნიშანთვისების სრულ მოცულობამდე მულტიპლიკაციურ გენეზისს, რომელიც დაფიქსირებულია დროის მოცემული პერიოდით შეგვიძლია ვუწოდოთ ეკონომიკური პერიოდანტი.

პერიოდანტულ-გენეტიკური მიდგომის დანიშნულებაა გამოიმუშაოს წარმოების შედეგების ფორმირების პროცესების ანალიზი, დაგეგმვისა და რეგულირების, სტრატეგიული მართვის მეთოდები, რათა შესაძლებელი გახდეს საბაზრო ეკონომიკის პირობებში წარმოების საბოლოო ეკონომიკური შედეგების ეფექტიანი მართვა.

მოცემული ეკონომიკური მოვლენის განვითარება, ამ პროცესის დამთავრების მომენტისათვის ფიქსირდება შესაბამისი სიდიდით, რომელსაც ვუწოდებთ „დონის პერიოდანტს“. მოცემული მოვლენის სხვადასხვა მასშტაბით განმეორება პერიოდანტულ-გენეტიკური მიდგომის მიხედვით კვალიფიცირდება არა როგორც განვითარება გამოხატული დინამიკური გრაფიკით, არამედ, როგორც გადასვლა ერთი პერიოდანტიდან მეორეზე (ერთი ხდომილობიდან მეორეზე).

მოვლენის ამა თუ იმ ხდომილობის შედეგობრივი მაჩვენებელი, რომელიც აიღება, როგორც შედარების ბაზა, გამოდის საბაზისო დონის პერიოდანტის როლში, ხოლო ის შედეგობრივი მაჩვენებელი, რომელიც მასთან შედარებისათვის გამოიყენება გამოდის შესადარი დონის პერიოდანტის როლში.

ერთი და იმავე არსის მქონე ხდომილობებს შორის სხვაობა, როგორც დროის პერიოდით მომიჯნე პერიოდანტებისა, აყალიბებს სხვაობის პერიოდანტს. ანალოგიურად ყალიბდება სხვაობის პერიოდანტი სხვადასხვა ფუნქციონირებადი ობიექტების ერთგვაროვანი დონის პერიოდანტებს შორის. ამ პოზიციებიდან განიხილება შრომის მწარმოებლურობის ზრდა ან კლება კი არა, არამედ სხვაობა აწმყო და გასული პერიოდის შრომის მწარმოებლურობის სიდიდეებს შორის, პროდუქციის თვისებების სიდიდეებს შორის და ა. შ.

წარმოების ტექნიკურ-ეკონომიკური შედეგის, როგორც დასრულებული ხდომილობის ჩამოყალიბების პროცესი, რომელიც ფიქსირდება ეკონომიკური მაჩვენებლით მისი დასრულების მომენტის მიხედვით, წარმოქმნის დონის ეკონომიკურ პერიოდანტს. დროის პერი-

ოდის გახანგრძლივებით ე.ი. ორ მომიჯნავე ხლომილობათა შეუღლებით ყალიბდება დონის ეკონომიკური პერიოდანტების მთლიანობითი სისტემა. აქ მთლიანობის ქვეშ იგულისხმება ისეთი სისტემა, რომლის ყოველი ხლომილობა სისტემაში შესვლის შედეგად იძენს ემერჯენტულ თვისებას ე.ი. ისეთ თვისებას, რომელიც სისტემის გარეთ მოცემულ ხლომილობას არ გააჩნდა.

დონის ეკონომიკურ პერიოდანტთა ორ ხლომილობიან გამსხვილებულ მთლიანობით სისტემას გააჩნია შემდეგი ემერჯენტული თვისებები (იხ. გვ. 310, ნახ. 6.7)

მოცემულ სისტემაში ქვესისტემებად გვევლინებიან დონის ეკონომიკური პერიოდანტები D_0 და D_1 სხვაობის პერიოდანტი (λ_4)

დონის ეკონომიკური პერიოდანტის, როგორც ქვესისტემის არსებობა შემოსაზღვრულია დროის მოცემულ პერიოდში მისი ჩასახვის, გაშლისა და სრული მოცულობით ერთდროულად ჩამოყალიბების პროცესით, ხოლო სხვაობის პერიოდანტისა - დონის წინა პერიოდანტის მომდევნოზე გადასვლით, რაც ფიქსირდება სხვაობით ($D_1 - D_0 = \lambda_4$);

სხვაობის პერიოდანტი ყალიბდება, როგორც საბაზისო ან მასთან შესადარი დონის პერიოდანტის ნაწილი და განიხილება, როგორც ცალკე პერიოდანტი და არა როგორც განვითარება ან ერთი და იმავე მოვლენის ცვლილება, როგორც ეს მიღებულია დინამიკის გაგებაში;

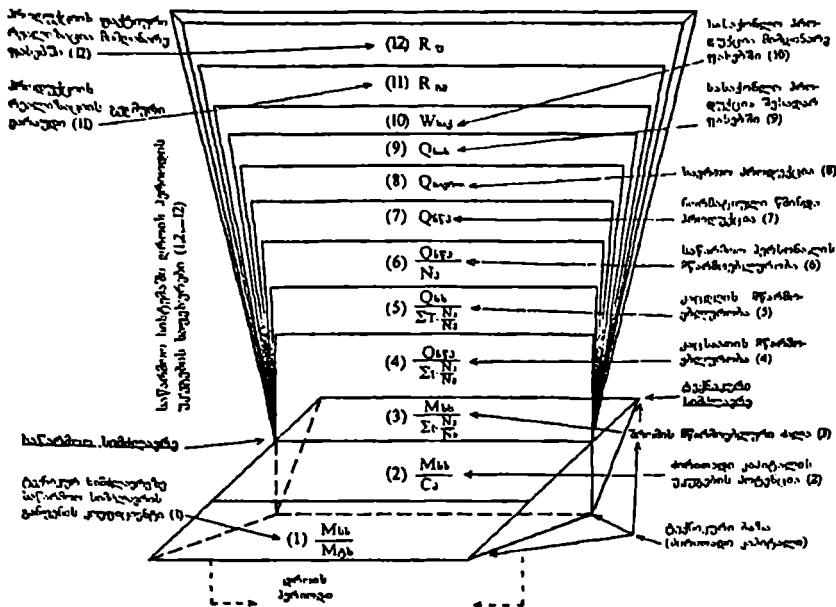
პერიოდანტი საერთოდ და ეკონომიური პერიოდანტი კერძოდ ხასიათდება განსაზღვრული მაჩვენებლის ნიშან-თვისებებით; პერიოდანტის მახასიათებელია მაჩვენებელი, ნიშან-თვისება, რომლის მიხედვითაც შეგვიძლია გავიგოთ, რა მოვლენა გამოდის პერიოდანტის როლში;

გამსხვილებული დროის პერიოდი აფიქსირებს მასში მოხვედრილ დონის პერიოდანტებს და არ წარმოადგენს გამსხვილების გარეშე წარმოქმნილ უფრო მსხვილ თავისთავად ხლომილობას. იგი მოიცავს შედეგობრივი სხვაობის პერიოდანტის ფორმირების მექანიზმში გადაზომვისა და გადასვლების შეუქცევად პროცესებს; დონის ეკონომიკური პერიოდანტის ფორმირების პროცესში

ფაქტორ-თანამამრავლების (რომლებიც მოცემული სისტემის ელემენტები ხდებიან) ჩართვის შესაბამისად წარმოიქმნება მისი ჩამოყალიბების საფეხურები, ხოლო დონის წინა პერიოდანტიის ყოველი საფეხურიდან მომდევნო პერიოდანტიის შესაბამის საფეხურზე გადასვლის პროცესები წარმოადგენენ შედეგობრივი სხვაობის პერიოდანტიის ჩამოყალიბების საფეხურებს (სხვაობის საფეხურებრივ პერიოდანტიის).

პერიოდანტი და მისი საფეხურები არსებობენ ერთდროულად დროის მოცემულ პერიოდში (იხ. ნახ. 6.1) უნდა გვახსოვდეს, რომ ეს საფეხურები პერიოდანტიში ყალიბდებიან დროის ერთი და იგივე პერიოდის სრული მოცვით. საფეხურის სიდიდე დამოკიდებული არ არის დროის პერიოდის ხანგრძლივობაზე, არამედ დროის ამ პერიოდში საწარმოო რესურსების ჩართვის მოსწრების მასშტაბზე და ჩართული რესურსების უკუგებაზე. ეს იმას ნიშნავს, რომ პერიოდანტად წოდებული ხდომილობის ჩამოყალიბება მიმდინარეობს დროის მოცემული პერიოდის სრული მოცვით რესურსების ამ პერიოდში ჩართვის მოსწრებით (თუ რა მოცულობით ჩართავს) და რესურსუკუგების ვექტორით, სადაც რესურსების ჩართვა ვერ ესწრება, იქ დანაკარგებით ივსება დროის ეს პერიოდი. ეს კი იწვევს დროის პერიოდის უკუგების შემცირებას და ამდენად, პერიოდანტიის, როგორც ხდომილობის დონის შემცირებას. პირუკუ შემთხვევაში კი, როდესაც დროის მოცემულ პერიოდში ესწრება მეტი რესურსების ჩართვა და მათგან მეტი უკუგების მიღებაც, მაშინ პერიოდანტიის დონე მატულობს. დროის მოცემულ პერიოდში რესურსების ჩართვით მოსწრების მასშტაბსა და რესურსთუკუგებაზეა დამოკიდებული პერიოდანტიის დონე, დროის პერიოდის უკუგება.

დონის პერიოდანტიის, როგორც საწარმოო სისტემის ტექნიკურ-ეკონომიკურ მაჩვენებელთა მთლიანობა უზრუნველყოფილია დონის პერიოდანტიის ჩამოყალიბების თითოეული საფეხურის მახასიათებელი ნიშან-თვისების (Q ან M_{Σ}) იგივეობით ან ადექვატურობით მის შედეგობრივ მაჩვენებელთან (Q) და მის გაყიდვათა მოცულობასთან (R_{Σ}). ეს კი მიიღწევა პირველ საწყისის ან მისი ადეკვატური მოვლენის, როგორც წილადის მრიცხველის მონაწილეობით ყველა საფეხურის წარმოქმნა-ჩამოყალიბებაში;



ნახ. 6.1. დონის პერიოდანტი (პერიოდის უკუგების გამოშვებული წარმოებრივი ხდომილება)

სადაც ყოველი მათგანი M_{1s} ; M_{1s} ; Q_{1s} ; Q_{1s} ; Q_{1s} ; Q_{1s} ; Q_{1s} ; Q_{1s} ; Q_{1s} ; Q_{1s} ; Q_{1s} ; Q_{1s} წარმოადგენს ხზედასხვა სიდიდით და მდგომარეობით გამოხატულ პროდუქტისა ე.ი. ისინი ერთმანეთის აქტიურობის არიან.

მათივე:

- 1) M_{1s} კ რ ო დ უ ქ (ც ი ი ს გამოშვების მაქსიმალური ტექნიკური შესაძლებლობა (ტექნიკური ხიზმდაერება);
- 2) M_{1s} კ რ ო დ უ ქ ც ი ი ს წარმოების გეონომიკურად მისანშეწინილი მაქსიმუმია (საწარმოო სიზმდაერება);
- 3) Q_{1s} ნორმატიული წინდა კ რ ო დ უ ქ ც ი ი ა;
- 4) Q_{1s} საერთო კ რ ო დ უ ქ ც ი ი ა;
- 5) Q_{1s} სასაქონლო კ რ ო დ უ ქ ც ი ი ა შესაძარ ფასებში;
- 6) W_{1s} სასაქონლო კ რ ო დ უ ქ ც ი ი ა მიმდინარე ფასებში;
- 7) R_{1s} კ რ ო დ უ ქ ც ი ი ს გაუიღვია (რეალიზაციის) მოცულობის გეგმური ვარაუდია;
- 8) R_{1s} კ რ ო დ უ ქ ც ი ი ს უაქტიურ გაუიღვია მოცულობა.

ეკონომიკურ პერიოდანტთა მთელი სისტემის მთლიანობა წარმოგვიდგება, როგორც ამ წარმონაქმნის საფეხურებრივი ჩამოყალიბების გენეტიკური პროცესის საერთო შედეგი. დონის პერიოდანტის სისტემის განსაზღვრული ერთი მეორის მომდევნო რამოდენიმე პერიოდის შეერთება, თვითონ არის უფრო ხანგრძლივი დროის დონის პერიოდანტი. მხედველობის არიდან არ უნდა გავუშვათ ის, რომ დროის პერიოდი აქ ასრულებს ხდომილობის მხოლოდ დამაფიქსირებელ როლს.

დონის პერიოდანტი ჩაისახება მოცემული პერიოდანტის ჩანასახის გაჩენის შესაძლებლობის არსებობისას და იმ ძალების მოქმედებით, რომლებსაც შეუძლიათ გამოიწვიონ მოძრაობა ე. ი. ამ შესაძლებლობათა გადაქცევა სინამდვილედ. ეს შესაძლებლობები არსებობებენ ფარული სახით, ისინი ახასიათებენ ეკონომიკური პერიოდანტის ჩასახვის პოტენციას, ხოლო ძალები, რომლებსაც მოძრაობაში მოჰყავთ ეს შესაძლებლობები, ახასიათებენ ჩასახვის კინეტიკას, ეკონომიკური პერიოდანტის ჩასახვის პოტენციითა და კინეტიკით ყალიბდება ეკონომიკური ბირთვი ე. ი. დონის ეკონომიკური პერიოდანტის, როგორც სისტემის ძირითადი ცენტრალური ნაწილი. ამ ბირთვის გარეშე არ შეუძლია არსებობა დონის ეკონომიკურ პერიოდანტთა მთელ სისტემას, როგორც მთლიანობით წარმონაქმნს.

საწარმოო სისტემის ტექნიკურ-ეკონომიკური შედეგი, როგორც დონის პერიოდანტის ჩამოყალიბების საბოლოო საფეხური გამოირიცხავს მისი ელემენტების განხილვას „ნივთად“, რომლებიც ერთმანეთთან შედიან წყვილად მიზეზ-შედეგობრივ ურთიერთობაში მოცემული პერიოდანტის ფორმირების სისტემის სხვა ელემენტებისაგან დამოუკიდებლად, ამის შედეგად უზრუნველყოფილი ხდება გადასვლა „ნივთობრივი“ (საგნობრივი) მეთოდოლოგიიდან სისტემურზე, ჯუმლობრივი სისტემიდან მთლიანობითზე. ე. ი. ძალაში შედის სისტემური მიდგომა, როგორც კვლევის განსაკუთრებული მეთოდი.

უნდა აღინიშნოს, რომ პერიოდანტულ - გენეტიკური მიდგომა წარმოადგენს სტრუქტურულ-სისტემური და გენეტიკური მიდგომის სინთეზს. ამიტომ გააჩნია რა თავის არსენალში აღნიშნული მიდგომების ყველა უპირატესობა იგი საშუალებას იძლევა აგებულ იქნას ელემენტ-თანამპრავლების განლაგების ისეთი თანამიმდევრობები, რომლებიც ასახავენ წარმოების საბოლოო შედეგების ფორმირების

რეალურ სინამდვილეში მიმდინარე გენეზისს. ამიტომ ასეთი თან-ამიმდევრობები მიგვაჩნია ერთადერთ სწორ თანამიმდევრობებად.

ამ თანამიმდევრობებით აგებულ ელემენტ-თანამამრავლთა მიმართ უნდა იქნას გამოყენებული დეტერმინირებული მულტიპლიკაციური ფაქტორული ეკონომიკური ანალიზის პერიოდანტული მეთოდი. ეს უკანასკნელი ეფუძნება იმას, რომ წარმოების მოცემული საბოლოო შედეგი განიხილება, როგორც ცალკე აღებული შემთხვევა, რომელიც ხდომილობის სახით დაფიქსირებულია განსაზღვრული დროის პერიოდით აღებულ ფუნქციონირებად ობიექტზე. იგი გამორიცხავს მის განხილვას როგორც ერთი მოვლენის განვითარებას დაფიქსირებულს დინამიკის წერტილთა მწკრივით, სადაც ყოველი წერტილი აფიქსირებს განვითარების სათანადო მომენტს. ამის ნაცვლად ეს შემთხვევა (ეს მომენტი გამოყოფილი ცალკე) განიხილება, როგორც თვითმყოფადი ხდომილობა დინამიკური მწკრივის გარეშე. ე.ი, როგორც პერიოდანტი. პერიოდანტი, როგორც წარმოების საბოლოო შედეგის წარმომქნელი პროცესი და მისი სტადიები ფარული ან აშკარა სახით წარმოდგენს წილადს, რომელიც მრიცხველში წარმოდგენილია მოცემული პერიოდანტის ნიშან-თვისების სახით, მნიშვნელში კი ფიგურირებს ამ ნიშან-თვისების მატარებელი ერთობლიობა. შეუძლებელია ამ ორი ინგრედიენტის გარეშე არსებობდეს წარმოებრივი სისტემის ტექნიკურ-ეკონომიკურ საფეხურებრივ მახასიათებელთა და საბოლოო შედეგის გაზომვა სათანადო მაჩვენებლებით.

მართლაც, პროდუქცია არ არსებობს მისი მწარმოებლის გარეშე. მწარმოებელი წარმოდგენილი იქნება კაც-საათებით, კაც-დღეებით, მომუშავეთა რიცხოვნობით თუ საწარმოს (ფირმის) სახით, მისი დაფიქსირება ხორციელდება წილადის მნიშვნელში, თვით პროდუქცია კი წილადის მრიცხველში. ე.ი. მრიცხველში ფიგურირებს მახასიათებელი ნიშან-თვისება (პროდუქცია), მნიშვნელში კი ამ ნიშანთვისების წარმომქნელი მატარებელი ერთობლიობა.

ხდომილობის გენეზისი ხორციელდება მახასიათებელი ნიშნის მატარებელი ერთობლიობის ტრანსფორმაციით, რომლის კვალობაზე ყალიბდება ტრანსფორმაციის საფეხურები. ამ პროცესს თანახლავს მატარებელი ერთობლიობის მიერ მოცემილი ხდომილობის დამაფიქსირებელი დროის პერიოდის ახალი კომპონენტებით შევსების პროცესი და ეს პროცესი თან სდევს ტრანსფორმაციის პროცესს

სიმარტივისათვის მომყავს შემოკლებული მაგალითი (იხ. ნახ. 6.2).

მაგ. 100 000 დოლარის პროდუქცია კი წილადის სახით უნდა წარმოვიდგინოთ, ვინაიდან მწარმოებლის გარეშე იგი არ გვექნებოდა და ამასთანავე მწარმოებელი თვით წარმოების პროცესში წარმოიქმნება. მანამდე იგი როგორც მწარმოებელი არ არსებობს. ამიტომ 100 000 დოლარის პროდუქცია ნიშნავს, რომ იგი წარმოებულია ერთი ობიექტის (ფირმის) მიერ და შეიძლება გამოიხატოს შეფარდებით $100\ 000\ 1 = 100\ 000$ დოლარს. ორი ობიექტი რომ ყოფილიყო, მაშინ გვექნებოდა $50\ 000$ დოლარი, ვინაიდან $100\ 000\ 2 = 50\ 000$ დოლარის პროდუქციას. აქ ორი საწარმო გამოდის ამ პროდუქციის მწარმოებლის როლში და ამ დროის მოცემულ პერიოდში ორმა და არა ერთმა მოასწრო 100 000 დოლარის პროდუქციის გამოშვება ე.ი. საშუალოდ მოესწრო ერთი ფირმის (საწარმოს) მიერ 50 000 დოლარის პროდუქციის გამოშვება.

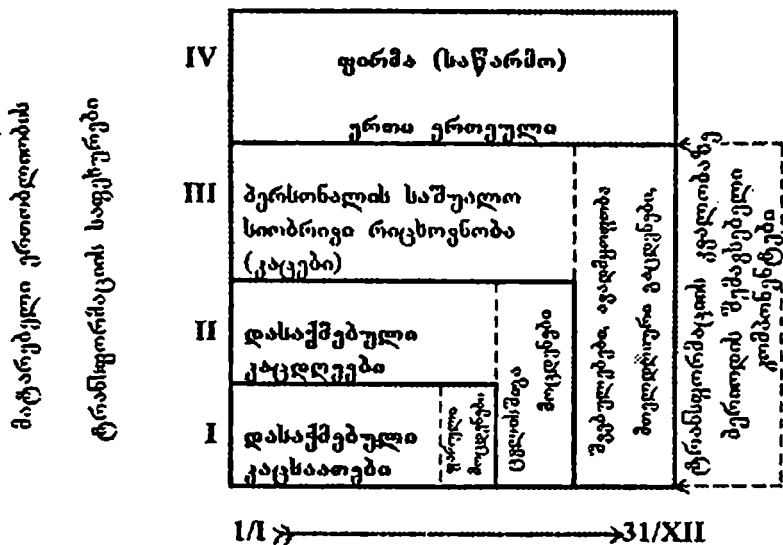
აქ მახასიათებელ ნიშანთვისებას წარმოადგენს 100 000 დოლარის პროდუქცია, მატარებელ ერთობლიობას კი პირველ შემთხვევაში ერთი ფირმა (საწარმო) მეორე შემთხვევაში კი ორი ფირმა (საწარმო). მოცემული ფირმის მიმართ კი მუდამ გვექნება მატარებელი ერთობლიობა ერთიანის სახით. მაგრამ თუ 100 000 დოლარის პროდუქცია ვიყიდეთ და გავუნაწილეთ ორ საწარმოს თანაბრად, მაშინ საქმე არ გვექნება წარმოების საბოლოო შედეგთან, არამედ განაწილების შედეგთან, რომელიც მათემატიკურად იგივე ფორმულით იანგარიშება, მაგრამ იგივე მოვლენასთან არ გვექნება საქმე და ეს მაჩვენებელი სხვა ეკონომიკურ-სტატისტიკური მაჩვენებელია. ეს იმიტომ, რომ რიცხობრივი გამოხატულება ერთი და იგივეა, მათი ჩამომყალიბებელი მოძრაობა, პროცესი კი სხვადასხვაა. ერთ შემთხვევაში წარმოებაა, მეორე შემთხვევაში კი განაწილება.

წარმოების პროცესი მისი საბოლოო შედეგით გვევლინება, როგორც ცალკე აღებული ხდომილობა. ამ ხდომილობის მატარებელი ერთობლიობა (და არა მახასიათებელი ნიშან-თვისება) ტრანსფორმაციის კვალობაზე აყალიბებს ამ ხდომილობის საფეხურებს. ყოველი საფეხური წარმოადგენს წილადს იმ შემთხვევაში თუ მისი მნიშვნელი ერთიანზე მეტია, ხოლო თუ მნიშვნელი ერთიანის ტოლია, მაშინ იგი გვევლინება აბსოლუტური და არა ფარდობითი

სიდიდის სახით.

არ არსებობს ხდომილობა, რომელსაც არ გააჩნდეს მატარებელი ერთობლიობა. ამიტომ მას აუცილებლად გააჩნია გარდა მრიცხველისა მნიშვნელიც. თუნდაც იგი უდრიდეს ერთიანს.

დამაფიქსირებელი დროის პერიოდი, როგორც ვხედავთ, იხ. (ნახ. 6.2) უცვლელია. დროის ამ პერიოდში მატარებელი ერთობლიობა, დავეუშვათ შრომა პირველ საფეხურზე (I-საფეხური)



დამაფიქსირებელი დროის პერიოდი

ნახ. 6.2. ნიშანთვების მატარებელი ერთობლიობის გენეტიკური ტრანსფორმაცია.

გვევლინება კაცსაათების ჯამის სახით, რომელიც გამოხატავს შრომის დანახარჯების გაზომვის უმცირეს მასშტაბს. II საფეხურზე კაცსაათები ტრანსფორმირდება გაზომვის უფრო მსხვილ ერთეულად კაცდღეებად, რომელიც დროის დამაფიქსირებელი პერიოდის შეესებაში ჩართავს გარდა შრომის „წმინდა“ დანახარჯებისა

ცელისშიგა მოცდენებსაც, III - საფეხურზე კი კაცდღეები ტრანსფორმირდება საწარმოო პერსონალის რიცხოვნობად ე. ი. კიდევ უფრო მსხვილმასშტაბიან ზომის ერთეულად, რომელიც დამაფიქსირებელი დროის პერიოდის შეუვსებელ ნაწილში ჩართავს მთელდღორ გაცდენებს, შვებულებებს, ავადმყოფობებს და ამით ანხორციელებს დამაფიქსირებელი პერიოდის შევსებას. მოცემული ხდომილობის ამგვარი ჩამოყალიბების სისტემაში მახასიათებელი ნიშანთვისების მოცულობა მატარებელი ერთობლიობის ტრანსფორმაციის ყველა საფეხურზე მთლიანად მოიცავს დამაფიქსირებელი დროის პერიოდს და უცვლელი რჩება სიდიდითაც იცვლება მხოლოდ მასშტაბის ერთეული (იხ. ნახ. 6.3).

აქ წარმოდგენილ გარემოებათა გამო, ტრანსფორმაციის ყოველ საფეხურზე მახასიათებელ ნიშანთვისებად გვევლინება ერთი და იგივე მოვლენა უცვლელი მოცულობით (მაგ. 0). ამ ნიშანთვისების მატარებელი ერთობლიობა ექვემდებარება არა მარტო ტრანსფორმაციას, არამედ განიცდის ცვლილებას სტრუქტურაში განსხვავებული კომპონენტების ჩართვის გამო.

როგორც ვხედავთ, საქმე გვაქვს მატარებელი ერთობლიობის ცვლილებასთან, მაშინ როდესაც გამორიცხულია მახასიათებელი ნიშანთვისების ტრანსფორმირება.

მოცემული მოვლენის ყოველი ტრანსფორმირებული საფეხური, ისევე როგორც უცვლელი მახასიათებელი ნიშანთვისება დაფიქსირებულია დროის ერთიდაიგივე პერიოდით და ქმნის იმ კიბის საფეხურებს, რომლებიც უცვლელად მეორდებიან ყოველ ხდომილობაში.

მოცემული მახასიათებელი ნიშანთვისების ერთი და იგივე სიდიდის შეფარდებით მატარებელი ერთობლიობის ტრანსფორმირების ყოველ საფეხურთან ყალიბდება ცალ-ცალკე მოცემული მოვლენის ფორმირების საფეხურები, რომლებიც გაადგილებული არიან ტრანსფორმირების გენეტიკური თანამიმდევრობით (იხ. ნახ. 6.3).

როგორც ვხედავთ აქ ჩვენ საქმე გვაქვს დროის პერიოდის საფეხურებრივი უკუგების პროცესთან, რომელიც მიმდინარეობს დროის მოცემული პერიოდის ფარგლებში აღებული მოვლენის დეტერმინირებულ კიბისეულ აღნაგობაზე, სადაც ყოველი საფეხური ამ კიბის როგორც სისტემის ინგრედიენტი. ეს ხდომილობა

ბისეული საფეხურებიანი აღნაგობის დეტერმინირებული წყობის ეკონომიკური მოვლენა, რომელიც მეორდება იგივე შინაარსის ერთი ზღომილობიდან სხვა ზღომილობაში სხვადასხვა სიდიდითა და იგივე ინგრედიენტების სიდიდეთა განსხვავებული ან იგივე თანაფარდობით, წარმოადგენს დროის პერიოდით დაფიქსირებულ ისეთ ზღომილობას, რომელსაც შეიძლება ეწოდოს პერიოდანტი. მასში შეიძლება ამოკითხული იქნას ელემენტ-თანამამრავლთა მულტიპლიკაციური წყობა.

ამ წყობის წარმოქმნა - ჩამოყალიბების მექანიზმის ახსნა მოითხოვს, რომ გამოვაწვევროთ სტადიიდან მომდევნო სტადიაზე გადაყვანი მულტიპლიკატორის როლის შემსრულებელი (მამრავლი ოპერატორი), ე. წ. ელემენტ-თანამამრავლი.

ნახ. 6.3.-ის მიხედვით საჭიროა II სტადია $\left(\frac{Q}{\sum T}\right)$ გავყოთ

I-ლ სტადიაზე $\left(\frac{Q}{\sum t}\right)$, მაშინ მივიღებთ, რომ:

$$\frac{Q}{\sum T} : \frac{Q}{\sum t} = \frac{Q}{\sum T} \cdot \frac{\sum t}{Q} = \frac{\sum t}{\sum T} = \bar{t};$$

ამრიგად I სტადიიდან II -სტადიაზე გადაყვანი მულტიპ-

ლიკატორი (მამრავლი ოპერატორი) იქნება $\frac{\sum t}{\sum T}$ (სამუშაო დროის

საშუალო ხანგრძლივობა).

ეხლა III სტადია გავყოთ II -სტადიაზე, მაშინ მივიღებთ, რომ

$$\frac{Q}{N_j} : \frac{Q}{\sum T} = \frac{Q}{N_j} \cdot \frac{\sum T}{Q} = \frac{\sum T}{N_j} = \bar{T}$$

(მომუშავე პერსონალის ერთი კაცის მუშაობის დროის საშუ-

ალო ხანგრძლივობა დროის მოცემულ პერიოდში გამოხატული დღეებში).

IV სტადიის III სტადიაზე გაყოფით მივიღებთ, რომ

$$\frac{Q}{1} \cdot \frac{Q}{N_j} = \frac{Q}{1} \cdot \frac{N_j}{Q} = \frac{N_j}{1} = N_j$$

აქ მამრავლი ოპერატორის როლი იკისრა პერსონალის რიცხოვნობამ (N).

ამრიგად, მოცემული ხდომილობის მულტიპლიკაციური ფორმირების

პროცესი გამოიხატება სისტემით:
$$\sum_t Q \cdot \frac{\sum_t}{\sum_T} \cdot \frac{\sum_T}{N_j} \cdot N_j = Q$$

ე. ი. $\bar{q}_t \cdot \bar{t} \cdot \bar{T} \cdot N_j = Q$. სადაც \bar{q}_t საშუალოდ კაცსაათში გამომუშავებული პროდუქციაა; \bar{t} - საშუალო დღის საშუალო ხანგრძლივობაა; \bar{T} - ნამუშევარ დღეთა საშუალო რაოდენობაა ერთ მუშაკზე დროის მოცემულ პერიოდში (თვე, კვარტალი, წელი და ა. შ.); N_j - კი მოცემული ფირმის (საწარმოს) მუშაკთა საშუალო სიობრივი რიცხოვნობაა.

როგორც ვხედავთ აქ მამრავლ ოპერატორებად გვევლინებიან \bar{t} , \bar{T} , N_j , ხოლო ის რის მიმართაც ახორციელებენ მომრავლების ოპერაციას გენეტიკური თანამიმდევრობით, წარმოადგენს ოპერანდს (\bar{q}_t). აქ ხდომილობის საბოლოო შედეგი Q კი გამოდის სახექმნილის როლში. ამ რეალურ გარემოებათა გამო დაუშვებელია ერთი მამრავლი ოპერატორის მეორეზე გადამრავლებისას ერთგვაროვანი კომპონენტების შეკვეცა. ეს იმიტომ, რომ ჩვენი მიზანია არა ის თუ როგორ გამოვიყვანოთ შედეგი (Q), არამედ თუ როგორ ვმართოთ ეს შედეგი (Q) იმ რეალური მამრავლ ოპერატორებითა და ოპერანდით, რომლებიც არსებობენ ურთიერთგაბათილების გარეშე რეალურ სინამდვილეში.

ოპერანდის როლში, როგორც აღვნიშნეთ აქ გამოდის $\bar{q}_t = \frac{Q}{\sum t}$.

სადაც $\sum t$ წარმოადგენს მოცემულ წარმოებაში დასაქმებული პერსონალის შრომის დანახარჯებს, რომელიც მოიცავს, როგორც მუშების შრომის დანახარჯებს კაცსაათებში ასევე სამმართველო პერსონალის დასაქმებას კაცსაათებში.

სტატისტიკურ ისევე, როგორც საბუღალტრო აღრიცხვაში არ ფიქსირდება სამმართველო პერსონალის დასაქმება კაცსაათებში, ვინაიდან ისინი შრომის საგანაკვეთო ანაზღაურებაზე იმყოფებიან ყოველგვარი კორექტირების გარეშე*.

ამ გარემოების გამო საჭიროა ამ ოპერანდის გაზომვა-გაანგარიშების მნიშვნელში ჩავრთოთ $\frac{N_3}{N_2}$ თანაფარდობა $\left(\sum t_3 \cdot \frac{N_3}{N_2} = \sum t \right)$.

ამგვარი ოპერაცია შესაძლებელს გახდის, რომ $\frac{N_3}{N_2}$ ჩავთვალოთ $\sum t$ -ს კომპონენტად. აქ სამმართველო პერსონალის დასაქმების კაცსაათები არაპირდაპირი გზით ჩაერთვება იმ ყაიდაზე რა ყაიდაზეც ისინი მონაწილეობენ მათი შრომის ანაზღაურებაში. თანაფარდობა:

$$\frac{N_3}{N_2} = \frac{N_2 + N_{\text{მართ.}}}{N_2} = \frac{N_2}{N_2} + \frac{N_{\text{მართ.}}}{N_2} = 1 + \frac{N_{\text{მართ.}}}{N_2}$$

ე. ი. აქ გაგვაჩნია მმართველი პერსონალი ($N_{\text{მართ.}}$), რომლის საშუალო სიობრივი რიცხვის შეფარდება (N_2) მუშების საშუალო სიობრივ რიცხვთან $\left(\frac{N_{\text{მართ.}}}{N_2} \right)$ ფიგურირებს, როგორც ცვლადი სიდიდე.

* იმ შემთხვევაში თუ შემოღებული იქნა მათი ნამუშევარი კაცსაათების აღრიცხვა კორექტირებისათვის, მაშინ უნდა გამოვიყენოთ ამ აღრიცხვის მონაცემები.

დაეუშვათ ერთდღიან დროის პერიოდში მოცემულ ფირმაში (საწარმოში) სიით ირიცხება 100 კაციანი პერსონალი, მათ შორის 80-ია მუშები. მუშების მიერ ნამუშევარი კაცსაათები თუ შეადგენს 560 კაცსაათს, მაშინ მთელი პერსონალის შრომის დანახარჯები იქნება $560 \times \frac{100}{80} = 560 \times 1,25 = 700$ კაცსაათი ე. ი. შეიღსათიანია აქ ცვლის ხანგრძლივობა როგორც მმართველი პერსონალისათვის, ასევე მუშებისათვის. მართლაც $\frac{560}{80} = 7$ საათს. ეს იმას

ნიშნავს, რომ $\sum t$ აფიქსირებს, როგორც მუშათა ასევე სამმართველო პერსონალის დასაქმების კაცსაათების საერთო რიცხოვნებას, მიუხედავად იმისა, რომ N_3 ისევე, როგორც N_2 სამუშაო დროის დანახარჯებია ტრანსფორმირებული საწარმოში რიცხულ

პირთა რიცხოვნებებად N_2 და N_3 -თ. თუ კომპონენტ $\frac{N_3}{N_2}$ გამ-

ოვაწვევრებთ $\sum t$ შემადგენლობაში, მაშინ გვექნება

$$\sum t = \sum t_a \cdot \frac{N_3}{N_2};$$

თუ ჩავსვამთ $\sum t$ -ს ამ მნიშვნელობას ოპერანდის შემასმე-

ნელში, მაშინ მივიღებთ, რომ $q_t = \frac{Q}{\sum t_a \cdot \frac{N_3}{N_2}} = \frac{Q}{\sum t_a} \cdot \frac{N_2}{N_3};$

ამით მოხდა ოპერანდის შემდგომი კონკრეტიზაცია და უკვე

ოპერანდის როლში გამოდის $\frac{Q}{\sum t_a}$, ხოლო $\frac{N_2}{N_3}$ გამოეყო მამ-

რავლ საწყის ოპერატორად. ამრიგად, მულტიპლიკატორები (მამრავლი ოპერატორები) ოპერანდის მიმართ დალაგდებიან შემდეგი

თანამიმდევრობით:

$$\begin{aligned} & \frac{Q}{\sum t_a \frac{N_j}{N_a}} \cdot \frac{\sum t_a \cdot \frac{N_j}{N_a}}{\sum T_a \cdot \frac{N_j}{N_a}} \cdot \frac{\sum T_a \cdot \frac{N_j}{N_a}}{N_a \cdot \frac{N_j}{N_a}} \cdot N_a \cdot \frac{N_j}{N_a} = \\ & = \frac{Q}{\sum t_a} \cdot \frac{N_a}{N_j} \cdot \frac{\sum t_a}{\sum T_a} \cdot \frac{\sum T_a}{N_a} \cdot N_j = Q, \end{aligned}$$

როგორც ვხედავთ ამ მულტიპლიკაციური სისტემისათვის დამახასიათებელია ჯაჭვური აღნაგობა. სახელდობრ, ერთი წილადის მნიშვნელი ფიგურირებს მეორე წილადის მრიცხველში. საკმე იმაშია, რომ მოცემული მულტიპლიკატორის ფარგლებში წილადის მრიცხველისა და მნიშვნელის ერთნაირი კომპონენტები იკვეცებიან, ხოლო სხვა და სხვა მულტიპლიკატორთა წილადების გადამრავლებით წარმოქმნილ წილადში ერთნაირი კომპონენტების შეკვეცა დაუსვებელია თუ არ გვინდა დავშორდეთ რეალურად მოქმედ მულტიპლიკაციურ სისტემას, სადაც მულტიპლიკატორების როლში გამოდიან წილადები. მხედველობაშია მისაღები ისიც, რომ ამგვარ მულტიპლიკაციურ სისტემაში N_j -იც კი, რომელიც ერთი შეხედვით თითქოს წილადს არ წარმოადგენს რეალურ სინამდვილეში გვეკლინება წილადის სახით, რომლის მნიშვნელია ერთიანი, სახელდობრ, $N_j = \frac{N_j}{1}$.

რესურსების წარმოებაში ჩართვის მოსწრების და რესურსთუკუგების მატების კვალობაზე მატულობს პერიოდანტის დონე ისე, რომ მისი ელემენტ-თანამამრავლების (მამრავლი ოპერატორების) შემადგენლობა რჩება უცვლელი. შესაძლებელია შეიცვალოს მათი დონე და მათ შორის თანაფარდობა.

დონის პერიოდანტის მულტიპლიკატორების (მამრავლი ოპერატორების) ჩამოყალიბების პროცესს გააჩნია თავისი გენეტიკური წყობა. დონის პერიოდანტის ე. ი. მისი გამოსავლის მახასიათებელი ნიშანთვისების მზილია მხოლოდ პირველ ადგილზე მყოფი

ელემენტ-თანამამრავლი, ვინაიდან იგი გამოდის ოპერანდის როლში ასევე პერიოდანტის ყოველი საფეხური მზიღია სისტემიდან გამო-სავლის მახასიათებელი ნიშანთვისებისა. მაგრამ, თუ პირველ საფეხურს ოპერანდად დაეტოვებთ, ზოლო შემდგომ მულტიპლიკატორებს ე. ი. მამრავლ-ოპერატორებს გამოვაწევრებთ, მაშინ სისტემის მახას-იათებელი ნიშან თვისება არ გავრცელდება მამრავლ ოპერატორე-ბზე, იგი აღმოაჩნდება მხოლოდ ოპერანდს. ოპერანდი კარნახობს გენეტიკურ თანამიმდევრობას დანარჩენ ელემენტ-თანამამრავლებს ამ მულტიპლიკაციურ სისტემაში.

შემოვიღოთ განმაზოგადებელი აღნიშვნები:

\sum_t^Q აღვნიშნოთ a და მას ვუწოდოთ ოპერანდი.

$\frac{N_a}{N_b}$ აღვნიშნოთ b და ვუწოდოთ პირველი რიგის მამრავლი

ოპერატორი;

$\frac{\sum t_a}{\sum T_a}$ აღვნიშნოთ c და ვუწოდოთ მეორე რიგის მამრავლი

ოპერატორი;

$\frac{\sum T_a}{N_a}$ აღვნიშნოთ d და ვუწოდოთ მესამე რიგის მამრავლი

ოპერატორი;

$\frac{N_d}{1}$ აღვნიშნოთ ℓ და ვუწოდოთ მეოთხე რიგის მამრავლი

ოპერატორი და ა. შ. სანამ არ გავალთ წარმოების საბოლოო შედეგზე, რომელიც ორიენტირდება ღია საბაზრო პარამეტრებით.

ამრიგად, განხილული სისტემის განზოგადოებული ჩანაწერი მიიღებს შემდეგ სახეს

$$a \cdot b \cdot c \cdot d \cdot \ell = A$$

ოპერანდი a აღეკვატურია მულტიპლიკაციური სისტემიდან

გამოსავლის A , b, c, d და t , როგორც მამრავლებელი ოპერატორები არ არიან სისტემიდან გამოსავლის ე. ი. სახეკმნილის ადეკვატური.

თუ ამ სისტემიდან გამოვთიშავთ ოპერანდს a , მაშინ სისტემა მთლიანად დაიშლება. ეს იმიტომ, რომ მამრაველი ოპერატორები (b, c, d, t) არა მარტო რიცხობრივად, არამედ მასსიათებელი ნიშანთვისებითაც არავეითარ კავშირში არ იმყოფება სისტემის გამოსავალ სახეკმნილთან ($A = Q$). მართლაც, $b \cdot c \cdot d \cdot t = \sum t \neq Q$. შრომის დან-

ახარჯები ($\sum t$) თავისთავად პროდუქცია არ არის. მან უნდა შექმნას პროდუქცია და მას ამ როლის შესრულება შეუძლია, თუ ამ მულტიპლიკაციურ სისტემაში ჩართულია შრომის "წმინდა" დანახარჯების ($\sum t_a$) პროდუქტიულობა, მაშინ გვევლინება იგი ოპერენდათ და ასრულებს მოცემულ მულტიპლიკაციურ სისტემა-

ში ბირთვის როლს $a = \frac{Q}{\sum t_a}$ სხვა ელემენტ-თანამამრავლები წარ-

მოადგენენ მათი როლის მიხედვით ამ სისტემის მამრავლ ოპერატორებს. თუ მათ ბოლოდან მიყოლებით თანდათან გამოვთიშავთ რიგ-რიგობით ამ სისტემიდან, მაშინ მოცემული სისტემა ამავე თანამიმდევრობით თანდათან შეიზღუდება, მაგრამ არ დაიშლება. ეს იმიტომ მოხდება, რომ მასში ყოველთვის მონაწილეობს ოპერ-

ანდი $\left(a = \frac{Q}{\sum t_a} \right)$.

მართლაც

$$\frac{Q}{\sum t_a} \cdot \frac{N_a}{N_j} \cdot \frac{\sum t_a}{\sum T_a} \cdot \frac{\sum T_a}{N_a} \cdot N_j = Q$$

სისტემიდან თუ მოვხსნით N_j მაშინ მივიღებთ:

$$\frac{Q}{\sum t_a} \cdot \frac{N_a}{N_b} \cdot \frac{\sum t_a}{\sum T_a} \cdot \frac{\sum T_a}{N_a} = \frac{Q}{N_b} = \bar{q}_a$$

ე. ი. მივიღეთ პროდუქციის მთელი ფიზიკური მოცულობა კი არა, არამედ მისი შემცირებული სიდიდე დაყვანილი ერთი მუშაკის (პერსონალიდან) გამომუშავებული პროდუქციის საშუალო ფიზიკურ მოცულობაზე. ეხლა თუ $\frac{\sum T_a}{N_a}$ მამრავლ ოპერატორს გამო-

ოვითშავთ, მაშინ დაგვრჩება

$$\frac{Q}{\sum t_a} \cdot \frac{N_a}{N_b} \cdot \frac{\sum t_a}{\sum T_a} = \frac{Q}{\sum T_a \cdot \frac{N_b}{N_a}} = \bar{q}_{T_a}$$

ე. ი. დაგვრჩება საწარმოო პერსონალის ერთ კაცდღეში საშუალოდ გამომუშავებული პროდუქციის ფიზიკური მოცულობა. შემდგომი გამოთიშვა კი სისტემას დაიყვანს ოპერანდზე და ეს იქნება უკვე არა სისტემა, არამედ ცალკე აღებული მახასიათებელი მუშის მიერ კაცსაათში გამომუშავებული პროდუქციის საშუალო მაჩვენებელი. იგი ჰკარგავს ოპერანდის როლს და თვით ხდება ცალკე აღებული მთელი, რომლის შიგააღნაგობის ამოკითხვა შესაძლებელი ხდება პოტენციალური შესაძლებლობებისა და მათი რეალიზაციის კინეტიკური (მექანიზმის) ამოკითხვით.

ამრიგად, ამგვარი პროცესი არ იწვევს სისტემის დაშლას, არამედ იწვევს სისტემის შეზღუდვას.

ამ გარემოებათა გამო ოპერანდის გარეშე სისტემა წყვეტს არსებობას, ხოლო მამრავლ ოპერატორების ბოლოდან თანამიმდევრობით ამოღება იწვევს სისტემის შეზღუდვას. დაკუშვით მათი ამოღება განვახორციელებთ არა თანამიმდევრობით:

$$\frac{Q}{\sum t_a} \cdot \frac{\sum t_a}{\sum T_a} \cdot \frac{\sum T_a}{N_a} \cdot N_b = Q \cdot \frac{N_b}{N_a}$$

ეს იმას ნიშნავს, რომ პროდუქციის ფიზიკური მოცულობის

შემდგომ მატებაზე უსაფუძვლოთ მიუთითებს ეს მაჩვენებელი $\left(Q \cdot \frac{N_d}{N_p} \right)$,

რასაც არ აქვს ადგილი რეალურ სინამდვილეში. ანალოგიურად ვშორდებით რეალობას დანარჩენი მამრავლი ოპერატორების ამგვარი უწესრიგო ამოღებით. ამას იწვევს ამ სისტემის ფორმირების გენეტიკური თანამიმდევრობის დარღვევა თავისი საფეხურებრივი ჩამოყალიბებით მატარებელი ერთობლიობის გენეტიკური ტრანსფორმირების კვალობაზე.

ამრიგად ოპერანდი წარმოადგენს სისტემის სულსა და გულს. თვით განსაზღვრავს მოცემული სისტემის არსებობის შესაძლებლობას, მისი ელემენტ - თანამამრავლის გენეტიკურ განლაგებას მულტიპლიკაციურ ხდომილებაში, როგორც მთლიანობით სისტემაში. ამის გამო, ოპერანდი a_0 დროის პერიოდის გახანგრძლივებით მიიერთებს მომიჯნო ხდომილობის ოპერანდს a_1 და მასთან ურთიერთობაში განსაზღვრავს ეკონომიკურ პერიოდანტთა სისტემის სასტარტო პოზიციას და საწყის მიმართულებას აძლევს, როგორც გადაზომვის, ასევე გადასვლათა ოპერაციას.

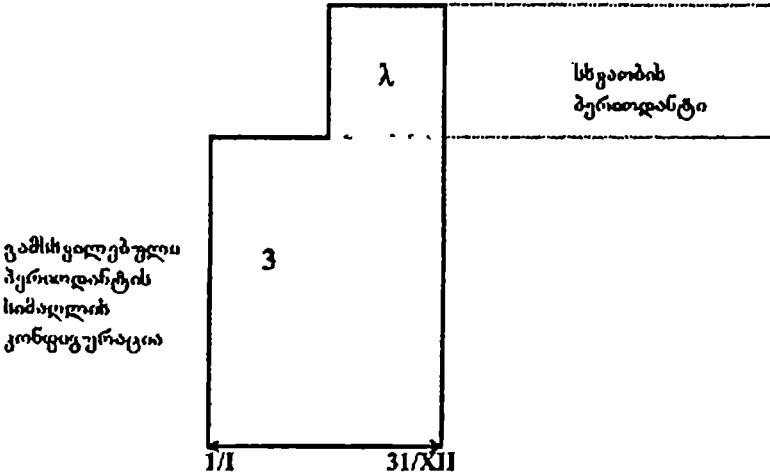
დროის პერიოდის გამსხვილებაში მოხვედრილი პერიოდანტების ჰისტოგენეზით შეუღლების შედეგს, როგორც მთელს ეუწოდებთ გამსხვილებულ პერიოდანტს, მის აღნაგობას კი ეკონომიკურ პერიოდანტთა სისტემას, რომელსაც გააჩნია სათანადო კონფიგურაცია.

დროის პერიოდის გამსხვილება აყალიბებს დონის გამსხვილებულ პერიოდანტს მისთვის დამახასიათებელი ჰისტოგენეზური კონფიგურაციის ჩამოყალიბებით. (ჰისტოგენეზი ცხოველური ქსოვილების პარალელური განვითარების მახასიათებელია, ანალოგიურია პერიოდანტის ჩამოყალიბების პროცესიც).

განვიხილოთ პერიოდანტის გამსხვილების პროცესი: ჰისტოგრამის მეშვეობით შესაძლებელია დავაფიქსიროთ მოცემული ხდომილობა დროის განსაზღვრულ პერიოდში. მისივე მეშვეობით ხორციელდება დონის პერიოდანტის კონფიგურაციის დაფიქსირებაც. ჰისტოგრამა წარმოადგენს სვეტებით გამოხატულ დიაგრამას. ყოველი სვეტი კი აფიქსირებს დროის მოცემულ პერიოდში მომხდარი ხდომილობის

შემდეგ მასში შესულ ყოველ სვეტს უნარჩუნებს თავის სიმაღლეს და ამით აფიქსირებს მათ როლს გაერთიანებულ სვეტებში. ეს როლი ფიქსირდება გაერთიანებაში შესული ღონის პერიოდანტებს შორის სიმაღლეთა სხვაობით (λ).

ეს იმიტომ, რომ აქ სხვაობის მიხედვით ხორციელდება დროის პერიოდის ეფექტიანი ათვისების გაზომვა სხვაობის პერიოდანტის დაფიქსირებით (იხ. ნახ. 6.5), სადაც სხვაობის პერიოდანტი მინიშნებულია წერტილების მწკრივებით).



1990-1991 წწ.

ნახ. 6.5. გამსხვილებული ღონის პერიოდანტის კონფიგურაცია.

თუ დროის მოცემულ პერიოდში საწარმოო რესურსების ჩართვა წარმოებაში და რესურსთუკუგება მატულობს (მცირდება), მაშინ პერიოდანტის სიგანე მისი გამომხატველი სვეტის გარეგანი მოხაზულობით უცვლელი რჩება, სვეტის სიმაღლე კი იცვლება ვერტიკალში. თუ დროის პერიოდის გახანგრძლივებას აქვს ადგილი მაშინ მსხვილდება პერიოდანტი. ამ შემთხვევაში ყალიბდება გამსხვილებული პერიოდანტის იმგვარი კონფიგურაცია, რომელიც

გამოკვეთავს სხვაობის პერიოდანტს. აქ ვლინდება ის მექანიზმი, რომელიც ბუნებრივად წარმოქმნის სხვაობის პერიოდანტს.

მხედველობაშია მისაღები ის, რომ პერიოდანტის გამსხვილებების პროცესისათვის დამახასიათებელია ჰისტოგენეზი. პერიოდანტის ჰისტოგენეზი წარმოადგენს პერიოდანტის ელემენტ-თანამამრავლთა პარალელურ წარმოქმას, განვითარებას, შეუღლებასა და არსებობას ყოველი მათგანის სპეციფიკურობის განუხრელი დაცვით ცოცხალი ცხოველური ორგანიზმის ქსოვილების ანალოგიურად. ღონის საბაზისო და შესადარი პერიოდანტების გაერთიანება ღროის პერიოდის გახანგრძლივებით წარმოქმნის განსაკუთრებულ კონფიგურაციას, რომელსაც ჩქმაღავს დინამიკურ მწკრივთა მეთოდი. გამსხვილებულ პერიოდანტში საბაზისო ღონის პერიოდანტისთვის („სღპ“) შესადარი ღონის პერიოდანტის („შღპ“) მიერთებით ხორციელდება გამსხვილებული ღონის პერიოდანტის („გღპ“) როგორც მთლიანობითი სისტემის აღნაგობის ჩამოყალიბება.

გამსხვილებული ღონის პერიოდანტის აღნაგობის ამოკითხვისათვის საჭიროა ღროის პერიოდის გამსხვილებით დაფიქსირებული იქნას გამსხვილებაში მოხვედრილი მომიჯნო ღონის პერიოდანტები ერთმანეთში გათქვეფის გარეშე. თუმცა მათი ელემენტ-თანამამრავლები ერთმანეთთან კონტაქტში უნდა იყვნენ შესულები ისე, რომ წარმოქმნან მთლიანობითი სისტემა, რომლის სისტემურ კანონზომიერებათა გახსნით შესაძლებელი გახდება სხვაობის შედეგობრივი პერიოდანტის (λ_2) წარმოქმნილი მექანიზმის ამოკითხვა (იხ. ნახ. 6.6).

ამ ნახატიდან თვალნათლივ ჩანს, თუ როგორ მიმართებაში ყალიბდება გამსხვილებული პერიოდანტი.

სხვაობის შედეგობრივი პერიოდანტის (λ_2) სიდიდეს განსაზღვრავენ, როგორც საწარმოო სისტემის მწარმოებლურობას ზღვრული (დამატებითი) პროდუქციის გამოშვების საქმეში. ყოველი შედეგი ფირმის ფუნქციონირების კერძო შემთხვევაა, რომელიც ასახავს: პროდუქციის ნამატს (დანაკლისს), მოგების ნამატს (დანაკლისს) ე.ი. ფირმის საწარმოო საქმიანობის იმ შედეგებს, რომლებზეცაა დამოკიდებული ფირმის წარმატება თუ წარუმატებლობა, სასურველი შედეგების მიღება თუ გაკოტრება.

6.5. დეტერმინირებული მულტიპლიკაციური ფაქტორული ეკონომიკური ანალიზის პერიოდანტული მეთოდი

საწარმოთა სამეურნეო საქმიანობის ანალიზში ყველაზე უფრო გავრცელებულია პირდაპირი დეტერმინირებული ფაქტორული ანალიზის ამოცანა, რომელიც ზოგადი სახით შემდეგნაირად ფორმულირდება:

დავუშვათ, $y = f(x_1, x_2, \dots, x_n)$ არის შედეგობრივი მაჩვენებლის ფუნქცია. საანალიზო პერიოდში y -მა მიიღო ნაზრდი Δy . საჭიროა განისაზღვროს, ფუნქციის რიცხობრივი ნაზრდის რომელი ნაწილია დამოკიდებული თითოეული არგუმენტის ნაზრდზე.

ეკონომიკურ პერიოდანტთა სისტემის მეთოდი (მოკლედ „პერიოდანტული მეთოდი“) დაფუძნებულია შედეგობრივი მახასიათებლის ფორმირების მაჩვენებლების დეტერმინირებული მულტიპლიკაციური მოდელის აგებაზე. მისი ცვლილების ფორმირებაში თითოეული ელემენტ-თანამამრავლის მონაწილეობის გენეტიკური მექანიზმის გათვალისწინებით. იგი გამოიყენება ელემენტ-თანამამრავლთა მიხედვით წარმოების საბოლოო შედეგების გაუმჯობესების შიგასაწარმოო გამოუყენებელ შესაძლებლობათა გაზომვისათვის.

ელემენტ თანამამრავლთა შორის გამოუყენებელი შესაძლებლობის დაფიქსირებისათვის საჭიროა შესაძლო ხდომილობის დონე მივიჩნიოთ *შედარების ბაზად* (მაგ. გეგმური, გასული წლის, სხვა საწარმოს, საშუალო დარგობრივი ან ნორმატიული), არსებული დონე (ფაქტი) კი მივიჩნიოთ *შესადარებელ სიდიდედ*. ელემენტ-თანამამრავლების მიხედვით გამოვლენილი ჩამორჩენის დაძლევის შედეგად წარმოების საბოლოო შედეგის შესაძლებელი გაუმჯობესების განსაზღვრისას კი საჭიროა, არსებული დონე (ფაქტი) მივიჩნიოთ *შედარების ბაზად*. შესაძლებელი, ე.ი. სასურველი მისაღწევი დონე კი *შესადარებელ სიდიდედ* (მაგ. გეგმური, გასული წლის, სხვა საწარმოს, საშუალო დარგობრივი ან ნორმატიული დონე).

დროის მოცემულ პერიოდში წარმოების საბოლოო შედეგის ჩამოყალიბება წარმოდგენილია, როგორც პერიოდანტი, ე. ი., როგორც სივრცის ამა თუ იმ უბანზე დროის განსაზღვრულ პერიოდში

მოცემული რაობის მატარებელი მოვლენის დამოუკიდებელი ფორმირების კერძო ხდომილება. ამ ხდომილობის ფორმირების პროცესი ახსნილია გენეტიკური მიდგომით. ამიტომ, მოვლენების ამგვარ სისტემას ეწოდება პერიოდანტულ-გენეტიკური. მის შედეგად ყალიბდება ეკონომიკურ პერიოდანტთა სისტემა (იხ. ნახ. 6.6).

შედარების ბაზად აღებულ წარმოების საბოლოო შედეგს, რომლის ფორმირებაც ელემენტ-თანამამრავლთა სისტემის სახით არის, ეწოდება საბაზისო დონის პერიოდანტი. იგი ნახ. 6.6-ში წარმოდგენილია შემდეგი სახით: $a_0 \cdot b_0 \cdot c_0 \cdot d_0 = D_0$. იმავე რაობის წარმოების საბოლოო შედეგს, რომელიც უნდა შევადაროთ საბაზისო დონის პერიოდანტს, ეწოდება შესადარებელი დონის პერიოდანტი. ამავე ნახაზზე იგი ფიგურირებს შემდეგნაირად: $a_1 \cdot b_1 \cdot c_1 \cdot d_1 = D_1$.

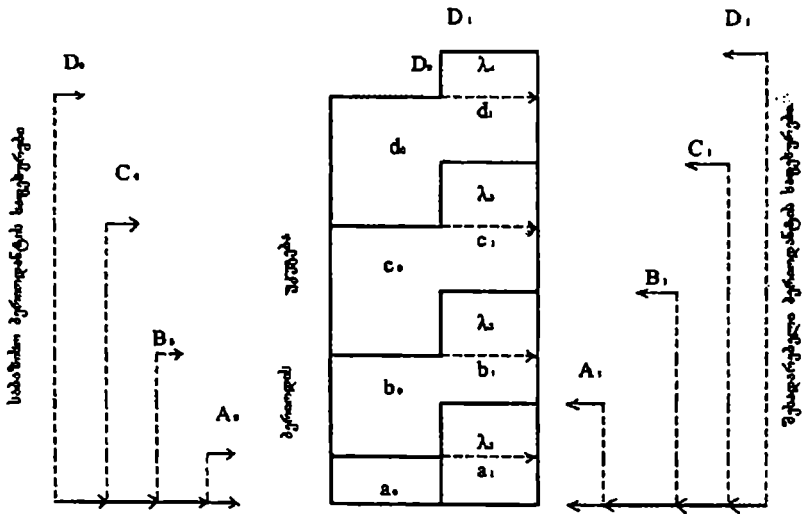
სხვაობას შესადარებელი დონის პერიოდანტისა და საბაზისო დონის პერიოდანტის პარალელურ საფეხურებს შორის ($A_1, A_0; B_1, B_0; C_1, C_0; D_1, D_0$), სადაც $A = a$, $B = a \cdot b$, $C = a \cdot b \cdot c$ და $D = a \cdot b \cdot c \cdot d$, ეწოდება სხვაობითი პერიოდანტის საფეხური ($\lambda_1, \lambda_2, \lambda_3$ და λ_4).

დონის ერთი პერიოდანტის მეორესთან შედარებით, რომლის მიზანიცაა განსაზღვროს, თუ პირველის ბოლო საფეხური (D_1) რაოდენ აღემატება ან ჩამორჩება მეორეს ბოლო საფეხურს (D_0), ხორციელდება მათ შორის შეუღლებათა განსაზღვრული სისტემის ჩამოყალიბება. სახელდობრ, წარმოიქმნება ეკონომიკურ-პერიოდანტთა მთლიანობითი სისტემა (იხ. ნახ. 6.7).

იმისათვის, რომ აღვიღად აღვიქვათ ეკონომიკურ პერიოდანტთა მთლიანობითი სისტემა (ე. ი. მთელი გამსხვილებული პერიოდანტი) საჭიროა ამ მთელის ფორმირების პროცესის წარმოდგენა სამ ფაზად:

პირველ ფაზაზე ყურადღების აქცენტირება მოვახდინოთ საბაზისო და შესადარი ეკონომიკური პერიოდანტების ერთტიპიური ელემენტ თანამამრავლების შეპირისპირებაზე მათი მეტ-ნაკლებობის გამოსავლინებლად (იხ. ნახ. 6.8).

ამ ნახატიდან ჩანს, რომ ჩვენ მაგალითში $a_0 < a_1$, $b_0 < b_1$,



ფროსს ბერაოფი

ნახ. 6.7. გამსხვილებული პერიოდანტის (უკუგების) აღნაგობის კონფიგურაცია

სადაც:

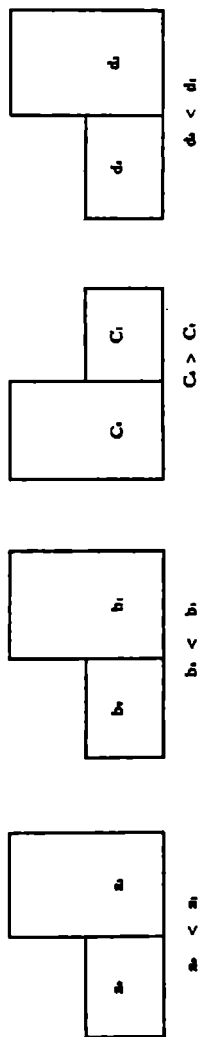
$$\lambda_1 = A_1 - A_0$$

$$\lambda_2 = B_1 - B_0$$

$$\lambda_3 = C_1 - C_0$$

$$\lambda_4 = D_1 - D_0$$

$c_0 > c_1$ და $d_0 < d_1$, ეს იმას ნიშნავს, რომ ამ ურთიერთზე მიბჯენილ ღონეებს შორის 0-ვანი ან 1-იანი არის ნაკლები. ღონით ნაკლები გამოდის ოპერატორის როლში, ღონით მეტი კი - ოპერანდის როლში. ამიტომ, მათი შეუღლება ხორციელდება გადაზომვის ოპერაციით (იხ. ნახ. 6.9). შეუღლების შედეგად წარმოიქმნებიან სათანადო შენაერთები, რომლებიც აფიქსირებენ ოპერანდის

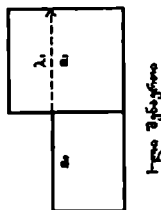
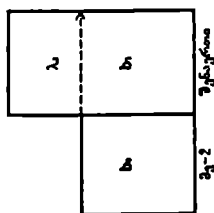
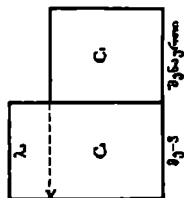
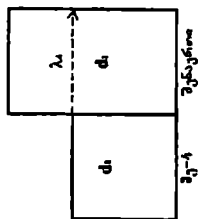


ნახ. 6.8. დროის პერიოდის უკუგებითი ელემენტ-თანამართლებების საბაზისო და შესაღარებელი დონეების მეტ-ნაკლებობის დამაფიქსირებელი ურთიერთზე მიბჯენის ოპერაციები

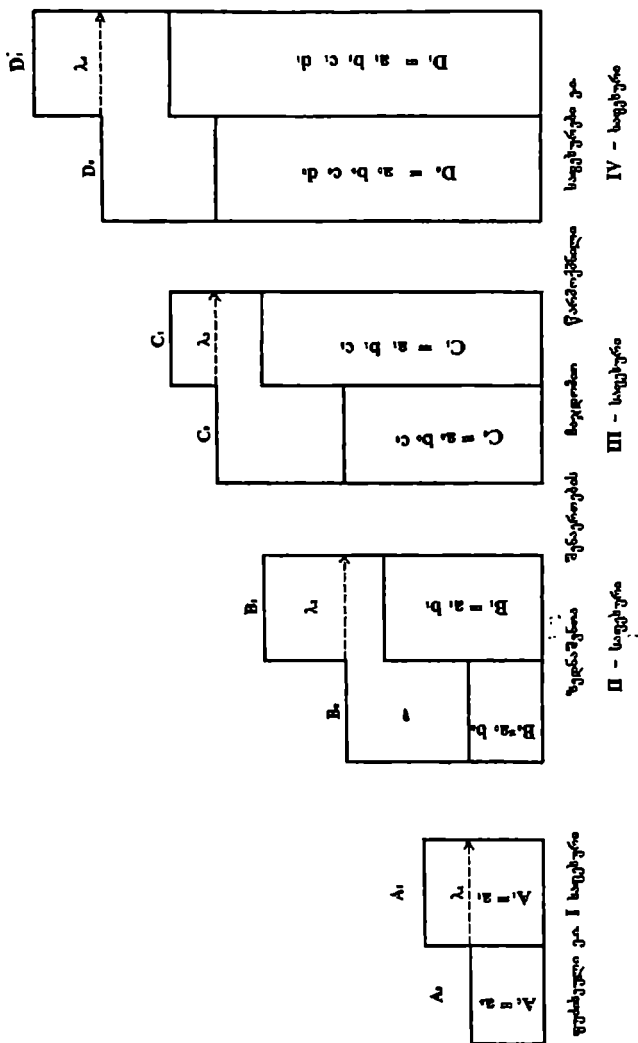
მეტობის სიდიდეს ოპერატორის მიმართ (λ_i), რომელსაც პერიოდანტულ-გენეტიკურ მიდგომაში ეწოდება სხვაობის პერიოდანტი (დროის პერიოდის უკუგებებს შორის სხვაობა). იგი ყოველთვის აბსოლუტური მნიშვნელობის სიდიდეა. ამიტომ, მას + ან - ნიშანი არ გააჩნია (იხ. ნახ. 6.9.). ეს იმიტომ რომ, საბაზისო (0) თუ შესადარი (1) დონეები, როგორც ცალკე აღებული ხლომილობები ნივთების თვისებათა მატარებელი არიან. სახელდობრ, მცირე სიდიდის ნივთის გადაზომვა მეტი სიდიდის ნივთზე განსაზღვრავს მათ შორის მეტ - ნაკლებობის ზომას. დიდი ნივთის მცირე სიდიდის ნივთზე გადაზომვა შეუძლებელია უბრალოდ იმის გამო, რომ დიდი მცირეში ვერ მოთავსდება. ამით აიხსნება, რომ გადაზომვის ოპერაცია მიემართება მცირე სიდიდის ელემენტ - თანამამრავლიდან მეტი სიდიდის ელემენტ-თანამამრავლისკენ და ასე ზორცილდება მათი შეუღლება შენაერთებად. (იხ. ნახ. 6.9.). ამ ნახატში ერთი და იგივე ელემენტ-თანამამრავლის ერთ შენაერთში მოქცეული ყოველი წყვილი დონეები (0 და 1) დამოუკიდებელია სხვა შენაერთებისაგან. ამიტომ, ყოველ შენაერთში განზორციელებული გადაზომვის ოპერაცია დამოუკიდებელია ურთიერთისგან. ამიტომ, აქ ადგილი არ აქვს შენაერთების კონფიგურაციათა რეფორმაციას (გარდაქმნას).

ამ თვისებას ინარჩუნებს მხოლოდ ფუძისეული შენაერთი (0 და 1), დანარჩენი შენაერთები კი განიცდიან კონფიგურაციის ცვლილებას, მაშინ როგორც კი ზორციელდება შენაერთთა ეშელონირება მათი ვერტიკალური შეუღლების გზით (იხ. ნახ. 6.10). მართლაც, როგორც კი პირველ შენაერთს ზედნაშენად მიუერთდება მეორე შენაერთი მაშინვე მისი დონე აიწევს ზევით სიდიდით და ამის შესაბამისად მოხდება ამ შენაერთის ფორმის შეცვლა (რეფორმაცია), ანალოგიურად განიცდიან რეფორმაციას ზედნაშენების გამო დანარჩენი შენაერთებიც. (იხ. ნახ. 6.10).

საბაზისო და შესადარი პერიოდანტების საფუძურთა დონეებს შორის სხვაობა წარმოქმნის მათ მიერ დაფიქსირებულ უკუგებათა შორის მეტ-ნაკლებობას. ე. ი. (სხვაობათა პერიოდანტებს), რომლებიც მკვეთრად განსხვავდებიან სხვაობის იმ პერიოდანტებისაგან, რომლებიც დამოუკიდებლად ყალიბდებიან (შევადართ ნახ.



ნახ. 6.9 დროის პერიოდის უკუგებითი ელემენტ - თანაშაშირელების ხაზის და შესაბამისად დონეთა შეუღლება გამსხვილებული პერიოდანტის შენაერთებად



ნახ. 6.10 გამსწვილებული პერიოდანტის შენაერთებით საფეხურების ეშენილიების შექანიში

6.10, ნახ. 6.9.-ს) ეს განსხვავება იმდენად არსებითია, რომ შესაძლოა მან გამოიწვიოს გადაზომვის ოპერაციის მიმართულების შეცვლაც კი (მაგ. იხ. ნახ. 6.10 და 6.9 მე-3 შენაერთი და მე-3 საფეხური).

ამ გარემოებებით განისაზღვრება ის, რომ გამსხვილებული პერიოდანტიის კონფიგურაციის ფორმირებაში მონაწილეობს გარდა გადაზომვის ოპერაციისა საფეხურიდან საფეხურზე გადასვლისას მოძრაობის მიმართულების განსაზღვრის ოპერაციაც. გადაზომვის ოპერაცია ადიტიური მექანიზმით წარმოქმნის საბაზისო და შესადარი პერიოდანტების დონეთა შენართებს, საფეხურიდან საფეხურზე გადასვლის ოპერაცია კი მოქმედებს მულტიპლიკაციური მექანიზმით (იხ. ნახ. 6.11).

ეს ხდება ისე, რომ გადასვლის ოპერაცია პირველ (ფუძისეულ) საფეხურზე მიმართულებით ემთხვევა გადაზომვის ოპერაციას, დანარჩენ საფეხურებზე კი იგი დამოუკიდებელია გადაზომვის ოპერაციისაგან და გააჩნია გენეზისის უწყვეტი გეზი (იხ. ნახ. 6.11).

აქ ეს გეზი არ უბრუნდება განვლილ გზას ე.ი. გამორიცხავს უკუქცევადობას. სადაც აღმოცენდება განვლილი საფეხურის დასრულების მომენტი, მის მიჯნაზე იწყებს ეს გეზი მომდევნო საფეხურზე გადასვლას. ზედნაშენი შენაერთის მოცვით იგი წარმოქმნის გამსხვილებული პერიოდანტიის შემდგომ საფეხურს. (იხ. ნახ. 6.11).

ამ ნახატის ამოკითხვით ფიქსირდება შემდეგი ფორმულა:

$$\{[(a_0 + \lambda_1) \cdot b_1 - \lambda_2] \cdot c_0 + \lambda_3\} \cdot d_1 - \lambda_4 = D_0$$

$\lambda_4 = \{[(a_0 + \lambda_1) \cdot b_1 - \lambda_2] \cdot c_0 + \lambda_3\} \cdot d_1 - D_0$ მათ შორის ამოიკითხება:

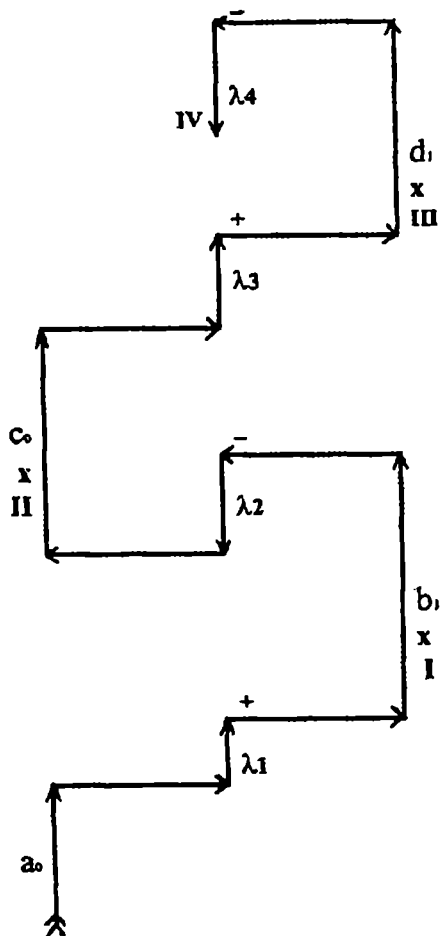
$$A_0 + \lambda_1 = A_1; \quad (A_0 + \lambda_1) \cdot b_1 = B_1; \quad (A_0 + \lambda_1) \cdot b_1 - \lambda_2 = B_0;$$

$$[(A_0 + \lambda_1) \cdot b_1 - \lambda_2] \cdot c_0 = C_0; \quad \{[(A_0 + \lambda_1) \cdot b_1 - \lambda_2] \cdot c_0 + \lambda_3\} = C_1;$$

$$\{[(A_0 + \lambda_1) \cdot b_1 - \lambda_2] \cdot c_0 + \lambda_3\} \cdot d_1 = D_1;$$

$$\{[(A_0 + \lambda_1) \cdot b_1 - \lambda_2] \cdot c_0 + \lambda_3\} \cdot d_1 - \lambda_4 = D_0.$$

ე. ი. როგორც საბაზისო ასევე შესადარი პერიოდანტების უკლებლივ ყველა საფეხური მონაწილეობს სათანადო ბუნებრივი პროცესით გამსხვილებული პერიოდანტიის კონფიგურაციის ფორმირებაში.



ნახ. 6.11. გამსხვილებული პერიოდანტის (უკუგების) გენეტიკური გეზის კონფიგურაცია

სადაც: I; II; III; IV - გამსხვილებული პერიოდანტის საფეხურებია და λ_1 დადებითი ნიშნითაა, λ_3 დადებითი ნიშნითაა; λ_2 უარყოფითი ნიშნითაა, λ_4 უარყოფითი ნიშნითაა.

D_0 -ის ფორმულიდან გვექნება:

ΔQ ე. ი.

$$\begin{aligned}\lambda_4 &= \{[(A_0 + \lambda_1) \cdot b_1 - \lambda_2] \cdot c_0 + \lambda_3\} \cdot d_1 - D_0 = \\ &= [(A_0 b_1 + \lambda_1 b_1 - \lambda_2) \cdot c_0 + \lambda_3] \cdot d_1 - D_0 = \\ &= (A_0 b_1 c_0 + \lambda_1 b_1 c_0 - \lambda_2 c_0 + \lambda_3) \cdot d_1 - D_0 = \\ &= A_0 b_1 c_0 d_1 + \lambda_1 b_1 c_0 d_1 - \lambda_2 c_0 d_1 + \lambda_3 d_1 - D_0\end{aligned}$$

ვინაიდან $A_0 = a_0$; $\lambda_1 = |A_1 - A_0|$; $\lambda_2 = |a_1 b_1 - a_0 b_0|$;

$\lambda_3 = |a_1 b_1 c_1 - a_0 b_0 c_0|$; $D_0 = a_0 b_0 c_0 d_0$.

ამიტომ, ამ მნიშვნელობების ჩასმით მივიღებთ, რომ

$$\begin{aligned}\lambda_4 &= a_0 b_1 c_0 d_1 + (a_1 - a_0) b_1 c_0 d_1 - (a_0 b_0 - a_1 b_1) c_0 d_1 + \\ &+ (a_1 b_1 c_1 - a_0 b_0 c_0) d_1 - a_0 b_0 c_0 d_0 = a_0 b_1 c_0 d_1 + a_1 b_1 c_0 d_1 - \\ &- a_0 b_1 c_0 d_1 - a_0 b_0 c_0 d_1 - a_1 b_1 c_0 d_1 + a_1 b_1 c_1 d_1 - a_0 b_0 c_0 d_1 - \\ &- a_0 b_0 c_0 d_0\end{aligned}$$

ამრიგად, მივიღეთ რვა მულტიშესაკრები. ეს შესაკრებები დავაწყვილოთ, რათა შევარჩიოთ ისეთი წყვილები სადაც პარალელ ელემენტ-თანამამრავლთა ღონეებს შორის მხოლოდ ერთად ერთი განსხვავდებოდეს ღონით და ამასთანავე შესადარი ღონე წარმოდგენილი იყოს დადებითი ნიშნით, საბაზისო ღონე კი უარყოფითი ნიშნით. ეს იმიტომ, რომ გამოვავლინოთ ყოველი ელემენტ-თანამამრავლის წვლილი ზღვრული პროდუქციის ΔQ (ე. ი. λ_4) მიღებაში.

მართლაც, მე-2 შესაკრებია დადებითი (+) ნიშნით $+a_1 b_1 c_0 d_1$, მე-3 შესაკრები კი არის უარყოფითი (-) ნიშნით $-a_0 b_1 c_0 d_1$.

ამ შემთხვევაში მხოლოდ a -ელემენტ-თანამამრავლის ღონეები განსხვავდებიან. შესადარი ღონეა a_1 , საბაზისო კი a_0 . დანარჩენთა ღონეები არ განსხვავდებიან ურთიერთისგან. ამიტომ გვექნება

$$(a_1 - a_0) b_1 c_0 d_1 = \tilde{\Delta} a;$$

ანალოგიურად: 1-ელ და მე-4 მულტიშესაკრებთა მიხედვით მივიღებთ, რომ

$$a_0(b_1 - b_0)c_0d_1 = \tilde{\Delta}b ;$$

ასევე: მე-5 და მე-6 შესაკრებები მოგვეცემენ:

$$a_1b_1(c_1 - c_0)d_1 = \tilde{\Delta}c$$

და მე-7 და მე-8 მულტიშესაკრებების ასეთივე წესით შეუღლება მოგვეცემს:

$$a_0b_0c_0(d_1 - d_0) = \tilde{\Delta}d$$

ამრიგად, ΔQ ე. ი. λ_n (ჩვენ შემთხვევაში $n = 4$) ჩამოყალიბდება საწარმოო სისტემის მიერ, და ხორციელდება შემდეგი მექანიზმით:

$$\tilde{\Delta}a + \tilde{\Delta}b + \tilde{\Delta}c + \tilde{\Delta}d = \Delta Q \quad (\text{ე. ი. } \lambda_n)$$

გაშიფრულად ეს მექანიზმი, რომელიც ბუნებრივია და გამოიხატება საწარმოო სისტემის ტექნიკურ-ეკონომიკურ მახასიათებელთა ურთიერთმოქმედებაში ღებულობს შემდეგ სახეს:

$$(a_1 - a_0)b_1c_0d_1 + a_0(b_1 - b_0)c_0d_1 + a_1b_1(c_1 - c_0)d_1 + a_0b_0c_0(d_1 - d_0) = \Delta Q$$

ამგვარია უკვე დასახული ზღვრული პროდუქციის წარმოებისათვის შეკვეთილი მოცულობით ფორმირების მართვის მექანიზმი.

ამრიგად, საბაზისო და შესადარი პერიოდანტიების გამსხვილებულ პერიოდანტად შეუღლების პროცესი გადის შემდეგ პროცედურებს:

1. დროის პერიოდის უკუგებითი სიდიდეების მეტ-ნაკლებობის დამაფიქსირებელი ურთიერთ პარალელური ელემენტების ურთიერთზე მიბჯენის ოპერაციას (იხ. ნახ. 6.8);

2. საბაზისო და შესადარი პარალელურ ელემენტ-თანამამრავლთა გადაზომვის ოპერაციით შენაერთებად შეუღლებას (იხ. ნახ. 6.9);

3. გამსხვილებული პერიოდანტის საფეხურთა ეშელონირების პროცესს (იხ. ნახ. 6.10);

4. გამსხვილებული პერიოდანტის წინა საფეხურიდან მომდევნოზე გადასვლის მულტიპლიკაციურ პროცესს (იხ. ნახ. 6.10).

ოთხივე პროცედურის ერთობლიობა წარმოქმნის გამსხვილებული პერიოდანტის ფორმირების ბუნებრივ მექანიზმს (იხ. ნახ.

6.11 და ამ ნახატიდან ამოკითხული ფორმულა).

სწორედ ეს ბუნებრივი მექანიზმი კისრულობს დეტერმინირებული მულტიპლიკაციური ეკონომიკური ანალიზის მეთოდის როლს, საწარმოო სისტემის ფუნქციონირების საბოლოო (გარემოზე გამსვლელი) შედეგების მართვის საქმეში.

როგორც ვხედავთ ეს მექანიზმი აღმოაჩინა მეცნიერული შემეცნების სისტემური მეთოდოლოგიის პერიოდანტულ გენეტიკური მიდგომის გამოყენებამ.

აქ დროის პერიოდი აფიქსირებს ამ პერიოდში საწარმოო სისტემის ფუნქციონირების უკუგებას და მისი ჩამოყალიბების ბუნებრივ მექანიზმს. ამიტომ ჩვენ მას ვუწოდებთ დეტერმინირებული მულტიპლიკაციური ეკონომიკური ანალიზის პერიოდანტული მეთოდი. იგი გამ-

$$\tilde{\Delta}a = (a_1 - a_0)b_1c_0d_1$$

$$\tilde{\Delta}b = a_0(b_1 - b_0)c_0d_1$$

ობხატება ფორმულათა შემდეგი სისტემით:

$$\tilde{\Delta}c = a_1b_1(c_1 - c_0)d_1$$

$$\tilde{\Delta}d = a_0b_0c_0(d_1 - d_0)$$

იმ შემთხვევაში, თუ $a_1 > a_0$ -ზე, მაშინ მოქმედებს ზემოთ მოყვანილი სქემა, მაგრამ თუ $a_1 < a_0$ -ზე, მაშინ სქემა მიიღებს შემდეგ სახეს:

$$\tilde{\Delta}a = (a_1 - a_0)b_0c_1d_0$$

$$\tilde{\Delta}b = a_1(b_1 - b_0)c_1d_0$$

$$\tilde{\Delta}c = a_0b_0(c_1 - c_0)d_0$$

$$\tilde{\Delta}d = a_1b_1c_1(d_1 - d_0)$$

თუ a_0 გამოვა a_1 -ის როლში და ა. შ. შესადარი გადაიქცევა საბაზისოდ და პირიქით, მაშინ ისინი, სხვა თანაბარ პირობებში, აბსოლუტური მნიშვნელობებით თანაბარი სიდიდეები არიან, განსხვავება მხოლოდ ნიშნებშია. ამის გამო ორივე შემთხვევაში შეგვიძლია ვისარგებლოთ ფორმულათა სისტემებს შორის ერთ-ერთი მათგანით ისე, რომ განსხვავება დაგვრჩება მხოლოდ ნიშანში.

იგივე იქნება ან დადებითი ანდა უარყოფითი. პირველი გვიჩვენებს ნამატს მეორე კი გამოუყენებელ შესაძლებლობას. მოდით ვნახოთ თუ როგორ გამოიყურება განხილული სქემის საპირისპირო სქემა:

$$\tilde{\Delta}a = (a_0 - a_1)b_0c_1d_0$$

$$\tilde{\Delta}b = a_1(b_0 - b_1)c_1d_0$$

$$\tilde{\Delta}c = a_0b_0(c_0 - c_1)d_0$$

$$\tilde{\Delta}d = a_1b_1c_1(d_0 - d_1) \dots$$

საპირისპირო სქემა ადასტურებს ზემოთქმულ თვისებას. ე.ი. აქ გადაზომილია შესაძლებლობები (რეზერვები), წინა სქემაში კი ამ შესაძლებლობათა ათვისების დონე.

როგორც ვხედავთ მულტიშესაკრებთა ზემოთ მოყვანილ დაწყვილებამ გამოავლინა ის, რომ მიღებული *პერიოდანტული მეთოდით შეგვიძლია გამოავლინოთ ფირმის მიერ დამატებითი პროდუქციის გამოშვების შესაძლებლობა დამატებითი კაპიტალდაბანდებათა გარეშე და დამატებითი ე. ი. ზღვრული პროდუქციის* მოცულობით განსაზღვრული გამოსაშვები პროდუქციის მიზანშეწონილი მოცულობით გამოშვებისათვის დამატებითი კაპიტალდაბანდებათა გაღების მიზანშეწონილობის სიდიდე.*

იმ შემთხვევაში თუ a აღენიშნავთ a_1 -ით, b -ს a_2 -თი, c -ს a_3 -თი, d -ს a_4 -თი, მაშინ a_0 -ის ნაცვლად გვექნება $a_{1,0}$, a_1 -ს ნაცვლად კი $a_{1,1}$, b_0 -ის ნაცვლად გვექნება $a_{2,0}$, b_1 -ის ნაცვლად კი $a_{2,1}$, c_0 -ის ნაცვლად $a_{3,0}$, c_1 -ის ნაცვლად $a_{3,1}$, d_0 -ის ნაცვლად $a_{4,0}$, d_1 -ის ნაცვლად $a_{4,1}$ და ა. შ.

მაშინ მიღებული შედეგების განზოგადებით წარმოიქმნა ეკონომიკურ პერიოდანტთა მეთოდი, რომლის საშუალებით ყოველი i -ური ელემენტ-თანამამრავლის მონაწილეობა (Δ_{im}) სხვაობით პერიოდანტის შედეგობრივი მაჩვენებლის ფორმირებაში განისაზღვრება ფორმულით:

* შედეგობაშია, როგორც მარკეტინგული ზღვრული პროდუქცია, ასევე წარმოებრივი ზღვრული პროდუქცია

$$\Delta_{m0} = A_{m-1} \cdot (a_{m1} - a_{m0}) \cdot \prod_{i=m+1}^n a_{ij},$$

ამასთან, თუ $\lambda_1 > 0$ მაშინ:

$$x = \begin{cases} 0, & \text{თუ } m \text{ ლუწი რიცხვია} \\ 1, & \text{თუ } m \text{ კენტი რიცხვია;} \end{cases}$$

$$j = \begin{cases} 0, 1, 0, 1, \dots, & \text{თუ } m \text{ ლუწი რიცხვია} \\ 1, 0, 1, 0, \dots, & \text{თუ } m \text{ კენტი რიცხვია;} \end{cases}$$

იმ შემთხვევაში, თუ $\lambda_1 < 0$ მაშინ

$$x = \begin{cases} 1, & \text{თუ } m \text{ ლუწი რიცხვია} \\ 0, & \text{თუ } m \text{ კენტი რიცხვია;} \end{cases}$$

$$j = \begin{cases} 1, 0, 1, 0, \dots, & \text{თუ } m \text{ ლუწი რიცხვია} \\ 0, 1, 0, 1, \dots, & \text{თუ } m \text{ კენტი რიცხვია;} \end{cases}$$

სადაც a_i არის i -ური ელემენტ-თანამპრავლი ($a_1 = a, a_2 = b, a_3 = c$ და ა. შ.);

A_i კი - დონის პერიოდანტის ჩამოყალიბების i -ური საფეხური.

m არის i -ური ელემენტ-თანამპრავლისა და დონის პერიოდანტის i -ური საფეხურის დაფიქსირებული ის წევრი, რომლის მიხედვითაც განისაზღვრება ამ ელემენტ-თანამპრავლის მონაწილეობა შედეგობრივი სიდიდის ცვლილებაში:

0 და 1 - შესაბამისად - მიუთითებს, საბაზისო და შესადარებელი დონის პერიოდანტებზე.

ზემოთ მოყვანილი ფორმულის გამოყენება გულისხმობს, რომ ელემენტ თანამპრავლის დონეთა რანჟირების საფუძველს წარმოადგენს სხვაობითი პერიოდანტის პირველი საფეხური ე. ი. λ_1 ეკონომიკურ პერიოდანტთა სისტემის i -ურ თანამიმდევრობაში λ_1 ჩნდება იქ, სადაც პირველად წარმოიქმნება სხვაობა საბაზისო და

შესადარებელ დონის პერიოდანტთა პარალელურ საფეხურებს შორის. მაგალითად, თუ $A_{10} \neq A_{11}$.

მაშინ $\lambda_1 = A_{11} - A_{10}$ თუ $A_{10} = A_{11}$ და $A_{20} \neq A_{21}$

მაშინ $\lambda_1 = A_{21} - A_{20}$ და ა. შ.

ეკონომიკურ პერიოდანტთა სისტემის მეთოდი მთლიანად გამორიცხავს ჯაჭვური ჩასმისა და დეტერმინირებული ეკონომიკური ანალიზის სხვა მეთოდებისათვის დამახასიათებელ ხარვეზებს. მხოლოდ იგი უზრუნველყოფს რეალურ სინამდვილეში არსებული რეზერვების ზუსტად ამსახველი რიცხობრივი მნიშვნელობის ჩამოყალიბებას ელემენტ-თანამძრავლთა მიხედვით (ტრადიციულად წოდებული ფაქტორ-თანამძრავლები). ამის გამო, ეს მეთოდი შეუზღუდავია და მრავალთანამძრავლიანი ანალიზის პირობებშიც კი უზუსტესია. ამიტომ შესაძლებელი ხდება წარმოების საბოლოო შედეგი დავანაწევროთ პერიოდანტულ-გენეტიკური მიდგომის გამოყენებით მრავალ თანამძრავლად და ამით გავზარდოთ ეკონომიკური ანალიზის სიღრმე.

რეზერვების ძიების უმნიშვნელოვანესი იარაღი იყო და არის ეკონომიკური ანალიზი, რომლის მეთოდების სრულყოფას საწარმოო სისტემის ფუნქციონირების შედეგების ობიექტური შეფასებისათვის პირველხარისხოვანი მნიშვნელობა აქვს. უნდა აღინიშნოს, რომ დეტერმინირებული ეკონომიკური ფაქტორული ანალიზის მეთოდები (დეფა), ისეთები, როგორიცაა ინდექსური, ჯაჭვური ჩასმის, ინტეგრალური და სხვა, ვერ წყვეტს განმაზოგადებელ (შედეგობრივ) მაჩვენებლების ცვლილებაში ცალკეული ფაქტორ-თანამძრავლის წვლილის ზუსტი რაოდენობრივი შეფასების ამოცანას.

მთელი რიგი ცნობილი სპეციალისტების კრიტიკული გამონათქვამები მიუთითებს ზემოთ ჩამოთვლილი მეთოდების ხარვეზებზე. მაგალითად, ჯაჭვური ჩასმის მეთოდის შესახებ ნათქვამია, რომ მას აქვს ხარვეზები, სახელდობრ გაანგარიშებათა შედეგები დამოკიდებულია ფაქტორების თანამიმდევრობის შეცვლაზე.

განმაზოგადებელი მაჩვენებლის ცვლილებაში აქტიური როლი ხშირად დაუსაბუთებლად მიეწერება ხარისხობრივი ფაქტორის ცვლილების გავლენას. ჯაჭვური ჩასმის მეთოდი ყოველთვის გვაძლევს ერთი

და იმავე ფაქტორის განსხვავებულ გავლენას, ამასთან, ამ განსხვავებაში შეუძლებელია დაეჭიროთ რაიმე სისტემა ეკონომიკური თვალსაზრისით. ჯაჭვური ჩასმის მეთოდი არ იცავს გაანგარიშებათა სიმეტრიულობას. აქედან გამომდინარე, შეიძლება დავასკვნათ, რომ განმაზოგადებელ მაჩვენებელზე ყოველი ფაქტორის გავლენის ამოცანის გადაჭრა ჩვეულებრივი ჯაჭვური ჩასმის მეთოდით შეუძლებელია.

სამეურნეო პრაქტიკაში გავრცელებულია ეკონომიკური ანალიზის ჯაჭვური ჩასმის მეთოდის შემდეგი ვარიანტი:

$$\Delta a = (a_1 - a_0) b_1 c_1 d_1 \dots$$

$$\Delta b = a_0 (b_1 - b_0) c_1 d_1 \dots$$

$$\Delta c = a_0 b_0 (c_1 - c_0) d_1 \dots$$

$$\Delta d = a_0 b_0 c_0 (d_1 - d_0) \dots$$

აღნიშნულ გარემოებათა გამო აუცილებელი გახდა შექმნილიყო ეკონომიკური ანალიზის ახალი მეთოდი, რომელიც თავისუფალი იქნებოდა ხარვეზებისაგან. ასეთ მეთოდად გვევლინება ეკონომიკურ პერიოდანტთა სისტემის ზემოთ განხილული მეთოდი.

შიგასაწარმოო რეზერვების გაზომვის ეკონომიკურ-პერიოდანტთა მეთოდი ეყრდნობა სისტემურ მიდგომას და ეკონომიკური შედეგის ფორმირების ობიექტური პროცესის აღწერას. საჭიროა აღინიშნოს ის გარემოებაც, რომ ამგვარად აგებული სისტემის ყოველ ელემენტზე ფაქტორები გარედან ახდენს გავლენას. ანალიზი უნდა მოიცავდეს არა მარტო ამ სისტემის ელემენტებს, არამედ გარედან შემოყვანილ სასტარტო ფაქტორებსაც.

ამრიგად, ეკონომიკური ანალიზის პერიოდანტული მეთოდი,, წარმოადგენს დროის შუალედის (პერიოდის) უკუგების, როგორც ეკონომიკური ხდომილობის ჩამოყალიბების გენეტიკური პროცესის ანალიზის მეთოდს. ეს მეთოდი ეყრდნობა პერიოდის უკუგების გენეტიკური პროცესის ბუნებრივ საფეხურებს და საფეხურიდან საფეხურზე გადაწყვეტვან ელემენტებს. ეს უკანასკნელნი წარმოადგენენ წინა საფეხურის მულტიფიციირების გზით გადაწყვეტვან მომდევნო საფეხურზე.

ამ პროცესის გამოვლინებული ბუნებრივი გენეზისის კვალო-

ბაზე ყალიბდება დროის მოცემული პერიოდის უკუგებითი საფეხურები.

ამგვარი წყობის ეკონომიკურ მახასიათებელთა სისტემა სამრეწველო ფირმის მართვას ანზორციელებს მულტიპლიკაციური ეფექტის გამრავლებისათვის (სინერგიული ეფექტის გამრავლებისათვის), რაც წარმოადგენს მართველობის სიმწიფის ინდიკატორს ე.ი. დამაკვალიანებელ მინიშნებას, მან უნდა უზრუნველყოს ფირმის საწარმოო სისტემის საერთო (სისტემური) ეფექტის ოპტიმიზაცია.

მულტიპლიკაცია ლათინური წარმოშობის სიტყვაა და უშუალოდ ნიშნავს რაიმეს გამრავლებას და არა გადამრავლებას (მათემატიკურ ოპერაციას).

მულტიპლიკაციური მიდგომის არსია გამრავლებითი მექანიზმის ეფექტიანი ფუნქციონირების მართვა და ამგვარი მართვით საწარმოო სისტემის მაღალეფექტიანი გაძლოლა, რომელიც უწყვეტ პროცესად უნდა გვევლინებოდეს.

მხედველობაშია მისაღები ისიც, რომ ფირმაში საწარმოო სისტემის ხერხემალია საწარმოო-ტექნიკური ბაზა და მის მიერ პროდუქციის მაქსიმალური გამოშვების ტექნიკური შესაძლებლობა, რომელიც შექმნა ნომინალური კაპიტალის გარდაქმნამ რეალურ კაპიტალად (ძირითად საწარმოო ფონდებად), ამგვარ შესაძლებლობას ეწოდება ტექნიკური სიმძლავრე ($M_{ტექ}$), მაგრამ ფირმა ამ სიმძლავრით კი არა,

არამედ საწარმოო სიმძლავრით ($M_{სს}$) ფუნქციონირებს. ეს უკანასკნელი წარმოადგენს პროდუქციის გამოშვების ეკონომიკურად მიზანშეწონილ მაქსიმუმს. მას განსაზღვრავს ის, რომ შრომითი ერთეულების ჩართვა წარმოების პროცესში უნდა ხდებოდეს ისე, რომ ისინი შრომის მწარმოებლურობის დაცემის გარეშე შეუფერხებლად ემსახურებოდნენ საწარმოო-ტექნიკური ბაზის უწყვეტ და ეფექტიან ფუნქციონირებას და ამით გამორიცხავდნენ ხვედრი ხარჯების გადიდებასა და ამის გამო მოგების შემცირების პროცესს ე.ი. კლებადი უკუგების წარმოქმნას.

ამიტომ, ფირმის საწარმოო სისტემის საწარმოო სიმძლავრის ($M_{სს}$) შეფარდება ტექნიკურ სიმძლავრესთან ($M_{ტექ}$) გვიჩვენებს

საწარმოო სიმძლავრის შეუღლების ხარისხს ტექნიკურ სიმძლავრესთან. რაც უფრო ახლოა საწარმოო სიმძლავრე ტექნიკურ სიმძლავრესთან, მით უფრო ნაკლებია ტექნიკური სიმძლავრის არა გამოყენებადი ნაწილი.

ტექნიკური სიმძლავრის ზუსტ განსაზღვრას არსებითი მნიშვნელობა ენიჭება ფირმისათვის. საქმე იმაშია, რომ რაც უფრო უახლოვდება საწარმოო სიმძლავრე ტექნიკურ სიმძლავრეს მით უფრო მაღალია რეალური კაპიტალის პოტენციალური უკუგება და მისი გამოყენების შესაძლებლობა. საწარმოო სიმძლავრე მიკვირებითებს როდის ხდება საჭირო დამატებით კაპიტალ დაბანდებათა გაღება დამატებითი პროდუქციის (წარმოებრივად ზღვრული პროდუქციის) გამოსაშვებად, ფირმის ტექნიკური სიმძლავრე გვიჩვენებს თუ მოცემული საწარმოო სისტემა რა მოცულობის კაპიტალდაბანდებაზეა დაყრდნობილი. ღონისძიებათა ის წრე, რომელიც საწარმოო სიმძლავრეს გაზრდის არსებული ტექნიკური სიმძლავრის ხარჯზე იწვევს ფონდუკუგების (რეალური კაპიტალის უკუგების) გადიდების არეალის გაფართოებას.

ამ უნარის გაძლიერება მოითხოვს შრომით ერთეულებსა და რეალური კაპიტალის ერთეულებს შორის იმგვარ თანაფარდობას, რომ საწარმოო სიმძლავრე რაც შეიძლება მეტად დაუახლოვდეს ტექნიკურ სიმძლავრეს და ამით უზრუნველყოს საწარმოო სიმძლავრის გადიდება არსებული ტექნიკური სიმძლავრის ხარჯზე, ე.ი. დამატებითი კაპიტალ დაბანდებების გარეშე. იდეალურ შემთხვევაში საწარმოო სიმძლავრე შესაძლოა გაუთანაბრდეს ტექნიკურ სიმძლავრეს. ე.ი. საწარმოო პროცესის განფენით საწარმოო-ტექნიკური ბაზაზე ხორციელდება საწარმოო სიმძლავრის შეუღლება ტექნიკურ სიმძლავრესთან (იხ. ნახ. ნ.1). ტექნიკური სიმძლავრის მიხედვით ძირითადი კაპიტალის უკუგებითი უნარი დამოკიდებულია გარდა ზემოთაღნიშნულისა, იმაზეც თუ როგორი შეფასების მატარებელია ძირითადი კაპიტალი ფულად გამოხატულებაში.

სამეურნეო მექანიზმის ახალი სისტემა, საბაზრო ეკონომიკის და მასზე გარდამავალ პერიოდში, განსაკუთრებულ როლს ანიჭებს წარმოების ისეთ გამოსავალ პარამეტრებს, როგორიცაა პროდუქციის (გაყიდვათა მოცულობის) რეალიზაციის (ფაქტიური მოცულობა და ბიზნეს-მოგება) პირველი ასახავს საწარმოო ფუნქციას (რესურსების ტრანსფორმაციას პროდუქციად)

ბაზარზე გასვლით, მეორე კი დანახარჯების ფუნქციას (ხარჯების ტრანსფორმაციას მოგებად) და ბაზარზე გასვლით ბიზნეს-მოგების მიღებას.

ამის შესაბამისად აგებულია ორი ანალიზურ-შემფასებელი სისტემა: 1 პროდუქციის წარმოება-რეალიზაციის (გაყიდვათა) მოცულობის ანალიზურ-შემფასებელი სისტემა წარმოდგენილია ცამეტეულემენტური წილადიანი მულტიპლიკაციური მოდელის სახით:

$$X = \prod_{i=1}^{13} x_i \quad (1)$$

$X = R_{\text{გ}}$ - პროდუქციის რეალიზაციის (გაყიდვათა) ფაქტიური მოცულობა.

$x_1 = \frac{M_{\text{სს}}}{M_{\text{ტს}}}$ საწარმოო სიმძლავრის ტექნიკურ სიმძლავრეზე განფენის კოეფიციენტი.

$x_2 = \frac{M_{\text{ტს}}}{C_d}$ - ძირითადი კაპიტალის უკუგებითი უნარი (პოტენცია) ტექნიკური სიმძლავრის მიხედვით.

$x_3 = \frac{C_d}{\sum t}$ ფუნქციონირებადი შრომის კაპიტალშეიარაღება (ძირითად კაპიტალსა და შრომას შორის შეუღლებითი თანაფარდობა).

$x_4 = \frac{N_2}{N_1}$ - სამრეწველო-საწარმოო პერსონალის სტრუქტურა მუშათა ხვედრითი წონის მიხედვით;

$x_5 = \frac{Q_{\text{წა}}}{M_{\text{სს}}}$ - საწარმოო სიმძლავრეების გამოყენების კოეფიციენტი;

$$x_6 = \frac{\sum t}{\sum T} - \text{სამუშაო დღის საშუალო ხანგრძლივობა, საათებ-}$$

ში;

$$x_7 = \frac{\sum T}{N_p} \quad \text{ერთი მუშის მიერ წლის განმმავლობაში უშუა-}$$

ლოდ ნამუშევარი დღეების რიცხვი;

$x_8 = N_j$ სამრეწველო - საწარმოო პერსონალის რიცხოვნე-
ბა;

$$x_9 = \frac{Q_{\text{საწ.}}}{Q_{\text{წყა}}} - \text{პროდუქციის საერთო გამოშვების მასალატევა-}$$

ლობა;

$$x_{10} = \frac{Q_{\text{საქ}}}{Q_{\text{საწ.}}} \quad \text{საერთო პროდუქციის საქონლურობა (საერთო}$$

პროდუქციიდან სასაქონლო ნაწილის გამოსავალი);

$$x_{11} = \frac{W_{\text{საქ}}}{Q_{\text{საქ}}} \quad \text{ფასების ინდექსი სასაქონლო პროდუქციაზე}$$

(ფასწარმოქმნაში ხარჯვითი მიდგომის უქონლობისას და ინფლაციის
გამორიცხვისას ასახავს მხოლოდ პროდუქციის ხარისხის ცვლილებას
კონკურენციაში ეკონომიკაში);

$$x_{12} = \frac{R_{\text{აპ}}}{W_{\text{საქ}}} - \text{სასაქონლო პროდუქციის უკუგება პროდუქციის}$$

რეალიზაციის (გაყიდვათა მოცულობის) გეგმური ვარაუდის მიხედვით;

$$x_{13} = \frac{R_{\text{ფ}}}{R_{\text{აპ}}} - \text{პროდუქციის რეალიზაციის გეგმური ვარაუდის ფაქ-}$$

ტიური უკუგება.

აქ $M_{\text{სს}}$ - წმინდა პროდუქციის ნორმატივებით გამოხატული

საწარმოო სიმბლავრე;

$M_{ტ}$ საწარმოო ტექნიკური ბაზის ტექნიკური სიმბლავრე გამოხატული წმინდა პროდუქციის ნორმატივებით;

C_p ძირითადი სამრეწველო-საწარმოო კაპიტალის ღირებულება (რეალური კაპიტალი);

$\sum t$ მუშების შრომის დანახარჯები კაცსაათებში;

N_p - მუშების საშუალო სიობრივი რიცხოვნობა;

$Q_{წა}$ - ნორმატიული წმინდა პროდუქცია;

$\sum T$ - მუშების შრომის დანახარჯები კაცდღეებში;

$Q_{სერ.}$ საერთო პროდუქცია;

$Q_{საქ.}$ სასაქონლო პროდუქცია შესაძარ ფასებში;

$W_{საქ.}$ სასაქონლო პროდუქცია მიმდინარე ფასებში;

$R_{გე}$ პროდუქციის რეალიზაციის (გაყიდვათა) მოცულობის გეგმური ვარაუდი;

$R_{აფ}$ პროდუქციის რეალიზაციის (გაყიდვათა) ფაქტიური მოცულობა;

2. საბალანსო მოგების (ბიზნეს მოგების) საბოლოო მაჩვენებლიანი ანალიზურ-შემფასებელი სისტემა წარმოდგენილია ცხრაელებმენტიანი წილადებიანი მულტიპლიკაციური მოდელის სახით:

$$y = \prod_{i=1}^9 y_i \quad (2)$$

სადაც: $y = p_p$ საბალანსო მოგება (ბიზნეს მოგება);

$y_1 = \frac{C_{წა}}{B_{აღ}}$ წარმოებაზე დანახარჯების მასალატევადობის

შებრუნებული სიდიდე;

$y_2 = \frac{B_{აღ}}{A}$ - მატერიალური დანახარჯებისა და ამორტიზაციის შეუღლებადობა;

$y_3 = \frac{A}{V}$ - ამორტიზაციისა და ხელფასის დანახარჯთა შეუღლებადობა;

$y_4 = \frac{V}{N_3}$ - სამრეწველო საწარმოო პერსონალის საშუალო ხელფასი;

$y_5 = N_3$ სამრეწველო-საწარმოო პერსონალის რიცხოვნობა;

$y_6 = \frac{C_{საქ}}{C_{წლ}}$ მთელი სასაქონლო პროდუქციის თვითღირებულების წილი წარმოებაზე დანახარჯებში;

$y_7 = \frac{P}{C_{საქ}}$ სასაქონლო პროდუქციის რენტაბელურობა;

$y_8 = \frac{P_r}{P}$ - საწარმოო მოგების საერთო თანხიდან რეალიზაციიდან მოგების გამოსავლის კოეფიციენტი;

$y_9 = \frac{P_b}{P_r}$ რეალიზაციიდან მოგების საერთო თანხიდან საბალანსო ე.ი. ბიზნეს-მოგების გამოსავლის კოეფიციენტი.

სადაც: $C_{წლ}$ წარმოებაზე დანახარჯები;

$B_{აღ}$ მასალების დანახარჯები წარმოებაზე;

A - ამორტიზაციის ანარიცხები წარმოებაზე დანახარჯებში;

V სამრეწველო საწარმოო პერსონალის შრომის ანაზღაურების თანხა;

$C_{საქ}$ მთელი სასაქონლო პროდუქციის კომერციული თვითღირებულება;

P - მოგება სასაქონლო პროდუქციიდან;

P₄ მოგება პროდუქციის რეალიზაციიდან;

P₅ საბალანსო მოგება, (ბიზნეს მოგება).

წარმოების მაღალეფექტიანი მართვის შედეგი იქნება ტექნიკურ-ეკონომიკურ მაჩვენებლთა მაღალორგანიზებული ანალიზურ-შემფასებელი სისტემა. მართვის ეფექტად გვევლინება ანალიზურ შემფასებელი სისტემის ორგანიზებულობის შედეგი, ხოლო მართვის ეფექტიანობად - ხვედრი სამმართველო დანახარჯები ორგანიზებულობის ეფექტის ერთეულზე. მართვის ეფექტიანობის დონე დამოკიდებულია სამეურნეო მექანიზმის სრულყოფაზე, და მის უნარიან გამოყენებაზე მენეჯერთა მიერ.

მმართველობითი რაციონალიზმის შემოთავაზებულ ანალიზურ-შემფასებელ სისტემებს შეუძლიათ მიუთითონ, თუ სად და როდის პრევალირებს რესურსდაზოგვა (ინტენსიური განვითარება), დამატებითი რესურსების მოზიდვა (ექსტენსიური განვითარება) და რესურსთშთანთქმა (უთავბოლოდ მხარჯველობა). პირველის დომინირებული მდგომარეობის მიღწევა უდავოდ ახასიათებს წარმოების ინტენსიფიკაციისაკენ შემობრუნების ხარისხს. ასეთი მიმართულება ფირმების სამრეწველო სისტემის განვითარებასა და ფუნქციონირებაში უნდა იყოს ყველაზე სრულყოფილი სამეურნეო მექანიზმის ზემოქმედების შედეგი, იმ სამეურნეო მექანიზმისა, რომელსაც შეუძლია მოაწესრიგოს, დააბალანსოს და გააქტიუროს შრომითი კოლექტივის და მისი თითოეული წევრის საქმიანობა საბაზრო ეკონომიკის და მასზე გარდამავალ პერიოდში.

გამომდინარე ზემოთქმულიდან, საცხებით გამართლებულია ჩავთვალოთ, რომ *მაჩვენებელთა ანალიზურ-შემფასებელი სისტემის დაბალანსებულობას შეუძლია დაახასიათოს მმართველობითი რაციონალიზმის მექანიზმის ქმედითობა.*

თუ წინათ ტრადიციულად ჩამოყალიბდა მექანიზმი, რომელიც უპირატესად აქცენტს უკეთებდა წარმოების ექსტენსიურ განვითარებას საწარმოო რესურსების გადიდების გზით, წარმოებაზე ორიენტირებული მარკეტინგის და საქონლით გაჯერებული ბაზრის პირობები მოითხოვს საწარმოს მეურნეობრიობის მარკეტინგული მექანიზმის ჩამოყალიბებას, რომელსაც შეეძლება სამეურნეო აზროვნების ლოგიკის ორიენტაცია რესურსდაზოგვაზე მოცემული წარმოების

ინტენსიური ზრდისათვის, ანდა რესურსთგამონთავისუფლებაზე სხვა წარმოების გაფართოებისათვის. გარდა ამისა, თანამედროვე რთულ სამეურნეო სიტუაციაში აუცილებელია ნათელი გავხადოთ შრომითი საქმიანობის ყველა სფეროს ბალანსირება. იგი უნდა პასუხობდეს რესურსთდაზოგვის სტრატეგიას. ამგვარი რესურსთდაზოგვითი მიდგომა შეიძლება შეფასებული იქნეს მმართველობითი რაციონალიზმის ანალიზურ-შემფასებელი სისტემების გამოყენებით.

ამ სისტემების ყოველი საფეხური (1 და 2 მოდულების ელემენტ-თანამამრავლთა თანამიმდევრული ნამრავლის შედეგი) ღებულობს სათანადო კვალიფიკაციას (შეფასებას) რესურთუკუგების (რესურსთეკონომიის) თვალსაზრისით. ელემენტ - თანამამრავლების დონეების ზრდა (შემცირება) აფიქსირებს საფეხურების მიხედვით რესურთუკუგების ზრდას (შემცირებას), *მულტიპლიკაციური წყობა უზრუნველყოფს სისტემის მაჩვენებელთა სრული ურთიერთავსებადობას: უზუსტობა, დაშვებული ერთ ელემენტში, თავს იჩენს „უკურეაქციაში“ სხვა ელემენტების სიდიდეებში „სასწორის მექანიზმის“ მოქმედების გამო. სისტემის ეს თვისება უბიძგებს მენეჯერებს იყვნენ ზღმიწევნით უზუსტნი გადაწყვეტილების მიღებაში, აღრიცხვისა და ანგარიშგების საიმედოობის უზრუნველყოფაში, რადგან ნებისმიერმა უზუსტობამ შეიძლება დაამახინჯოს და დეზორიენტაცია გაუკეთოს საწარმოს საქმიანობას და მის სტრატეგიას. ეს კი, თავის მხრივ, წარმოადგენს იმ უზუსტობის გამოვლინებას, რომელიც დამახასიათებელია წარმოების სწორად მართვის უუნარობისათვის, რაც საბაზრო ეკონომიკის პირობებში, წარმოქმნის ხელოვნურ, ბრმა რისკს და საწარმოს გამაკოტრებელ ფაქტორად მოგვევლინება.*

ეკონომიკური ანალიზის ლოგიკა მმართველობითი რაციონალიზმის ანალიზურ-შემფასებელი სისტემების მიხედვით შემდეგში მდგომარეობს:

შეფარდებითი სიდიდეების მაჩვენებლების მიხედვით (შრომის მწარმოებლურობა, რენტაბელურობა, კაპიტალუკუგება და ა. შ.) ფიგურირებს წილადი, რომლის მრიცხველი მიუთითებს მოცემული მაჩვენებლის ნიშან თვისებაზე, ხოლო მნიშვნელი ამ ნიშანთვისების მატერიალური მატარებლის ერთობლიობაზე არაშეფარდებითი მაჩვენებლების მიხედვით (მომუშავეთა რიცხოვნობა,

მოგების მასა, პროდუქციის მოცულობა და ა.შ.) ნიშნათვისების მატერიალურ მატარებელ ერთობლიობად გამოდის მხოლოდ ერთეული საწარმოო ქვედანაყოფი ან მთლიანად საწარმო, ამიტომ წილადი არ ფიგურირებს; - ნიშან-თვისების მოცულობის სიდიდის შემცირება მისი მატერიალური მატარებელი ერთობლიობის ერთეულზე მიუთითებს ამ უკანასკნელის „გაღარიბებაზე“, ე. ი. მათი „მატარებელთა ტევადობის“ შემცირებაზე, აფიქსირებს რა ამით მოცემული წილად ელემენტ-თანამამრავლის მიხედვით „რესურსთუკუგების“ შემცირებას; ნიშან-თვისების მოცულობის სიდიდის გადიდება მისი მატერიალური მატარებელი ერთობლიობის ერთეულზე, მიუთითებს ოპერატორების „გამდიდრებაზე“, ე. ი. მათ „მატარებელთა ტევადობის“ გადიდებაზე, აფიქსირებს რა ამით მოცემული წილადი ელემენტ-თანამამრავლის მიხედვით „რესურსთუკუგების“ ზრდას;

ზემოთ განხილულ პირველ შემთხვევაში მცირდება მატერიალური მატარებლის დატვირთვის ინტენსივობა, რაც მიუთითებს რესურსშთანთქმის არსებობაზე, ხოლო მეორე შემთხვევაში, პირიქით, სახეზეა რესურს-ეკონომია;

ნიშან-თვისების მატერიალური მატარებელი ერთობლიობის „გაღარიბებაზე“ მიუთითებს მისი ზრდის ტემპის ჩამორჩენა, ან მატერიალური მატარებელი ერთობლიობის დონის შემცირების ტემპების გასწრება, რომ აღარაფერი ვთქვათ მრიცხველის შემცირებაზე მნიშვნელის ზრდისას, ამ შემთხვევაში ელემენტ-თანამამრავლი (წილადი) ყოველთვის უარყოფითი სიდიდეა;

- როგორც პირველ შემთხვევაში (როცა იზრდება როგორც ნიშან-თვისების მოცულობები, ისე მათი მატარებლები ყველა ელემენტ-თანამამრავლის მიხედვით), ისე მეორეში (როცა ყველა ისინი მცირდება). მცირდება ელემენტ-თანამამრავლის დონე, რაც მიუთითებს რესურსთუკუგების დაცემაზე. ეს კი, თავის მხრივ, მაჩვენებელია წარმოების ფუნქციონირების ინტენსივობის შემცირებისა, რითაც მტკიცდება მთლიანად წარმოების ფუნქციონირების ეფექტიანობის შემცირება. ასეთ შემთხვევაში სხვაობა ელემენტ-თანამამრავლთა დონეებს შორის ღებულობს უარყოფით მნიშვნელობებს;

როცა ადგილი აქვს ნიშან-თვისებების (მრიცხველი) მოცულობათა წინმსწრებ ზრდას მათ მატარებელთა (მნიშვნელი) ზრ-

დასთან შედარებით ყველა ელემენტ-თანამშრომლის მიხედვით, ან ნიშანთვისების მატარებელთა შემცირება უსწრებს ნიშან-თვისებათა მოცულობების შემცირებას, ელემენტ-თანამშრომელთა ღონეები იზრდება. ეს კი მიუთითებს რესურსთეკონომიის არსებობაზე. რაც თავის მხრივ, მაჩვენებელია წარმოების ფუნქციონირების ინტენსიობის ზრდისა. მტკიცდება მთლიანად წარმოების ფუნქციონირების ეფექტიანობის ზრდა. ასეთ შემთხვევაში სხვაობა ელემენტ-თანამშრომელთა ღონეებს შორის დადებით მნიშვნელობებს ღებულობს, რაც მიუთითებს რესურსთუკუგების ზრდაზე;

- ელემენტ-თანამშრომლის (წილადის) ზრდა იმსახურებს დადებით შეფასებას, ხოლო მისი შემცირება უარყოფითს. ამასთან, მხედველობაში უნდა ვიქონიოთ, რომ ნიშან თვისების მოცულობის ღონის შემცირება, მისი მატერიალური ერთობლიობის ღონის წინმსწრები შემცირებისას ხდება საწარმოო რესურსების გამოთავისუფლების ფაქტორი წარმოების ინტენსიფიკაციის ხარჯზე, ხოლო ნიშანთვისების მოცულობის წინმსწრები ზრდა, მისი მატერიალური მატარებელი ერთობლიობის ზრდასთან შედარებით, წარმოადგენს საბოლოო შედეგების ზრდის (გაუმჯობესების) ფაქტორს წარმოების დაზოგილი რესურსების მაქსიმალური გამოყენების ხარჯზე, რომელიც თან ახლავს წარმოების გაფართოებას;

- თითოეული ელემენტ-თანამშრომლის ღონის ცვლილება დამოკიდებულია მათი მრიცხველებისა და მნიშვნელების ზრდის (შემცირების) ტემპებსა და მიმართულებებზე (დადებითი თუ უარყოფითი). ამასთან, ერთი ელემენტ-თანამშრომლის მნიშვნელი (ნიშანთვისების მატარებელი ერთობლიობა) წარმოადგენს სხვა ელემენტ-თანამშრომლის მრიცხველს (ნიშან-თვისებას). მოდელის აგების ასეთი წესი წარმოქმნის ჯაჭვური „სასწორის მექანიზმს“, რომელსაც შეუძლია შეინარჩუნოს ყველა ელემენტ-თანამშრომლის ღონეების ცვლილების ერთი მიმართულება, თუ დაცულია მექანიზმის მთელი ჯაჭვის მიხედვით მნიშვნელების მრიცხველებთან შედარებით წინმსწრები შემცირება ან ჩამორჩენილი ზრდა. თუკი ერთი ელემენტ-თანამშრომლის ღონის ზრდას თან სდევს სხვა, მასთან „სასწორის მექანიზმით“ დაკავშირებული, ელემენტის ღონის შემცირება, მაშინ ასეთი მოვლენის მიზეზად უნდა ჩაითვალოს არა პირველის ღონის ზრდა, არამედ „სასწორის მექანიზმით“ დაწვევებული ელემენტ-თანამშრომლების მრიცხველების

და მნიშვნელების ზრდის (შემცირების) ტემპებს შორის სათანადო თანაფარდობის დარღვევა. ეს გარემოება მოითხოვს თითოეული ელემენტ-თანამამრავლის დონის და დინამიკის შეფასებას ავტონომიურად, ე. ი. „სასწორის მექანიზმის გაუთვალისწინებლად“.

- ყველა ელემენტ-თანამამრავლის დონის დაბალანსებულობა შეიძლება დაცული იქნეს, როგორც მათი ერთდროული ზრდის, ისე ერთდროული შემცირებისას. პირველ შემთხვევაში (ზრდისას) მიიღწევა წარმოების საბოლოო შედეგის მაქსიმიზაცია, მეორეში კი, მინიმიზაცია;

- ელემენტ-თანამამრავლების მიხედვით ეფექტის „გაჟონვის“ (დანაკარგის) ადრე არსებული შემთხვევების წარმოშობა ფიქსირდება, როგორც „სასწორის მექანიზმით“ ურთიერთდაკავშირებული ელემენტების დაბალანსებულობის დარღვევის შედეგად წარმოების ახლად წარმოქმნილი რეზერვები. ამასთან, აუცილებელია მხედველობაში ვიქონიოთ ის გარემოება, რომ საწარმოებში მაჩვენებელთა ზუსტი აღრიცხვის და ანალიზურ-შემფასებელი სისტემების მეშვეობით შედეგების ანალიზის უქონლობის გამო, ეს მოვლენები (რეზერვების არსებობა) წარმოების მუშაკთათვის უხილავია და ამიტომ ადგილი არა აქვს სათანადო რეაგირებას სისტემის დაბალანსებულობის დარღვევაზე. ამჟამად, აღნიშნული გარემოების გამო, ეს რეზერვები საერთოდ არ გამოიყენება, არადა ისინი მნიშვნელოვან სიდიდეებს შეადგენენ და შეუძლიათ (გამოყენების შემთხვევაში) წარმოების ეფექტიანობის მკვეთრი ამაღლება, რასაც განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება საბაზრო ეკონომიკის პირობებში.

ამრიგად, ეკონომიკური ანალიზის შემოთავაზებული ახალი ლოგიკა მიმართულია საწარმოების საბოლოო შედეგების ფორმების სისტემის რესურსდამზოგავი ორგანიზებულობის რეზერვების გამოვლენის ამოცანების გადაწყვეტაზე, უზრუნველყოფს რა ამით წარმოების ორგანიზაციის მკვეთრ შემობრუნებას წარმოების ფუნქციონირების ინტენსიურობის ამაღლების დონისძიებების შემდგომი საყოველთაო განხორციელებისაკენ და ამ გზით მმართველობითი რაციონალიზმის არხით წარმოების გაძლიერებას, სიტუაციურ მართვასთან სათანადო შეუღლებით და ამ ნიადაგზე მმართველობითი სტრატეგიის სამსახურში ჩადგომას სამრეწველო საწარმოს (სამრეწველო ფირმის) დონეზე საბაზრო ეკონომიკის მოთხოვნების შესაბამისად.

6.6. ანალიზურ-შემფასებელ მაჩვენებელთა სისტემა საწარმოს მმართველობის მექანიზმში

საბაზრო ეკონომიკის მოთხოვნების შესაბამისად, სამეურნეო-ღირეკტიული მექანიზმის სამეურნეო-საბაზრო მექანიზმად* გარდაქმნის ეფექტიანობის ზრდას ხელი უნდა შეუწყოს ისეთმა სიახლემ, როგორცაა საწარმოებში სამეურნეო (კომერციულ) ანგარიშიანი და შემდგომ მარკეტინგული საქმიანობის საბოლოო შედეგების ფორმირების პროცესის ამსახველი ტექნიკურ-ეკონომიკურ მაჩვენებელთა გენეტიკური ანალიზურ-შემფასებელი სისტემების გამოყენება.

თანამედროვე ურთულესი საწარმოო-ფინანსური კავშირების პირობებში, მათი შემდგომი გართულების პერსპექტივების გათვალისწინებით, მართვის სამეურნეო მექანიზმის სრულყოფა, სამრეწველო საწარმოების პირველადი რგოლების უფლებების გაფართოებასა და სამეურნეო საქმიანობის საბოლოო შედეგებისათვის მათი პასუხისმგებლობის ამაღლებასთან ერთად, გადაუდებლად მოითხოვს მმართველობითი სტრატეგიის მკაცრად მოწესრიგებული დეცენტრალიზებული სისტემის ცენტრალიზებული აგების მოდუსის მონახვას**. ეს სისტემა უნდა აიგოს საწარმოო-სამეურნეო ბაზართმკეთებელი

* სამეურნეო მექანიზმი ეს მეურნეობის ფუნქციონირების მექანიზმია. მისი წარმოდგენა შეიძლება სამეურნეო-ღირეკტიული მექანიზმის ან სამეურნეო-საბაზრო მექანიზმის სახით.

სამეურნეო-ღირეკტიული მექანიზმის ინგრედიენტებია:

მმართველობის სამეურნეო-ღირეკტიული მექანიზმი, სამეურნეო-საწარმო საქმიანობის გამძლეოლი სუბიექტი და მმართველობის „მიღმა დარჩენილი მოთოკილი ან თავაშვებული „ეკონომიკური ავტომატიზმი“.

სამეურნეო-საბაზრო მექანიზმის ინგრედიენტებია: სოციალურ-ეკონომიკური იმპულსირებით საბაზრო მექანიზმად ქცეული „ეკონომიკური ავტომატიზმი“, სამეურნეო-კომერციული საქმიანობის გამძლეოლი სუბიექტი (მენეჯერი) და მმართველობით რაციონალიზმზე აგებული ღირეკტიულ-ეკონომიკური მექანიზმი (შესაძლოა მათი ელემენტების სიმბიოზმა მოგვცეს საბაზრო ეკონომიკაზე გარდამავალი მექანიზმი).

** სადაც საწარმოების (ფირმების) მაორიენტირებელ როლს კისრულობს ქვეყნის მართვის სტრატეგია, საწარმოების (ფირმების) სტრატეგიული მმართველობა კი გამოდის ქვეყნის მართვის სტრატეგიის აგების მასალის როლში.

საქმიანობის საბოლოო შედეგების ფორმირებაში ადამიანის ფაქტორის გათვალისწინებით, ტექნიკურ-ეკონომიკურ მაჩვენებელთა შინაგანი გენეტიკური კავშირებით.

საწარმოს (ფირმის) მართვის სამეურნეო მექანიზმის „თვითგამართვა“, „თვითრეგულირება“, რომელიც, თავის მხრივ, ეფუძნება საბაზრო ურთიერთობათა პირობებში ადამიანის ფაქტორზე ღირეტიულ-ეკონომიკური ზემოქმედების, ორგანიზაციულ-ტექნიკური მართვის და ბაზრის სოციალურ-ეკონომიკური იმპულსირების მექანიზმებს, შეუძლებელია მართვის სამეურნეო მექანიზმის შიგასაწარმოო ცენტრალიზებული სისტემის აგების მოდუსის მონახვისა და პრაქტიკაში გამოყენების გარეშე.

ამასთან, ცენტრალიზებულია ის მოდუსი, სადაც ტექნიკურ-ეკონომიკური მაჩვენებლები ხდება მთლიანობითი წარმონაქმნის ინგრედიენტები (სტრუქტურული შემადგენელი ნაწილები). იქმნება მთელი სისტემის სტრატეგიული მართვის შესაძლებლობა შედარებით მცირე რაოდენობის მაჩვენებლებით, რომლებიც მისი გამოსავალი პარამეტრების როლს ასრულებს. უკანასკნელნი თავისთავში „შეიწოვენ“ სისტემის ინგრედიენტების შეუღლების მექანიზმს, რითაც აფიქსირებენ მთელი სისტემის მთლიანობითობას და ორგანიზებულობას.

მენდელეევის სისტემის მსგავსად, აქ მკაცრი განსაზღვრულობით უნდა დაფიქსირდეს ტექნიკურ-ეკონომიკურ მაჩვენებელთა შემადგენლობა, განლაგება და მჭიდრო ურთიერთშეუღლებადობა.

სტრატეგიით დასახული მიზნის მიღწევა შესაძლებელია, თუ გვექნება ნათელი წარმოდგენა არა მარტო საბოლოო შედეგთა დონისა და დინამიკის შესახებ, არამედ იმ გზების შესახებაც, რომელთა მეშვეობითაც არიან ისინი მიღებულნი. პრობლემის ამ მხარეს აქვს განსაკუთრებით დიდი მნიშვნელობა, რამეთუ ყოველი საწარმო ჩართულია სახალხო მეურნეობრიობის ურთულეს სისიტემაში საერთოდ, და, კერძოდ საბაზრო ურთიერთობებში არა მარტო საბოლოო შედეგებით, არამედ მართვის იმ გზებით და მეთოდებითაც, რომლებსაც ის მიმართავს სამეურნეო საქმიანობის საუკეთესო საბოლოო შედეგების მისაღწევად, განსაკუთრებით საბაზრო ეკონომიკის პირობებში.

სამრეწველო ფირმაში წარმოების ფუნქციონირების ზემოგანხილული ორი ანალიზურ-შემფასებელი ტექნიკურ-ეკონომიკური მახასიათებელთა (მაჩვენებელთა) სისტემის ერთმანეთთან შეუღლება წარმოქმნის მმართველობითი რაციონალიზმის ცენტრალიზებულ სისტემას.

ამ შემთხვევაზე ფუნქციას კისრულობენ:

1) საწარმოს მატერიალურ-ტექნიკური ბაზის საწარმოო პოტენციალის გადიდება, რომელიც სამეურნეო მექანიზმის ცენტრალიზებული სისტემის შესავალია. ($M_{წა}:O_{წ}$)

2) შრომის მწარმოებლურობა ($Q_{წა}:N$) და მისი ზრდის წინგამსწრები ტემპი საშუალო ხელფასის ზრდასთან შედარებით ($V:N$). აქ უდიდესი მნიშვნელობა ენიჭება ამ უკანასკნელის პირველის ზრდის ტემპებისაგან ჩამორჩენის ინდიკატური ნორმატივის დაცვას. ამასთან, შრომის მწარმოებლურობა (თავის ზრდის ტემპებში) იმავდროულად გამოდის ორი ანალიზურ შემფასებელი სისტემის დამაკავშირებელ რგოლად.

3) ერთ ლარ სასაქონლო პროდუქციაზე დანახარჯები ($C_{საქ}:W_{საქ}$)

ან კიდევ დანახარჯთუკუბება $(C_{საქ}:W_{საქ})^{-1} = 1 + \frac{P}{C_{საქ}}$, რომელიც ასევე

წარმოადგენს ორი პარალელური ანალიზურ-შემფასებელი სისტემის დამაკავშირებელ რგოლს,

4) ფასების ინდექსი მოქმედ და მუდმივ ფასებს შორის გარკვეული პირობების დაცვით: ა) საბითუმო ფასები ზუთწლედის მანძილზე უცვლელია, ბ) ფასწარმოქმნა გამორიცხავს ხარჯვით მიდგომას, გ) მიმდინარე მოქმედი (გარიგებითი საბაზრო) ფასები შეიცავს დანარიცხებს პროდუქციის მაღალი ხარისხისათვის ან დათმობებს ხარისხის გაუარესებისათვის და გამორიცხავს ინფლაციას.

მართვის სამეურნეო მექანიზმის ცენტრალიზებული ანალიზურ-შემფასებელი სისტემის ორგანიზებულობის ეფექტი, რომელიც განისაზღვრება ფორმულებით:

$$\Xi^{\text{ორ}} = \Delta_A - \sum \Delta_{L_{oi}}$$

$$\Delta_i^r = \Delta^b a_i - \Delta_{li}^a$$

სადაც Δ^r ანალიზურ-შემფასებელი სისტემის ორგანიზებულობის ეფექტია;

Δ_i^r - i - ური ელემენტ-თანამამრავლის მონაწილეობა სისტემის ორგანიზებულობის ეფექტის ჩამოყალიბებაში;

Δ_A სისტემური ეფექტი, გათვლილი ეკონომიკურ პერიოდანტთა სისტემის მეთოდით;

$$\sum_{i=1}^n \Delta_i^r$$

- ავტონომიურ ლოკალურ ეფექტთა ჯამი, გაანგარიშებული

განცალკევებული გავლენის მეთოდით.

6.7. კონცეფციის არსებითი ნიშან-თვისებები

უახლოეს მომავალში, საბაზრო ეკონომიკისა და მარკეტინგის განვითარების პირობებში, ჭეშმარიტი მმართველი ნამდვილად უნდა იქცეს ეკონომისტ-მენეჯერად.

ტექნიკურ-ეკონომიკურ მაჩვენებელთა ანალიზურ-შემფასებელ სისტემაზე დაყრდნობილი მმართველობის მექანიზმის შემოთავაზებული კონცეფცია წარმოადგენს ერთ-ერთი იმ გზათაგანს, რომელმაც ნებისმიერი სექტორის* მენეჯერებს უნდა განახორციელებინოს მეურნეობრიობის სტრატეგიული ზონების მიხედვით მარკეტინგულ მმართველობაზე გადასვლა.

წარმოდგენილი კონცეფციის ფორმირებას ხელი შეუწყო საწარმოს მმართველობის მექანიზმის სრულყოფისა და წარმოების საბოლოო შედეგების მულტიპლიკაციური ჩამოყალიბების ეკონომიკური ფაქტორული ანალიზის მეთოდოლოგიის დარგში სისტემურ კვლევათა განხორციელებამ.

ეს კონცეფცია ტრადიციული წარმოდგენებით დაპროგრამებული აზროვნების მიღმა რჩება. იგი გამიზნულია საწარმოს მართვის მაორგანიზებელი მექანიზმის გარდაქმნისაკენ. ამან უნდა გამოი-

* სახელმწიფო, კოოპერატიული თუ კერძო სექტორი

წვიოს მმართველობითი ბიუროკრატიზმის შეცვლა მმართველობითი რაციონალიზმით საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლის პროცესში.

შემოთავაზებული კონცეფციის განსხვავება ტრადიციული მიდგომისაგან შემდეგშია:

1 - ფაქტორ-თანამამრავლთა თანამოქმედების საერთო შედეგზე ყოველი მათგანის გავლენის განსაზღვრის დარგში ინდექსთა თეორიით და დინამიკურ მწკრივთა მიხედვით მიდგომის ნაცვლად, შემოთავაზებულია აბსოლუტურ სხვაობათა სისტემის პერიოდანტულ-გენეტიკური კონცეფცია და აღწარმოებითი მიდგომა. იგი დეტერმინირებული მულტიპლიკაციური ფაქტორული ეკონომიკური ანალიზის მეთოდებს ათავისუფლებს ინდექსების თეორიის „გარსისაგან“.

საწარმოთა და მატერიალური წარმოების სტრატეგიული მმართველობის სხვა დონეებზე ეკონომიკური მაჩვენებლის აბსოლუტურ სხვაობათა პერიოდანტულ-გენეტიკური კონცეფციის დერძს შეადგენს მოცემული ხდომილობის დროის განსაზღვრულ პერიოდში ჩასახვის, განვითარების და სრულქმნადობის მიღწევით (გენეზისით) მოწესრიგებული, წარმოების საბოლოო შედეგის ჩამოყალიბების მულტიპლიკაციური პროცესი.

2 - პერიოდანტულ - გენეტიკური მიდგომა ამყარებს წესრიგს, რომელიც განსხვავდება იმ ტრადიციულად მიღებული პოზიციიდან, რომლებიც ფიგურირებს ეკონომიკურ სტატისტიკასა და დეტერმინირებულ ფაქტორულ ეკონომიკურ ანალიზში. თანახმად მათი პოზიციებისა, ჯერ წარმოჩნდება ნიშან-თვისების მატარებელი (რაოდენობრივი ფაქტორ-თანამამრაველი).

შემოთავაზებული მიდგომის მიხედვით კი ჯერ წარმოჩნდება ნიშან-თვისება (ე. ი.) ის რაც განსაზღვრავს მოცემული მოვლენის თვითმყოფადობას), შემდეგ კი ამ ნიშან-თვისების მატარებელი მატერიალური ერთობლიობა.

სისტემური წარმოდგენები იმაზე მიუთითებს, რომ ნიშან-თვისების მატერიალურ მატარებელთა ერთობლიობა არ შეიძლება ასრულებდეს მატარებლის როლს, თუ ჯერ არ არსებობს ის, რისი მატარებელიც იგი ხდება.

3. ტრადიციული წესით აგებული მულტიპლიკაციური ჯუმბორივი სისტემის ნაცვლად შემოთავაზებულია ეკონომიკურ პე-

რიოდანტთა მულტიპლიკაციური მთლიანობითი სისტემა. ამ უკანასკნელში მკაცრად არის დეტერმინირებული წარმოების საბოლოო შედეგების გენეტიკური ჩამოყალიბების ელემენტ-თანამამრავლთა შემადგენლობისა და თანამიმდევრობის მულტიპლიკაციური მოდელი.

ეკონომიკურ პერიოდანტთა სისტემა აყალიბებს წარმოების საბოლოო შედეგის ფორმირების „ძვალკუნთოვან“ მთლიანობით წარმონაქმნს და ამით სამმართველო გადაწყვეტილებათა მიღების პროცესში წარმოშობს კომერციული მიდგომით სამეურნეო აზროვნების სათანადო სისტემურ ლოგიკას. მასში წინა პლანზე დგება სამრეწველო საწარმოს (საწარმოო გაერთიანების) სამეურნეოანგარიშებრივი ან მარკეტინგული საქმიანობის საბოლოო შედეგების ჩამოყალიბების მარეგულირებელ არხებში გატარებული ღონისძიებებით წარმოქმნილი „სუსტი“ რგოლებისა და დადებითი ეფექტის დანაკარგთა გამოვლენის ამოცანები.

პერიოდანტულ-გენეტიკურმა მიდგომამ შესაძლებელი გახადა:

1. შემუშავებულიყო ანალიზურ-შემფასებელი სისტემები, რომლებიც წარმოების საბოლოო შედეგების ჩამოყალიბების დეტერმინირებულ მულტიპლიკაციურ მოდელს (ჯაჭვურ სქემებს) წარმოადგენენ და გააჩნიათ წილად თანამამრავლებიდან წარმოებული სახე. ყოველი ელემენტ-თანამამრავლის (წილადის) ღონის ცვლილება დამოკიდებულია მათი მრიცხველებისა და მნიშვნელების ზრდა-შემცირების ტემპებსა და მიმართულებებზე. ამასთანავე, ერთი წილად-თანამამრავლის (ელემენტ-თანამამრავლის) მნიშვნელოვანი წარმოადგენს მეორის მრიცხველს. ეს კი წარმოშობს ურთიერდაკავშირებულ „სასწორთა“ ჯაჭვურ მექანიზმს. ორ ელემენტ-თანამამრავლთა შორის ბალანსირების (წონასწორობის) დარღვევის შემთხვევაში წარმოიშობა მათი მიხედვით ეფექტის დანაკარგები (ეფექტის გაპარვა). ეს დანაკარგები ხილვადი ხდება და ფიქსირდება, როგორც საქმიანობის ორგანიზებულობის გაუარესებით წარმოქმნილი საწარმოო რეზერვები.

საჭიროა მხედველობაში იქნეს მიღებული ის, რომ მაჩვენებელთა ზუსტი აღივსებისა და წარმოების საბოლოო შედეგების ანალიზურ-შემფასებელი სისტემის უქონლობის გამო, ეს რეზერვები უხილავი რჩება წარმოებისა და მმართველობის მუშაკებისათვის.

ამიტომ, გამოირიცხა ამ სისტემის ბალანსირების (წონასწორობის)

დარღვევათა შემთხვევებზე მმართველობითი რეაგირება.

აღნიშნულ გარემოებათა გამო, ამჟამად არსად არ ხორციელდება არც ამ რეზერვის გამოვლინება და არც მათი გამოყენება (მობილიზაცია) საერთოდ.

საბაზრო ეკონომიკის პირობებში კი ამგვარი მდგომარეობა უკიდურესად აუტანელი ხდება.

ანალიზურ-შემფასებელი სისტემის გარეშე მმართველობითი რაციონალიზმი მენეჯერის აზროვნებას წარმართავს შიგასაწარმლო, გარკვეულწილად ავტონომიურ პროცედურათა ნაკრებით.

ანალიზურ-შემფასებელი სისტემის დროს მენეჯერი დაყენებულია შიგასაწარმლო პროცედურათა ორგანულად შეკრული მთლიანობითი სისტემის მმართველობის გზაზე.

რესურსთმთანმჭიმელი პროცესების და დადებითი ეფექტის „დანაკარგთა“ აღმოფხვრისაკენ არის მიმართული ანალიზურ-შემფასებელი სისტემით შეკრული ორგანიზაციულ-ტექნიკური ღონისძიებები.

ამგვარად შეკრული სისტემა მყარ მაორიენტირებულ საყრდენს უქმნის საწარმოს სტრატეგიულ მმართველობას საერთოდ და კერძოდ, სიტუაციური მმართველობისა და მმართველობითი რაციონალიზმის დიალექტიკურ ერთიანობას. ამიტომ, ინდიკატური დაგეგმვა და საწარმოს მიერ თავისი სტრატეგიული პროგრამის შედგენა, მოცემული საწარმოს საქმიანობის (გეგმის შესრულების და თვით დაგეგმვის) ხარისხის ამაღლების ფაქტორად გვევლინება.

პრაქტიკული მონაცემების გამოკვლევამ გვიჩვენა, რომ ერთერთ საწარმლო გაერთიანებაში საწარმლო სისტემის ორგანიზებულობის ეფექტმა, პროდუქციის რეალიზაციის ჩამოყალიბებაში შეადგინა არსებულ შესაძლებლობათა 58,5 %. ზოლო დანახარჯები - მოგების მულტიპლიკაციურ სისტემაში მან შეადგინა 65%, ე. ი. 100-58,5=41%-ით და 100-65,9-35%-ით გამოუყენებელი შესაძლებლობები გამოვლინდა. ეს იმიტომ, რომ ამგვარი რეზერვები მმართველობის ტრადიციული მექანიზმისათვის უხილავი რჩება.

მმართველობითი რაციონალიზმის ანალიზურ-შემფასებელი სისტემის გამოყენება უზრუნველყოფს საწარმლო სისტემის გააზრებულ განმგებლობას ნაცვლად „შიშველი პრაქტიციზმით“ დამკვიდრებული მმართველობისა.

2. შექმნილიყო დეტერმინირებული მულტიპლიკაციური ფაქ-

ტორული ანალიზის ახალი ეკონომიკურ პერიოდანტთა სისტემის მეთოდი (პერიოდანტის მეთოდი), რომელიც გათავისუფლებულია იმ ნაკლოვანებათაგან, რომლებიც დამახასიათებელია დეტერმინირებული ფაქტორული ეკონომიკური ანალიზის უკლებლივ ყველა ტრადიციული მეთოდისათვის.

პერიოდანტული მეთოდი ეყრდნობა იმას, რომ ინდექსის მრიცხველსა და მნიშვნელს შორის „სხვაობათა სისტემა“ წარმოადგენს არა ჯუმლობრივ, არამედ მთლიანობით სისტემას. იგი პრინციპულად განსხვავდება (საკუთარი სისტემური თვისებებით) ინდექსურ ფაქტორულ ანაგებთა სისტემისაგან. „სხვაობათა სისტემისათვის“ დამახასიათებელ თვისებას შეადგენს მოცემული ეკონომიკური მაჩვენებლის საბაზისო და შესადარებელ დონეთა სიმეტრიული შექცევადობა, რაც გამორიცხულია ინდექსურ-ფაქტორულ ანაგებთა სისტემაში და ეკონომიკური ანალიზის ჯაჭვური ჩასმის მეთოდში.

საბაზრო ეკონომიკის პირობებში ვითმართვადი სამეურნეო მექანიზმის ჩამოყალიბების გადაუდებელ მოთხოვნებს არ პასუხობს ჯაჭვური ჩასმის მეთოდი. ამ მექანიზმს თავის ინსტრუმენტარიაში უნდა გააჩნდეს დეტერმინირებული ფაქტორული ანალიზის იმგვარი მეთოდი, რომელიც უზრუნველყოფს რეალურ სინამდვილეში არსებული ბუნებრივი პროცესის სტრუქტურის ასახვას და ელემენტ-თანამამრავლთა სისტემის ორგანიზებულობის გაზომვას, რაც საწარმოო სისტემის მმართველობის მათორგანიზებელი მექანიზმის შედეგიანობის განმსაზღვრელია.

ცნობილია, რომ ამჟამად პრქტიკაში გამოყენებული და თეორიაში დამკვიდრებული „ჯაჭვური ჩასმის მეთოდი“ მდგომარეობს ფაქტორ-თანამამრავლთა საბაზისო მნიშვნელობათა (0) ფაქტიური მნიშვნელობებით თანამიდევრულ ჩანაცვლებაში და ამ გზით განზოგადებული მაჩვენებლის (საერთო შედეგის) რიგ კორექტირებულ მნიშვნელობათა მიღებაში. ეს დეფინიცია (განსაზღვრება) მიუთითებს იმაზე, რომ ჯაჭვური ჩასმის მეთოდი (თანამიდევრობითი ჯაჭვური ჩასმის მეთოდი) წარმოადგენს კონკრეტულ მეთოდს, რომელიც არ მოიცავს ჩასმის ყველა (n!) შესაძლო წესს.

ჯაჭვური ჩასმის მეთოდისაგან განსხვავებით, პერიოდანტული მეთოდი ეყრდნობა გადაზომვის ოპერაციას და ზიგზაგურ გადასვლას, რომელიც დამახასიათებელია ეკონომიკურ პერიოდანტთა

სისტემისათვის (იხ. გვ.316, ნახ.6.11).

ამასთან ერთად, ეკონომიკური ანალიზის გაღრმავების შესაძლებლობანი და ელემენტ-თანამამრავლთა (ტრადიც. ფაქტორ-თანამამრავლთა) მიხედვით რეზერვების გამოვლენის შედეგები, რომელიც მიიღება პერიოდანტული მეთოდით, როგორც წესი განსხვავდება იმ შედეგებისაგან, რომელსაც იძლევა დეტერმინირებული ფაქტორული ანალიზის უკლებლივ ყველა ამჟამად ცნობილი მეთოდი, მათ შორის ჯაჭვური ჩასმის მეთოდიც.

წარმოების საბოლოო შედეგის მატებაში (კლებაში) ელემენტ-თანამამრავლთა მონაწილეობის პერიოდანტული მეთოდით გათვლილი სტრუქტურა ასახავს რეალურ სინამდვილეში მათი მონაწილეობის სტრუქტურას, ჯაჭვური ჩასმის მეთოდით გათვლილი კი არაა.

ამდენად, პერიოდანტული მეთოდი სრულად პასუხობს მმართველობის მარკეტინგული მექანიზმის მოთხოვნას, რომ ეკონომიკური ანალიზის მეთოდი იყოს სინამდვილის ზუსტი ამსახველი.

პერიოდანტული მეთოდი უზრუნველყოფს ეკონომიკური ანალიზის გამიზნულობას არა მარტო საწარმოო რეზერვების ძიებისაკენ, არამედ წარმოების საბოლოო შედეგების გაუმჯობესების მმართველობითი სისტემის ფორმირებისაკენ. *პერიოდანტული მეთოდის გამოყენების მიზანშეწონილობა და ტექნიკური შესაძლებლობა დასტურდება იმითაც, რომ იგი შესაძლებელს ხდის წარმოების საბოლოო შედეგების ფორმირების ანალიზურ-შეზღავსებელ სისტემაში ჩაეწეროს ორგანულად და მით გარდაქმნას ეკონომიკური ანალიზი ინფორმაციის „უბრალო მიმწოდებლიდან“ წარმოებაზე ორიენტირებული მარკეტინგული მმართველობის ერთ-ერთი ფრიად მნიშვნელოვანი უშუალო რეაგირების ინსტრუმენტად.*

3. ეკონომიკურ პერიოდანტთა სისტემა განეკუთვნება სისტემურ წარმოქმნათა იმ კლასს, რომლისთვისაც დამახასიათებელია სისტემის კომპონენტთა არა მარტო ჩვეულებრივი მოწესრიგებულობა, არამედ მოწესრიგებულობის მაღალი დონე ორგანული, გენეტიკური კავშირების დამყარებით. იგი შეეკრულია ამ სისტემის ინგრედიენტების თანააღწარმოებით.

4. ეგრეთ წოდებული გაუნაწილებელი ნაშთი ე. ი. სიდიდე

„ე“, ტრადიციულად მიჩნეულია, როგორც ცდომილება. მეცნიერული შემეცნების სისტემური მეთოდოლოგიით გამოკვლევამ გვიჩვენა, რომ სინამდვილეში იგი სხვა არა არის რა, თუ არა სისტემის ორგანიზებულობის ეფექტის კრიტერიუმი და მაჩვენებელი. იგი წარმოქმნილია ელემენტ-თანამამრავლთა თანამოქმედებით ანალიზურ-შემფასებელ სისტემაში. ამიტომ სრულიად გამორიცხული ხდება იმის საჭიროება, რომ ვეძიოთ სიდიდე ε -ის „შეწოვის“ ანდა განაწილების გზები მისი თავიდან მოსაშორებლად. ამ გზით მოძრაობს ამ ნაშთის ყველა მკვლევარი.

გამოკვლევამ გვიჩვენა რომ სიდიდე ε ცდომილებაზე კი არ მიგვანიშნებს, არამედ სისტემის ორგანიზებულობის ეფექტზე. ამიტომ იგი სრულიად გამართლებული ეკონომიკური აზრის მატარებელია.

საჭიროა განისაზღვროს სისტემის ორგანიზებულობის როლი არა იმით, თუ რა ნიშნით (+ ით თუ - -ით) წარმოიქმნება სიდიდე ε - ი, არამედ აუცილებელია გავითვალისწინოთ ავტონომიურ სისტემათა ჯამის ($\Delta ab_0 + \Delta ba_0$) დადებით თუ უარყოფით ნიშანთა σ_{ε} შეუღლებული ε -ის ($\Delta a \times \Delta b$) დადებითი თუ უარყოფითი ნიშანი.

სტრატეგიული და ინდიკატური გეგმების მორგანიზებელი როლის განხილვისას „ე“-ის ცვლილება აღმოჩნდა შემდეგი აზრის მატარებელი:

— ε -ის დადებითი (+) სიდიდით ძლიერდება (სუსტდება) სტრატეგიული გეგმის გადაჭარბება (შეუსრულებლობა) ყველა ავტონომიური (Δab_0 და Δba_0) ინგრედიენტის მიხედვით. სათანადო გამოკვლევებმა და გათვლებმა გვიჩვენა, რომ სისტემის ორგანიზებულობის დადებითი შედეგი მდგომარეობს ელემენტ-თანამამრავლთა დონეების საპირისპირო ცვლილებათა გამორიცხვაში. ეს იმიტომ, რომ მათ საპირისპირო მიმართულებით არ წაიყვანონ გეგმის შესრულება.

— „ე“-ის უარყოფითი (−) სიდიდით მცირდება გეგმის გადაჭარბება. იმ შემთხვევაში, როცა გადაჭარბება ამა თუ იმ ელემენტ-თანამამრავლის მიხედვით აღემატება სხვების მიხედვით შეუსრულებლობას და ძლიერდება გეგმის შეუსრულებლობა, როდესაც ამა თუ იმ თანამამრავლის მიხედვით გეგმის შეუსრულებლობა

აღმატება სხვების მიხედვით გეგმის გადაჭარბებას.

ამრიგად, სრულიად უფლებამოსილად მიგვაჩნია მთელის (ΔA) ფორმირებაში სისტემის ორგანიზებულობის (ε) მონაწილეობის განსაზღვრის შემოთავაზებული მიდგომა.

ახალმა მიდგომამ შესაძლებელი გახადა დაგვენაწევრებინა ეგრეთ წოდებული „გაუნაწილებელი ნაშთი“ (ε) და გაგვენსნა მისი მექანიზმი, როგორც მათგანიზებული ინგრედიენტისა ელემენტ-თანამამრავლ-თა ანალიზურ-შემფასებელ სისტემაში. ეს მექანიზმი განსაზღვრავს ε -ის მონაწილეობას ყოველი ელემენტ-თანამამრავლის მიერ სისტემის ორგანიზებულობაში.

თავი VII სამრეწველო ფირმის მართვა

7.1. მწარმოებრივი ფირმის (საწარმოს) მარკეტინგული მართვის საფუძვლები

სამრეწველო ფირმები განეკუთვნებიან მწარმოებრივ ფირმებს. მწარმოებრივი ფირმა წარმოადგენს ორგანიზაციას (ე.ი. ფუნქციონირებისათვის ორგანიზებულ სუბიექტს), რომელსაც გააჩნია თვითმყოფადობა და ორგანიზებულია როგორც მარკეტინგული მომსახურებით აღჭურვილი საწარმოო სისტემა. ქარხნები (ფაბრიკები) წარმოადგენენ მწარმოებრივი სამრეწველო ფირმის სტრუქტურულ ერთეულებს და არა საწარმოებს. საწარმოს წარმოადგენს თვით ფირმა.

მწარმოებრივი ფირმები გვევლინებიან ინდივიდუალური, პარტნიორული და კოპერაციული ფირმების სახით. ინდივიდუალური ფირმა ეკუთვნის ინდივიდუალურ მესაკუთრეს, პარტნიორული ფირმა იმყოფება ორი ან მეტი მესაკუთრის ხელში, სადაც ყოველი მათგანი ღებულობს ნებისმიერი მოგების ნაწილს. ისინი წარმოადგენენ ერთმანეთის პარტნიორებს. შესაძლოა ერთერთი მათგანის როლში გამოდიოდეს რომელიმე ორგანიზაციაც კი მაგ. კორპორაცია ან ფონდი.

ინდივიდუალური და პარტნიორული ფირმების ალტერნატივად გვევლინებიან კორპორაციული ფირმები (სააქციო საზოგადოებები).

მეწარმეობრივი ფირმების საწყის ფორმად გვევლინება ინდივიდუალური ფირმა, იგი წარმოადგენს ფირმას რომელსაც ფლობს ერთი ფიზიკური პირი. ინდივიდუალური ფირმები შეიძლება იყვნენ, როგორც მცირე ზომის ასევე საშუალო და უმსხვილესი ზომისაც კი. უკანასკნელთ თავის განკარგულებაში ჰყავთ დაქირავებული და დასაქმებული მრავალრიცხოვანი მენეჯერები.

ინდივიდუალური ფირმები ბიზნესის ორგანიზაციის ყველაზე პოპულარული ფორმაა აშშ-ში. იქ მასზე მოდის სამეწარმეო ფირმების 70%.

ფირმა, რომელიც იმყოფება ორი ან მეტი მესაკუთრის ხელში, სადაც ყოველი მათგანი ერთმანეთის პარტნიორია შესაძლებელს ხდის, რომ მათ გააერთიანონ თავიანთი რესურსები. ამასთანავე საქმეში ჩაერთვებიან უფრო მეტი რეზერვები (შესაძლებლობები) ვიდრე ეს გააჩნია ერთ პირს. პარტნიორებს ზრდისათვის მეტი შესაძლებლობები გააჩნიათ, ვიდრე ინდივიდუალურ ფირმებს, სადაც მხოლოდ ერთი ადამიანი აგებს პასუხს გარედან მოზიდული ფინანსებისათვის და თავის თავზე ღებულობს კომერციულ რისკს.

პარტნიორობა ბიზნესის ორგანიზაციის ნაკლებ გავრცელებული ფორმაა, რომელზეც აშშ-ში მოდის ყველა ფირმის 10% და გაყიდვებიდან წლიური ამონაგები თანხების 4% -ი. საკუთარი ქონებით აგებენ პასუხს ფირმების მფლობელები როგორც ინდივიდუალურ ასევე პარტნიორულ ფირმებში ვალებზე და სასამართლო გადაწყვეტილებებისადმი, თუ ისინი ეხებიან ფირმას. არავითარი შეზღუდვა არ არსებობს ამ პასუხისმგებლობის ოდენობაში. ფირმის მესაკუთრეების, როგორც ფირმის ასევე პირადი, ქონება გვევლინება პასუხისმგებლობის ობიექტებად.

კორპორაციული ფირმა რეგულირებადია განსაკუთრებული კანონმდებლობით, რომელიც კორპორაციის კანონმდებლობასა და ქონებას, მესაკუთრის ქონებისა და პასუხისმგებლობისაგან თიშავს. კორპორაცია წარმოადგენს ცალკე აღებულ იურიდიულ პირს (ფირმა-საწარმოა). კორპორაციული ფირმის მთავარი უპირატესობა ის არის, რომ მას გააჩნია უნარი გარედან მოიზიდოს სახსრები და

ამით ზარდოს და ზარდოს კაპიტალი. ამით მას უჩნდება განვითარების დამატებითი წყარო. სახსრების მობილიზაციის ხარჯები და რისკები არსებითად მცირდებიან ინკორპორაციის ე. ი. სააქციო საზოგადოების გაფართოების გზით. ამის გამო კორპორაციული ფირმა წარმოადგენს ბიზნესის ორგანიზაციის დომინირებულ ფორმას მსხვილ საწარმოებში. აშშ-ში მსხვილ კორპორაციულ ფირმებში დასაქმებულია მუშახელის 25% და აქ მიღებულია სამეწარმეო ამონაგების 90%.

საწარმოს მართვა, რომელიც გამიზნულია ბაზართკეთებაზე წარმოადგენს მარკეტინგულ მართვას. ბაზართკეთებლად თანამედროვე საწარმოს როლში გვევლინება ფირმა. ამიტომაც გააჩნია მას თავისი საფირმო მარკა. მისი განვითარების სტრატეგიის ჩამოყალიბება მოიცავს გარემოს რეალისტურ განსაზღვრას თვისობრივი და რაოდენობრივი მახასიათებლებით. ისინი უნდა იძლეოდნენ ნათელ წარმოდგენას: გასაღების ბაზრებზე, რესურსების წყაროებსა და ბაზრებზე, კონკურენტულ სიტუაციებზე; ინოვაციებზე მეცნიერებაში, ტექნოლოგიაში, წარმოებისა და შრომის ორგანიზაციაში; ეკოლოგიურ გარემოსა და იმ შეზღუდვებზე, რომლებითაც შემოფარგლულია საქმიანობის ეკონომიკური არე (ამ როლში გამოდიან საკანონმდებლო და ღირექტიული შემომრაველები).

ყოველი მათგანი წარმოადგენს ფირმის ფუნქციონირებაზე ზეგავლენის ეგზოგენურ ფაქტორს. ისინი უნდა იქნან შეფასებული შემდეგი პარამეტრებით: დინამიზმით, გაურკვევლობის ხარისხით, საზოგადოების მიერ ფირმის ფუნქციონირების დადებითი და უარყოფითი აღქმით (სოციალური სტატუსით) და ა.შ.

სტრატეგიის მოდელირება მოითხოვს ფირმის ფუნქციონირების და გარემოს მომავალი პირობების ერთიანი სცენარის აგებას. ამის გაკეთება შეუძლებელი გახდება თუ არ განვახორციელებთ გარემომცველი ფაქტორების ანალიზი და შეფასება. ეს შეფასება უნდა შეავსოს შიგასაწარმო ძირითადი მომენტების გამოკვლევამ. ამგვარ მომენტებად გვევლინებიან: საწარმოს იმიჯი, პროდუქციის გამოშვების შესაძლებლობა, წარმოების სამეცნიერო-ტექნიკური დონე, პროდუქციის კონკურენტუნარიანობა, შიგაკოოპერირების რეზერვები, კადრების შემადგენლობა, *საქმიანობის შედეგიანობა ანალიზურ შემფასებელ კრილში* და განვითარების დინამიურობა.

ამ ნიადაგზე საწარმოს მართვის განხორციელება სტრატეგიული მიდგომით წარმოადგენს საწარმოს მარკეტინგულ მართვას. მარკეტინგული მართვა ხორციელდება ურთულესი მექანიზმით. იგი მოიცავს საწარმოს მართვას მზა პროდუქციისა და რესურსების ბაზრისადმი ორიენტირებით. აქ ბაზარი-წარმოება-ბაზარი წარმოსდგება, როგორც მთლიანობითი სისტემა. ეს კი საჭიროებს საბაზრო კონიუნქტურის მოთხოვნების და ფასების დინამიკის შესწავლას, პროდუქციის ახალ სახეობათა და ტექნოლოგიის შემუშავების ამოცანათა დასახვას, გამოსაშვებ ნაკეთობათა სამომხმარებლო თვისებების გაუმჯობესებას.

საწარმოს მართვაში მარკეტინგი ასრულებს განმსაზღვრელ როლს. კერძოდ კი საწარმო-ტექნიკური პროგრესის მიღწევათა გამოყენებაში. მარკეტინგის როლი საწარმოს მართვაში არ ჩამოუვარდება ტექნოლოგიის როლს. რიგ შემთხვევაში კი მარკეტინგი დომინირებს ტექნოლოგიაზე, როგორც ინფორმატორი და იგი მართავს ტექნოლოგიასაც კი.

მარკეტინგი, როგორც საწარმოს მართვის მექანიზმი (ინსტრუმენტარია- მეთოდების ერთობლიობა) მრავალ ინგრედიენტთან სისტემა არის. იგი რეაგირებს საწარმოს (ფირმის) ფუნქციონირების, როგორც შინაგან (ენდოგენურ), ასევე გარეგან ფაქტორებზე. ამიტომ იგი მოიცავს საწარმოს ფუნქციონირების შიგა და გარე არეს. გარემო არე შედგება ორი ქვესისტემისაგან - მიკრო და მაკრო არეებისაგან.

მიკრო არე, როგორც ქვესისტემა ყალიბდება რესურსების და პროდუქციის ბაზრებზე. რესურსების ბაზარზე მიმწოდებელ საწარმოთა, პროდუქციის ბაზარზე კი კონკურენტ საწარმოთა მოქმედებით, მარკეტინგული შუამავლებით, კლიენტთა ბაზრებით, საკონტაქტო აუდიტორიებით (ინფორმაციის სამსახურებით, ბირჟებით და ა.შ.).

მაკრო არე, როგორც ქვესისტემა მოიცავს მეურნეობრიობის პოლიტიკურ, ეკონომიკურ, დემოგრაფიულ და ეკოლოგიურ ფაქტორებს. სამეცნიერო ტექნიკური პროგრესის და საზოგადოების კულტურულ თავისებურებათა განსახიერებაც კი ექცევა ამ არეში.

მარკეტინგული მართვის პირველი სახეობის დროს, როდესაც მართვა ძირითადად ორიენტირებულია წარმოებაზე, ხარჯების სტრუქტურაში გადახრა ხდება წარმოებაზე დანახარჯებისაკენ. ამავ

დროს სიტუაციური მართვა ხორციელდება გარემოზე რეაგირების საჭიროების იშვიათობის პირობებში, სამაგიეროდ უწყვეტი ფუნქციონირებით ღომინირებს შიდასაწარმოო პროცედურათა მართვა მმართველობითი რაციონალიზმის მექანიზმით.

ურთიერთობა სიტუაციურ მართვასა და მმართველობით რაციონალიზმს შორის ყალიბდება შემდეგი სახით: მარკეტინგის მეორე და მესამე სახეობის შემთხვევაში სიტუაციურ მართვას უთავსდება მმართველობითი რაციონალიზმი. სახელდობრ, საბაზრო ან სხვა გარემომცველ არეში მოსალოდნელი ან უკვე მომხდარი ცვლილებები კარნახობენ მეწარმეს (საწარმოს) გაიღოს დამატებითი ხარჯები იმისათვის რომ საწარმოს ქცევა მოარგოს ახალ ვითარებას (სიტუაციას), ანდა მოახდინოს უხილავი ხელით გავლენა გარემო ვითარებაზე და ამით მიაღწიოს გარემოს თავისათვის მორგებას. შესაძლოა ისიც კი მოიმოქმედოს, რომ შორეული სიგნალით მოსალოდნელ მუქარაში აღმოაჩინოს ის პოზიცია, რომელშიც მმართველობითი ანკესის გადაგდებით ეს მუქარა გამოიყენოს, როგორც დამატებითი შესაძლებლობა და ამაზე ააგოს თავისი მმართველობითი სტრატეგია.

ამ შემთხვევაში მმართველობითი რაციონალიზმი ითვალისწინებს ამ დამატებით ხარჯებს შეუღლებულს ყველა სხვა განმეორებად ხარჯებთან და მის მიმართ და ამ ახალ პირობებში იმგვარად წარმართავს თავის მექანიზმს, რომ ხვედრი ხარჯების შემცირებით მიაღწიოს იგივე ან მეტ და უკეთეს სასურველ შედეგებს.

მარკეტინგის პირველი სახეობის შემთხვევაში საპირისპიროდ იცვლება მიდგომა. სახელდობრ, მმართველობითი რაციონალიზმი კარნახობს სიტუაციურ მართვას სტრატეგიულ და ოპერატიულ ტაქტიკურ პოზიციებს და ამით სიტუაციური მართვა ემსახურება მმართველობით რაციონალიზმს.

ასე იქნება თუ ისე სულერთია მაინც საჭიროა მჭიდრო კავშირი სიტუაციურ მართვასა და მმართველობით რაციონალიზმს შორის. ამგვარი კავშირი და ისიც ოპერატიულად, შეუძლია უზრუნველყოს მმართველობითი რაციონალიზმის ანალიზურ - შემფასებელმა მთლიანობითმა სისტემამ. ამის განხორციელება მას შეუძლია ეკონომიკური ანალიზის პერიოდანტული მეთოდის დახმარებით. ეს წარმონაქმნი ფიგურირებს საწარმოს (ფირმის) მუშაობის ტექნიკურ-ეკონომიკურ

მაჩვენებელთა მულტიპლიკაციური მწყობრი სისტემის სახით. იგი განსაკუთრებულ ფუნქციებს კისრულობს წარმოების მართვაში შიგასაწარმო რეზერვების გამოვლენა - გაზომვაში, მენეჯერთა საქმიანობის ეფექტიანობის განსაზღვრაში, საწარმოო სისტემის ორგანიზებულობის მართვაში და ა.შ.

მარკეტინგული მართვის სახეობათა მიხედვით იცვლება მარკეტინგისა და ტექნოლოგიის როლი მარკეტინგული მართვის სისტემაში. მათი როლი იცვლება იმის მიხედვით თუ რომელი მათგანი კისრულობს ძირითად ფუნქციას და რომელი დაქვემდებარებულს.

როლების ეს ცვალეობა დამოკიდებულია იმაზე, თუ ფირმის გარემოცვაში რა სიტუაციასთან გვაქვს საქმე. იმ შემთხვევაში თუ მოცემული სახეობის პროდუქციაზე საქონლით გაუჯერებელი ბაზარია, ან პროდუქციის მოცემული სახეობა მოხმარების უცვლელი საგანია და მისი წარმატება ბაზარზე ძირითადად დამოკიდებულია ამ პროდუქციის ხარისხის გაუმჯობესებაზე და პროდუქციის თვითღირებულების შემცირებაზე, მაშინ მთავარ როლს კისრულობს ტექნოლოგიის სრულყოფა. ამიტომ ფირმის მარკეტინგული მართვა ორიენტირებული ხდება წარმოებაზე.

თუ ფირმის გარემოცვაში გაგვანია ისეთი ვითარება, როდესაც მოცემული სახეობის პროდუქციას აწარმოებს და აწოდებს ბაზარს რამოდენიმე მსხვილი საწარმო, ფირმა, კომპანია, კონცერნი, მაშინ ისინი ვერ ახერხებენ პროდუქციის ტექნოლოგიური სიმწიფით აჯობონ ერთმანეთს, ანდა ფასით გაუწიონ კონკურენცია ვინაიდან ამ ფასს ადვილად გაიმეორებს კონკურენტი. ამიტომ კონკურენციული ბრძოლის ერთადერთ იარაღად რჩება პროდუქციის დიფერენციაცია მოხმარების სფეროების დანაწევრებით, რომელიც აუმჯობესებს და უფრო მოხერხებულს ხდის დიფერენცირებით გამოყოფილ პროდუქციის ქვესახეობათა მოხმარებას. მაგალითად, დიფერენციაცია შეიძლება განხორციელდეს სეზონის განსაზღვრით, გამოყენების ადგილის მიხედვით. ვიყენებ ნათურას მაცივარში თუ სამზარეულოში და ა.შ. აქ მთავარი ხდება მარკეტინგი, ვინაიდან იგი კარნახობს წარმოებას თუ რა ტექნოლოგიაზეა მოთხოვნა. აქ ტექნოლოგია გვევლინება მარკეტინგის ენდოგენურ (შინაგან) ფაქტორად. ამიტომ ამ ვითარებაში მარკეტინგული მმართველობა ორიენტირებულია გასაღებაზე.

იმ შემთხვევაში თუ წარმატება მოაქვს ახალი პროდუქციის დამუშავების პოლიტიკას, მაშინ თანაბარმნიშვნელოვან როლს კისრულობენ მარკეტინგიც და ტექნოლოგიაც. ახალი პროდუქციის დამუშავების პოლიტიკა კი ეყრდნობა:

1) მოხმარების მოლოდინის სისტემას და კონკრეტული ორიენტაციისათვის მოთხოვნის სეგმენტის შერჩევას. ამით ფიქსირდება მარკეტინგული საქმიანობის პოლიტიკა (მაგალითად, ახლად აღმოჩენილი ნახევარ გამტარებისადმი მოლოდინი და ტრანზისტორებზე მოთხოვნის შერჩევა განსაზღვრავს ახალი პროდუქციის - ტრანზისტორების წარმოებისათვის სრულიად ახალი ტექნოლოგიის დანერგვას. აქ მარკეტინგმა უკარნახა ტექნოლოგიას);

2) ტექნოლოგიური რესურსების თანამედროვე განსაზღვრა ეხება არა მარტო იმას, რაც საწარმოს გააჩნია შიგნით, არამედ იმასაც, რაც არსებობს მის ფარგლებს გარეთაც. ამით ფიქსირდება ტექნოლოგიური საქმიანობის პოლიტიკა. მაგალითად, საკითხი ეხება ნაკადური ხაზის ჩართვას ტექნოლოგიის ჯგუფურ ორგანიზაციაში. ამის რეალური შესაძლებლობა არსებობს მოცემულ ფირმაში ნაკეთობათა და დეტალების სათანადო კლასიფიკაციის განხორციელების სახით. ამავე დროს ამ ფირმის გარეთ თურმე არსებობს ცველადი ტიპის სათანადო ნაკადური ხაზი, რომელსაც გააჩნია გადართვითი მანევრის უნარი და ამდენად შეუძლია თავისუფლად ჩაეწეროს ჯგუფურ ტექნოლოგიაში. გარეთ არსებული ამ რეზერვის გამოყენებასაც განსაზღვრავს ფირმის ტექნოლოგიური პოლიტიკა. აქ უკვე ტექნოლოგია კარნახობს მარკეტინგს.

მარკეტინგის კარნახი ტექნოლოგიისადმი გადაჯაჭვულია ტექნოლოგიის კარნახზე მარკეტინგისადმი. ამიტომ აქ მარკეტინგი და ტექნოლოგია თანაბარმნიშვნელოვანი შემადგენლები არიან მარკეტინგულ მართვაში ეს იმას ნიშნავს, რომ მარკეტინგული მართვა ორიენტირებულია მარკეტინგულ სისტემაზე, როგორც მარკეტინგისა და ტექნოლოგიის ერთიანობაზე. მითუმეტეს, რომ ინფორმაციის მოპოვება ახალი პროდუქციის შესაძლო წარმოების მოწყობაზე, როგორც ბაზრის ასევე ტექნოლოგიური რეზერვების შესახებ წარმოადგენს მართვის მარკეტინგულ სისტემას.

მარკეტინგის მესამე სახეობა სწორედ, რომ ამ სისტემაზეა ორიენტირებული.

წარმოების ორგანიზაციაზე, დაგეგმვასა და მართვაზე ინფორმაციით ზემოქმედება წარმოადგენს საწარმოს (ფირმის) მარკეტინგულ მართვის არსს.

ამგვარი ზემოქმედება ფირმის საქმიანობას ჰკრავს, როგორც მთლიანობით სისტემას. მასში ქვესისტემის სახით შეგვიძლია გამოვყოთ მარკეტინგის გავლენა ორგანიზაციასა და მართვაზე, სადაც ფიგურირებენ მმართველობითი რაციონალიზმი და სიტუაციური მართვა.

მარკეტინგული მართვის პირველი სახეობის დროს, თუ ჭარბობს მართველობითი რაციონალიზმი, მეორე და მესამე სახეობისას ჭარბობს სიტუაციური მართვა.

საწარმოს მარკეტინგული საქმიანობა მოიცავს სტრატეგიული მართვის საფუძველზე სიტუაციური მართვის განხორციელებას. იგი გამომდინარეობს გარემომცველ არეში მოსალოდნელი და მოულოდნელი ცვლილებებით წარმოქმნილი პრობლემებიდან. მარკეტინგული მმართველობითი საქმიანობა მოწოდებულია სტრატეგიული მართვა ააგოს კომერციულ ნიადაგზე და ამგვარი მიდგომით გადაჭრას წარმოქმნილი პრობლემები, განახორციელოს ამავე მიდგომით მათზე რეაგირება.

საწარმოო ფირმის მარკეტინგული საქმიანობის სპექტრში მოქცეული სიტუაციური მართვა, სტრატეგიული მართვა, საქმეში ჩახედულობის მექანიზმი, მეურნეობრიობის სტრატეგიული ზონების სტრატეგიული ამოცანებით მართვის სისტემა, შიგასაწარმოო მართვის დემოკრატიზაცია.

გარემომცველ არეში ცვლილებებზე საწარმოს რეაგირების სტრატეგიით მართვის პროცესს, რომელიც განსაზღვრავს სამეურნეო-კომერციული ქცევის სტილს ეწოდება სიტუაციური მართვა.

სიტუაციური მართვა დომინირებს საწარმოს მარკეტინგულ საქმიანობაში გაჯერებული ბაზრისა და გამძაფრებული კონკურენციული ბრძოლის პირობებში. უნდა აღინიშნოს, რომ გამძაფრებული კონკურენციული ბრძოლის მექანიზმი წარმოშობს სიტუაციური მართვის განმკარგულებლობას მმართველობით რაციონალიზმზე. სიტუაციური მართვის აუცილებლობას იწვევს საწარმოს გარემომცველ არეში ეკოლოგიური, დემოგრაფიული, ეკონომიკური, სოციალური, ინოვაციისა, ინვესტიციის და ა.შ. სახელმწიფო-

ბრივი სტრატეგია. ეს უკანასკნელი კი განაპირობებს საწარმოს სტრატეგიულ ორიენტაციას, საბაზრო კონიუნქტურულ ცვლილებებთან ერთად.

ფირმის მართვის სტრატეგია აიგება იმის მიხედვით, თუ როგორია მარკეტინგული ინფორმაცია. აქ უკვე არსებითი მნიშვნელობა ენიჭება შიგნაწარმო პროცედურათა დაკავშირებას გარემომცველ გარემოსთან. ამგვარი დამაკავშირებლის ფუნქცია წარმატებით შეუძლია იკისროს მმართველობითი რაციონალიზმის ანალიზურ-შემფასებელ სისტემებმა. მათი გამოყენება კი მჭიდროდ არის დაკავშირებული ეკონომიკური ანალიზის პერიოდანტული მეთოდის მეშვეობით ანალიზურ ჭვრეტაზე. ამ სისტემების მეშვეობით მენეჯერებს შეუძლიათ ორიენტაცია აიღონ მმართველობითი რაციონალიზმის და სიტუაციური მართვის შეუღლების ოპტიმიზაციაზე.

მენეჯერს შეუძლია განახორციელოს ანალიზი, კონტროლი და მოახდინოს რეაგირება წარმოების ეკონომიკური და ფინანსური შედეგების და პროდუქციის გასაღების ფორმირების მართვის პროცესზე, როგორც მთლიანობით სისტემაზე, თუ კი გამოიყენებს მაჩვენებელთა ანალიზურ - შემფასებელ სისტემებს, ეკონომიკური ანალიზის პერიოდანტულ მეთოდთან ერთად.

ანალიზურ შემფასებელ სისტემებს ფირმის მარკეტინგულ მართვაში შეუძლია მცდარი ინტუიცია შეცვალოს იმ პროცესების ნათელი ხედვით, რომლებიც დამახასიათებელი არიან მეურნეობრიობის საბაზრო ეკონომიკაზე სამრეწველო საწარმოს გადამრთავი მექანიზმისათვის.

მეურნეობრიობის საბაზრო მექანიზმის ქმედითობა დამოკიდებულია იმაზე თუ, რაოდენ უზრუნველყოფს იგი გაუმართლებელი რისკის თავიდან აცილებას მართვაში. ამიტომ საჭიროა დაეიცვათ ეკონომიკური ანალიზური ჭვრეტის ადეკვატურობის მოთხოვნა რეალობასთან. ეს კი უნდა უზრუნველყოს ეკონომიკური ანალიზის სათანადო მეთოდმა. მაშინ შეძლებს იგი გახდეს ხარჯთსაწინააღმდეგო მეურნეობრიობის მექანიზმის საფუძველი, რომელიც ესოდენ აუცილებელია მმართველობითი რაციონალიზმისა და სიტუაციური მართვისათვის მეურნეობრიობის საბაზრო პირობებში.

7.2. სიტუაციური მართვა როგორც მარკეტინგის ნიშანთვისება

იმ შემთხვევაში თუ საწარმო ფუნქციონირებს, როგორც ღია სისტემა, მაშინ მართვის ლოგიკა ეყრდნობა სისტემურ სიტუაციურ მიდგომას. ეს იმას ნიშნავს, რომ საწარმოს საქმიანობის წარმატებების მთავარი წანამძღვრების ძიება ხორციელდება არა საწარმოს შიგნით, რომელიც დამახასიათებელია მმართველობითი რაციონალიზმისათვის, არამედ საწარმოს ფარგლებს გარეთ. ე. ი. წარმატება დაკავშირებულია იმასთან თუ რაოდენ მოხერხებულად მოერგება საწარმო მის გარემომცველ გარემოს (ეკონომიკურს, სამეცნიერო-ტექნიკურს, სოციალურ-პოლიტიკურს, ეკოლოგიურს, დემოგრაფიულს, საბაზრო-კომერციულს და ა. შ.), შეძლებს თუ არა საწარმო დროულად შეიცნოს ის ხიფათი, რომელიც ემუქრება მის არსებობას, იქნება თუ არა იგი უდრეკი „ბედის დარტყმების“ მიმართ, ხელიდან ზომ არ გაუშვებს იმ შესაძლებლობებს, რომლებიც წარმოიქმნებიან ამ გარემოში, შეძლებს თუ არა ამოიღოს მათგან სარგებლობის მაქსიმუმი. ამ პოზიციებით განისაზღვრება წარმოებისა და მართვის შინაგანი ორგანიზაციის რაციონალურობის გადანაცვლება მეორე რიგში, ვინაიდან ზემოთაღნიშნული მოთხოვნები ხდებიან მართვის მთელი სისტემის მთავარ კრიტერიუმებად. აქ მმართველობითი რაციონალიზმი დაქვემდებარებულ როლს ასრულებს სიტუაციური მართვისადმი.

სიტუაციური მართვა გადამწყვეტია ფირმის (საწარმოს) წარმატებისათვის გაჯერებულ ბაზარზე, სადაც გამძაფრებულია კონკურენციული ბრძოლა და საბაზრო-კომერციული გარემოცვა განიცდის ხშირ და მოულოდნელ ცვლილებებს, რომ არაფერი ვთქვათ გარემომცველ სხვა კომპონენტებზე.

ამ პირობებში, სამრეწველო ფირმის საწარმოო-სამეურნეო საქმიანობის ორგანიზაციის და საწარმოო-ტექნიკური ბაზის რეაქცია გარემოცვაში მომხდარ (მოსალოდნელ) ცვლილებებზე აყალიბებს მმართველობითი რაციონალიზმის ღონისძიებათა სისტემის გატარების სასტარტო ნიადაგსა და მიმართულებას, რაც დამახასიათებელია მარკეტინგული საქმიანობისათვის როგორც მართვის ფუნქციისათვის. ამგვარი მიდგომიდან ლოგიკურად გამომდინარეობს მართვა სიტუ-

აციების მიხედვით, რომლის თანახმად მართვის სისტემის შიგასაწარმო აღნაგობა სხვა არა არის რა თუ არა ორგანიზაციული კონტექსტით პასუხის გაცემა საწარმოს გარემოცვაში მომხდარ ცვლილებებზე (იხ. I ტომის დანართი სქემა 2). ეს პასუხი კი მოიცავს წარმოების ტექნოლოგიის და ადამიანის ფაქტორის რეაქციას.

იმ შემთხვევაში თუ გარემოცვა და ტექნოლოგია სტაბილურია, მარტივია და საკმაოდ განსაზღვრული, ადამიანები კი თავისი ბუნებით არიან შემსრულებლები და არა შემოქმედნი და მოთაოსნე, მაშინ აქვე აღწერილი თვისებების გენოტიპი (მემკვიდრეობითი საფუძველი) სრულიად უპრიანია ადმინისტრაციული-მბრძანებლობითი მართვის სისტემისათვის და შეუთავსებადი საბაზრო ეკონომიკისათვის, მმართველობითი რაციონალიზმისა და სიტუაციური მართვის მობილური მთლიანობითი სისტემისათვის.

საწარმოს გარემომცველობის და ტექნოლოგიის გართულების, ასევე საწარმოს მიზნების გამრავალფეროვნების და სამმართველო კულტურის ცვლილების კვალობაზე იგი სულ უფრო სცილდება სამართველო რაციონალიზმის იდეალების თვითმყოფადობას და იძულებული ხდება უწინარეს ყოვლისა იზრუნოს შიგასაწარმოო სისტემის მოქნილობასა და ადაპტირების უნარზე. ამ გარემოებათა შესატყვისად იცვლება საწარმოს მართვის სტრუქტურის ტიპი, რომელიც გადადის დეცენტრალიზაციის გაღრმავებაზე. მაორგანიზებელი მექანიზმები ეგუებიან ახალ პრობლემათა გამოვლინებას და ახალ გადაწყვეტილებათა მიღებას უფრო მეტად, ვიდრე უკვე ტრადიციულად მიღებულ გადაწყვეტილებათა კონტროლს.

მანევრი რესურსების განაწილებაში ფასობს უფრო მეტად, ვიდრე დანახარჯების პროდუქტიულობა (შედგეიანობა), ამასთანავე გერგილიანი (შნოიანი-მარჯვე) მენეჯერი - ხელმძღვანელები უფრო ღომინირებენ ვიდრე საინჟინრო - ტექნიკური სპეციალისტ - ფუნქციონერები.

სიტუაციური მართვა გამიზნულია იქითკენ რომ თანადროულად მოახდინოს საწარმოს რეაგირება გარემოცვაში მოსალოდნელ ცვლილებაზე. ამიტომ მას უნდა გააჩნდეს ჩახედულობის უნარი ყოველი ცვლილების მუქარაში.

დაბეჯითებითი და გულმოდგინე სისტემატური დაკვირვებები-

თა და ანალიზური გააზრებით მატულობს სიტუაციური მართვის ჩახედულობა გარემოცვიდან მოსალოდნელ მუქარაში. ჯერ თავს იჩენს გარემოცვაში ცვლილებათა ჩანასახი (თავდაპირველი ნიშნები), შემდეგ გამომჟღავნდება ამ ცვლილებათა სააღბათო წყარო. ამის შემდეგ კი საკმაოდ ნათლად წარმოისახება კონკრეტული საფრთხე, თუმცა ჯერ კიდევ არა იმდენად, რომ განვსაზღვროთ საწარმოზე მისი გავლენის შედეგები. შემდგომში შესაძლებელი ხდება დავსახოთ ამ მუქარის (საფრთხის) საპირისპირო მოქმედების ღონისძიებები. თუმცა ეს ინფორმაცია ჯერ კიდევ არ არის საკმარისი საწარმოს შემოსავალზე ამ საფრთხის გავლენის გათვლისათვის. მუქარის მოახლოების შემდგომ საფეხურზე შესაძლებელია გათვლილი იქნეს თუ რამდენად დაეყრდნობა საწარმოს შემოსავლებს მოახლოებული საფრთხე, თუმცა შეუძლებელია გავთვალოთ უზუსტესი უტყუარობით. ეს იმას ნიშნავს, რომ გათვალისწინებული უნდა იქნას მოსალოდნელი მუქარის აღბათობა. ყველაფერი ხდება ნათელი მხოლოდ მაშინ, როდესაც საწარმოს მოქმედებანი მიმართულია მუქარის ზეგავლენის გამორიცხვისაკენ.

მუქარის ჩანასახი ჩვენამდე აღწევს სუსტი სიგნალების სახით. ამ დროს საწარმოს ხელმძღვანელობა უწინარესად მოითხოვს რომ გარემოცვაში არსებული და მოსალოდნელი ვითარების ანალიზის სპეციალისტები იყვნენ კარგად მომზადებულნი და ჰქონდეთ გამოუმუშავებული სათანადო პროფესიონალური ჩვევები: დაკვირვებულობა, განჭვრეტა, გამახვილებული მგრძნობელობა და საიმედო ინტუიცია.

მუქარის შესახებ მიღებულ ინფორმაციას ესაჭიროება მართებული კლასიფიკაცია და იმის გათვლა თუ რა შესაძლო გავლენას მოახდენს ეს საფრთხე საწარმოს შემოსავალზე და როდის დადგება ის დრო როდესაც ეს გავლენა ფაქტიურად მოხდება. გარემოცველ არეში ცვლილებათა საწარმოს შემოსავალზე ნეგატიური გავლენის გამორიცხვისაკენ მიმართულ მოქმედებათა შორის განარჩევენ სამ ვარიანტს:

1. სუსტი სიგნალების მიხედვით ხელმძღვანელობის ვარიანტს;
2. ძლიერი სიგნალების მიხედვით ხელმძღვანელობის ვარიანტს;
3. რეგულარულ საფუძველზე სტრატეგიული დაგეგმვით (თავდა-

პირველი დაგეგმვის და მისი შემდგომი კორექტირების მეთოდების გამოყენებით) ხელმძღვანელობის ვარიანტს.

ამ სამ ვარიანტს შორის იყენებენ ერთ-ერთს ანდა მათ კომბინაციას. ამ ვარიანტების კომბინაციის შერჩევა დამოკიდებულია საშიში სიტუაციის მოახლოების სისწრაფეზე. ეს ხდება იმის მიხედვით თუ რამდენად მატულობს რეაქციის სწრაფად განხორციელების აუცილებლობა და რომელი ამ სამ ვარიანტს შორის უფრო პასუხობს რეაქციის სისწრაფის მოთხოვნას. როდესაც საშიში სიტუაცია ახლოვდება ძლიერ სწრაფად და ამის გამო პერიოდულ დაგეგმვას არ ძალუძს დაგვეხმაროს, გამოიყენება *ძლიერი სიგნალის ვარიანტი*. ამ პირობებში სუსტი სიგნალის ვარიანტი აღარ არსებობს ან მისი გამოყენება დაგვაგვიანდა. იმ შემთხვევაში თუ საშიში სიტუაცია გვიახლოვდება მაშინ მას თავს გაართმევს *სტრატეგიული დაგეგმვა*. პორიზონტზე თუ შევამჩნევთ საშიში სიტუაციის ჩანასახს და იგი შორეულია, მაშინ ეფექტიანად შეიძლება გამოყენებული იქნას *სუსტი სიგნალების ვარიანტი*. თუმცა მხედველობაშია მისაღები ის, რომ სუსტი სიგნალების მართვის ჩვევების გამომუშავება არც თუ ისე ადვილია.

დავუშვათ მეცნიერებამ მიაგნო ნახევარგამტარების კონსტრუქციას და მათი დამზადების ტექნოლოგიას. ეს იმას ნიშნავს, რომ გამოჩნდა სუსტი სიგნალი იმის შესახებ, რომ ნახევარგამტარებიანი პროდუქციის ახალსახეობათა შექმნა დაიწყება და შესაძლოა მათ წარმოქმნან მეურნეობრიობის ახალი სტრატეგიული ზონები. ამასთანავე ისიცაა შესაძლებელი რომ ნახევარგამტარ პროდუქციამ კონკურენცია გაუწიოს და გამოაძევეს ბაზრიდან იგივე დანიშნულების პროდუქცია, რომელშიც ნახევარგამტარები არ არიან გამოყენებული. ეს სუსტი სიგნალი აუწყებს, რომ ამ დანიშნულების პროდუქციის გამომშვები საწარმოების პროდუქცია შეიძლება ამოვარდეს მოხმარებიდან და ამდენად დაიკარგოს მათი რეალიზაციის ბაზარი. ამიტომ, ამ სუსტი სიგნალის მიხედვით, საწარმოში ეხლავე უნდა დაიწყოს საწარმოო ფართობის გამოყოფა და ნახევარგამტარების წარმოების მოწყობა ან კოაპერირების წესით მათი სხვისგან მიღების ორგანიზაციის აწყობა და სათანადო ნიადაგის მომზადება მოსალოდნელი ნახევარგამტარიანი პროდუქციის საწარმოებლად. ე.ი. განხორციელდება ამ სიახლის მიმართ ფირმის (საწარმოს) სტრატეგიული

მომზადება. მაგ., ტრანზისტორების წარმოებაზე გადასვლა ამ საწარმოს გაუადვილდება და გადასვლის ტემპიც დაჩქარდება.

გარემომცველ არეში ცვლილებათა მატების კვალობაზე, სულ უფრო ძნელი ხდება ვიწინასწარმეტყველოთ, საჭირო სიზუსტით, ცვლილებათა ხასიათი. ამგვარ წინასწარმეტყველებას უნდა შეექმნა იმის შესაძლებლობა, რომ მათზე მოგვეხდინა თანადროული და სრულმასშტაბიანი რეაგირება.

სტრატეგიული ამოცანები ყალიბდებიან გარემომცველ არეში ცვლილებებზე საწარმოს ფუნქციონირების რეაგირების ანდა გარემომცველ არეზე ზეგავლენის მოხდენის აუცილებლობათა წარმოქმნის კვალობაზე.

სტრატეგიული ამოცანების წინასწარი აღმოჩენა იწვევს მათზე შესაძლო რეაგირებისათვის გამოსაყენებელი დროის გადიდებას. გარემომცვაში ცვლილებათა გახშირების კვალობაზე ეცემა მათი წინასწარჭვრეტის ხარისხი. ინფორმაციის მიღების მომენტიანათვის გააზრებული საპასუხო ღონისძიებების მიღება-გატარებისათვის, საჭირო დროის დეფიციტს შეუძლია საწარმოს მიაყენოს ზიანი ანდა დააკარგინოს ხელსაყრელი ეკონომიკური შესაძლებლობა.

პოტენციაში მყოფი საფრთხის ადრეულ სტადიაზე გამოვლინებისას, როცა ინფორმაცია მოსალოდნელი საფრთხის შესახებ ჯერ კიდევ საკმაოდ არ არის გამოკვეთილი, საპასუხო ზომებს ექნებათ, შესაბამისად ამისა, საერთო ხასიათი და მიმართული იქნებიან საწარმოს სტრატეგიული მოქნილობის უზრუნველყოფისაკენ.

კონკრეტული ინფორმაციის მიღების კვალობაზე კი განხორციელდება საპასუხო ღონისძიებათა კონკრეტიზაცია, რომელთა საბოლოო მიზანია ან საფრთხის ლიკვიდაცია ანდა ამ საფრთხეში შექმნილ შესაძლებლობათა გამოყენება (სიტუაციური რეზერვების გამოვლინება და გამოყენება).

სტრატეგიული მოქნილობის წინასწარი მარაგის შექმნა და მატება შესაძლებელს ხდის, რომ დავადგინოთ მოსალოდნელი საფრთხე მისი წარმოქმნის ადრეულ სტადიაზე და ეს განვახორციელოთ ორგანიზებულად.

ამგვარ მიდგომას უწოდებენ „საპასუხო ზომების თანდათანობით გაძლიერებას“ ან „სუსტ სიგნალებზე რეაგირებას“.

7.3. მარკეტინგის სტრატეგია და სიტუაციური მართვა

მარკეტინგს, როგორც მართვის ფუნქციას გააჩნია თავისი სტრატეგია ე. წ. მართვის სტრატეგია. იგი უწინარეს ყოვლისა ეყრდნობა ბიზნესის ძირითად სტრატეგიულ მიზნებს:

1. მიზანი უნდა ჩამოყალიბდეს პასუხით კითხვაზე თუ რას წარმოადგენს თავისთავად ჩვენი ბიზნესი*, რა მიმართულებით ვითარდება და როგორი უნდა ყოფილიყო იგი. დასახული მიზნები წინასწარ განაპირობებენ ქცევებს, რომლებიც უნდა ხორციელდებოდნენ (ანდა რეგულარულად სრულდებოდნენ) რათა მოვახდინოთ ბიზნესის ძირითადი ამოცანის, არსის რეალიზება. ისინი (მიზნები) ამასთანავე წარმოადგენენ იმ ეტალონებსა და კრიტერიუმებს, რომელთაც ვუდარებთ საქმიანობის ფაქტიურ შედეგებს. სხვა სიტყვებით. რომ ვთქვათ ისინი წარმოადგენენ ბიზნესის ძირითად სტრატეგიულ მიზნებს;

2. მიზნები უნდა იყვნენ განხორციელებადი და გეკარნახობდნენ მოქმედებათა მიმართულებას. უნდა შეიძლებოდეს ათი (მიზნების) დანაწევრება კერძო, კონკრეტულ ამოცანებად, რომელთა შესრულებაც შეიძლება დაევალოს კონკრეტულ ქვედანაყოფს ან თანამშრომელს. ისინი უნდა გახდნენ საქმიანობისა და მიღწევების მასტიმულირებელი მოტივირების საფუძველი.

გარემოცვაში მომხდარ ცვლილებებზე ბიზნესის განმახორციელებელი საწარმოს რეაგირების წესების ერთობლიობას სამართველო გადაწყვეტილებათა მისაღებად, რომლებითაც საწარმოს სამმართველო აპარატი ხელმძღვანელობს თავის საქმიანობაში ეწოდება მარკეტინგული მართვის სტრატეგია.

განარჩევენ ამ წესების ოთხ ჯგუფს:

1. წესები, რომლებიც გამოიყენებიან საწარმოს საქმიანობის შედეგების შესაფასებლად, როგორც მიმდინარე პერიოდში, ასევე პერსპექტივაში. შეფასების კრიტერიუმთა თვისობრივ მხარეს უწოდებენ ორიენტირს.

კრიტერიუმი ბერძნული წარმოშობის სიტყვაა და ნიშნავს იმ

* ბიზნესი - საქმიანობაა, რომელიც წარმოადგენს კომერციული გზით გამდიდრების წყაროს.

ნიშანთვისებას, რომლის მიხედვითაც ხორციელდება რაიმეს შეფასება, განსაზღვრა ან კლასიფიკაცია.ეს ნიშანთვისება შეიძლება დაფიქსირდეს რაიმე ლოგიკით, რომელიც განსაზღვრავს მიდგომის პოზიციას.

ჩვენს შემთხვევაში საკითხი ეხება შეფასების კრიტერიუმს (შეფასების ნიშანთვისებას). მაგ., საწარმოს მიერ გეგმის შესრულების შეფასების კრიტერიუმად შეიძლება გამოვიდეს სასაქონლო პროდუქციის გამოშვების გეგმის შესრულების ნიშანთვისება ანდა პროდუქციის რეალიზაციის მოცულობის მიხედვით გეგმის შესრულების ნიშანთვისება. ისმის კითხვა შეფასების კრიტერიუმად რომელი მათგანი ვამჯობინოთ. იმ შემთხვევაში თუ არ გაგვაჩნია საბაზრო ეკონომიკა ე. ი. საქონელთა თავისუფალი მოძრაობა გამყიდველიდან მყიდველისაკენ, პარტნიორთა თვითშერჩევა და საბაზრო გარიგებითი ფასები და მის ნაცვლად ფუნქციონირებს ცენტრალიზებული - საკომანდო დაგეგმვა-განაწილების მექანიზმი, რომელიც არ არის დაავადებული ლიბერალიზმით ე.ი. ზედმეტი შემწყნარებლობით, მოწყალეობით, მოთმენით და დანაშაულებრივი ხელის შეშვებით, მაშინ სასაქონლო პროდუქციის გამოშვების ხარისხის კონტროლის მექანიზმი გამართულად ფუნქციონირებს; ამას კი ხელს უწყობს მსოფლიო ბაზრიდან მოწყვეტილობაც. ამიტომ, ამ პირობებში საწარმოს გეგმის შესრულების შეფასების კრიტერიუმად გამოდგება სასაქონლო პროდუქციის გამოშვების გეგმის შესრულება.

იმ შემთხვევაში თუ უცხოეთის მაღალკონკურენტუნარიანი პროდუქცია შემოიჭრა და დაექვემდებარა ცენტრალიზებულ საკომანდო განაწილებას, მაშინ იწყება მომხმარებელთა ბრძოლა ამ პროდუქციისათვის და ეს ბრძოლა აღწევს შედეგს მართვის სისტემის ლიბერალიზაციის გამო. ამ პირობებში შეფასების კრიტერიუმად შემოდებული იქნა პროდუქციის რეალიზაციის მოცულობა მიწოდებათა სახელშეკრულებო ვალდებულებათა შესრულებით. მას დაედო საფუძვლად შემდეგი ლოგიკა. ამგვარი მიდგომა (პოზიცია) საჭიროა იმისათვის, რომ მყიდველი მონაწილეობდეს პროდუქციის დანიშნულების მიხედვით გამოსადგეობის დონის შეფასებაში. საბჭოთა სინამდვილეში ლიბერალიზაციამ და პროდუქციის წარმოების დეფიციტმა ხელი შეუშალა ამ კრიტერიუმის ქმედითობას. მაშინ მის განსამტ-

კიცებლად შემოღებული იქნა პროდუქციის ხარისხის სახელმწიფო კონტროლი. ამან კი ღეფიციტის გაღრმავების გამო მიიღო ფორმალური სახე, ვინაიდან წარმოება კარნახობს მოთხოვნას და არა პირიქით. ამიტომ, მიწოდებასა და მოთხოვნას შორის თანაფარდობის მექანიზმი ბევრად ძლიერი აღმოჩნდა ნამდვილი ბაზრის უქონლობის პირობებშიაც კი.

სათანადოდ რეგულირებული საბაზრო ეკონომიკის პირობებში, საქმე გვექნება გაჯერებულ ბაზართან თუ გაუჯერებელ ბაზართან, საწარმოს (ფირმის) საქმიანობის საბოლოო შედეგის მიხედვით გეგმის „შესრულების“ შეფასების კრიტერიუმად გამოდგება ამონაგები თანხა პროდუქციის რეალიზაციიდან და ამის გამო მოგებაც და საწარმოს რენტაბელობაც. ეს იმიტომ, რომ საწარმოს (ფირმის) მიერ გეგმის დადებითი ფუნქციონირების ქმედითობის შეფასების კრიტერიუმად საბაზრო ეკონომიკაში გამოდგება არა პროდუქციის გამოშვების გეგმის შესრულება, არამედ პროდუქციის იმ მოცულობით, დანახარჯებით და ხარისხით გამოშვების მაორგანიზებელი ფუნქციის განხორციელება, რომელიც უზრუნველყოფს ფირმის კონკურენტუნარიან რენტაბელობას სიტუაციური მართვისა და მმართველობითი რაციონალიზმის ეფექტიანი შეუღლებით.

ეს იმას ნიშნავს, რომ სხვადასხვა გარემომცველ პირობებში შეფასების სხვადასხვა კრიტერიუმები უნდა იქნეს გამოყენებული. რაც უფრო ქმედითია კრიტერიუმი მით უფრო მაღალხარისხოვანია იგი და ამდენად საწარმოს საქმიანობის მართებულად მაორიენტირებელი.

კრიტერიუმის რაოდენობრივ მხარეს უწოდებენ დავალებას. დავალებას შეიძლება იძლეოდეს ზემდგომი ორგანო ანდა ბაზარი. პირველ შემთხვევაში კრიტერიუმის ე.ი. შეფასების ნიშანთვისებად ჩაითვლება დირექტიული გეგმის რაოდენობრივი და ხარისხობრივი შესრულება, მეორე შემთხვევაში კი სტრატეგიული გეგმის რაოდენობრივი და ხარისხობრივი შესრულება (პროდუქციის ნომეკლატურის, ასორტიმენტის და ხარისხის მიხედვით).

2. წესები, რომელთა მიხედვითაც ყალიბდება საწარმოს ურთიერთობა მის გარემომცველ არესთან განისაზღვრება იმით, თუ რა სახეობის პროდუქციას ამზადებს საწარმო (ფირმა) რა ტექნოლოგიური მეთოდებით, სად და ვისთან გაასაღებს თავის ნაკეთობას, რანაირ-

ად მიაღწევს უპირატესობას კონკურენტთან ბრძოლაში. წესების ამ ნაკრებს უწოდებენ *პროდუქტიულ-საბაზრო სტრატეგიას ანუ ბიზნესის სტრატეგიას*. დაუშვით ვაწარმოებთ კბილანებს, რომელთა ზედაპირის გამტკიცება შესაძლებელია განხორციელდეს ორი სხვადასხვა ტექნოლოგიით. მაღალი სიხშირის დენით ზედაპირული წრთობით ან ცემენტაციის (შემდგომი წრთობით) გამოყენებით. ამავე დროს ბაზრის მასშტაბის მიხედვით შესაძლებელია 5 000 ცალი კბილანის შეუფერხებელი რეალიზაცია. ანდა სხვა შემთხვევაში როდესაც შესაძლებელი ხდება 16 000 ცალი კბილანის რეალიზაცია. ისმის კითხვა ბიზნესის სტრატეგიის მიხედვით რა შემთხვევაში, რომელი ტექნოლოგიის გამოყენება უფრო ხელსაყრელია, რომ მის მიხედვით ბიზნეს გეგმაში ავაგოთ საწარმოო პროგრამა: ამ კითხვაზე პასუხისათვის უნდა ვიცოდეთ, თუ რას წარმოადგენს პროდუქციის ტექნოლოგიური თვითღირებულება და პროდუქციის საბაზრო კრიტიკული პროგრამა.

პროდუქციის და სამუშაოთა თვითღირებულების შედარებას ამ შემთხვევაში გადაწყვეტი მნიშვნელობა ენიჭება, რათა განვსაზღვროთ, თუ რომელი ვარიანტია მათ შორის უფრო მისაღები ბიზნესისათვის. აქ ტექნოლოგიური თვითღირებულების შედარების გარეშე შეუძლებელია მივიღოთ საბოლოო გადაწყვეტილება.

თუ ტექნოლოგიის შესადარებელი მეთოდები განსხვავდებიან მხოლოდ ზოგიერთი დანახარჯის მიხედვით, მაშინ თვითღირებულების ანალიზი შემოიფარგლება მხოლოდ ამ დანახარჯებით. იმ შემთხვევაში კი, თუ შესადარებელი მეთოდები დანახარჯების უმეტესი მუხლების მიხედვით ან მთლიანად განსხვავდებიან, მიზანშეწონილია ანალიზმა მოიცვას თვითღირებულების კალკულაციის ყველა მუხლი.

ტექნოლოგიის მიღებული ვარიანტისაგან დამოკიდებულ დანახარჯთა ჯამს უწოდებენ პროდუქციის დამზადების შესადარებელ ანუ ტექნოლოგიურ თვითღირებულებას.

ტექნოლოგიურ თვითღირებულებაში მთლიანად ან ნაწილობრივ შეიძლება ჩართულ იქნეს შემდეგი ელემენტები:

1. ნედლეული და მასალები;
2. სათბობი და ენერჯია;
3. საწარმოო მუშების ხელფასი და მასზე დანარიცხები;

4. ტექნოლოგიური მოწყობილობის საექსპლუატაციო ხარჯები (დანახარჯები რემონტზე, ენერგიაზე, საცხებ და საწმენდ მასალებზე და სხვა);

5. მოწყობილობის ხელახლა გაწყობასთან დაკავშირებული ხარჯები;

6. მოწყობილობის ამორტიზაცია;

7. ინსტრუმენტებისა და ხელსაწყოების საექსპლუატაციო ხარჯები;

8. საერთო-საამქრო და საერთო-საქარხნო ხარჯები და ა. შ.

თვითღირებულების გამსხვილებულად გაანგარიშების დროს დანახარჯებს აჯგუფებენ ორად და ამ გზით გამოყოფენ წლიურ ან თვიურ პროდუქციაზე პირობითად მუდმივი დანახარჯების თანხას (B) და პროდუქციის ერთეულზე ცვალებადი დანახარჯების ოდენობას (ℓ). ეფექტიანობის განსაზღვრისათვის გამოიყენება მესამე მაჩვენებელიც, რომელზეც დამოკიდებულია პროდუქციის თვითღირებულება, ასეთი მაჩვენებელია წარმოების მოცულობა ნატურალურ ერთეულებში (Q).

პროდუქციის ერთეულის თვითღირებულება (C) ტექნოლოგიის მოცემული ვარიანტის მიხედვით იანგარიშება შემდეგი ფორმულით:

$$C = \ell + \frac{B}{Q}$$

ტექნოლოგიის ამა თუ იმ ვარიანტის ეფექტიანობა იცვლება წარმოების მოცულობის შეცვლასთან ერთად. ამიტომ, საჭიროა გავიანგარიშოთ კრიტიკული პროგრამა ($Q_{კ}$), ე. ი. პროგრამა, რომლის დროსაც პროდუქციის ერთეულის თვითღირებულება იქნება თანაბარი ორივე ვარიანტის შემთხვევაში. კრიტიკული პროგრამის გაანგარიშება ხდება შემდეგი ფორმულის დახმარებით:

$$Q_{კ} = \frac{B_1 - B_2}{\ell_2 - \ell_1}$$

იმ შემთხვევაში, როცა პროდუქციის მოცულობა კრიტიკულ პროგრამაზე მაღალია ან დაბალი, მაშინ ვარიანტების ეფექტიანობათა შორის თანაბრობა ირღვევა. ზემოთდასახელებული მაგალითის მიხედვით, კბილანას ზედაპირის განმტკიცება შესაძლებელია

განხორციელდეს ორი სხვადასხვა ტექნოლოგიით, მაღალი სიხშირის დენით ზედაპირული წრთობის ან ცემენტაციის (შემდგომი წრთობით) გამოყენებით. დავუშვათ, რომ პირველი მათგანის დროს პირობითად ცვლადი დანახარჯები პროდუქციის ერთეულზე შეადგენს (ξ_1) 0,57 თეთრს, პირობითად მუდმივი დანახარჯების თანხა წლიურ პროდუქციაზე (B_1) კი 730 ლარს. მეორე ვარიანტის, ე. ი. ცემენტაციის დროს პირობითად ცვლადი დანახარჯი პროდუქციის ერთეულზე შეადგენს (ξ_2) 2,63 თეთრს პირობითად მუდმივი დანახარჯი კი (B_2) 440 ლარს. კბილანების დამზადების, ბაზრის მოთხოვნით განსაზღვრული, წლიური პროგრამა, დაეუშვათ უდრის 5 000 ცალს. საჭიროა გავიგოთ:

1. კბილანების რაოდენობის კრიტიკული პროგრამა, რომლის დროსაც დანახარჯები ორივე ვარიანტის მიხედვით იქნება თანაბარი;

2. რომელი, ზემოაღნიშნულ ვარიანტთა შორის იქნება უფრო მიზანშეწონილი მოცემული პროგრამის პირობებში;

3. რომელი ვარიანტი იქნება მიზანშეწონილი კრიტიკულზე მაღალი პროგრამის პირობებში:

ზემოთ მოყვანილი ფორმულებით შეგვიძლია გავიანგარიშოთ:

1. კრიტიკული პროგრამა, რაც ჩვენი მაგალითის მიხედვით იქნება:

$$Q_{კრ} = \frac{73000 \text{ თეთრი} - 44000 \text{ თეთრი}}{3,63 - 0,57} = 14,078 \text{ ცალი}$$

შევამოწოთ ამ პროგრამის პირობებში მართლაც თანაბარი იქნება თუ არა დანახარჯები:

$$C_1 = 0,57 + \frac{73000}{14,078} = 0,57 + 5,19 = 5,76 \text{ თეთრი}$$

$$C_2 = 2,63 + \frac{44000}{14,078} = 2,63 + 3,13 = 5,76 \text{ თეთრი}$$

2. 5000 ცალი კბილანის დამზადების პირობებში რომელი ვარიანტი იქნება უფრო მიზანშეწონილი:

$$C_1 = 0,57 + \frac{73000}{5000} = 0,57 + 14,6 = 15,17 \text{ თეთრი } 1 \text{ ცალი}$$

$$C_2 = 2,63 + \frac{44000}{5000} = 2,63 + 8,8 = 11,43 \text{ თეთრი } 1 \text{ ცალი}$$

როგორც ვხედავთ, მეორე ვარიანტი, ე. ი. ცემენტაცია უფრო ეკონომიური აღმოჩნდა. კრიტიკული პროგრამა კი მიგვიჩვენებს, რომ თუ საწარმოო პროგრამით გათვალისწინებული იქნება 14078 ცალზე მეტის დამზადება, მაშინ პირველი ვარიანტი იქნებოდა უფრო ეკონომიური. მართლაც, თუ ბაზრის მოთხოვნით განსაზღვრული პროგრამა 16 000 ცალია, მაშინ:

$$C_1 = 0,57 + \frac{73000}{16000} = 0,57 + 4,56 = 5,13 \text{ თეთრი } 1 \text{ ცალი}$$

$$C_2 = 2,63 + \frac{44000}{16000} = 2,63 + 2,75 = 5,38 \text{ თეთრი } 1 \text{ ცალი}$$

ამრიგად, კრიტიკულზე მაღალი პროგრამის პირობებში უფრო ეკონომიური აღმოჩნდა პირველი ვარიანტი, ე.ი. ზედაპირული წრთობა მაღალი სიხშირის დენით.

3. წესები, რომლებითაც ვაყალიბებთ საწარმოს შიდა პროცედურებსა (ოფიციალურად მიღებულ მოქმედებათა წესთა რიგს) და ურთიერთობებს. მათ ხშირად უწოდებენ მორგანიზებელ კონცეფციას. მაგ., მართვის ანალიზურ-საშემფასებლო სისტემა მმართველობითი რაციონალიზმის მორგანიზებელ კონცეფციას ქმნის.

4. წესებს, რომელთა მიხედვით საწარმო ახორციელებს ყოველდღიურ საქმიანობას უწოდებენ ძირითად ოპერატიულ ხერხებს.

სტრატეგიებს გააჩნიათ რამოდენიმე განსხვავებული ნიშანი:

1. სტრატეგიის გამომუშავების პროცესი არ გვირგვინდება, რაიმე უმაღლეს განხორციელებული მოქმედებით. ჩვეულებრივ იგი მდგომარეობს საერთო მიმართულებათა განსაზღვრაში, რომელთა მიხედვით მოძრაობა უზრუნველყოფს სამოქმედო პოზიციის განმტკიცებასა და ზრდას;

2. ჩამოყალიბებული სტრატეგია უნდა იქნას გამოყენებული, როგორც სტრატეგიული პროექტების შემუშავების - ძიების მეთოდი. ძიებაში სტრატეგიის როლი მდგომარეობს იმაში, რომ ჯერ ერთი დაგვეხმაროს ყურადღება გავამახვილოთ განსაზღვრულ უბნებსა და შესაძლებლობე-

ბზე მეორეც ის, რომ თავიდან მოვიცილოთ ყველა დანარჩენი შესაძლებლობა როგორც მოცემული სტრატეგიისადმი არა თავსებადი;

3. მოცემული სტრატეგიის აუცილებლობა ქრება, როგორც კი განვითარების რეალურ მსვლელობას მიჰყავს საწარმო სასურველ ხდომილობამდე (ე.ი. ის რაც მოხდება - სასურველი შედეგის სახით მოგვევლინება);

4. ამა თუ იმ სტრატეგიის ჩამოყალიბებისას შეუძლებელია გავითვალისწინოთ ყველა ის შესაძლებლობა, რომლებიც გამოვლინდებიან (გაიხსნებიან) კონკრეტულ ღონისძიებათა პროექტის შედგენისას. ამიტომ, იძულებულნი ვართ ვიყენებდეთ ძალზე განზოგადებულ, არა სრულ და არა ზუსტ ინფორმაციას სხვადასხვა ალტერნატივის შესახებ.

5. როგორც კი ძიების პროცესში გაიხსნებიან კონკრეტული ალტერნატივები, მოგვევლინება უფრო ზუსტი ინფორმაცია. თუმცა მას შეუძლია გახადოს საეჭვო თავდაპირველი სტრატეგიული არჩევანის დასაბუთება. ამიტომ, სტრატეგიის წარმატებით გამოყენება შეუძლებელია უკუკავშირის გარეშე.

6. ვინაიდან სტრატეგიული პროექტის შერჩევისათვის გამოიყენება, როგორც სხვადასხვა სტრატეგიები, ასევე ორიენტირებიც, შესაძლოა მოგვეჩვენოს, რომ თითქოს ისინი (სტრატეგია და ორიენტირი) ერთი და იგივეა.

მათ შორის განსხვავება ფიქსირდება იმით, რომ *ორიენტირი იძლევა ორიენტაციას მიზნისაკენ, რომელსაც უნდა მიაღწიოს საწარმომ. სტრატეგია კი წარმოადგენს ამ მიზნის მიღწევის საშუალებას*. მართვის ორიენტირის ფუნქციაა გადაწყვეტილებათა მიღებისათვის მიმართულების მიცემა. ორიენტირთა ერთი ნაკრების შემთხვევაში გამართლებული სტრატეგია, არ აღმოჩნდება მართებული, თუ საწარმოს ორიენტირება შეიცვლება.

7. და ბოლოს, სტრატეგია და ორიენტირი ურთიერთკავშირშია, როგორც ცალკეულ მომენტებში, ასევე მართვის ორგანიზაციის სხვადასხვა დონეზე.

ეფექტიანობის ზოგიერთი პარამეტრი (მაგ., ბაზრის დასაუფლებელი წილი) ერთ მომენტში საწარმოს ემსახურება, როგორც ორიენტირი, ხოლო სხვა მომენტში გადაიქცევა სტრატეგიის ელემენტად. *ის რასაც მართვის ზედა დონეზე წარმოადგენს სტრატეგიის ელემენტებს ქვედა დონეზე გარდაიქმნებიან ორიენტირებად*.

სტრატეგია - ეს სისტემური მიდგომაა, რომელიც უზრუნველყოფს რთული აღნაგობის ორგანიზაციის ბალანსირებულობას და ზრდის საერთო მიმართულებას. შეუძლებელია მსხვილმა საწარმომ (გაერთიანებამ) შეინარჩუნოს კოორდინაცია და ბალანსირებულობა თუ არ გააჩნია სტრატეგია. სტრატეგია ხშირად გვევლინება მეურნეობრიობის სტრატეგიული ზონების მიხედვით დატვირთვის გადაანაწილების ინსტრუმენტად.

მოცემული სტრატეგია შეგვიძლია მივიჩნიოთ გამართლებულად მაშინ, როცა:

1. სტრატეგიის შემუშავება ზორციელდება სისტემური მიდგომით;
2. ღიად ჩამოყალიბებულ მკაფიოდ გამოხატულ სტრატეგიას შეუძლია გააუმჯობესოს სამეურნეო საქმიანობის შედეგები.

სტრატეგიის შემუშავებისა და რეალიზაციისათვის საჭიროა შემდეგი პრობლემების გადაჭრა:

1. წარმოების ზრდის მიმართულების არჩევა მეურნეობრიობის სტრატეგიულ ზონებს შორის მრავალრიცხოვანი ალტერნატიული ვარიანტების მიხედვით, რომლებიც ძნელად ექვემდებარებიან შეფასებას;
2. მრავალრიცხოვანი შრომითი კოლექტივის მცდელობა - მეცადინეობის წარმართვა საჭირო არხით.

გარემოცვაში მოულოდნელი ცვლილებებისთანავე წარმოიქმნება ახალი სტრატეგიის შემუშავების აუცილებლობა. ამ ნიადაგზე ზორციელდება სტრატეგიული დაგეგმვის განახლება-გარდაქმნა, ეს კი მოითხოვს სტრატეგიულ აზროვნებას, საწარმოს საქმიანობის დივერსიფიკაცია შესაძლოა გახდეს ახალი სტრატეგიის კომპონენტი და ამის საფუძველზე ჩამოყალიბდეს მეურნეობრიობის ახალი დამატებითი სტრატეგიული ზონაც კი. ე.ი. შესაძლოა წარმოიქმნას გარემოცვის და მათ შორის ბაზრის ცალკეული სეგმენტი, რომელზეც შეუძლია გავიდეს. სტრატეგიის ანალიზის თავდაპირველი ნაბიჯი მდგომარეობს მეურნეობრიობის შესაბამისი სტრატეგიული ზონების განსაზღვრაში. მათ გამოკვლევაში ბაზრის მოთხოვნათა და სრტუქტურისა და კონიუქტურის შესწავლის დარგში, საწარმოს არსებული სტრუქტურისა და მის მიერ მიმდინარე პერიოდში გამოშვებადი პროდუქციის გარეშე.

ამგვარი ანალიზის შედეგია პერსპექტივის შეფასება (რომელიც ამ სფეროში გაეხსნება ნებისმიერ საკმაოდ გამოცდილ კონკურენტს) იმ თვალსაზრისით, რომელიც ეხება წარმოების ზრდას, მოგების მისაღებ

ნორმას, ფინანსურ-სტაბილურობას და ტექნოლოგიას. აქ მიღებული ინფორმაცია აუცილებელია ანალიზის შემდგომი საფეხურისათვის. ეს იმიტომ, რომ გავერკვიოთ და მივიღოთ სათანადო სტრატეგიული გადაწყვეტილება, როგორ მოვიქცეთ, რომ კონკურენცია გავეუწიოთ სხვა საწარმოებს, მეურნეობრიობის შესაბამის სტრატეგიულ ზონებში.

სტრატეგიული მართვის სისტემა მოითხოვს, რომ საწარმოს მართვის ორგანიზაციულ ერთეულთა შორის გაგვანდეს სტრატეგიული მეურნეობრიობის ცენტრი. იგი პასუხს უნდა აგებდეს საწარმოს სტრატეგიული პოზიციების შემუშავებისათვის მეურნეობრიობის ერთ ან რამდენიმე სტრატეგიული ზონის მიხედვით და ამ ნიადაგზე ინდიკატური დაგეგმვის განხორციელებისათვის. იგი უნდა აგებდეს პასუხს წონასწორობის დაცვისათვის მოკლევადიან და გრძელვადიან რენტაბელობათა შორის.

აქ ფრიად დიდი მნიშვნელობა ენიჭება იმას, რომ *სტრატეგიული მეურნეობრიობის ცენტრმა განახორციელოს სტრატეგიული ეკონომიკის პრინციპით მუშაობა*. ეს გამოიხატება მეურნეობრიობის სტრატეგიულ ზონებს შორის საქმიანობის მასშტაბის ურთიერთმხარდაჭერაში ისე, რომ ყოველი სტრატეგიული ზონის მიხედვით მიღებული ლოკალური ეფექტების ჯამზე რაც შეიძლება მეტი აღმოჩნდეს მოცემული საწარმოს მეურნეობრივი სტრატეგიული ზონების ერთობლიობის, როგორც მთლიანობითი სისტემის საერთო ეფექტი. ამ შემთხვევაში მიიღება პოზიტიური სინერგიული ეფექტი. იმ შემთხვევაში თუ ლოკალური ეფექტების ჯამზე ნაკლები აღმოჩნდა მათი საერთო ეფექტი, მაშინ მიიღება ნეგატიური სინერგიული ეფექტი. მაგ., პირველ შემთხვევაში $2+2<5$, მეორე შემთხვევაში კი $2+2>3$. ე.ი. პირველ შემთხვევაში $2+2 \rightarrow 5$, მეორე შემთხვევაში $2+2 \rightarrow 3$.

მართვის სისტემაში ამგვარ მიდგომას უწოდებენ სინერგიზმის კონცეფციას. საწარმოებს, რომელთა საქმიანობა ეყრდნობა ამ კონცეფციას უწოდებენ სინერგიულ საწარმოებს (ფირმებს). არის ფირმები, სადაც მეურნეობრიობის სტრატეგიული ზონები ფუნქციონირებენ ურთიერთთან კავშირის გარეშე სრული დამოუკიდებლობით. სადაც მათ შორის საქმის ოპტიმალური განაწილების შესაძლებლობაც კი არ არის შექმნილი. ამიტომ ისინი არ ქმნიან მთლიანობით სისტემას, არამედ ჯუშმლობრივი ხასიათის ნარევია. ამგვარად მომქმედ ფირმებს უწოდებენ კონგლომერატ (მეურნეობრიობის სტრატეგიული ზონების მექანიკური

ნაერთის მქონე) ფირმებს.

სინერგიული და კონგლომერატი ფირმების საქმიანობის დამაგვირგვინებელი მაჩვენებლები დაახლოებით ერთნაირია გაუჯერებელი ბაზრის პირობებში. მაშინ, როდესაც თავისი შედეგებით სინერგიული საწარმოები საგრძნობლად აღემატება კონგლომერატ საწარმოებს გამძაფრებულ კონკრეტულ ვითარებაში, გაჯერებული ბაზრის პირობებში და ამ შემთხვევაში მართვის სინერგიული სტრატეგია ალმოჩნდება უფრო მდგრადი, რაც უფრო დიდია მოსალოდნელი არასტაბილურობა ბაზარზე და კონკურენციის სიმძაფრე, მით უფრო მეტია სინერგიზმის მნიშვნელობა წარმატების მისაღწევად.

მეურნეობრიობის სტრატეგიულ ზონათა ერთობლივი სინერგიული მართვის სტრატეგია უნდა აკმაყოფილებდეს ექვს კონკრეტულ ორიენტირს:

1. ზრდის მოკლევადიან პერსპექტივას;
2. ზრდის გრძელვადიან პერსპექტივას;
3. მოკლევადიან რენტაბელობას;
4. გრძელვადიან რენტაბელობას;
5. სტრატეგიულ მოქნილობას;
6. სინერგიზმს.

იმ შემთხვევაში თუ აღმოჩნდა, რომ მეურნეობრიობის მოცემული სტრატეგიული ზონა არ ამართლებს თავისი შემოსაულებით და არა პერსპექტიულია, მაშინ საწარმომ უნდა მიიღოს გადაწყვეტილება, საქმის გამოსწორების ანუ მცდელობის შემდეგ, რომ მიატოვოს ეს ზონა. თუ მეურნეობრიობის მოცემული სტრატეგიული ზონა პერსპექტიულია, მაშინ საჭიროა განხორციელდეს სტრატეგიული დაგეგმვა და სტრატეგიული მიზნის არჩევა.

სტრატეგიული დაგეგმვა მოიცავს წინასწარი დაგეგმვის შეთოდს და მიმდინარე კორექტირების შეთოდს. სტრატეგიული დაგეგმვა და საბაზრო ეკონომიკა უაღრესად თავსებადია და მოითხოვს, რომ საწარმო უაღრესად დიდ პასუხისმგებლობას გრძნობდეს, შეასრულოს მომხმარებლის ნამუს-სინდისიანი მსახურის როლი.

სტრატეგიულ შესაძლებლობათა მართვამ უნდა გაითვალისწინოს ის რომ: საბაზრო ეკონომიკა მოითხოვს მმართველისაგან (მენეჯერისაგან) იმის უნარს, რომ ჭკრეტდეს და თანადროულად ახდენდეს რეაგირებას გარემო პირობების არასტაბილურობაზე. ამ თვისებას ბევრად

მეტი მნიშვნელობა ენიჭება, ვიდრე გასულ პერიოდში წარმოებითი საქმიანობის ფაქტორთა ღრმა ცოდნას. პროფესიონალის შემოქმედებითი აზროვნება კი მომავლის ჭკრეტის საფუძველია, რამაც შესაძლებელი უნდა გახადოს შემუშავდეს შეცვლილ გარემო პირობებთან ფირმის (საწარმოს) ადაპტაციის მართვის პრაქტიკული მექანიზმი. ეს მექანიზმი უნდა დაეყრდნოს იმას, რომ გარემოცვაში მიმდინარე ცვლილებებს შეესაბამებოდეს ოპტიმალური პოტენციალური მომგებიანობისათვის საფირმო სტრატეგიის აგრესიულობა.

აგრესიულობაში იგულისხმება ძირფესვიანი ცვლილებების ის სიღრმე, რომელიც ფირმას შეაქვს მისი პროდუქციის, ტექნოლოგიის და მარკეტინგის კონცეფციის მონაცვლე თაობაში;

პოტენციალური მომგებიანობის მიღწევის მიზნით ფირმის საერთო ხელმძღვანელობა უნდა იყოს მზად განახორციელოს ცვლილებები, რომელიც შეესატყვისება მისი სტრატეგიის აგრესიულობას. ფირმის ხელმძღვანელობის მზადყოფნა ცვლილებებისათვის იმას ნიშნავს, რომ გარემოცველი პირობების ცვლილებების სიმკვეთრის შესატყვისად შეძლონ მათი გააზრება, მიღება და დაძლევა.

მიმდინარე და მომავალი წარმატების ფაქტორთა ურთიერთისადმი შეუსაბამობას მივყავართ მეურნეობრიობის მოცემული სტრატეგიული ზონის პირობების ცვლილებისაკენ.

გაუჯერებელი ბაზრის პირობებში თუ გაგვაჩნია საკმაოდ სწორხაზოვანი საქმიანობა პროდუქციის გასაღებაში, გაჯერებული ბაზრის პირობებში იგი სწრაფად გარდაიქმნება მარკეტინგულ საქმიანობად. მარკეტინგული საქმიანობისათვის დამახასიათებელია საქმიანობის ახალი სახეობანი:

1. პროდუქციის (მომსახურების) გასაღების პროცესის მსვლელობის ანალიზი;

2. ბაზრის კონიუნქტურის შესწავლა;

3. პროდუქციის (მომსახურების) გასაღების მექანიზმი (მეთოდების ერთობლიობა);

4. გასაღებაში დასაქმებული პერსონალის გადაადგილება;

5. პროდუქციის (მომსახურების) გასაღების მოტივაცია, რეკლამა, გასაღებისათვის ხელშეწყობა, საწარმოში მარკეტინგით დასაქმებულთა საქმიანობის ორგანიზაციის დაპროექტება და მეცნიერული კვლევის დაქვემდებარება მარკეტინგული ფუნქციებისადმი.

7.4. ქცევის სტილი

განარჩევნენ ქცევის ორ ურთიერთისაგან განსხვავებულ სტილს *პოსტფაქტუმისა და მეწარმეობის სტილს*.

პოსტფაქტუმის სტილის დროს სამმართველო გადაწყვეტილების მიღება ხორციელდება მას შემდეგ რაც ფაქტის წინაშე დგება მმართველი. ეს მოქმედება ხორციელდება მაშინ, როდესაც გარემომცველ პირობებში ცვლილების გარდუვალობა აშკარაა ან ამგვარი ცვლილება უკვე მოხდა. ქცევის ამ სტილის დროს გადაწყვეტილებანი მიმართული არიან იქითკენ, რომ შექმნილ ვითარებაში განახორციელონ ცვლილებათა მინიმიზაცია. ალტერნატივის ძიება ხორციელდება თანამიმდევრობით და მიიღება პირველი დამაკმაყოფილებელი გადაწყვეტილება.

პოსტფაქტუმის სტილის დემონსტრირებას ახდენს, როგორც კომერციული ასევე არამომგებიანი ორგანიზაციები.

ფირმების უმეტესობა, რომლებიც მოქმედებენ პოსტფაქტუმის სტილით, ამასთანავე იღწვიან ეფექტიანი საქმიანობისაკენ.

მეწარმეობრივი სტილის დროს იმის ნაცვლად, რომ დათრგუნონ და მოაზღინონ ცვლილებათა მინიმიზაცია ილტვიან ამ ცვლილებებისადმი აღდოს აღებისაკენ.

გარემოცვაში ცვლილებებით წარმოშობილ პრობლემაზე ნაცვლად წარმოების პასიური რეაქციისა, საწარმო აქტიურობს ამ პრობლემის გადასაჭრელად. ამ ცვლილებით დაბადებულ ახალ შესაძლებლობათა საფრთხეში იგი ხედავს ახალი მიღწევების ასპარეზს და ნაცვლად კერძო გადაწყვეტილებებისა წარმოებს მოქმედების ალტერნატიული გზების გლობალური ძიება და გარჩევა. ნაცვლად ერთისა ხორციელდება მრავალრიცხოვანი ალტერნატივების გააზრება. ნაცვლად კმაყოფილების გრძნობისა აქტიურობს გადაწყვეტილებათა მისაღებად. ეს პროცესი მიმართულია არსებულ ალტერნატივათა შორის უკეთესის არჩევისაკენ. ნაცვლად იმისა, რომ მეწარმე ილტვოდეს წარსული გარემო ვითარების შენარჩუნებისაკენ, იგი გამოდის გარემო მდგომარეობის უწყვეტი ცვლილებისაკენ, რათა ახალ შესაძლებლობათა გამოყენებით მიაღწიოს ახალ წარმატებებს.

პოსტფაქტუმისა და მეწარმეობის სტილთა პარალელი შეგვიძლია წარმოვადგინოთ შემდეგი სახით (იხ. სქემა 7.1.).

პოსტფაქტუმისა და მეწარმოების ქცევის სტილთა
ორგანიზებულობის მახასიათებელთა შედარება.

ორგანიზებულობის მახასიათებლები	ქ ც ე ვ ი ს ს ტ ი ლ ი	
	„პოსტფაქტუმის“ სტილი	მეურნეობრივი სტილი
1	2	3
1) მიზნები	მომგებიანობის ოპტიმიზაცია	მომგებიანობის პოტენ- ციალის ოპტიმიზაცია
2) მიზნების მოძრაო- ბანი	წარსულ-მიდგომათა ექსტრაპოლაცია	განისაზღვრებიან მოგე- ბის მიღებისა და მარ- თვის ხარისხის შესაძლე- ბლობათა თანამოქმედებ- ით.
3) შეზღუდვები	1. საწარმოს (ორგა- ნიზაციის) გარემოს მი- ხედვით 2. შიგა შესაძლებლო- ბათა მიხედვით	1. საწარმოს (ორგა- ნიზაციის) გარემოს შე- ცვლის უნარი 2. საჭირო სპეციალ- ობის შექმნის უნარი 3. უნარი აღვიქვათ და ავითვისოთ ქცევის სხვა- დასხვა წესი.
4) წახალისებისა და დასჯის სისტემა	1. წახალისება სტა- ბილურობისათვის, ეფე- ქტიანობისათვის. 2. წახალისება განე- ლილი საქმიანობისა- თვის	1. წახალისება შემო- ქმედებისა და ინიციატივი- ისათვის. 2. დასჯა ინიციატივის უქონლობისათვის.
5) ინფორმაცია	1. შინაგანი: საქმიანო- ბა 2. გარე ხანგრძლივი- ვადიან შესაძლებლობა- თა მოცულობა	1. შინაგანი შესაძლე- ბლობანი 2. გარე შესაძლებლო- ბათა გლობალური მოც- ულობა

1	2	3
6. პრობლემა	1. განმეორებითი, ცნობილი	1. არაგანმეორებითი, ახალი.
7. ხელმძღვანელი	1. პოპულარობა 2. უნარი დავაყაროთ მოქმედებათა ერთიანობა	1. სარისკო მოქმედებათა დაშვება. 2. უნარი შთაებერთ სულისკვეთება ცვლილებათა აღსაქმელად.
8. ორგანიზაციული სტრუქტურა	1. სტაბილური ან გაფართოებითი. 2. საქმიანობა ორგანიზებულია რესურსების გადამუშავების პროცესის შესაბამისად. 3. წარმოების მასშტაბის მიხედვით ეკონომისაკენ ლტოლვა. 4. საქმიანობათა სახეობები შეკავშირებულია სუსტად.	1. მოქნილი, სტრუქტურულად ცვალებადი. 2. საქმიანობა ორგანიზებულია პრობლემების შესაბამისად. 3. საქმიანობათა სახეობები შეკავშირებულია მკაცრად.
9. სამმართველო პრობლემების გადაწყვეტა ა) მოქმედებათა აუცილებლობის აღიარება	1. წარმოშობილ პრობლემაზე რეაქცია. 2. დაგვიანებით პრობლემის წარმოშობასთან შედარებით.	1. შესაძლებლობათა აქტიური ძიება. 2. პრობლემების წინასწარ ჭვრეტა.
ბ) ალტერნატივის ძიება	1. ორიენტაცია განვლივ გამოცდილებაზე. 2. სტატუს-კვოდან უმნიშვნელო გადახვევები. 3. განიხილება ერთადერთი ალტერნატივა.	1. შემოქმედებითი ძიება. 2. სტატუს-კვოდან მნიშვნელოვანი გადახვევები. 3. განიხილება მრავალრიცხოვანი ალტერნატივები

1	2	3
გ) ალტერნატივების შეფასება	1. გამოიყენება პირველი შემხვედრი რომელიც აკმაყოფილებს საჭიროებას.	1. ალტერნატივების ნაკრებიდან აირჩევა საუკეთესო.
დ) დამოკიდებულება რისკთან.	1. რისკის მინიმიზაცია. 2. შესაბამისობა განვლილ გამოცდილებასთან.	1. შეგნებული რისკი. 2. სარისკო ვარიანტთა ერთობლიობის ბალანსირება.

7.5. საქმეში ჩახედულობა როგორც სტრატეგიული დაგეგმვის საფუძველი

სტატეგიული დაგეგმვის პროცესში ინფორმაცია წარმოადგენს აუცილებელ წყაროს ცვლილებათა შესაძლო ზემოქმედების შეფასებისათვის. სკურპულიოზურად უნდა იქნას გაანალიზებული მოსალოდნელი საფრთხის შესაძლო საფინანსო შედეგები, საგულდაგულოდ უნდა იქნას დაბალანსებული საპასუხო ღონისძიებანი მუქარის, როგორც ხარჯების, ასევე საფრთხის ლიკვიდაციის ღონის მიხედვით.

საქმეში ამგვარი ჩახედულობა ახალ შესაძლებლობათა შესახებ, რომელიც იხადება გარემოცვაში ცვლილებათა გამო, დაფუძნებულია წარსულ გამოცდილებაზე. მაგალითად, როდესაც კონკურენტი ნერგავს მარკეტინგისადმი ახალ მიდგომას, ახალ პროდუქციას, ფასების ახალ სტრატეგიას, მაშინ ჩვენთვის წარმოიქმნებიან ახალი შესაძლებლობანი სპონტანურად (თვითნებურად). მაგალითად, ლაზერული ტექნოლოგიის გამოყენება ახალ სფეროებში, ანდა ელექტრონული კომპონენტების მსხვილმასშტაბიანი გამოყენება სანამ განხორციელდება, მანამდე ისინი გათვლიან მეცნიერებაში სათანადო მიღწევების სტადიას და შემდეგ მისი პრაქტიკულად გამოყენების კონდიციაზე დაყვანის სტადიას. ამ ციკლის საწყის სტადიაზე მათი ბუნება, გავლენა და შესაძლო შედეგები ჯერ კიდევ გაურკვეველია წარმოებისათვის.

ამიტომ, როდესაც პორიზონტზე გამოჩნდებიან ცვლილებათა პირველი ნიშნები უნდა ვიყოთ მზად იმისათვის, რომ მოველოდეთ პირველ დაწყებით ეტაპზე ინფორმაციას, რომელიც იქნება ბურუსით მოცული და რომ დროის გასვლის კვალობაზე იგი თანდათან უფრო ნათელი და სრული გახდება.

ამ გარემოებათა გამო საჭიროა და შესაძლებელიც დავადგი-ნოთ საქმეში ჩახედულობის ხუთი დონე (იხ. სქემა 7.2.)

ამ ცხრილის განხილვა გვიჩვენებს, რომ საქმეში ჩახედულო-ბის მე-5 დონე ჩახედულობით ყველაზე მაღალია, რომელიც მოიცავს ინფორმაციის სრულ მოცულობას (5-ვე პოზიციას), აუცილებელს სტრატეგიული დაგეგმისათვის. ინფორმაციის სრული მოცულობა (იხ. პოზიცია 5) საკმარისია არა მარტო სპონტანური მოვლენებ-ის ნეგატიური ფინანსური შედეგების განსაზღვრისათვის, არამედ საპასუხო ღონისძიებათა დასახვა გატარებით საჭირო მოვლენების პოზიტიური განვითარებისათვის.

1-დონეზე საქმეში ჩახედულობა შეესაბამება სასარგებლო ინ-ფორმაციის უმცირეს მოცულობას (იხ. პოზიცია 1), რომელსაც დებულობს ხელმძღვანელობა. ამ დონეზე ცნობილია მარტო ის, რომ გამორიცხულია რაიმე საფრთხის წარმოშობა, თუმცა მისი ბუნება და წყარო ჯერ კიდევ უცნობია.

მე-2 დონეზე საქმეში ჩახედულობა რამდენადმე მატულობს 1-თან შედარებით, მაგ., 40-იანი წლების დასაწყისში საერთოდ აღიარებულად ითვლებოდა ფიზიკოსთა შორის, რომ ნახევარგამტარებს დიდი მომავალი აქვთ. თუმცა გავა წლები, სანამ გაჩნდება ტრან-ზისტორი. ამრიგად, იყო ცნობილი ახალ შესაძლებელ მოვლენათა წყარო (იხ. II სვეტი), თვით მოვლენა ჯერ კიდევ არ წარმოქმნი-ლა. მას შემდეგ რაც იქნა გამოგონებული ტრანზისტორი, საქმეში ჩახედულობამ იმატა და მიაღწია მე-3 დონეს, თუმცა არ იყო ნათელი, თუ რომელ სფეროში გამოდგებოდა ეს გამოგონება და შეუძლებელიც იყო ამის მიხვედრა.

ასეთივე გაურკვეველი იყო შეტყვისა და თავდაცვის ღონისძ-იებანიც, რომლებიც იქნებიან ამოქმედებულნი საწარმოების (ფირმების) მიერ. როდესაც საწარმოებმა (ფირმებმა) დაამუშავეს და განახორ-ციელეს პირველი საპასუხო ზომები, საქმეში ჩახედულობამ მიაღ-წია მე-4 დონეს, თუმცა ძნელი დარჩა შესაძლო კაპიტალდაბანდე-

მოულოდნელ ცვლილებათა პირობებში საქმეში
ჩახედულობის დონე

ინფორმაციის პოზიციების რიგითი №	ინფორმაციის მოცულობა	საქმეში ჩახედულობის დონეები				
		ახალ შესაძლებლობათა გრძნობა	ახალ შესაძლებლობათა წყარო	კონკრეტული შესაძლებლობა	კონკრეტული საპასუხო ღონისძიებები (რეაქცია)	კონკრეტული შედეგები
1	რწმენა სპონტანური მოვლენის გარდუვალობაში	+	+	+	+	+
2	დადგენილია სფერო ან ორგანიზაცია, სადაც შესაძლოა წარმოიქმნას სპონტანური მოვლენა		+	+	+	+
3	გაგვანია პრობლემების მახასიათებლები: მათი ბუნება, მასშტაბი და გავლენის ხასიათი			+	+	+
4	განსაზღვრულია საპასუხო ღონისძიებები: დაწყების მომენტი და მოქმედებათა პროგრამა, საფინანსო უზრუნველყოფა	-	-	-	+	+
5	ფინანსური შედეგები და მიღებული ზომები (ღონისძიებები) ექვემდებარებიან შეფასებას					+
	საქმეში ჩახედულია	+				

ბათა და შემოსავლების განსაზღვრა. საწარმოები (ფირმები), რომლებმაც პირველებმა დაიწყეს ტრანზისტორის წარმოება ანხორციელებდნენ მსხვილ დაბანდებებს ტექნოლოგიაში: იგი ეყრდნობოდა იმის იმედს, რომ ამ საქმეში დაშვებული რისკი გაამართლებდა.

საქმეში ჩახედულობამ მიაღწია 5-დონეს მხოლოდ მაშინ, როდესაც ნახევარგამტარების წარმოებაზე დანახარჯების შესახებ მიღებული ინფორმაცია საკმარისი აღმოჩნდა ახალი ტექნოლოგიის მომგებიანობის განსაზღვრისათვის. თუმცა იმ დროს ნახევარგამტარების წარმოებაში პიონერი ფირმები (საწარმოები) იძულებულნი იყვნენ გაეწიათ დიდი დანახარჯები წარმოების ამ სფეროს ასათვისებლად.

ამ ცხრილიდან ისიც ჩანს, რომ დადებითი პასუხის მზარდი რიცხვი ჩახედულობის შესახებ მატულობს თანდათანობით. უპირველესი მნიშვნელობისაა დარჩენილი დროის ის პერიოდი, რომელიც მოიცავს ჩახედულობის მე-5 დონის მიღწევის მომენტსა და მოცემულ საწარმოში ამ მოვლენის დამკვიდრების შედეგების მომენტს შორის შუალედს. საფრთხის შემთხვევაში ეს იქნება „დარჩენილი დრო“ იმ მომენტამდე, როდესაც საწარმოს შემოსავლების დანაკარგები მიაღწევენ მაქსიმუმს.

იმ შემთხვევაში თუ ახალი მოვლენა აღმოჩნდება საწარმოსათვის ხელსაყრელი, მაშინ ეს იქნება დრო, როდესაც კონკურენტ საწარმოთა საპასუხო ზომები გახდებიან ისეთი ენერგიული, რომ ნებისმიერი ახალი კონკურენტის მცდელობა, რომ გაიმარჯვოს იქნება მთლიანად განწირული ჩამლისათვის.

გადაწყვეტილება რეაგირების შესახებ უნდა იქნას მიღებული მხოლოდ ერთი კრიტერიუმით. სახელობრ, რეაქციაზე ხარჯების შედარებით შემოსავალთა მოსალოდნელი შემცირების თავიდან აშორების ოდენობასთან და ამ საფუძველზე იმის განსაზღვრით თუ რა შესაძლო მოგება დარჩა საწარმოს ამგვარი რეაგირებისათვის. საწარმოს უნდა გააჩნდეს სამეურნეო რისკის ფონდი, როგორც მუქარის (საფრთხის) საპირისპირო ღონისძიებათა გატარების დაფინანსების წყარო.

საწარმოს მორგება შეცვლილი მოთხოვნილებისადმი შესაძლებელია მეურნეობრიობის ძველ სტრატეგიულ ზონებში წარმოების შეკვეცით და საქმიანობის ახალი სფეროების ჩამოყალიბებით. ე. ი.

მეურნეობრიობის ახალი სტრატეგიული ზონის დაუფლებით, სადაც ხორციელდება ახალ ტექნოლოგიათა რეალიზაცია. ამგვარი ქცევა ცნობილია დივერსიფიკაციის სახელწოდებით. შესაძლოა ფინანსურ ფართო შესაძლებლობათა პირობებში დივერსიფიკაცია განხორციელდეს მეურნეობრიობის ძველი სტრატეგიული ზონების შეუკვეცავადაც. სახელმწიფო პოლიტიკა, რომელიც ხელს უწყობს დივერსიფიკაციის ამ პროცესს ქმნის იმის შესაძლებლობას, რომ მეწარმეებმა განახორციელონ საკუთარ კომპანიათა დაარსება, რომელიც მოიცავს მეურნეობრიობის მრავალრიცხოვან სტრატეგიულ ზონებს. მხოლოდ და მხოლოდ თანამედროვე მსხვილ კომპანიებს შეუძლიათ განახორციელონ საფინანსო რესურსების მობილიზაცია, რაც აუცილებელი არის მეცნიერებისა და ტექნიკის უახლეს მიღწევათა წარმოებაში წარმატებით დანერგვისათვის.

ამ საფუძველზე კომპანიებს შეუძლიათ განახორციელონ წარმოებათა ადაპტირება მუდამ ცვლადი მოთხოვნებისადმი. აქ არსებითი მნიშვნელობა ენიჭება ინოვაციის პოლიტიკას, რომლის შეფასების კრიტერიუმს წარმოადგენს სამეცნიერო-ტექნიკური რევილუციის დონე და მისი სოციალურ-ეკონომიკური უკუგება. სამეცნიერო-კვლევითი დამუშავების დონის ამაღლებამ და აქტივიზაციამ შესაძლოა გამოიწვიოს ის, რომ ახალი პროდუქციის ათვისებისადმი ადაპტირების პროცესი, შეიცვალოს ახალი პროდუქციის წინგამსწრები დამუშავებით, რომ მეცნიერებისა და ტექნიკის განვითარების უახლესი სიტყვა იბადებოდეს და ინერგებოდეს ჩვენს საწარმოში.

მეურნეობრიობის სტრატეგიულ ზონებში წარმატებები მოითხოვს ამ ზონების საგულდაგულო გამოკვლევას, რომლისთვისაც არსებითი მნიშვნელობა ენიჭება მართვას მეურნეობრიობის სტრატეგიული ზონების მიხედვით.

7.6. სტრატეგიული რეაქცია მოსალოდნელ ცვლილებებზე

სტრატეგია საწარმოს აძლევს იმის შესაძლებლობას, რომ ღირსეულად წინ აღუდგეს ურთულეს გარემოცვას, საწარმოს პოტენციალი კი შესაძლებელს ხდის საწარმომ მოახდინოს სათანა-

დო რეაგირება მოსალოდნელ პრობლემებსა და შესაძლებლობებზე.

სტრატეგიული რეაქციის ამოცანა მდგომარეობს იმაში, რომ მინიმუმამდე იქნას დაყვანილი, როგორც საწარმოო, ასევე კომერციული ზარალი. ეს იმას ნიშნავს, რომ შეცვლილი გარემოცვისადმი ტექნიკა-ტექნოლოგიის შეცვლით, ახალი პროდუქციის შექმნისა და ათვისების რეაქციაზე ხარჯები უნდა ჰპოვებდნენ გამართლებას პროდუქციის (მომსახურების) რეალიზაციით, წინააღმდეგ შემთხვევაში თავს იჩენს კომერციული ზარალი. ამასთანავე საჭიროა კონკურენტებს დაასწრო ახალი ენერჯის გამოყენებაც, რათა შესაძლებლობის მიხედვით ენერჯიაზე ხარჯების შემცირებაც გადაეკციოთ ეკონომიკური (წმინდა) მოგების წყაროდ. იმ შემთხვევაში თუ გარემოცვაში მოსალოდნელი ცვლილება არ იქნება გამოვლენილი სპეციალური პროგნოზირებით, მაშინ ამ ცვლილებაზე საპასუხოდ თავდაპირველად გატარდებიან რეაქციის ის ღონისძიებები (დანახარჯთა შემცირებისათვის, შრომის ნაყოფიერების* გადიდებისათვის, წარმოების სრულყოფისათვის, გასაღების აქტივიზაციისათვის) რომლებიც წარსულში ეხმარებოდნენ საწარმოს პრაქტიკულად დაეკორექტირებინა ეკონომიკური მაჩვენებლების პერიოდული გაუარესებანი.

ტექნოლოგიის არაექსტრაპოლაციური პროგნოზირება, სტრუქტურული ეკონომიკური პროგნოზირება, მომავლის სცენარების აგება და ა.შ. რომელთა დანიშნულებაა დისკრეტულ გადახრებიანი მომავალი ცვლილებების გამოვლენა, აყალიბებს *ქცევის იმ ტიპს, რომელსაც უწოდებენ ინდიკატურ გეგმიან მართვას*. აქ მთავარია არასასურველ გადახრათა დაძლევა და ღონისძიებათა დაგეგმვა, რომლებიც უზრუნველყოფენ საწარმოს მომავალ წარმატებებს. ამ მიმართებით პრობლემების გადაწყვეტა უნდა შეადგენდეს ხელმძღვანელთა მუდმივი ზრუნვის საგანს, ყოველდღიურ სამუშაოს.

იმ პერიოდში, რომელიც გარე ცვლილებებზე რეაგირებას უძღვის წინ, წარმოებს ხარჯების გამოვლინება, გაანალიზება და გამოსწორება. თუმცა ყოველივე ეს ხორციელდება დამკვიდრებული პრაქტიკის და ჩვეულებრივ დაპროგრამებული საქმიანობის ფარგლებში.

მოქმედების დაწყების მომენტის მნიშვნელობა მდგომარეობს იმაში, რომ უნდა განხორციელდეს საგანგებო, არასტანდარტული, რადიკალური ზომები. ამ ზომებს იყენებენ იმისათვის, რომ ფირმის

* შრომის მწარმოებლურობის.

საქმიანობამ მისი შინაგანი დინამიკა და ფასეულობათა სისტემა მოიყვანოს მის გარემოცვაში დისკრეტულ ცვლილებათა შესატყვისობაში*. ამგვარ ზომებს, რომლებიც ცვლიან პერსპექტივაში ფირმის სახეს და აყალიბებენ მისი ცხოვრების „ახალ წესს“, წარმოადგენს ფირმის შეღწევა ბიზნესის ახალ სფეროში. მას თან ახლავს ფირმის მიმდინარე საგნობრივ-საწარმოო სპეციალიზაციაზე ხელის აღება, მისი არსებითი რეორგანიზაცია და სტრატეგიული მართვისა და ბიზნეს გეგმის სისტემის დანერგვა. აი, ამგვარ საქმიანობას ეწოდება სტრატეგიული ზომების მიღება.

საბაზრო ეკონომიკისათვის გამორიცხულია სახლმწიფო ცენტრალიზებული დირექტიული დაგეგმვა. ვინაიდან იგი აგებულია ბრძანებულებათა სტრუქტურასა და ლოგიკაზე. სახელმწიფო ცენტრალიზებულ დონეზე საბაზრო ეკონომიკა ორგანულად ითავსებს ინდიკატურ დაგეგმვას, რომელიც სტრატეგიული მართვით და ბიზნეს გეგმით იფარგლება. დაგეგმვის ცენტრალიზებული ორგანო საბაზრო ეკონომიკის პირობებში უნდა ეყრდნობოდეს იდეებით გავლენას და არა ბრძანებებით ზემოქმედებას. *საბაზრო ეკონომიკა მოითხოვს, რომ სახელმწიფო დონეზე დაიგეგმოს სტრატეგიითა შეჯერება, დანარჩენი კი მიენდოს მართვის საბაზრო მექანიზმს.* თუმცა ამ მექანიზმს სასურველ სოციალურად სამართლიან კონტურებში უნდა აქცევდეს სახელმწიფოს მიერ ბაზრის რეგულირების ფუნქცია.

საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლა არ ნიშნავს უარის თქმას გეგმიან მართვაზე. იგი მოითხოვს დირექტიული დაგეგმვიდან ინდიკატურ დაგეგმვაზე გადასვლას.

7.7. ფირმის მუშაობის სტრატეგიული ზონების მართვის საფუძვლები

სიტუაციურ შესაძლებლობათა ანალიზი ხშირად მიუთითებს იმაზე, რომ საწარმოს (ფირმას) ესაჭიროება საქმიანობის გაშლა საბაზრო შესაძლებლობათა არა ერთი პროფილით, არამედ რა-

* წყვეტადი ცვლილებებია მხედველობაში. მაგ. პროდუქცია წლიური, თვიური და ა. შ.

მოდენიშე პროფილით, რომლებიც აკმაყოფილებენ მეურნეობრიობის სხვადასხვა სტრატეგიული ზონის მოთხოვნებს.

ამრიგად, წარმოიქმნება შესაძლებლობათა მრავალგვარობის ერთ საწარმოში (ფირმაში) ურთიერთისაღმი თავსებადი გამოყენების პრობლემა. განარჩევენ ამ პრობლემის გადაჭრის რამოდენიმე ვარიანტს:

I. ერთ-ერთი რაიმე პროფილის უპირატესობის შენარჩუნება მეურნეობრივ სტრატეგიულ იმ ზონებში, რომლებიც იძლევიან მოგებას, რომლის წილი ყველა ზონების საერთო მოგებაში ყველაზე მეტია. სხვა ზონებში უნდა შეეურიგდეთ შედეგების ლოკალურ ოპტიმუმს.

ამგვარი გადაწყვეტილების მიღება შეიძლება, მაშინ თუ შეკვეთების პორტფელი არ გამოირჩევა შეკვეთების მრავალგვარობით და არც მძაფრ კონკურენციას განიცდის. ეს ვარიანტი გამოირჩევა თავისი ხელსაყრელობით, რასაც განაპირობებს მაქსიმალური სიმარტივე, ხილვადობა და ის, რომ მას გააჩნია ფირმისათვის (საწარმოსათვის) საჭირო ხელმძღვანელობის ერთიანი კულტურის აღზრდის უნარი. უკანასკნელი აადვილებს ფირმის შიგნით თანამდებობრივ გადაადგილებას.

II. მეურნეობრიობის სტრატეგიულ ზონათა რიცხოვნობის შემცირება და მათი დაბალანსებული ნაკრების ჩამოყალიბება ფირმის საერთო ხელმძღვანელობის მოხერხებული განხორციელებისათვის. ამ შემთხვევაში:

1. ფირმის ორგანიზაციულ სტრუქტურაში გამოიყოფა *სტრატეგიული მეურნეობრივი ცენტრები* („სმც“) ყოველი მათგანი ემსახურება მეურნეობრიობის სტრატეგიულ ზონათა სათანადო ჯგუფს. ცენტრი („სმც“) შეიმუშავებს თავის პროფილს, რომელიც უნდა იყოს თავსებადი მისი საქმიანობის კონკრეტულ პირობებთან.

2. ფირმის ხელმძღვანელობა განაგებს მთლიანად ფირმის საერთო სტრატეგიას. ე. ი. ანხორციელებს მეურნეობრიობის ყველა სტრატეგიული ზონის ინტეგრირებულ მართვას. იგი ქმნის სტრატეგიულ მეურნეობრივ ცენტრებს („სმც“), აბალანსებს მეურნეობრიობის სტრატეგიული ზონების („მსზ“) ნაკრებს, ანაწილებს სტრატეგიულ რესურსებს გლობალურ ნიადაგზე, მასში რთავს რესურსების გადასროლას ერთი ცენტრიდან მეორეში, იცავს და აწვითარებს *სინერგიულ სტრატეგიას* რითაც მიისწრაფვის იქითკენ, რომ მეურნეობრიობის

სტრატეგიული ზონების ლოკალური ეფექტების ჯამს აღმატებოდეს, და რაც შეიძლება მეტად, სხვადასხვა მეურნეობრივი სტრატეგიული ზონების ორგანიზებულობის ერთიანი სისტემის ეფექტი (სინერგული საწარმო).

3. საერთო კორპორაციული ხელმძღვანელობის სამმართველო შესაძლებლობათა პროფილი რჩება მოქნილი და მას შეუძლია მოერგოს ხელმძღვანელობის სხვადასხვა კულტურას, შრომის ანაზღაურების სხვადასხვა სისტემებს და სტრატეგიული მეურნეობრივი ცენტრების მართვას.

4. ფირმის შტაბ-ბინა იყენებს სათანადო შემაჯღლებელ სისტემებს, რომლებიც შესაძლებელს ხდიან მეურნეობრიობის სტრატეგიული ზონების საქმიანობათა და შედეგების ინტრეგირებას.

III ფირმის კონგლომერატის სახით ფუნქციონირება.

აქ ყოველ ფილიალს (განყოფილებას) გააჩნია იმის შესაძლებლობა, რომ დაამუშაოს თავისი საკუთარი სამართველო პროფილი. ამ ვარიანტისას ფილიალთა შორის არ არსებობს სინერგიული რგოლები. ე. ი. სახეზე გვაქვს ჯუმლობრივი და არა მთლიანობითი სისტემა. ფირმის მიერ უდიდესი ეფექტიანობის მიღწევა მთლიანად და განუყოფლად ასახავს ყველა ფილიალის საქმიანობათა ლოკალური ეფექტების ჯამს (ჯუმლობრივ ეფექტს). ფირმის საერთო ხელმძღვანელობის კომპეტენციაში რჩება, როგორც წესი, სამართლებრივი და საფინანსო საკითხები. სტრატეგიული და ოპერატიული საკითხები გადაეცემა ფილიალებს მათი შეხედულებისამებრ. თუ ფილიალი მუშაობს ქრონიკული შეფერხებით, მას ან გააყიდიან, ანდა ცვლიან ფილიალის ხელმძღვანელს.

IV. ფირმის ფუნქციონირება, როგორც ინტეგრირებული მთლიანობისა. ამ შემთხვევაში ხორციელდება მეურნეობრიობის სტრატეგიული ზონების სხვადასხვა ჯგუფისათვის სათანადო პროფილების დამუშავება და მათი ურთიერთთან დაკავშირება. ეს ვარიანტი ქმნის მრავალმხრივ სამართავ პოტენციალს. ამ ვარიანტისას, ფირმა განსხვავდება კონგლომერატისაგან, თუმცა არც სრულყოფილი სინერგიულობით ხასიათდება.

7.8. სტრატეგიული ამოცანებით მართვის აუცილებლობა

საწარმოს მარკეტინგულ საქმიანობაში სტრატეგიული ამოცანა წარმოადგენს მოსალოდნელი ზღომილობის* (რომელსაც ძალუძს არსებითი გავლენა მოახდინოს საწარმოს უნარზე), თავიდან აშორების ან, ამ ზღომილობისადმი საწარმოს ფეხის აწყოების გზით, მისი საწარმოს სამსახურში ჩაყენების მიზანდასახულობას.

ამ ამოცანის გადაჭრა შეიძლება მოიცავდეს გარემომცველ არეში წარმოქმნილ ახალ შესაძლებლობებს, რომლებითაც უნდა ისარგებლოს მოცემულმა საწარმომ და ამ მხრივ საწარმოს ძლიერი მხარე გამოიყენოს დიდი სარგებლობის მოსატანად.

ეს ამოცანა შესაძლოა იყოს გარედან მუქარის შედეგი. ანდა საწარმოს სუსტი მხარით გამოწვეული, რომელიც საფრთხის ქვეშ აყენებს საწარმოს შემდგომ წარმატებებს ანდა მის არსებობასაც კი.

არაიშვიათად აქტიური და ფხიანობაზე დაფუძნებული მართვის გზით შესაძლოა გარდაექმნათ გარედან მოსალოდნელი (მოსული) საფრთხე, რომელიც წყვეტადი ცვლილებების მატარებელია.

ცნობილია, რომ როდესაც პირველად გამოჩნდა „სცენაზე“ სტრატეგიული დაგეგმვა, როგორც სტრატეგიული მართვის ცენტრალური რგოლი, მოელოდნენ რომ სტრატეგია ყოველწლიურად გადაისინჯებოდა. გამოცდილებამ კი გვიჩვენა, რომ ასეთი მიდგომა პრაქტიკაში მიუღებელია და ზედმეტიც კი, მითუმეტეს თუ გარემოცვაში მომზდარი ცვლილებები არა არსებით გავლენას ახდენენ საწარმოს ეკონომიკურ-საფინანსო მდგომარეობაზე.

პრაქტიკულად არაა მისაღები სტრატეგიაში ხშირი ცვლილებები იმიტომ, რომ სტრატეგიის გადასინჯვა მოითხოვს მნიშვნელოვან ხარჯებს, ენერგიასა და დროს. მისი ყოველწლიური განხორციელება იწვევს სამმართველო პერსონალის გადატვირთვასაც, შესაძლოა ხარჯებმა და დაძაბულობამ გადაფარონ სტრატეგიის ცვლილებებით გამოწვეული სარგებელიც კი.

* ზღომილება - ის რაც უნდა მოხდეს (მოხდა) საწარმოს შიგნით თუ მის გარემომცველ არეში.

სტრატეგიაში ხშირი ცვლილებები ზედმეტია იმიტომ, რომ სტრატეგია წარმოადგენს ხანგრძლივადიან გადაწყვეტილებას, რომლის განხორციელებაც მოიცავს რამოდენიმე წელს. სტრატეგიის ყოველწლიური ცვლილება-გადასინჯვა, მისი სრულყოფის (გაუმჯობესების) ნაცვლად, იწვევს ხელმძღვანელთა მოქმედებაში გაუგებრობას და გამორიცხავს სტრატეგიის ობიექტური ეფექტიანობის შემოწმებას.

აღნიშნული რეალობის აღქმის კვალობაზე კომერციული ან მარკეტინგით მოსაქმე საწარმოებმა დაიწყეს სტრატეგიის კომპლექსური გადასინჯვა ერთხელ რამოდენიმე წლის მანძილზე. წინა წლის შედეგების განხილვისას, რომელიც წინ უძღვის მიმდინარე წლის გეგმის შედგენას, ყურადღება კონცენტრირებულია სამეურნეო საქმიანობის იმ უბნებზე, რომლებშიც გამოვლინდნენ არსებითი სტრატეგიული ამოცანები.

გარემოცვაში შემჩნეული ტენდენციებისა და პერსპექტივების კომპლექსური ანალიზი, რომელიც კომპლექსს განიხილავს, როგორც მთლიანობით სისტემას, იმის შესაძლებლობას იძლევა, რომ გამოვკვლინოთ დამატებითი სტრატეგიული ამოცანები, რომლებიც წარმოჩნდებიან ამ სისტემის სისტემურ კანონზომიერებათა გამოკვლევის გზით.

ამა თუ იმ სტრატეგიის გამოყენებისას წარმოქმნილი და გარემოცვის შესწავლით გამოვლენილი პრობლემები ხდებიან მთავარი წლიური გეგმების შედგენისას.

ამრიგად, სტრატეგიის ანალიზი, რომელიც იძლევა საწარმოს მომავალი განვითარების ღონისძიებათა განსაზღვრას, იქნა შევსებული სტრატეგიული ამოცანების ანალიზით, რომელიც განსაზღვრავს საწარმოს რეაქციას არსებითი ზეგავლენის მომხდენ ხდომილობაზე.

გარდა ზემოაღნიშნულისა ცხოვრებამ სასურველი გახადა სტრატეგიულ ამოცანათა ანალიზის გამოყოფა, წლიური სტრატეგიულ დაგეგმვისაგან. ეს გამოიწვია იმან, რომ ზოგიერთ საწარმოს არ გააჩნია შესაძლებლობა, ზოგიერთს კი აუცილებლობით არ სჭირდება მიმართოს წლიური სტრატეგიული დაგეგმვის გადამტვირთავ პროცედურებს.

შესაძლებლობის უქონლობით ხასიათდებიან წვრილი საწარ-

მოები. მათ უნდა გაუძღონ გარემოცვის ცვალებადობას სტრატეგიული ანალიზით გამოვლენილ ახალ ამოცანებზე შესაძლო ოპერატიული რეაგირებით. მათ არ გააჩნიათ არც საკმაოდ ძლიერი სამმართველო აპარატი და არც საკმაო რესურსები იმისათვის, რომ განახორციელონ კომპლექსური დაგეგმვა.

საწარმოთა მეორე ჯგუფისთვის ძირითადი სტრატეგიული მისწრაფებანი ნათელია და შედარებით მდგრადი, ხოლო გარემოცვა, რომლის პირობებშიაც ისინი არსებობენ, ხასიათდება მოულოდნელი ცვალებადობით. ეს ის ხდომილობანია, რომელთაც გააჩნიათ მოულოდნელი წყაროები და სწრაფად ახდენენ გავლენას ფირმის (საწარმოს) ეკონომიკურ მაჩვენებლებზე. აქ *წლიური სტრატეგიული დაგეგმვა ვერ ითვალისწინებს მათ, მოულოდნელად წარმოქმნილი სისწრაფის გამო. ამიტომ საწარმოს რეაგირება უნდა მოხდეს ოპერატიულად სტრატეგიულ ამოცანათა ანალიზის კვალობაზე.* შეუძლებელი ხდება რომ ეს ხდომილობანი თავის დროზე გამოიყნონ და მოახდინონ მათზე რეაგირება წლიური სტრატეგიული დაგეგმვით. ამ გარემოებით აიხსნება, რომ ამ პირობებმა გამორიცხა წლიური სტრატეგიული დაგეგმვის აუცილებლობა.

ზოგიერთი იმ პრობლემათაგანი, რომლებიც აღმოცენდებიან დაგეგმვის პერიოდთა შორის, შეუძლიათ ძლიერი და სწრაფი ზეგავლენა მოახდინონ საწარმოს საქმიანობის შედეგებზე და ეს გავლენა შესაძლოა საბედისწეროც კი აღმოჩნდეს. ამიტომ მათი გადაჭრა არ შეიძლება გადაიდოს მომდევნო საგეგმო პერიოდისათვის: რიგი პრობლემებისა კი წარმოიქმნებიან მიმდინარე საგეგმო პერიოდში და შეუძლიათ მოახდინონ ზეგავლენა საწარმოზე მანამდე, სანამ ეს საგეგმო პერიოდი დამთავრდება.

ორივე შემთხვევაში *სასურველია გამოვეყნოთ სტრატეგიულ ამოცანათა გადაჭრა წლიური სტრატეგიული დაგეგმვისაგან.*

7.9. სტრატეგიული ამოცანებით მართვის სისტემა

სტრატეგიული ამოცანებით მართვის სისტემა წარმოადგენს ფირმის (საწარმოს), როგორც შიგნით, ასევე მის გარემოცვაში

მოულოდნელ ცვლილებათა ადრეული გამოვლინების და მათზე სწრაფი რეაგირების სისტემატიზებულ მექანიზმს.

ცვლილებათა ადრეული გამოვლინება შესაძლებელია მიღწეული იქნეს ღონისძიებათა შემდეგი სისტემით:

1. გრძელვადიანი და წლიური სტრატეგიული დაგეგმვისაგან განსხვავებით, რომლებიც ითვალისწინებენ სტრატეგიულ ამოცანათა ანალიზსა და განხილვას მრავალ წლიური ან წლიური გეგმის შედგენის პერიოდში, სტრატეგიული ამოცანებით მართვის სისტემა მოქმედებს დროის რეალური მასშტაბით. სტრატეგიული ამოცანების გადაწყვეტა ხორციელდება განუწყვეტლივ (ისევე როგორც უწყვეტია თვით წარმოების პროცესი) მთელი წლის მანძილზე. პრაქტიკაში ეს მოასწავებს პერიოდულად (მაგ. ყოველთვიურად) სტრატეგიული საკვანძო ამოცანების ნუსხის გადასინჯვასა და კორექტირებას.

2. სტრატეგიული ამოცანებით მართვის სისტემა ითვალისწინებს განუწყვეტლივ თვალყურისდევნებას ექსტრემალური პირობების წარმოჩენისადმი, როგორც საწარმოს შიგნით, ასევე საწარმოს გარეთ სტრატეგიის კორექტირებათა შორის ინტერვალებში. ამგვარი პრობლემების გამოჩენისას „წითელი სიგნალი“ სასწრაფოდ აფრთხილებს ხელმძღვანელობას, რომ დაუყოვნებლივ მიაქციოს მას ყურადღება.

სწრაფი რეაგირება ტენდენციათა ცვლილებებზე შესაძლებელია განხორციელდეს შემდეგი ურთიერთ-შემავსებელი ხერხებით (წესებით):

- *სტრატეგიული ამოცანებით მართვის სისტემის გაძლიერების მოვალეობებს კისრულობს საწარმოს უმაღლესი დონის მართვის ჯგუფი.* მის განკარგულებაში იმყოფება აუცილებელი რესურსები და უფლებები იმისათვის, რომ შესაძლებელი გახდეს შეფერხებათა გარეშე შეუდგნენ ოპერატიულ მოქმედებებს.

აუცილებლობის შემთხვევაში სტრატეგიული ამოცანებით მართვის სისტემას შეუძლია იმოქმედოს მართველობის იერარქიული ორგანიზაციის ჩვეულებრივი პრინციპის საპირისპიროდ. სახელდობრ, საწარმოს უმაღლესი ხელმძღვანელობა კონკრეტული სტრატეგიული ამოცანების უშუალოდ გადაწყვეტას ავალებს იმ ქვედანაყოფებს, რომლებიც უკეთესად არიან მზად ამ საქმისადმი

იმ შემთხვევაშიაც კი, თუ ეს მოითხოვს ამ ქვედანაყოფებთან თანამოქმედებას ზოგიერთი იერარქიული დონის გვერდის ავლით.

იმ შემთხვევაში, თუ (როგორც ეს არც თუ ისე იშვიათად ხდება ხოლმე) რაიმე პრობლემა ვერ თავსდება ამა თუ იმ ქვედანაყოფის საქმიანობის ჩარჩოებში, ექსპერტებისაგან ქმნიან მიზნობრივ ჯგუფს, რომლებთანაც ამ პრობლემას აქვს უშუალო მიმართება. ამგვარი ჯგუფი ღებულობს თავის განკარგულებაში საჭირო რესურსებს და ემორჩილება ფირმის უმაღლეს ხელმძღვანელობას.

- წარმოშობილი სიტუაციით გამოწვეული ეს ახალი მოვალეობანი გულისხმობენ სტრატეგიულ ამოცანათა გადაჭრას და არა რეაქციის დაგეგმვას.

ამრიგად *სტრატეგიული ამოცანებით მართვის სისტემა მოქმედებათა მართვის სისტემაა და არა დაგეგმვა.*

როდესაც მოქმედებს რამოდენიმე მიზნობრივი ჯგუფი და როცა ხორციელდება სტრატეგიული ამოცანების ნუსხის უწყვეტი კორექტირება და გადასინჯვა, ერთდროულად ხორციელდება დაგეგმვა და სტრატეგიული ამოცანებით მართვის სისტემით წარმოქმნილ მოქმედებათა განხორციელება.

სტრატეგიული ამოცანებით მართვის სისტემა ითვალისწინებს მოვალეობათა განაწილებას სამ ჯგუფს შორის:

პირველ ჯგუფს უწოდებენ სტრატეგიული მართვის „შტაბს“. მის მოვალეობაში შედის ტენდენციების გამოვლინება, მათი ზემოქმედების ხასიათისა და განვითარების მასშტაბების შეფასება, დროის გათვლა, რომელიც აუცილებელია მათზე პასუხის გასაცემად და მოულოდნელად წარმოქმნადი მნიშვნელოვან სტრატეგიულ ამოცანათა გადასაჭრელად. „შტაბი“ პასუხს აგებს რეგულარულად კორექტირებადი ნუსხის, საკვანძო სტრატეგიული ამოცანების, მათი პრიორიტეტების განსაზღვრისა და მიზნობრივ ჯგუფებში დაქუშავებათა მდგომარეობის შესახებ.

„შტაბის“ ჯგუფი აკონტროლებს ამ ჯგუფებში ამოცანათა შესრულების მსვლელობას.

„შტაბის“ ჯგუფი დაკავებულია გარემოცვის დინამიკის შესწავლით მიღებული მონაცემების ინტერპრეტაციით და მათი შეფასებით ახორციელებს იგი თავის ფუნქციებს სხვადასხვანაირად სხვადასხვა პირობებში. მსხვილ საწარმოში სტრატეგიული ამოცანების

ანალიზს ავალდებენ სპეციალურ „საშტაბო“ განყოფილებას, რომელიც შესაძლოა იყოს უფრო მსხვილი საგეგმო განყოფილების ნაწილი. არა მსხვილ საწარმოებში კი ორი-სამი უმაღლესი ხელმძღვანელი პერიოდულად ასრულებენ „შტაბის“ მუშაკთა როლს იმ მიზნით, რომ მოახდინონ სტრატეგიული ამოცანების სისტემატიზაცია.

მეორე ჯგუფია საერთო ხელმძღვანელობის ჯგუფი (არა მსხვილ საწარმოებში მათი ფუნქციები შეუძლია შეითავსოს „შტაბის“ ჯგუფმა). იგი ახორციელებს სტრატეგიული ამოცანების მნიშვნელობათა შეფასებას მათი ნუსხის შედგენით, მათი განხილვის მეთოდების დამუშავებით და მოვალეობათა განაწილებით, რომლებიც დაკავშირებულნი არიან მათ გადაწყვეტასთან.

მესამე ჯგუფს შეადგენენ შემსრულებლები, მათ როლში გამოდიან ქვედანაყოფები ან მიზნობრივი ჯგუფები, რომელთაც ქონდათ დავალებული სათანადო სტრატეგიული ამოცანების გადაწყვეტა. იმ შემთხვევაში, როდესაც ამა თუ იმ პრობლემაზე რეაქციის სტრატეგია არ არის ნათელი.

ამგვარ ჯგუფს შეუძლია მოითხოვოს, რომ წარმოადგინონ რეკომენდაციები მომავალ მოქმედებათა შესახებ. თუმცა სტრატეგიული ამოცანებით მართვის სისტემის გამოყენება შესაძლოა წარმატებით მხოლოდ იმ შემთხვევაში, როცა მიზნობრივი ჯგუფები ანხორციელებენ სტრატეგიული ამოცანების გადაწყვეტას და არა დაგეგმვას.

გამოცდილებამ უჩვენა, რომ საკმაო სიზუსტის უქონლობისას ამ ფუნქციების გამიჯვნაში სტრატეგიული ამოცანებით მართვის სისტემის გამოყენებას მრავალჯერადი ანალიზის შედეგად შეუძლია მიგვიყვანოს „დამბლამდე“. აღრინდელ ეტაპზე ნათელი ხდება ამ ამოცანების სტრატეგიული მახასიათებლები, მათი ზემოქმედების მასშტაბები და გადაწყვეტის სიჩქარის ხარისხი.

სამუშაოს დაძვრის კვალობაზე სულ უფრო ხდება კონცენტრირებული ყურადღება ოპერატიული შედეგების მიმართ.

ამრიგად *სტრატეგიაში სიტუაციური მართვა მოიცავს:*

1. ხანგრძლივვადიან სტრატეგიულ დაგეგმვას;
2. წლიურ სტრატეგიულ დაგეგმვას;
3. მიმდინარე წლის ფარგლებში სტრატეგიული ამოცანების გადაჭრით ოპერატიული მართვის სისტემას.

7.10. სტრატეგიული მართვის გამოცდილების შესახებ საბაზრო ეკონომიკის პირობებში

საბაზრო ეკონომიკის განვითარების გამოცდილება გვიჩვენებს, რომ გაჯერებული ბაზრის მექანიზმი ბოლოს და ბოლოს გამოიწვევს საწარმოთა გადასვლას *საწარმოო-ტექნოლოგიური სპეციალიზაციიდან, საბაზრო სტრატეგიულ სპეციალიზაციაზე, მყიდველთა ცალკეული ჯგუფების მოთხოვნათა კონკრეტული კატეგორიების მიხედვით*. ე. ი. მეურნეობრიობის სტრატეგიული ზონების მიხედვით შიგასაწარმოო სპეციალიზაციაზე.

მართვის ყოფილი ორგანიზაციის დროს ფირმის ყოველი დიდი სუპერგანყოფილება პასუხს აგებდა ტექნოლოგიურად მეტ-ნაკლებად ერთგვაროვანი პროდუქციის წარმოებაზე (ფხვნილთა ნარევზე, სასმელებზე, პუდინგზე და ა. შ.), რომლებიც მოდიოდნენ სხვადასხვა საბოლოო მომხმარებელთან.

ეს იმას ნიშნავს, რომ ყოველი ამგვარი განყოფილება ერთდროულად განაგებდა გასაღებას სხვადასხვა ბაზარზე სადაც უხდებოდა შეჯახება სხვადასხვაგვარ კონკურენტებთან.

პროდუქციის სახეობათა წარმოების მიხედვით დაჯგუფების შედეგად საწარმოო და ტექნოლოგიური საკითხები უბიძგებდნენ გასაღების საკითხებს. პრაქტიკულად არ წარმოებდა მოთხოვნის შესწავლა ცალკეულ ბაზარზე, არ არსებობდნენ წარმოებისა და პროდუქციის სრული ასორტიმენტის ბაზარზე მიწოდების კოორდინაციის ცენტრები მყიდველთა ყოველი კატეგორიისათვის, მუდმივად მატულობდნენ წარმოებაზე დანახარჯები, მცირდებოდა სამეცნიერო კვლევითი ორგანიზაციულ-კონსტრუქტორულ სამუშაოთა შედეგიანობა საბაზრო კონკურენციის პრობლემათა გადაჭრაში შეტანილი წვლილის თვალსაზრისით. მართვის ორგანიზაციული სტრუქტურის გარდაქმნაში ძირითად რგოლად უნდა გახდნენ სტრატეგიული მეურნეობრივი ცენტრები („სმც“) მათ ამოცანებს უნდა შეადგენდნენ კომპანიის ყველა საწარმოო ქვედანაყოფის მიერ განსაზღვრული კატეგორიის მოთხოვნათა ყველა სახეობის პროდუქციით დაკმაყოფილების კომპლექსური საბაზრო პროგრამების დამუშავება, მისი შესრულების კონტროლი და კოორდინაცია.

ამგვარი ორგანიზაციული გარდაქმნისას გაუქმდა მარკეტინგის

ვიცე-პრეზიდენტის თანამდებობა, რომლებიც ადრე აგებდნენ პასუხს ფირმის მთელი საქმიანობისათვის, ბაზრის შესწავლისა და გასაღების ფორმირებისათვის. ამან შესაძლებელი გახადა მარკეტინგის დეცენტრალიზაცია რათა შექმნილიყო ყოფილიყო სტრატეგიული და მიმდინარე გეგმები „ბაზრის სეგმენტების“ მიხედვით ე. ი. „პროდუქტების ოჯახისათვის“, რომლებიც ორიენტირებულნი არიან ერთგვაროვან მომხმარებელზე. ბაზრის ყოველმა მსხვილმა სეგმენტმა მიიღო სახელწოდება მეურნეობრიობის სტრატეგიული ზონა („მსზ“).

ეს ზონები ერთმანეთს უწყვეტ კონკურენციას კაპიტალდაბანდებაში, რომელიც გაიცემა ფირმის საერთო ბიუჯეტიდან. „სმც“ შექმნილი მომსახურეობა გაეწვია არა მარტო ერთ ძირითად, არამედ ერთ ან ორ დამატებით „მსზ“-ისათვის (ნაწილობრივ). შექმნილი იქნა „სმც“ ხელმძღვანელთა პორიზონტალურ კავშირუთიერთობათა ორგანიზაციული მექანიზმი ქარხნებთან და კორპორაციის ფუნქციონალურ სამსახურებთან, რომელიც მდგომარეობს მათ შორის ურთიერთ მომსახურეობაზე „შიგასაფირმო კონტრაქტების“ განხორციელებაში.

ყოველი მომსახურეობა იყო დაყოფილი ოთხ კატეგორიად: საწარმოო, კომერციული, ოპერატიული (წარმოების ეფექტურობის ანალიზის ჩათვლით, მარკეტინგი, ფინანსები, კადრები, ხელფასი, იურიდიული საკითხები); „განვითარების მომსახურეობა“ ახალი პროდუქტებისა და ტექნოლოგიის დამუშავება ბაზრების გამოკვლევა.

ყველა „სმც“ პასუხისმგებელია საბოლოო საბაზრო შედეგისათვის და აღჭურვილია დიდი უფლებამოსილებით ჩამოაყალიბოს საწარმოო გამსაღებელი გეგმები, დააწესოს ფასები პროდუქციაზე, მასზე დანახარჯების კონტროლი, შიგასაფირმო კონტრაქტების დადება და ა. შ. კორპორაციის დანარჩენი სამსახურები მუშაობენ „სმც“ ხელმძღვანელებისათვის როგორც შემკვეთებისათვის, უთანაზომებენ რა თავის დანახარჯებს ეკონომიკურ წვლილ საბაზრო-გამსაღებელ პროგრამის შესრულებაში. კორპორაციის ხელმძღვანელობის უმაღლესი დონე მხოლოდ აყალიბებს შეკვეთების პორთფელს „მსზ“-ს მიხედვით. და განსაზღვრავს ინვესტიციის და ბიზნესის საერთო პოლიტიკას „მსზ“ და „სმც“ ფარგლებში. ამრიგად სისტემა საკმაოდ

დეცენტრალიზებულია. საბაზრო-სტრატეგიულ სტრუქტურას, რომელიც მიმართულია ტექნიკური პროგრესის დაჩქარებისაკენ, განსაზღვრავს კორპორაცია. მასში ძირითადი საწარმოო რგოლია პროდუქციულ სამომხმარებლო ცენტრი („პსც“), რომელიც ანხორციელებს კონკრეტული პროდუქტების დამუშავებას, წარმოებას, მოდიფიკაციას. ეს ცენტრები წარმოადგენენ ამასთანავე ძირითად საწარმოო განყოფილებებს - „მოგებათა ცენტრებს“.

კორპორაციის შტაბბინაში და განყოფილებებში არსებობენ ფუნქციონალური ქვედანაყოფებიც. მაგრამ ამ სისტემის მეტად დინამიკური ტაქტიკა ნაწილია ქვესისტემის „მიზანი - სტრატეგია - ტაქტიკა“ („მსტ“). ქვესისტემა „მსტ“ ორიენტირებულია ფირმის მომავალი განვითარებისაკენ. იგი მოწოდებულია დასახოს, დააგეგმაროს და მოახდინოს სიახლეთა რეალიზაცია კომპანიის საქმიანობაში, გააჩნია რა ამისათვის დამოუკიდებელი ბიუჯეტი. ყოველი ოპერაციული პროდუქტიული მომხმარებელი ცენტრი („პმც“) ანგარიშვალდებულია ზემდგომი ხელმძღვანელობის წინაშე მაჩვენებელთა ორი ტიპის მიხედვით: მიმდინარე წარმოებრივ-სამეცნიერო საქმიანობის შესახებ, და პერსპექტიული დავალებების შესრულებისათვის ქვესისტემა „მიზანი-სტრატეგიის ტაქტიკის“ ხაზით.

ამრიგად, კომპანიის მატრიცულ სტრუქტურაში სამი განზომილებაა „პროდუქცია - ფუნქცია - სიახლეთა შემოღება“ შედარებით მჭიდროდ თანამოქმედებენ ურთიერთშორის.

ამგვარი სტრუქტურები, როგორც სპეციალისტები ფიქრობენ თავის თავში ითავსებენ მდგრადობას (ვინაიდან კომპანიის საწარმოო სამეურნეო ბაზა ქარხნები - რჩებიან უცვლელნი), მოქნილობას (ვინაიდან „სმც“ და მათ მიერ დამუშავებული სტრატეგიული საბაზრო პროგრამები მათი შესრულების კვალობაზე იცვლებიან). ამას ხელს უწყობს ცვლილებები შიდასაფირმო ეკონომიკურ მექანიზმებში. *„ჯენერალ ელექტრიკმა“, რომელმაც დანერგა სტრატეგიული მეურნეობრივი ცენტრების სისტემა, ყოველ მათგანს მიანიჭა, მათი კომერციული მიღწევების მიხედვით ერთ-ერთი სამ კატეგორიას შორის: პირველი ზრდის უზრუნველყოფისათვის, მეორე - მდგრადობისათვის, მესამე - ოპერაციის შეკვეცის დასახულობის შემთხვევაში.*

ამის შესაბამისად ხორციელდება ინვესტიციის განაწილება „სმც“

შორის პრინციპით მათი კონცენტრაციით მეტად ხელსაყრელი მიმართულებით.

7.11. მარკეტინგული საქმიანობის ორგანიზაცია, მართვის დემოკრატიზაცია და ინდივიდის საქციელზე ორგანიზაციული ფორმების გავლენა

მარკეტინგული საქმიანობის ორგანიზაცია მოითხოვს იმას, რომ როგორც მოცემულ საწარმოსა თუ ორგანიზაციაში ასევე სხვადასხვა ტიპის გაერთიანებებში მოქმედებდნენ დემოკრატიზაციის პრინციპები.

დემოკრატიზაცია ყოველთვის ხდება მარკეტინგული საქმიანობის ფუნქციონალურ მოთხოვნილებად, როდესაც სოციალური სისტემა იბრძვის ქრონიკული ცვლილების პირობებში სიცოცხლის შენარჩუნებისათვის. სიტყვა დემოკრატია (ხალხის ძალაუფლება), უწინარეს ყოვლისა მიუთითებს არა უსაზღვრო ნებადართულობასა და ჩაურევლობაზე, არამედ ფასეულობათა სისტემაზე, პრინციპების ერთობლიობაზე, რომლებიც განსაზღვრავენ ადამიანთა ქცევას. ეს პრინციპები ადამიანებს სჯერათ და ამიტომ იქცევიან მათ შესაბამისად და პრაქტიკულად ახორციელებენ მათ.

დემოკრატიზაციის პრინციპებია:

1. სრულ და თავისუფალ ურთიერთობათა შესაძლებლობა მდგომარეობისა და ძალაუფლების მიუხედავად.

2. კონფლიქტების გადაწყვეტა უნდა ეფუძნებოდეს შეთანხმებებს და არა ძალისხმევას.

3. ხელმძღვანელობის გავლენა შრომით კოლექტივსა და მის ყოველ წევრზე უნდა ეყრდნობოდეს უწინარეს ყოვლისა კომპენტენციასა და ცოდნას და არა ადამიანის ნების კაპრიზებსა და ძალაუფლების პრეროგატივას;

4. უნდა არსებობდეს ატმოსფერო, რომელიც უშვებს და ხელსაც კი უწყობს ემოციების გამოხატვას გამიზნულ მოქმედებათა თანაბრად;

5. აღიარებულია რა კონფლიქტების თავიდან აშორების შეუძლებლობა პირად ინტერესებსა და საწარმოს (ორგანიზაციის) ინტერესებს შორის, ადამიანი თანახმაა არეგულიროს იგი გონივრულ საფუძველზე. ამიტომ არსებითი მნიშვნელობა ენიჭება ინდივიდის საქციელზე ორგანიზაციული ფორმების გავლენას.

მსოფლიოს განვითარებული ინდუსტრიული სახელმწიფოების გამოცდილებამ, რომელიც დაგროვდა ასეული წლების მანძილზე ისეთ სფეროებში, როგორიცაა პოლიტიკა, სახელმწიფოებრივი მართვა, ეკონომიკა, ფსიქოლოგია მოგვცა მრავალრიცხოვანი მეცნიერული განზოგადებანი.

ამ განზოგადებებმა გვიჩვენა ავტორიტარული ორგანიზაციის დამღუპველი გავლენა ინიციატივასა და სიახლეთა შემოღებაზე და დაადასტურა, რომ როგორც არ უნდა ყოფილიყო ავტორიტარული მართვის უპირატესობანი განვითარების ადრეულ საფეხურებზე, მაინც სულ უფრო და უფრო ნაკლებად შეესატყვისება სამრეწველო საზოგადოებას მისი ევოლუციის კვალობაზე.

საჭიროა ვიცოდეთ, რომ არსებობს შინაგანი კავშირი მართვას, შემოქმედებით უკუგებას და მუშაკთა აღზრდას შორის.

მართველობითი ბიუროკრატიზმი მუშაკზე ახდენს იმგვარ გავლენას, რომ მუშაკს ეჩვენება გარემომცველი არე არამდგრადად მიზეზ-შედეგობრივი კავშირების დარღვევებით. ამის გამო ადამიანი კარგავს რწმენას (არ სჯერა) იმაში, რომ მას შეუძლია შეცვალოს ეს მდგომარეობა. ამიტომ იგი არ აღიქვამს ინფორმაციას, რომელსაც შეეძლება გააუმჯობესოს მდგომარეობა.

მართველობითი ბიუროკრატიზმის ავტორიტარული იერარქია დაქვემდებარებათა სისტემით თუ იქნება უარყოფილი, მაშინ მის შემცვლელად უნდა მოგვევლინოს დისციპლინისა და კონტროლის სხვა ფორმა. ამგვარ შეცვლას შეუძლია გაუწიოს სამსახური თვითდისციპლინამ, რომელიც ეყრდნობა პირად დაინტერესებას, გამომდინარე საბაზრო კონკურენციის მექანიზმიდან.

იმისათვის, რომ გაუქმდეს ავტორიტარული იერარქია, (რასაც თან გაჰყვება მართველობითი ბიუროკრატიზმი) როგორც მართვის მთავარი ორგანიზაციული სტრუქტურა, აუცილებელია მოიხსნას წყვილადი კავშირი: უფროს-უმცროსი, როგორც მართველობითი

შენობის ძირითადი მასალა.

ახლებურად აგებულ მართვის სისტემაში ადამიანი არ იქნება დაქვემდებარებული ვინმესადმი. იგი მუდამ დაამყარებს ორგანიზაციულ კავშირებს მათთან, ვისთანაც იგი გაცვლის საქონელს და მომსახურეობას. მუშაკი აიღებს თავის თავზე კონკრეტულ მოვალეობებს შეთანხმების მიხედვით. ეს შეთანხმებები ზღვარდებული ხდებიან ხანგრძლივობით (ვადით). მუშაკი ასრულებს რა ამ ვალდებულებებს შედის ახალ ურთიერთობაში, რომელსაც იგი ჩათვლის თავისთვის მეტად დამაკმაყოფილებლად ან მეტად ხელსაყრელად მოცემულ სიტუაციაში.

ხელმძღვანელობის მოქმედი პრინციპები და აღრიცხვის მეთოდები იმგვარ სისტემას უნდა ქმნიდეს, რომ მუშაკის პირადი ინტერესები და მთელი ორგანიზაციის (საწარმოს) ინტერესები იყვნენ ურთიერთისაღმი თავსებადი.

7.12. სამრეწველო საწარმო, მეწარმე და ბაზრის გამოკვლევა

სამრეწველო საწარმო (ფირმა) მრეწველობის ძირითადი ინგრედიენტი*, რომელიც წარმოადგენს ორგანიზაციულად და ეკონომიკურად ერთიან ბაზართმკეთებელ კონგლომერატს ან სინერგიულ მწყობრ წარმოებრივ სისტემას. იგი კომერციული ინტერესებით თვითმყოფადი იურიდიული პირია, ფუნქციონირებს მართვლობითი რაციონალიზმისა და სიტუაციური მართვის შეუღლებით და ასრულებს სახალხო მეურნეობის მთლიანობით სუპერსისტემაში შემკვრელის, წარმოების ძირეული რგოლის, პირველადი ეკონომიკური უჯრედის და მიკროსოციალური კლიმატის მზიდი ეკონომიკური სუბიექტის როლს.

მეწარმე კი წარმოადგენს იმ ადამიანს (ეკონომიკურ სუბიექტს), რომელსაც გააჩნია წარმატებით განხორციელებადი იდეა. იგი დარწმუნებულია, რომ ამ იდეის განხორციელება მას მოუტანს

* მრეწველობის ძირითადი ინგრედიენტი ესაა დარგობრივად და წარმოების ტიპით განსხვავებულ საწარმოებად წარმოდგენილი ელემენტების განზოგადებული სახელწოდება.

წარმატებას ბიზნესის კეთებაში და ამიტომ იგი ანხორციელებს ამ იდეის ცხოვრებაში გატარების ღონისძიებათა მთელ წყებას, რომელიც წარმოქმნის პროდუქციის ან სერვისის საქმეში ამ იდეის დამწერ-გავ ღონისძიებათა ერთიან სისტემას.

ეს იდეა შესაძლოა ეხებოდეს: 1) არსებულ საწარმოში ახალი წარმოების ან ახალი სარგებლიანი საქმის შექმნას, 2) ახლად აღმოჩენილ (გაჩენილ) შესაძლებლობათა ექსპლოატაციისათვის ახალ საწარმოთა შექმნას.

შექმნის ეს ყველა ვარიანტი მოიცავს სამ ნაწილს (სამ ფუნქციას):

1. ახალი ტექნოლოგიის მოძიებას,
2. ახალი საქმის დაგეგმვას,
3. ახალი საქმის მართვას.

ზემოაღნიშნულიდან თუ რომელს ავირჩევთ, 1 თუ 2-ე გზას, ამაზეა დამოკიდებული თუ რა სახით ტარდება ეს სამი ფუნქცია.

იმ შემთხვევაში თუ დანერგვისათვის მიღებული იდეა არათავსებადია არსებული წარმოებისადმი, მაშინ ცხადია, რომ მართვის პროცესი მოცემული წარმოებისათვის იქნება სრულიად უცხო. მიუხედავად ამისა უნდა გავითვალისწინოთ ის რომ ყოველი ახალი წამოწყება ინტენსიური ტექნოლოგიის დარგში მოითხოვს განსაკუთრებულ მიდგომას იმგვარი საქმეების მიმართ, როგორც არიან: ტექნოლოგიისა და ბაზრის წინასწარ ჭვრეტა, რაიმე პროდუქციის წარმოება-გასაღების სტრატეგიის ცვლილება. ამგვარი საქმე მოითხოვს დახვეწილ საფინანსო მდგომარეობას და მის შესატყვის მმართველობას საქმის წამომწყებთა მიერ.

თუ საქმიანი შესაძლებლობები წარმოიქმნებიან მოქმედი საწარმოს შიგნით, მაშინ ამ საქმეს ესაჭიროება ისეთივე დაგეგმვა, დაფინანსება და წინასწარ ჭვრეტის სისტემა, როგორც პირველ შემთხვევაში. ეს უნდა ითავოს კომპანიის უმაღლეს ხელმძღვანელობამ ან დირექტორთა საბჭომ. ამგვარი დახვეწილი განსხვავებული მიდგომა უნდა იქნას გამოყენებული ტექნოლოგიის მოძიებისადმი და ახალი ბიზნესის დაგეგმვისადმი. ამისათვის უნდა გაგვაჩნდეს ახალ ინტენსიურ ტექნოლოგიათა მოძიების მწყობრი სისტემა, უნდა გაგვაჩნდეს პრაქტიკულად აწყობილი დაგეგმვის პროცედურაც. ეს იმიტომ, რომ მართვის მაღალი ორგანოსათვის უნდა შედგეს გრ-

ძელვადიანი გეგმები. ამ გეგმებს უნდა ვიყენებდეთ ახალი პროდუქციის წარმოებაში ჩაშვებისათვის.

არსებობენ ადამიანები, რომლებიც ილტვიან ახალ საქმეში დააბანდონ თავიანთი კაპიტალი, ამიტომ ეძებენ ახალ ტექნოლოგიას და სხვა ინოვაციებს. ამ მიზნით ისინი თანამშრომლობენ ცნობილ კვლევით ლაბორატორიებთან ანდა თანამშრომლობენ გამოგონებლებთან. ისინი გამოდიან სახსრების საქმეში ჩამდებნი ე.ი. საქმის დამაფინანსებელნი ხდებიან ისინი. ამ გზით ისინი გამოდიან ინვესტორების როლში. მათთვის ბიზნესის გეგმა არა არის რა თუ არა ბიზნესის შესაძლებლობათა აღწერა და ინვესტორისათვის მომავალი კომპენსაციის შეფასება.

საქმეების შერჩევა, ბაზრის გამოკვლევა წარმოადგენს მიზნის მიღწევის ინსტრუმენტებს და არა თვით მიზანს. მიზანი კი ბიზნესია და ისიც სოციალურად ჯანსაღი.

ბაზრის გამოკვლევა წარმოადგენს ბაზრის ყოველმხრივ შესწავლას ანალიტიკური ჭვრეტით, რომლის მიზანია მიაგნოს თავისათვის სახეირო საკუთარ ქცევას, რათა მიიღოს რაც შეიძლება მეტი შემოსავალი.

ბაზრის გამოკვლევას ახორციელებენ საწარმოები და მეწარმეები. საქმის წამომწყებთათვის ბაზრის გამოკვლევა ტექნოლოგიურდ გაჯერებულ სფეროებში შეიძლება აღმოჩნდეს იმდენად რთული, ძვირი და ხანგრძლივი, რამდენადაც პროდუქციის მეცნიერული გამოკვლევა და თვით შექმნაც კი. ეს იმიტომ, რომ ბაზრის გამოკვლევა უნდა ჩაირთოს პროდუქციის შექმნაში. ამგვარი მიდგომა დომინირებს საქონლით გაჯერებული ბაზრის პირობებში, მაშინ როდესაც ფუნქციონირებს მარკეტინგული მართვის მეორე და მესამე სახეობა ე.ი. როდესაც მარკეტინგული მმართველობა ორიენტირებულია გასაღებაზე ანდა თვით მარკეტინგის მთელ სისტემაზე, რომელიც მოიცავს გასაღებასაც, წარმოება-მიწოდებასაც და სათანადო საწარმოო რესურსებით უწყვეტ მომარაგებასაც. ამგვარ დამაბულობაში გამოუცდელ მეწარმეს ბაზრის გამოკვლევა ეჩვენება დროის დაკარგვად. გამოცდილი თანამედროვე მეწარმისათვის ეს არ არის დროის დაკარგვა. მან იცის, რომ თუ ბაზრის ზედაპირული შესწავლა ანდა არასერიოზული მეცნიერული გამოკვლევაა განხორციელებული და პროდუქციის წარმოება ორგანიზებულია ცუდად, მაშინ პროდუქცია არ შეიქმნე-

ბა ან არ იმუშავენებს იგი ბაზარზე. პროდუქციის გასაღება აღმოჩნდება არა დამაკმაყოფილებელი ჩვენ კი გვეგონება, რომ ეს ბრალია „კონკურენტთა მმართველურად დაბალი ფასების“ და ა.შ.

თუმცა რეალურ მიზეზად მოგვევლინება ბაზრის ჩაუღრმაკვებელი ანალიზი, არასაკმაო კრიტიკული დამოკიდებულება საკუთარი პროდუქციის მიმართ და ისიც ბაზარზე.

ბაზრის გამოკვლევის ძირითადი მიზანია, რომელიც უნდა ჩაერთოს ახალი საქმის გეგმაში, საბაზრო წლიური შემოსავალი. ე. ი. რეალიზაციიდან წლიური ამონაგები თანხა. ბაზრის გამოკვლევა პირველ რიგში მოითხოვს მარკეტინგის ენის ცოდნას. ბაზრის ანალიზის განმახორციელებელმა უნდა იცოდეს რას ნიშნავს ისეთი ტერმინები, როგორც არის ბაზარი, მიზანი ბაზარზე, ბაზრის სფერო. ამიტომ *ბაზრის გამოკვლევა არ არის ადვილი პროცესი, თუმცა იგი შესაძლოა აღმოჩნდეს წარმატებითი, თუ პიროვნება, რომელიც ანხორციელებს მას, ხარჯავს დროს ბაზრის გამოკვლევისათვის საჭირო ლექსიკური ფონდის ათვისებაზე.*

ამგვარ ლექსიკას განეკუთვნებიან (ტერმინები):

ბ ა ზ ა რ ი. ბაზრის მკვლევართათვის ეს არის ადამიანთა ან დაწესებულებათა ჯგუფი საერთო მოთხოვნით, უნარით რომ გადაიხადონ ამ მოთხოვნის დაკმაყოფილებისათვის ისევე, როგორც გააჩნიათ ამის გაკეთების სურვილი. შესაძლოა არ გააჩნდეს სურვილი და ამას ექნება ადვილი იმ შემთხვევაშიც, თუ აქ მოთხოვნილების დაკმაყოფილება ბუნებრივი განუსაზღვრელობის გამო თავისთავად ხორციელდება უფასოდ.

მაგ., ყოველ ადამიანს ესაჭიროება ჰაერი, რომ ისუნთქოს, ჰაერი კი თავისუფალია ყველასთვის. ამიტომ იგი არ წარმოადგენს საბაზრო მოთხოვნას. შესაძლოა ეს სურვილი იყოს შეზღუდული. მაგ., უმრავლესობას სურს გააჩნდეს თავისი საკუთარი სახლი, მაგრამ უფრო იაფია იქირაოს საცხოვრებელი, ვიდრე ფლობდეს მას. თუმცა აქ ინტერესები მაღალია, მაგრამ შესაძლებლობა დაბალი. ამიტომ ეს ბაზარი შესაბამისად შემცირებულია. საჭიროა დაეიმახსოვროთ ტერმინები: აუცილებლობის დაკმაყოფილება და გადახდის სურვილი, ვინაიდან ისინი განსაზღვრავენ ბაზრის ზომას უფრო მეტად, ვიდრე სხვა რაიმე.

გ ა ს ა ლ ე ბ ი ს ბ ა ზ ა რ ი - ეს ტერმინი აღნიშნავს

იმ გამოყენებელთა წრეს, რომელთაც გააჩნიათ აუცილებელი მოთხოვნა და შესაძლებლობა გადაიხადონ ფული ამისათვის. მაგ., დინამიურ აფეთქებათა დამაფიქსირებელი პორტატიულ სეისმოგრაფს გააჩნია გასაღების შემდეგი ბაზრები:

- ა) კარიერებში დასაყენებელი ოპერატორები;
- ბ) სამშენებლო კომპანიებში გამოყენება;
- გ) შახტებში გამოყენება;
- დ) სამხედროების მიერ გამოყენება;
- ე) აფეთქებების კონსულტანთა მიერ გამოყენება.

ბ ა ზ რ ი ს ს ფ ე რ ო ე ბ ი. ეს სფეროები განეკუთვნებიან ან გასაღების ბაზრების ნაწილებს ანდა მთლიანად მას. მაგ., გასაღების ზემოაღნიშნული ბაზრები შესაძლოა მივაკუთნოთ აფეთქებათა ბაზრის სფეროებს (მთლიანად ამ ბაზრის) ანდა ყოველი აქ აღნიშნული ბაზართაგანი შეიძლება დავყოთ სფეროებად გეოგრაფიული ნიშნის მიხედვით ან კიდევ კარიერების ტიპის მიხედვით, ანდა გაყიდვათა რიცხვის მიხედვით მომხმარებლებზე, სამშენებლო კომპანიის ტიპის მიხედვით (სარკინიგზო ფუნდამენტთა მშენებლობის), შახტების ტიპისა და ადგილმდებარეობის მიხედვით და ა. შ. არსებობს მრავალი მიზეზი ბაზრის ამგვარი დანაწევრებისათვის.

ბ ა ზ რ ი ს პ ო ტ ე ნ ც ი ა ლ ი და ს ა ბ ა ზ რ ო შ ე ლ წ ე ვ ა. ეს ორი განსაზღვრა მჭიდროდაა დაკავშირებული ერთმანეთთან და ამიტომ განიხილება ერთად. ტერმინი ბაზრის პოტენციალი - მოიცავს საქონელთა და მომსახურებათა ბაზარს მთლიანად, ხოლო საბაზრო შეღწევა ეს მთელი ბაზრის ის ნაწილია, რომელიც უკვე დაკავებულია. მაგ., მიკროტალღიან ღუმელებმა შეაღწიეს მისი პოტენციალური ბაზრის მხოლოდ უმცირეს ნაწილში, რომელიც შეიძლება განსაზღვრული ყოფილიყო, როგორც ყველა სამზარეულოები ინდუსტრიულად განვითარებულ თანამედროვე ქვეყნებში. ეს ღუმელები გასაშუალოებული დიასახლისისათვის უდრის ან მეტია ტელევიზორის აუცილებლობაზე. მიუხედავად ამისა ფერად ტელევიზორებმა მიიღეს მეტად დიდი შეღწევა ამავე ბაზარზე. პრაქტიკა კი ისეთია, რომ მიკროღუმელების პოტენციალი მეტია ვიდრე ფერადი ტელევიზორებისა, მაშინ როდესაც ორივე ეს პროდუქცია თითქმის ერთ და იმავე დროს გამოჩნდნენ ბაზარზე.

საბაზრო პოტენციალის გაგება შეიძლება წარმოდგენილი იქნას შემდეგი შეკითხვითაც: დაკუშვით ეს პროდუქტი უფასოა, ისმის კითხვა ვის რამდენი ექნებოდა დასაბუთებული სეისმოგრაფების საჭიროება კარიერების ბაზარზე. მაგალითით ვუპასუხოთ ამ კითხვას: ჩრდილო ამერიკის საერთო საბაზრო პოტენციალი სეისმოგრაფებისათვის შესაძლოა გვეგონოს 60 ათასი ცალი, ვინაიდან ასეთია კარიერების რიცხვი საერთოდ. დეტალური გამოკვლევით აღმოჩნდა, რომ ეს 60 ათასი კარიერი ეკუთვნის 6 ათას მფლობელს და რომ მათ უმრავლესობას შეუძლიათ თავი გაართვან ამ საქმეს ერთი ან ორი სეისმოგრაფით, ვინაიდან არ ახორციელებენ პარალელურად ერთდროულ აფეთქებებს.

ამრიგად, რეალური საბაზრო პოტენციალი აღმოჩნდება უფრო ორიენტირებული 6 ათას და არა 60 ათას ცალ სეისმოგრაფზე.

პოტენციალური გასაღების ანალიზი არკვევს თუ 6 ათასი მფლობელიდან რამდენს გააჩნია სეისმოგრაფი. ამით უკვე იწყება ამ ბაზარზე შეღწევა. საჭიროა ეს ციფრი ვინაიდან იგი განსაზღვრავს ბაზარზე შეღწევის სიძნელეებს. დაუშვებელია მეწარმემ არ შეაფასოს თავისი შეღწევა ამ ბაზარზე. მაგალითად, როდესაც კარიერებისათვის პირველი სეისმოგრაფები იქნენ წარდგენილნი (დანარჩენ ბაზრებზე წარდგენილი იქნენ ადრე), ადვილი გახდა გაეკეთებიათ დასკვნა იმის შესახებ, რომ ბაზარზე შეღწევა იყო ნული (0), ამიტომ პირველი წარდგენისათვის ხელმისაწვდომი იყო 6 ათასი კარიერი ე. ი. მთელი საბაზრო პოტენციალი.

ზრდადი ბაზარი და შენაცვლებითი ბაზარი. ბაზრის ქცევის ანალიზი იმ სიტუაციაში, როდესაც ბაზარი გაჯერებულია საქონლით და ზორციელდება ახალი ტექნოლოგიის შემოღება და პროდუქციის ახალი სახეობის წარმოების ორგანიზაცია, სადაც საწარმოს (ფირმის) მართვაში განუყოფლად თანაბარმნიშვნელოვანია ტექნოლოგია და მარკეტინგული ინფორმაცია, გვეუბნება, რომ საქმე გვაქვს მარკეტინგული მართვის მესამე სახეობასთან. ამ დროს ხელსაყრელია საქონელი დავყოთ ორკომპონენტთან გაყიდვებად:

ა) - საქონელი, რომელიც ნაკლები ფასის ძალით ენაცვლება არსებულ ნიმუშებს;

ბ) - საქონელი, რომელიც სრულიად ახალია და აქამდე არარსებული მოთხოვნილება გაუჩინა მის მყიდველ-მომხმარებლებს და დააკმაყ-

ოფილა იგი, ანდა აქამდე დაუკმაყოფილებელი მათი მოთხოვნილ-
ბა დააკმაყოფილა.

პირველი კომპონენტი განეკუთვნება შენაცვლებით ბაზარს, მე-
ორე კომპონენტი კი ზრდად ბაზარს.

ეს ორი დანამატი იძლევა მარკეტინგის ტერმინოლოგიის შევსებას.
მათ აუცილებლად უნდა იცნობდეს მეწარმე, ვინაიდან მარკეტინგისა
და გასაღების სტრატეგიებს (ე. ი. მარკეტინგის მეორე და მესამე
სახეობის სტრატეგიები) გააჩნიათ ტენდენცია ცვლილებებისაკენ
მყიდველის ტიპებისაგან დამოკიდებულებით.

შენაცვლებითი ბაზარი გამოიყენება მყიდველისათვის, რომელნიც
თვლიან, რომ სასურველია ანდა აუცილებელი არსებული ნიმუშები
შეცვალონ უფრო იაფი ნიმუშებით.

მზარდი ბაზარი კი აგებულია მოთაოსნე ადამიანებზე, მათთვის
მთავარია ახალი ნაკეთობის ფუნქციონალობა.

ბ ა ზ რ ი ს წ ი ლ ი . ა მ წ ი ლ ს გ ა ნ ს ა ზ ღ ვ -
რ ა ვ ს ს ა ბ ა ზ რ ო აქტივობით ბაზრის დაკავების დინამიკა
იგი სასიცოცხლოდ აუცილებელია, როგორც კაპიტალის დამბანდ-
ბლისათვის, ასევე მეწარმისათვის და ისიც არა მარტო წარმოების
მომზადების დროს, არამედ მაშინაც როდესაც საწარმო უკვე ფუნ-
ქციონირებს.

ბაზრის წილი მოიცავს ზრდად და შენაცვლებით ბაზრებს. იმ
შემთხვევაში თუ ცნობილია ბაზრის პოტენციალი და ბაზარზე შეღ-
წევა და ისიც ჯამში, შეგვიძლია საკმაო სიზუსტით გავიანგარიშოთ
ბაზრის წილი. ამისათვის საჭიროა ზრდადი ბაზრისა და შენაცვ-
ლებითი ბაზრის ჯამი ვუპროცენტოთ პოტენციალურ ბაზარს.

საერთოდ პოტენციალური ბაზარი მოიცავს შემდეგ სექტორებს:

1. საბაზრო შეღწევას;
2. ზრდად ბაზარს;
3. აუთვისებელ პოტენციალურ ბაზარს.

საბაზრო შეღწევა კი თავის მხრივ მოიცავს:

1. შენაცვლებით ბაზარს;
2. შეუნაცვლებელ ბაზარს ე. ი. არ იყენებდნენ ადრე ამ საქონელს

ან მის შემცვლელს და ამგვარი მომხმარებლები უშუალოდ ყიდუ-
ლობდნენ ახალ პროდუქციას ანდა ძველი პროდუქციის ახალ პარ-
ტიებს.

ფართოდაა ცნობილი მარკეტინგის წესი იმის შესახებ, რომ თუ ყველა სხვა პირობები თანაბარია, მაშინ ბაზრის წილი უზრუნველყოფილია პროდუქციით, რომელსაც მოძრაობაში მოკვავს ორი მთავარი ფაქტორი:

1. განსხვავება ფუნქციონალურ თვისებებსა და მომხმარებლებისათვის მომგებიანობაში (მომხმარებლის მოზიდვის ფაქტორი).

2. მარკეტინგის ღონე და გასაღების პირობები (რეკლამა, გამოფენები, პერსონალური გაყიდვები, აუქციონები და ა. შ.) დოლარებში, რომლებიც დამატებით იხარჯება საქონლის გაყიდვაზე. ახალი ტექნოლოგიის და პროდუქციის დამმუშავებლებს, ძირითად გამომგონებლებს და მეცნიერებს შეუძლიათ შეასრულონ გადამწყვეტი როლი პირველი ფაქტორის შეფასებაში, მაგრამ ისინი ხშირად საჭიროებენ მარკეტინგის სპეციალისტების პერსონალურ დახმარებას მეორე ფაქტორის შეფასებაში. ასე თუ ისე დამმუშავებლების მონაწილეობა მარკეტინგში ძალზედ მიზანშეწონილია. ამგვარია მდგომარეობა მარკეტინგული მართვის მესამე სახეობის შემთხვევაში (როდესაც ტექნოლოგია და მარკეტინგი თანაბარმნიშვნელოვანია).

გასაღების შედეგების დაუფასებლობა ანდა გადამეტფასება წარმოშობს საფინანსო სიძნელეებს ახლად ორგანიზებული საწარმოებისათვის. დაუფასებლობა იწვევს გასაღებაში დანაკარგებს და სიძნელეებს შემოსავლების მიღებაში. გადამეტფასება იწვევს გაყიდვათა მოცულობის და სახეზე მყოფი სახსრების შემცირებას.

საწარმოს (ფირმის) წლიური საფინანსო გეგმა საბოლოო ანგარიშში წარმოადგენს სახსრების განაწილებაში დათმობების თანამიმდევრული პროცესების შედეგს. მხედველობაშია დათმობები წარმოებას, საინჟინრო მომსახურებას, ადმინისტრაციასა და მარკეტინგს შორის სახსრების განაწილებაში. როგორც წესი უკიდურეს შემთხვევაში წლიური ბიუჯეტის 5% უნდა იქნას მიმართული მარკეტინგის ფუნქციაზე. 10-დან 20%-მდე კი გასაღების ფუნქციაზე. ეს მაშინ როდესაც საქმე გვაქვს მარკეტინგული მართვის მეორე ან მესამე სახეობასთან.

ახალ საქმეში გასაღება და ბაზარი ხშირად იმართება ერთი კაცის მიერ. თუმცა ისინი აისახებიან ბიუჯეტში ცალ-ცალკე.

ამგვარია საწარმოს (ფირმის) საბაზრო გამოკვლევების ასპექტი.

ფირმა წარმოადგენს ბაზართმკეთებელ სამრეწველო საწარმოს. მეურნეობრიობის საბაზრო მექანიზმში სამრეწველო საწარმო ახორციელებს ბაზრის ორივე კონტრაგენტისა და მათი ერთიან საბაზრო სისტემაში შეუღლების მექანიზმის ჩამოყალიბებას. სახელდობრ, სამრეწველო საწარმოს მათგანინიშებული მეწარმე ჯერ დაედებს იმათ ვისაც სურს და გააჩნია ფულადი სახსრები შეიძინოს სასურველი სახეობის პროდუქცია საწარმოო ან პირადი მოხმარებისათვის, მაგრამ იმის გამო, რომ ამგვარი პროდუქცია ხელმისაწვდომ ფასად არ არსებობს, ამიტომ არ აღმოცენდება საბაზრო სისტემის ისეთი კონტრაგენტი (ინგრედიენტი), როგორცაა ფაქტიური მყიდველი. ამიტომ ფაქტიურ მყიდველად მის გახდომას სჭირდება ამგვარი საქონლის გამყიდველის დაბადებაც. გამყიდველის დაბადება კი შეუძლია წარმოება-მიწოდებას. ამასაც ახორციელებს საწარმო, ჩვენს შემთხვევაში სამრეწველო საწარმო. იმის მიხედვით თუ რამდენი მოთხოვნა და რა ფასად წარმოჩნდება ერთის მხრივ და მეორეს მხრივ, რა რაოდენობის პროდუქცია იწარმოება და მიეწოდება ამ მოთხოვნის დაკმაყოფილებას, ჩამოყალიბდება მიწოდება მოთხოვნის თანაფარდობა. ეს თანაფარდობა მოძრაობს იმის მიხედვით თუ რა თანაფარდობაა ფაქტიურ მყიდველთა აღმოცენებასა და ფაქტიურ გამყიდველთა წარმოქმნას შორის და ეს ისევე დამოკიდებულია იმაზე თუ ყოველი ამ პროდუქციის გამომშვები რამდენ პროდუქციას და რა ფასად გამოუშვებს და რამდენი საწარმო ჩაერთვება ამ პროცესში

მოთხოვნა - მიწოდება, მათი თანაფარდობა კი წარმოქმნის საბაზრო ფასებს და ამ სახით ჩამოყალიბდება საბაზრო სისტემა. ამრიგად, ამ სისტემის მკეთებელია საწარმო. ჩვენს შემთხვევაში სამრეწველო საწარმო. ეს საბაზრო სისტემა შემოიფარგლება იმ არით, რომელშიაც მოთხოვნა მიწოდებათა შორის კონტაქტი უშუალოდ არის ჩამოყალიბებული და ამიტომ მათ შორის თანაფარდობის დინამიკა იწვევს მთელ ამ არეში ფასის გამოთანაბრებას ე.ი. ბაზრის ჩამოყალიბების პროცესის დასრულებას.

აქედან გამომდინარე ბაზრის კეთება განვითარების მართვა, თანამედროვე ურთულეს საბაზრო სისტემაში და იმ გარემოში, რომელიც მას განაგებს უხილავი ხელით წარმატებით შეუძლია სამრეწველო საწარმოს უნაჩიანი მაღალკვალიფიციური მარკეტინგული მართვით.

7.13. სამრეწველო ფირმის საქმიანობის სახეობები

სამრეწველო ფირმის საქმიანობა მოიცავს: *ფირმის საწარმოო-სამეურნეო საქმიანობას და საქმიანობას ფირმის მართვისათვის.*

ფირმის საწარმოო-სამეურნეო საქმიანობა წარმოადგენს საქმიანობას, რომელიც მიმართულია საწარმოო რესურსების გარდაქმნისაკენ მომხმარებელზე მისაყიდ სრულიად გამზადებულ პროდუქტად. იგი მოიცავს ბაზრისათვის საჭირო პროდუქტის გამოკვლევა-დამუშავებას, წარმოებას და მარკეტინგს.

ფირმის მართვა კი წარმოადგენს საქმიანობას, რომელიც მოიცავს მმართველობითი ამოცანების სამ ეტაპს (სტრატეგიულ, ადმინისტრაციულ და ოპერატიულ მართვას) და გადაწყვეტილებათა მიღების პროცესს სამ ტიპს (დაგეგმვას, შესრულებას, კონტროლს), რომლებიც გამოიყენებიან ამოცანათა ნებისმიერი კატეგორიის მიმართ.

ფირმის საწარმოო-სამეურნეო საქმიანობა იწყება მოცემული ორგანიზაციის საწარმოო-სამეურნეო ქვედანაყოფების დაპროექტებით, რომლებიც შეიძლება წარმოსდგენ, როგორც ფილიალები, საწარმოო დანაყოფები, ფუნქციონალური განყოფილებები. მაგ., საწარმოო სააქროები, კვლევებისა და დამუშავებათა შექმნის ლაბორატორიები, გასაღების განყოფილება, შესაძლოა ცალკე ფირმაც.

გამოსავალი რესურსების პროდუქტად გარდაქმნის პროცესი მოიცავს შემდეგ ფაზებს:

1. კვლევების განხორციელებისა და დამუშავებათა შექმნის ფაზას (ამ ეტაპზე იბადებიან იდეები ახალ ნაკეთობათა შექმნის ანდა არსებული ნაკეთობათა სრულყოფის ისევე, როგორც ახალი პროცესების ჩამოყალიბების და არსებულ პროცესთა სრულყოფის შესახებ);
2. მატერიალურ-ტექნიკური მომარაგება;
3. სამუშაო ძალის დაქირავება, მასალების, შრომითი და საფინანსო რესურსების შექმნა;
4. დაფინანსება;
5. წარმოება (გამოსავალი რესურსებისა და იდეების გარდაქმნა საბოლოო პროდუქტად);
6. მარკეტინგი (ფასწარმოქმნა, საჭონელთა წინ წაწევა, გაყიდვა);

7. მიწოდება (პროდუქციის გადაადგილება იქით სადაც მომხმარებელს მიუწვდება ხელი საყიდლად და საიდანაც შეიძლება მომხმარებელს მიუტანონ).

ეს ციკლი ასახავს სამრეწველო ფირმის საწარმოო-სამეურნეო საქმიანობას.

საქმიანობა ფირმის მართვისათვის მოიცავს პრობლემათა სამ ტიპს;

პრობლემათა პირველი ტიპი წარმოსდგებიან მენეჯერთა წინაშე. ამას განეკუთვნებიან პროდუქციის და მომსახურების არჩევა. არჩევა უნდა განხორციელდეს იმ ბაზრისა და მომხმარებლისათვის, რომელთაც შეიძლება მიეყიდოთ ისინი. საკითხი იმის შესახებ თუ რა უნდა გამოუშვას ორგანიზაციამ, წარმოადგენს სტრატეგიულ პრობლემას. ამ საფუძველზე შეიძლება შეიქმნას ფირმა. ამის შემდეგ უნდა გადაწყდეს თუ როგორ გავანაწილოთ ფუნქციები თავიანთი უფლებებითა და პაუზისმგებლობით ორგანიზაციის წევრებს შორის, შემდეგ უნდა განისაზღვროს ნაკეთობათა და დეტალების მოძრაობათა ნაკადები, განლაგდეს მოწყობილობები და ორგანიზებული იქნას ინფორმაციის და აღრიცხვის მთლიანობითი სისტემა.

ამ ამოცანებს პასუხობენ მართვის ადმინისტრაციული მეთოდები. ისინი განეკუთვნებიან მმართველობითი გადაწყვეტილებების მეორე ტიპს.

ოპერატიული ამოცანების გადაწყვეტა განეკუთვნება მმართველობის მესამე ტიპს. იმისათვის, რომ შედეგის გამოსავლიანობა იყოს სასურველი, რომლისათვისაც ვიყენებთ უკვე დამყარებულ ადმინისტრაციულ ურთიერთობებს, რადგან მათი მეშვეობით ხორციელდება საწარმოო პროცესების დაგეგმარება დროში, შემუშავდება ფასების პოლიტიკა, ხორციელდება მკვლევართა პროგრამები, იქმნება რეკლამები, ხორციელდება წარმოდგენილი ანგარიშგების რეალიზება და ა. შ. ამ სამუშაოთა შესრულება რაც შეიძლება მეტი ეფექტიანობით განსაზღვრავს ოპერატიულ ამოცანებს.

ამრიგად, გაგვაჩნია ს ტ რ ა ტ ე გ ი უ ლ ი, ა დ მ ი ნ ი - ს ტ რ ა ც ი უ ლ ი, და ო პ ე რ ა ტ ი უ ლ ი ა მ ო ც ა ნ ე ბ ი. მათი გადაჭრის პროცედურა შეიძლება დაიყოს 11 თავისთავად ეტაპად:

1. ორგანიზაციის საქმიანობის მიზნების დადგენა;

2. მიმდინარე და სამომავლო მიზნების ცვლილებების, აგრეთვე ორგანიზაციის მიმდინარე და პერსპექტიული მიზნების სრულყოფის პრობლემების და შესაძლებლობათა გათვითცნობიერება;

3. პრობლემებისა და შესაძლებლობათა დიაგნოზი, მათი განსაზღვრის, მიზეზების დადგენის და ორგანიზაციისათვის მისაღები შედეგის ჩართვით;

4. პრობლემის გადაჭრის ან შესაძლებლობათა გამოყენების სხვადასხვა ვარიანტების შემუშავება;

5. ყოველ დასახულ ვარიანტში შესაძლო შედეგების ანალიზი;

6. გადაწყვეტილების ყველაზე მისაღები ვარიანტის შერჩევა;

7. დაგეგმვა, რომელიც წარმოადგენს გადასვლას იმის აღწერიდან თუ რა უნდა გაკეთდეს, იმაზე თუ როგორ უნდა გაკეთდეს (გაკეთდეს გრაფიკების, ბიუჯეტების, დავალებათა განაწილების სახით შემსრულებელთა შორის);

8. ხელმძღვანელობა და კავშირები. სახელდობრ, ორგანიზაციის მონაწილეებზე გეგმის დაყვანა (აუცილებელია, რომ ორგანიზაციის მონაწილეები კარგად გაერკვნენ და გაითავისონ ეს გეგმა), მონაწილეები უნდა დავაინტერესოთ ამ გეგმის შესრულებაში, რათა ამით გამოვიწვიოთ მათგან სასურველი ქმედებები;

9. ცალკეული შედეგების გაზომვა და პროგნოზირება, მათი შედარება დასახულ მიზნებთან;

10. ტენდენციებისა და მნიშვნელოვან ცვლილებათა შეფასება, როგორც ორგანიზაციის შიგნით, ასევე გარემომცველ ეკონომიკაში;

11. მთელი ციკლის ან მისი ცალკეული ეტაპების განმეორება.

სტრატეგიული, აღმინისტრაციული და ოპერატიული ტიპის პრობლემები შეთანწყობილი მათი გადაწყვეტის პროცესთან, რომელიც შედგება ზემოაღნიშნული 11 ეტაპისაგან, შესაძლებელს ხდის საკმაოდ სისრულით გაიხსნას მმართველობის შინაარსი ფორმის საქმიანობაში. თუმცა მმართველობითი შრომის მოცულობა, რომელიც იზარალება ეტაპების მთელ ამ ციკლზე იქნება განსხვავებული სხვადასხვა ამოცანებისა და კომპანიისათვის. ერთ შემთხვევაში ყველა ჩამოთვლილი ეტაპები შეიძლება განხორციელდეს ერთი და იგივე მენეჯერის მიერ რაიმე ოფიციალური წესების დაცვის გარეშე, ანდა გადაწყვეტილება შესაძლოა მიღებული იქნას მენეჯერთა შორის

პირდაპირი კონტაქტების შედეგად. სხვა შემთხვევაში ეს ციკლი შესრულებული ხდება წინასწარ შემუშავებული მეთოდებისა და ინსტრუქციების საფუძველზე, რაც შესაძლოს ხდის დიდი სირთულის ამოცანების გადაწყვეტისას უპირატესობა მიანიჭოს კოლექტიურ ხელმძღვანელობას და უზუსტეს ანალიტიკურ მეთოდებს.

ბიზნესის პრაქტიკა იცნობს სამ ძირითად ქვეციკლს:

1. *გადაწყვეტილებათა შესრულება*, რომელიც მოიცავს მე-8 და მე-9 ეტაპების განმეორებას მაშინ, როდესაც ორგანიზაციის საქმიანობის ხასიათი და შინაარსი არ იცვლება.

2. *წარმოების მსვლელობის კონტროლი*. იგი მოიცავს 1, 2, 3 და მე-9 ეტაპებს და დაკავშირებულია შემოწმებასთან, შეფასებასთან, წარმოების მსვლელობის კორექტირებასთან, რომელიც აუცილებელია დასახული მიზნების მისაღწევად.

3. *დაგეგმვა*. ექსტრაპოლაციის გზით დაგეგმვა მოიცავს 1, 2, 3, 7 და მე-10 ეტაპებს. ამ ეტაპების განხორციელება შესაძლოს ხდის მივიღოთ გადაწყვეტილება, რომლის საფუძველშიაც დევს პროგნოზირების მონაცემები და მიზნები, რომლებიც დადგენილი არიან ექსტრაპოლაციის მეშვეობით ფირმის გასული საქმიანობის შედეგების მიმართ. მეწარმეობრივი დაგეგმვა მოითხოვს, რომ შესრულდეს 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 და 10 ეტაპები. მასთან გვაქვს საქმე იმ შემთხვევაში, როდესაც გეგმები არ ეყრდნობიან ექსტრაპოლაციას ანდა მენეჯერს სურს გადაუხვიოს საქმიანობის არსებული მიმართულებიდან. ამასთან ერთად საგულდაგულოდ გადაისინჯება მიზნები და ხორციელდება ახალ შესაძლო მიმართულებათა შესწავლა.

საჭიროა ვიცოდეთ, რომ ფირმაში მმართველობა ხორციელდება მმართველობითი ამოცანების სამი ტიპის (სტრატეგიული, ადმინისტრაციული, ოპერატიული) და გადაწყვეტილებათა მიღების პროცესთა სამი ტიპის მიხედვით (დაგეგმვა, შესრულება, კონტროლი), რომლებიც გამოიყენებიან ამოცანათა ნებისმიერი კატეგორიის მიმართ, ვინაიდან ორგანიზაციის (ფირმის) მიზნების მიღწევა დამოკიდებულია სამ ისეთ ძირითად ფაქტორზე, როგორიც არიან:

1. არჩეული სტრატეგია;
2. ორგანიზაციული სტრუქტურა და

3. იმისაგან თუ რაგვარად ფუნქციონირებს ეს სტრუქტურა.

ამ სამივე ფაქტორის გააზრებულ ამოქმედებას ქმედითი ინსტრუმენტის როლში გამოადგება მმართველობითი რაციონალიზმის ანალიზურ-შემფასებელი სისტემა.

მიზნების მიღწევის გზების ვარიანტების შერჩევა უნდა განხორციელდეს ამ ფაქტორთა შორის ურთიერთკავშირის გათვალისწინებით. ამ კავშირში გარკვევას ხელს უწყობს ანალიზურ-შემფასებელი სისტემები.

ფირმის სტრატეგია მდგომარეობს იმაში, რომ განსაზღვროს თუ პროდუქციის რა სახეობებმა უნდა მოიყაროს თავი მოცემულ ფირმაში. უნდა გაირკვეს ისინი წარმოქმნიან ფირმა კონგლომერატს თუ სინერგიულ ფირმას. რა და რა სახის სტრატეგიული ზონები ჩამოყალიბდებიან და როგორ განაპირობებენ ისინი ფირმისათვის სასურველი ნაერთი სტრატეგიის ჩამოყალიბებას. ამაზეა დამოკიდებული თუ რაგვარი ორგანიზაციული სტრუქტურა ოპტიმალურად პასუხობს ამ სტრატეგიის მაღალეფექტიან ფუნქციონირებას.

როდესაც მოცემულია ფირმის მიზნები და სტრატეგიები, მაშინ ფირმის სტრუქტურის დაპროექტებამ უნდა უზრუნველყოს შესაძლებლობათა მაქსიმუმი დასახული მიზნების მისაღწევად.

როგორც წესი ორგანიზაციის (ფირმის) მიზნად ფიგურირებს რესურსების ხარჯვაზე ზევით შემოსავლის მეტობის მაქსიმუმი მიღწეული თვითღირებულების შემცირებით და მომხმარებლისათვის თავისი წარმოებით მიღებული საქონლის და მომსახურების მიწოდებით და მიყიდვით. ე. ი. ჯანსაღი ბიზნესის გზით მოგების მაქსიმუმის მიღება.

გამარტივებულად ფირმის მიზნები წარმოსდგებიან შემდეგი პოზიციებით:

1. საჭიროა იმ შედეგების მიღება, რომლებიც მეტად უახლოვდებიან მაქსიმუმს; აქ მაქსიმუმზე გამიზნულობის მომქმედ ინსტრუმენტარიად და ისიც მაღალი ქმედითობით შეიძლება გამოყენებული იქნას მმართველობითი რაციონალიზმის ანალიზურ-შემფასებელი სისტემა;

2. ორგანიზაციის (ფირმის) ეკონომიკის ხანგრძლივადიანი ზრდის უზრუნვეყოფა, რომელიც გამორიცხავს დროებით წარმატებებს მომავლის საზიანოდ და ამით ხელს უწყობს მაღალი შედეგების მიღებას ხანგრძლივი დროის განმავლობაში. ეს იმას ნიშნავს, რომ

მთავარია არა შემთხვევითი გზით არასტაბილური საბოლოო მაქსიმალური შედეგის მიღება, არამედ იმ შედეგების მაქსიმიზაცია, რომელიც სტაბილურად შეუძლია მოგვეცეს მწყობრმა სისტემამ, რომლის გამოსავალიცაა ეს შედეგი.

3. ფირმის დაცვა დამანგრეველი რისკისაგან, რომელიც შეუძლია გამოიწვიოს ვიწრო პრაქტიციზმმა აზროვნებაში „მოკლე ჩართვებით“ ე.ი. გაუბრალოებული წარმოდგენებით, რომელიც მოკლებულია ანალიტიკურ ჭკრეტას, მომავლის გრძნობას და გამოირჩევა გარემოში მოსალოდნელ ცვლილებათა გაუთვალისწინებლობით. მაგ., მოწყობილობის უეცარი მორალური გაცვეთა, რომელიც ახლახან იქნა დამონტაჟებული.

ფირმის სხვადასხვა შესაძლო სტრუქტურებს შორის ოპტიმალურის არჩევის მიზნით შესაძლებელი რომ ყოფილიყო მათი ამსახავი მოდელების აგება, მაშინ თავისუფლად შევძლებდით ამ სამი მიზნის მიღწევა გამოგვეყენებინა ფირმის სტრუქტურის ეფექტიანობის შეფასების კრიტერიუმად. მაშინ იმასაც შევძლებდით, რომ კვალდაკვალ მივეყოლოდით სტრუქტურის სხვადასხვა ვარიანტების გამოყენების შედეგებს. ამ შემთხვევაში მიზნების მიღწევის თვალთახედვით შევძლებდით ოპტიმალური ვარიანტის შერჩევას.

მოცემული სტრუქტურის ფირმის ფუნქციონირების ეფექტიანობის შეფასებისათვის უადრესად ხელსაყრელია გამოყენებულ იქნას მმართველობითი რაციონალიზმის ანალიზურ-შემფასებელი სისტემებით აგებული მართვის ცენტრალიზებული სისტემა.

7.14. სამრეწველო ფირმის სტრუქტურის ეფექტიანობის შეფასების კრიტერიუმები სიტუაციური მართვის კოზიციებთან

ფირმის (ფუნქციონირებისათვის ორგანიზებული ობიექტის) სტრუქტურა მოიცავს როგორც საწარმოო სტრუქტურას, ასევე მმართველობის სტრუქტურას და გვევლინება ფირმის საერთო სტრუქტურის სახით. ფირმის (ორგანიზაციის) აღნაგობა, როგორც მთელისა, შეიძლება ამოკითხულ იქნას მისი ინგრედიენტების როლსა და თანაფარდობაში ე. ი. ორგანიზაციულ სტრუქტურაში.

ორგანიზაციული სტრუქტურის ხარისხი გვევლინება ფირმის ფუნქციონირებისათვის ეფექტიანობის ერთ-ერთ მნიშვნელოვან ფაქტორად. მისი შეფასების კრიტერიუმები შეიძლება წარმოდგენილი იქნას 4 ჯგუფად:

1. სტატისტიკური ეფექტიანობის კრიტერიუმები მიგვანიშნებენ წარმოების იმგვარ ეფექტიანობაზე, როდესაც წარმოების სიდიდე, ბუნება, მყიდველები და ნომენკლატურა წარმოდგენენ ფირმის პროდუქციის გამოსავლის, დროში ნაკლებად ცვალებად ვექტორებს*.

სტატისტიკური ეფექტიანობა ძლიერაა დამოკიდებული საწარმოო სისტემის აღნაგობაზე. სტატისტიკური ეფექტიანობისათვის ოპტიმალურია ის სტრუქტურა (აღნაგობა), რომლის დროსაც დასახული გამოსავალი ვექტორი (საწარმოო სისტემის გამოსავალი) მიიღება უმცირესი დანახარჯებით (საწარმოო სისტემის შესავალი). იგი წარმოდგენს იმპულსის მიმცემს, რომ წარმოების მასშტაბების გადიდებით მიღებული იქნას ეკონომია. წარმოების მასშტაბების გადიდებას კი სურთ მიაღწიონ საწარმოო სიმძლავრეების კონცენტრაციით გასაღების ბაზრებთან მიახლოებულ რაიონებში, რათა ამით შეამცირონ დანახარჯები საქონლის ტრანსპორტირებაზე.

საწარმოო სისტემის დაპროექტების ეს კერძო შემთხვევა გამოიყენებს ხოლმე ანალიზის რაოდენობრივ მეთოდებს, რათა მიაგნონ სტატისტიკური ეფექტიანობის ოპტიმალურ სტრუქტურას. აქ განხილული იყო საწარმოო სისტემის სტრუქტურა და არა მართვის სტრუქტურა. მართვის სტრუქტურის მიმართ, რომელიც წარმოსდგება მართვის ქვესისტემის სახით, მთავარი პრობლემა იქნება მმართველობის სხვადასხვა დონეებს შორის მიღებული სამმართველო გადაწყვეტილებისათვის პასუხისმგებლობის განაწილება. თუ პირობები უცვლელია, მაშინ მიღებული გადაწყვეტილებისათვის პასუხისმგებლობა უნდა გადაეცეს მმართველობის იმ დონეს საიდანაც, კარგად მოსჩანს ყველა ძირითადი ცვლადი ფაქტორის მო-

* მხედველობაშია ე. წ. ვექტორი „დანახარჯები-გამოსავალი“. იგი მოიცავს ორ კომპონენტს: გამოსავლებს პროდუქციას (იგი დადებითია) და პროდუქტებს, რომლებიც იხარჯებიან წარმოებაში (იგი უარყოფითია). აქ საკითხი ეხება გამოსავალ კომპონენტს (გამოსავლებს პროდუქციას).

ქმედებები. მაგალითად, ფასები უნდა დაწესდეს მმართველობის უფრო მაღალ დონეზე, ვიდრე საწარმოს ქვედანაყოფთა ხელმძღვანელობაა, გასაღების სამსახურია, კვლევითი და საკონსტრუქტორო განყოფილებებია.

ეს კრიტერიუმი უკიდურეს შემთხვევაში იწვევს უმაღლესი ხელმძღვანელობის გადატვირთვას ანდა მმართველობის უზარმაზარი აპარატის შექმნას. ამ გარემოებათა გამო წარმოჩნდება გადაწყვეტილებათა მიღებაში დეცენტრალიზაციის აუცილებლობა.

დეცენტრალიზაციის კრიტერიუმი მოითხოვს გადაწყვეტილების მიღებისათვის პასუხისმგებლობის იმგვარ განაწილებას, როდესაც ყოველი *ხელმძღვანელი, რომელიც ღებულობს ოპტიმალურ გადაწყვეტილებას თავის უბანზე უნდა ითვისოს წინებდეს, რომ ამ გადაწყვეტილებამ ხელი შეუწყოს ოპტიმალური შედეგების მიღებას მთელი ფირმის მიხედვით.*

ფირმის ეკონომიკის სტაბილიზაციისას გარე და შიგა პირობების შეცვლაზე წარმოების მიერ რეაგირების ამალღებას ნაკლები ყურადღება ექცევა. ამიტომ წარმოიქმნება ის შესაძლებლობა, რომ შემცირებული იქნას სამმართველო აპარატი იმ ფარგლებამდე, რომლებიც საკმარისი არიან წარმოქმნილი საკითხების გადასაჭრელად.

მმართველობის აპარატის გაბერილობის მაჩვენებელს წარმოადგენს ძირითად და არა ძირითად პერსონალებს შორის თანაფარდობა.

2. მეორე მნიშვნელოვან კრიტერიუმს წარმოადგენს **წ ა რ - მ ო ე ბ ი ს მ ა ნ ე ვ რ უ ლ ო ბ ა**. ამ კრიტერიუმით ხორციელდება ფირმის უნარის *შეფასება თუ რა უნარი გააჩნია მას სწრაფად და ეფექტიანად შეცვალოს გამოსავალი ვექტორი*. ამის აუცილებლობა შეიძლება გამოწვეული იყოს მოთხოვნის დონის ცვლილებით ანდა კონკურენტთა მოქმედებით. მაგალითად, ფასების შემცირებით, ფირმის წილის შემცირებით ბაზარზე, პროდუქციის ახალი სახეობის გაუთვალისწინებელი წარმატებით;

საწარმოო სისტემის სასურველი მახასიათებლები ეწინააღმდეგებიან სტატიკური ეფექტიანობის ამალღების პირობებს. მართლაც, ისინი მოითხოვენ ადგილობრივ საწარმოო შესაძლებლობათა განვითარებას. ნაცვლად ამ სიმძლავრეთა გაერთიანებისა, სიმძლავრეების რეზერვების შექმნას ნაცვლად მათი მინიმუმზე დაყვანისა და ა.შ.

მართვის სისტემაც უნდა იყოს მოქნილი. ამისათვის აუცილებელია მუდამ ვფლობდეთ მიმდინარე ინფორმაციას ფირმის და კონკურენტების საქმეთა მდგომარეობის შესახებ და ზუსტად და დროულად წყდებოდეს სხვადასხვა საკითხები. სწრაფი რეაქცია მოითხოვს იმას, რომ გადასაწყვეტი საკითხები გადაეცეს იმათ ვინც ახორციელებს მოქმედებათა წამოწყებას, ვინაიდან მათ შესწევთ უნარი უზრუნველყონ სწრაფი რეაქცია.

3. მესამე ძირითადი კრიტერიუმის როლში გამოდის მ ო ქ ნ ი ლ ო ბ ა ს ტ რ ა ტ ე გ ი ს ს ა კ ი თ ხ ე ბ შ ი. ეს კრიტერიუმი იძლევა ფირმის უნარის შეფასებას მოახდინოს რეაგირება ფირმის გამოსავალი ვექტორის ცვლილებაზე და არა მისი სიდიდის შეცვლაზე. მაგ., მოახდინოს რეაგირება ნაკეთობათა მოძველებაზე, ცვლილებებზე ტექნოლოგიაში, გასვლაზე საერთაშორისო ბაზარზე, შესაძლებლობაზე, რომ განხორციელდეს მეწარმეობრივი საქმიანობის ახალი სახეობა, ცვლილებებზე სამართლებრივ და სოციალურ შემომრაველებში. მათ უნდა იცავდეს ფირმა.

ამგვარ ცვლილებებზე ფირმის ტიპიურ რეაქციას წარმოადგენს გამოსაშვები პროდუქციის და ბაზრის ნომენკლატურის შეცვლა, სხვა ფირმების შექმნა, არსებული ოპერაციების ნაწილის შეწყვეტა.

სტრატეგიის მოქნილობა უაღრესად საჭიროა და ამიტომ სერიოზული მოთხოვნაცაა ორგანიზაციული სტრუქტურისადმი. ჯერ ერთი უნდა გაგვაჩნდეს მექანიზმი, რომელიც შეუფერხებლად უზრუნველყოფს ინფორმაციის მიღებას გარემოცვაში არსებული ვითარების შესახებ. ხშირად შეუძლებელია სტრატეგიის საჭირო ცვლილების წინასწარ განჭვრეტა. მაგ., ამას ვხვდებით პრინციპულად ახალი ტექნოლოგიური პროცესის აღმოჩენისას, ანდა ქვეყანაში პოლიტიკური რეჟიმის უეცარი შეცვლისას. გარემოს ანდა მასში ცალკეულ ვითარებათა ცვლილებების შესახებ ინფორმაცია არავითარ შემთხვევაში თავისთავად არ უზრუნველყოფს ფირმის (ორგანიზაციის) სათანადო რეაგირებას. ამიტომ მეორე მოთხოვნა ფირმის ორგანიზაციული სტრუქტურის მიმართ ისაა, რომ მან უნდა გაითვალისწინოს მართვის ცენტრის საჭიროება, რომელსაც ძალუძს მოიპოვოს სადაზვერვო მონაცემები. უნდა გვახსოვდეს, რომ ინფორმაციის მიღება მუქარის ან ახალ შესაძლებლობათა

შესახებ არაა საკმარისი იმისათვის, რომ განისაზღვროს თავისთავად ფირმის კონკრეტული რეაქცია და ნაბიჯები. ამ ნაბიჯების განსაზღვრა ძნელი ამოცანაა. ამ სიძნელეს განსაზღვრავს ის რომ მისი გადაჭრა მოითხოვს შემოქმედებით აზროვნებას, გარდა ამისა ახალი სტრატეგიული იდეები არ არიან სადაც გამზადებული რეცეპტის სახით. ისინი იბადებიან საწარმოო სისტემებში, განსაკუთრებით განყოფილებებში, რომლებიც აზორციელებენ საცდელ საკონსტრუქტორო სამუშაოებს, ბაზრის კონიუნქტურის შესწავლას, მოთხოვნის დაგეგმვას მართვის ყველა დონეზე, განსაკუთრებით იმ დონეებზე, სადაც ხორციელდება გარემოსთან კავშირების დამყარება.

ამიტომ ფირმაში (ორგანიზაციაში) უნდა იქნას ამოქმედებული იდეების დაბადების სტიმულატორები, რომლებიც იმპულსს აძლევენ იდეების დაბადებას ფირმის ნებისმიერ ქვედანაყოფში. საჭიროა შეიქმნას ეფექტიანი კავშირი მართვის ქვესისტემებს და წარმოებას შორის, რასაც თან უნდა ახლდეს იდეათა შესაძლო ვარიანტების თანადროული და ობიექტური შეფასებები.

მხედველობაში უნდა ვიქონიოთ ის რომ საწარმოო სისტემაში ცვლილებათა დანერგვის პროცესი იწვევს სტატიკური ეფექტიანობის შემცირებას. მართლაც, ახალი პროდუქციის დანერგვა იწვევს ახალი პროდუქციის შეკუმშვას და დანერგვის სამუშაოებზე დამატებით ხარჯებს. ამავ დროს იგი ყურადღებას სწვევტს ნაკეთობათა არსებული წარმოებისაგან. ამ გარემოებათა გამო ორგანიზაციული სტრუქტურა უნდა უზრუნველყოფდეს არსებული წარმოებისა და მისი განვითარების ჰარმონულ გაძლივას.

4. მეოთხე კრიტერიუმია ს ტ რ უ ქ ტ უ რ ი ს დ ი ნ ა მ ი კ უ რ ო ბ ა. იგი იძლევა ფირმის უნარის შეფასებას შეცვალოს თავისი ორგანიზაციული ფორმები.

იმ შემთხვევაში, როდესაც არ ჩანს გამოსავალი რეაქციის წინა სამ სახეობაში მათი შეფასების კრიტერიუმთა მიხედვით, მაშინ გამოსავალი უნდა ვეძიოთ სტრუქტურის მორგებაში გარემო პირობებისადმი. ამის კარგ შესაძლებლობას ქმნის ის, რომ ორგანიზაციულ სტრუქტურაში იყოს ჩართული უნარი ცვლილებებისაკენ. ამ შემთხვევაში გარემოსადმი მორგება იქნება სწრაფი და ისიც ფირმის ეფექტიანობის დაქვეითების გარეშე. თუ ფირმა არ

ფლობს სტრუქტურის დინამიკურობის უნარს, მორგება ახალი ვითარებისადმი იქნება ნელი და ძვირად ღირებული.

წარმოების და მართვის ტექნიკური ბაზის ცვლილებაც მოითხოვს ორგანიზაციული სტრუქტურის უნარს განახორციელოს საჭირო შემთხვევაში სათანადო ცვლილებები. მაგ., მართვის ავტომატიზირებული სისტემის დანერგვა, მისი ეფექტიანი გამოყენებისათვის მოითხოვს მართვის სისტემის სათანადო გარდაქმნას. საწარმოო პროცესის ავტომატიზაცია ხშირად მოითხოვს, რომ ეკონომიურად მოხდეს სამეურნეო ფუნქციების დაჯგუფება; ავტომატიზებული პროცესებისადმი მორგების თვალსაზრისით.

ამრიგად, სიტუაციური მართვა მოითხოვს, რომ ორგანიზაციული სტრუქტურა ისეთი იყოს, როგორც პასუხობს სტრატეგიაში და ოპერატიულ საქმიანობაში ცვლილებებზე სწრაფი რეაგირებით მუდმივ თვითგანახლებას. ამიტომ სიტუაციური მართვა მოითხოვს, რომ შეგვეძლოს გავითვალისწინოთ საწარმოო სისტემაში მოქნილობა ტექნოლოგიური პროცესების სრულყოფაში, გაგვაჩნდეს მმართველობის აპარატის პრინციპული სქემა, რომელიც გააადვილებს საჭიროების შემთხვევაში აპარატის გაფართოებას, შეკვეცას ანდა შეცვლას, ძირითადი ფონდები უნდა ფლობდნენ უნარს ადვილად გადაირთონ ერთი საქმის კეთებიდან მეორეზე. მაგ., ფირმა რომელსაც გააჩნია საერთო დანიშნულების შენობა და უნივერსალური მოწყობილობა, ფლობს სტრუქტურის დიდ დინამიკურობას, ვიდრე ფირმა, რომელსაც გააჩნია სპეციალური დანიშნულების შენობა და მოწყობილობები.

იდეები ადვილად აღმოცენდებიან და მათი გამოყენებაც ადვილდება იმ ფირმებში, რომელთა სტრუქტურა შესაძლებელს ხდის სამმართველო გადაწყვეტილებათა დეცენტრალიზაციას ე.ი. ყოველ ადამიანს აქ მინიჭებული აქვს უფლება დამოუკიდებლად განახორციელოს თავისი საქმიანობის ორგანიზება.

შეფასების კრიტერიუმთა ამ ოთხი ჯგუფიდან პირველი დომინირებს მაშინ, როდესაც ბაზარი არაა გაჯერებული საქონლით და ფირმის მმართველობა ორიენტირებულია წარმოებაზე. ე.ი. საქმე გვაქვს წარმოებაზე ორიენტირებულ მარკეტინგულ მართვასთან. ამ პირობებში გადამწყვეტი მნიშვნელობა ენიჭება მმართველობით რაციონალიზმს და ნაკლებად ექცევა ყურადღება სიტუაციურ მართვას.

შეფასების მეორე კრიტერიუმი დომინირებს მაშინ, როდესაც ფირმა ორიენტირებულია საქონლის გასაღებაზე.

შეფასების მესამე კრიტერიუმი ორიენტირებულია ინფორმაციის და ტექნოლოგიის ერთიან მარკეტინგულ სისტემაზე.

შეფასების მეოთხე კრიტერიუმი ორიენტირებულია მარკეტინგული მართვის გაჭრით მთლიანი რეორგანიზაციის ასპარეზზე სხვა საქმიანობაზე გადართვასთან დაკავშირებით.

მეორე, მესამე და მეოთხე შემთხვევაში ჯერ სიტუაციური მართვა კმნის ორგანიზაციულ სტრუქტურას, შემდეგ კი იწყებს ფუნქციონირებას მმართველობითი რაციონალიზმის მექანიზმი.

თავი VIII

მმართველობითი რაციონალიზმი პროდუქციის წარმოებასა და რეალიზაციაში

8.1 საწარმოს მარკეტინგული მართვის ბანსხვაება სამეურნეო-ანგარიშებრივი მართვისაბან

საწარმოს მარკეტინგული მართვა მმართველობის იმგვარი ორგანიზაციაა როდესაც სამეურნეო გადაწყვეტილებათა მიღების საფუძველს შეადგენს ბაზრის (მყიდველთა) არსებული და პოტენციალური მოთხოვნები და მათზე წარმოების მორგების მექანიზმის გამოყენება. აქ გამორიცხულია ის რომ ცენტრის დავალებათა შესრულებას პასუხობდეს წარმოების შესაძლებლობები, თუ ეს დავალებები ღირეტიულია და არა საბაზრო გარიგებათა საფუძველზე აღმოცენებული.

საწარმოს მარკეტინგული მართვის მექანიზმი მოიცავს საწარმოს ორგანიზაციულ-ტექნიკურ საფინანსო-კომერციულ ფუნქციებს, რომლებიც მიმართული არიან გამოშვებული პროდუქციის შეუფერხებელი რეალიზაციისაკენ.

მარკეტინგული მართვის მექანიზმისაგან განსხვავებით თვითგამოსყიდვითი და თვითდაფინანსებითი სამეურნეო ანგარიშის მექანიზმი

აყალიბებს მმართველობის იმგვარ ორგანიზაციას რომელიც გამოირიცხავს კომერციულ ფუნქციებს. სამეურნეო გადაწყვეტილებათა მიღების საფუძველს აქ შეადგენს წარმოების მიმდინარე და პერსპექტიული შესაძლებლობანი, რომლებიც ცენტრის დავალებათა შესაბამისად არიან განსაზღვრული. საწარმოს მარკეტინგული მართვა მოიცავს, როგორც წარმოების მარკეტინგულ მართვას, ასევე მარკეტინგული საქმიანობის მართვასაც (იხ. დანართი 1.).

შეიძლება გამოეყოთ საწარმოს მარკეტინგული საქმიანობის შემდეგი ძირითადი პრინციპები:

1. პროდუქციაზე მოთხოვნის მდგომარეობის დინამიკის და საერთო საჭიროებათა გათვალისწინება;
2. ბაზრის მოთხოვნასთან, მის სტრუქტურასთან წარმოების მაქსიმალური შეთანაწყობის სათანადო პირობების შექმნა;
3. ყველა ხელმისაწვდომი საშუალებით და უწინარეს ყოვლისა რეკლამით ზეგავლენა ბაზარსა და მყიდველებზე;

საწარმოს მარკეტინგული ორიენტაცია მოითხოვს მართვითი საქმიანობისადმი სისტემურ მიდგომას, რომელსაც გააჩნია მკაფიოდ გამოკვეთილი მიზანი და სათანადო ორგანიზაციულ-ტექნიკური, კომერციული და ფინანსური მექანიზმით ამ მიზნის მისაღწევ ღონისძიებათა სისტემა.

გამოიყოფა საწარმოს მარკეტინგული საქმიანობის ძირითადი ფუნქციები:

1. მარკეტინგის განხორციელებასთან და ბაზართან დაკავშირებულ პრობლემათა შესწავლა სისტემური მიდგომით (კვლევის ფუნქცია);
2. პროდუქციის ასორტიმენტის დაგეგმვა;
3. პროდუქციის განაწილება მეურნეობრიობის სტრატეგიული ზონების მიხედვით და გასაღება;
4. რეკლამა და გასაღების სტიმულირება.

თუ სამეურნეოანგარიშებრივ საწარმოში სავაჭრო ოპერაციათა ორგანიზაცია განიხილება როგორც მმართვეის ერთ-ერთი ფუნქცია, რომელსაც გააჩნდა წარმოებისადმი დაკვემდებარებული მნიშვნელობა მარკეტინგულმა საქმიანობამ იგი გადააქცია საწარმოს მართვის წამყვან ფუნქციად რომელიც განსაზღვრავს არა მარტო გასაღების, არამედ საწარმოს საწარმოო პოლიტიკასაც, მთელი მეწარმეობრივი საქმიანობის სტილსა და ხასიათს.

საწარმოს მარკეტინგული საქმიანობის სპეციალისტები იმყოფებიან საწარმოო ციკლის ბოლოში. მათ უნდა დაადგინონ და დაიყვანონ ყოველ ინჟინრამდე, კონსტრუქტორამდე და საწარმოო პერსონალამდე ცნობები იმის შესახებ, როგორი სურს იხილოს მომხმარებელმა პროდუქტი, რა ფასის გადასახდელად არის იგი მზად, სად, როდის და რა მოცულობით გაჩნდება ამ პროდუქციაზე მოთხოვნა.

მარკეტინგის გამოყენება საფუძვლიანად ცვლის საწარმოს მართვის კონცეფციას მთლიანად და კერძოდ საწარმოო-სამეურნეო საქმიანობის ცალკეული სფეროების მიხედვით.

ამრიგად, საწარმოს მიზნებისა და ამოცანების განსაზღვრის საქმეში გადამწყვეტია საბაზრო და არა მისი საწარმოო შესაძლებლობანი. ბაზრის მოთხოვნებს უკავშირდება საწარმოს საერთო რესურსები. საწარმო ამზადებს ნაკეთობას, რომელიც შეუძლია გააყიდოს მოგებით და არა იმას, რომლის დამზადებაც უადვილდება მას.

ახალი პროდუქციის მახასიათებლებს წარმოების შესაძლებლობანი კი არ განსაზღვრავს, არამედ ის თუ, დანიშნულების მიხედვით მისი გამოყენების ყოველ კონკრეტულ სიტუაციაში რა ურჩევნია მომხმარებელს. ეს მახასიათებლები განაპირობებენ სამეცნიერო-კვლევით, ორგანიზაციულ-კონსტრუქტორულ დამუშავებათა მიმართულებებს.

ახალი პროდუქციის ათვისებისას დიდი ყურადღება ექცევა ბაზრის ტესტირებას, საქონლის საცდელ გაყიდვას და არა იმდენად ამ პროდუქციის ლაბორატორიულ გამოკვლევას.

შეფუთვა განიხილება არა მარტო როგორც ტრანსპორტირების და საქონლის გაფუჭებისაგან დაცვის საშუალება, არამედ როგორც გასაღების სტიმულირების და რეკლამის საშუალებაც.

ფასწარმოქმნის დარგში ფასის განსაზღვრას საფუძვლად ედება პროდუქციის თვითღირებულება კი არა, არამედ ის ფასი, რომელიც მზადაა მომხმარებელმა გადაიხადოს ე.ი. ღირებულების საზოგადოებრივი ცნობა განსაზღვრავს ფასს.

საწარმოს მარკეტინგული საქმიანობის პირობებში პროდუქციის გასაღების საშსახურის მნიშვნელობა მკვეთრად მატულობს. ეს საშსახური ასრულებს შემკვეთის როლს, რომლის წყალობითაც საწარმო უზრუნველყოფილი ხდება სამუშაოთი პერსონალი კი დასაქმებულობით. ამის გამო უპირველესი მნიშვნელობა ენიჭება

გასაღების სამსახურის მუშაკთა სტიმულირებას. რეკლამასა და პროდუქციის გასაღების სტიმულირებაზე გაწეული ხარჯები შეიტანება პროდუქციის თვითღირებულებაში, როგორც მისი ძირითადი ელემენტები და არა როგორც დამატებითი ხარჯები. ამასთანავე პროდუქციის გასაღების სამსახურის ხელმძღვანელი შედის საწარმოს მთავარ ხელმძღვანელთა რიცხვში.

საწარმოს მარკეტინგული საქმიანობა მოგვევლინა თანამედროვე წარმოების გადიდებული შესაძლებლობების პირობებში, როდესაც გაჯერებული ბაზრის გამო აუცილებელი შეიქმნა გამოსაშვები პროდუქციის სწრაფი განახლება, ადგილი აქვს საბაზრო მოთხოვნის სწრაფ და ხშირ ცვლილებებს უკანასკნელი ართულებს რეალიზაციის პროცესს, მძაფრი ხდება კონკურენციული ბრძოლა. გარდა ამისა სულ უფრო და უფრო აუცილებელი ხდება ინფორმაცია ახალი პროდუქციის შესახებ სწრაფად იქნას დაყვანილი მომხმარებელამდე. რთულდება მომხმარებელთა ორიენტირება პროდუქციის ახალ სახეობათა, ქვესახეობათა, სორტების და ღირსების მიმართ.

ამ გარემოებათა გამო არსებითი მნიშვნელობა ენიჭება პროდუქციის ასორტიმენტს, ნომენკლატურის, ხარისხის სორტის, ღირსების, სახეობისა და ქვესახეობის მიხედვით ბაზრის სეგმენტაციას და მეურნეობრიობის შესაბამისი სტრატეგიული ზონის განსაზღვრას.

ყოველივე ეს კი მოითხოვს იმას რომ კარგად ვერკეოდეთ პროდუქციის ზემოჩამოთვლილ ნიშანთვისებებში და ამ ნიადაგზე მივალწიოთ მკაცრად განსაზღვრული უმეცდომო სტატეგიულ გადაწყვეტილებათა მიღებას, რათა მართვის ტაქტიკასა და სტრატეგიაში არ დავუშვათ შეცდომები.

საჭიროა ისიც ვიქონიოთ მხედველობაში, რომ გაუჯერებელი ბაზრის პირობებში წარმოებაზე ორიენტირებულ მარკეტინგულ საქმიანობას გააჩნია ნიადაგი. საწარმოს სამეურნეო-ანგარიშებრივი და კომერციული საქმიანობა ისე უნდა იქნას აგებული, რომ იგი მზად იყოს სწრაფი გადართვისათვის საწარმოს მარკეტინგულ საქმიანობაზე. ეს იმას მოითხოვს, რომ გაუჯერებელი ბაზრის პირობებში მაინც ვიყოთ ორიენტირებული ამ მხრივ. გაჯერებული ბაზრის წარმოქმნასთან ერთად მზად უნდა აღმოვჩნდეთ ამ ახალი სიტუაციისადმი ე.ი. უნდა შეგვეპლოს მარკეტინგის მექანიზმის, როგორც მთლიანობითი სისტემის, ფუნქციონირების მიხედვით განვახორციელოთ წარმოების ორგანიზაცია სტრატეგიული დაგეგმვა და მენეჯმენტი.

იმ დროს, როდესაც ყიდვა-გაყიდვის ერთობლივი სისტემა ხორ-

ციელდება ცენტრიდან დირექტიული წესით, სადაც გამორიცხულია გარიგებითი ფასები და საქონელთა თავისუფალი მოძრაობა ურთიერთ შერჩეული (და არა ზევიდან დაკანონებული, პარტნიორიდან (გამყიდველი) პარტიორისაკენ (მყიდველი), არ მოქმედებს საბაზრო მექანიზმი წარმოებასა და მოხმარებას შორის თანაფარდობის მართვის ფუნქციით. ამიტომ ჩვენ გაგვაჩნია დეფიციტური წარმოება, დაუკმაყოფილებელი მოთხოვნა საბაზრო მექანიზმის ყოვლის მომცველი ფუნქციონირების გარეშე.

ამ გარემოებათა გამო უწინარეს ყოვლისა საჭიროცაა და შესაძლებელიც დაუყოვნებლივ განხორციელდეს ღონისძიებანი, რათა სამეურნეო მექანიზმში იქნას ჩართული გაუჯერებელი ბაზრის მარეგულირებელი მექანიზმი და მმართველობითი ბიუროკრატიზმის მართველობით რაციონალიზმად გარდაქმნელი ინსტრუმენტარია. მათ უნდა უზრუნველყონ საბაზრო მექანიზმის ფუნქციონირება გაუჯერებელი ბაზრის პირობებშიაც კი და ამით საქართველოს დამოუკიდებელი ეკონომიკის განვითარება გაჯერებულ ბაზარზე გასვლისაკენ.

ამიტომ მმართველობითი რაციონალიზმით მართვადი მეთოდების დანიშნულებაა გამორიცხოს მმართველობითი ბიუროკრატიზმი და სამმართველო საქმიანობის ხარისხის თვისობრივი გარდაქმნით შიდაწიოს წარმოების ეფექტიანობის ამაღლებას. მათ შორის არსებითი მნიშვნელობა ენიჭება პროდუქციის სახეობათა, ქვესახეობათა, ხარისხის, სორტის და ღირსების მიხედვით მეურნეობრიობის სტრატეგიული ზონების ჩამოყალიბებასა და მართვას ისე, რომ იგი იწვევედეს ამ ზონებში გაჯერებული ბაზრის წარმოქმნას.

ამიტომ, ჩვენ განვიხილავთ პროდუქციის ხარისხის ამაღლების ორგანიზაციისა და მმართველობითი რაციონალიზმის საკითხებს.

8.2. პროდუქციის ხარისხის, სორტის, ღირსების არსი და ურთიერთკავშირი

პროდუქციის დანიშნულების განმსაზღვრელ თვისებათა ერთობლიობის მოხმარებაში გამოსადეგობის ღონეს, რომელიც განა

პირობებს პროდუქციის ერთი ეგზემპლარის (პარტიის) სხვასთან შედარებით უკეთესობა - უარესობას, ეწოდება პროდუქციის ხარისხი. მოცემული მოთხოვნილების დაკმაყოფილების რაც უფრო მეტი უნარი შესწევს აღებული სახეობის პროდუქციის ამა თუ იმ პარტიას მით უფრო უკეთესია იგი და ამიტომ მაღალი ხარისხისაა. ეს უნარი განსაზღვრულია ამ საგანში მოცემული იმ თვისებათა ერთობლიობის ქმედებით, რომელიც თავს იჩენს დანიშნულების მიხედვით მოხმარების პროცესში.

ამა თუ იმ სახეობის პროდუქციის სხვადასხვა ეგზემპლარებსა და პარტიებს შორის ხარისხობრივი განსხვავება შეიძლება იყოს მნიშვნელოვანი ანდა უმნიშვნელო. პროდუქციის ხარისხისადმი წაყენებული მოთხოვნები განაპირობებს იმას თუ მომხმარებლისათვის ხარისხობრივი სხვაობის რა სიდიდეს ენიჭება დიდი მნიშვნელობა და რას არა. მაგალითად, ავილოთ სასურსათო პროდუქტები. აქ პროდუქციის მოცემული სახეობის სხვადასხვა პარტიებს შორის ხარისხობრივი განსხვავების მნიშვნელობა განისაზღვრება იმით, თუ საზოგადოებას რამდენად აქვს განვითარებული გემოვნება. რაც უფრო ნაკლებად არის იგი განვითარებული, მით უფრო მეტი ოდენობის ხარისხობრივ განსხვავებას ნაკლები მნიშვნელობა ენიჭება. გემოვნების შემდგომი განვითარება უფრო მცირე ხარისხობრივ სხვაობას უფრო დიდ მნიშვნელობას ანიჭებს.

მანქანათმშენებლობაში რაც უფრო ვითარდება ტექნიკა იქმნება მაღალმწარმოებლური მოწყობილობა მით უფრო იზრდება მოთხოვნელობა დეტალების დამზადების სიზუსტისადმი.

ამა თუ იმ პროდუქციაზე არსებობს მოთხოვნილება და სწორედ ამიტომ იწარმოება იგი. ამ პროდუქციის ხარისხის მიმართ არსებობს მოთხოვნელობა. მოთხოვნელობის შესაბამისად კი ხდება პროდუქციის ვარგისობის განსაზღვრა და მისი მიკუთვნება ამა თუ იმ ხარისხობრივი ჯგუფისადმი. მომხმარებლისათვის ხარისხობრივი სხვაობის მნიშვნელობის მიხედვით პროდუქციის ცალკე გამოყოფილ ჯგუფს პროდუქციის სორტი ეწოდება.

პროდუქციის ხარისხი უფრო ფართო ცნებაა ვიდრე პროდუქციის სორტი. პროდუქციის ხარისხს ვხვდებით უკლებლივ მრეწველობის ყველა დარგში, პროდუქციის სორტებს კი - არა. პროდუქციის განაწილებას სორტებად ვხვდებით კვების, საფეიქრო, ტყაფუფხსაცმლის და მრეწველობის სხვა დარგებში. პროდუქციის ხარისხობრივი

ნიშნის საფუძველზე სორტებად დაჯგუფების თანაბარმნიშვნელოვანია პროდუქციის დაჯგუფება მარკებად. მაგალითად, ცემენტის მრეწველობის საწარმოებში ცემენტის ხარისხობრივ გვარებაზე (სორტზე) მიგვითითებს მისი მარკა მაგალითად პორტლანდცემენტის ხარისხობრივი გვარობებია მ-400, მ-500, მ-600. საფანჯრე მინა კი ჯგუფდება ხარისხობრივ თანრიგებად, მაგალითად, 1 სორტი, მე-2 სორტი, მე-3 სორტი, აგურის დაჯგუფება ხორციელდება მარკებად, სამშენებლო კერამიკისა კი ხარისხობრივ თანრიგებად და ა.შ.

არის მრეწველობის ისეთი დარგები, სადაც პროდუქციის ხარისხი არსებობს, მაგრამ არ ვხვდებით პროდუქციის განაწილებას სორტებად. მაგალითად, მანქანათმშენებლობაში პროდუქციის ხარისხის საჭირო დონე განისაზღვრება პრაქტიკულად მისაღწევი, მაგრამ საკმაოდ ვიწრო ფარგლებით, ვინაიდან აქ აუცილებელია, რომ ერთი დანიშნულებით გამოშვებული ნაკეთობანი ატარებდნენ ერთი დონით წარმოდგენილ თვისებებს, რაც იმას ნიშნავს, რომ ნაკეთობათა ყველა ეგზემპლარი ერთნაირად უნდა შეესაბამებოდეს ერთი და იმავე ტექნიკურ პირობებს. საკმარისია ამ პირობების ფარგლებს გაშორდეს ამა თუ იმ ეგზემპლარის თვისებების დონე, რომ იგი უვარგისი გახდეს. ამიტომ აქ პროდუქციის დანაწილება სორტების მიხედვით შეუძლებელია.

ასევე, პროდუქციის სორტებად დანაწილებას არ აქვს ადგილი ცეცხლგამძლე ნაკეთობათა წარმოებაში. აქ პროდუქციის ხარისხობრივი მდგომარეობა განისაზღვრება არა ერთი ან რამდენიმე ხარისხობრივი ნიშნის კრებისითი მაჩვენებლით, არამედ მრავალი ერთმანეთისაგან დამოუკიდებელი ნიშნებით. ცეცხლგამძლე ნაკეთობათა ხარისხი განისაზღვრება მათი ქიმიური შედგენილობით, ფორიანობით, საჭირო ზომებისადმი შესატყვისობის სიზუსტით და ა. შ. ამ სახეობის პროდუქცია შესაძლოა უნაკლო იყოს ერთი რომელიმე ნიშნით, ხოლო არადამაკმაყოფილებელი მეორე ნიშნის მიხედვით და ა. შ. ამიტომ, აქ გაძნელებულია პროდუქციის დაჯგუფება სორტებად.

პროდუქციის განაწილებას სორტებად არ ვხვდებით არც საკოქსე ნახშირის წარმოებაში, მაგრამ ამით პროდუქციის ხარისხი არაა უგულებელყოფილი. საკოქსე ნახშირის ხარისხობრივი მდგომარეობის მაჩვენებელია მისი კონდიციურობა სახელდობრ, საყო-

ქსე ნახშირში გოგირდის ნაცრისა და სხვ. შემცველობა, რაც გამოიხატება პროცენტებით. ამიტომ საკოქსე ნახშირის ხარისხობრივი დახასიათებისათვის გამოიყენება კონდიციურობის დადგენილი მოთხოვნების მიმართ ფაქტიურად გამომუშავებული საკოქსე ნახშირში გოგირდის, ნაცრის და სხვ. შემცველობის შედარებითი მაჩვენებელი. აქ არ ხდება პროდუქციის გაფორმება წუნისა და სორტების მიხედვით.

სამრეწველო წარმოება ახორციელებს უამრავი სახეობის ნაკეთობათა დამზადებას. სათანადო ნედლეულისა და მასალების დამუშავების შედეგად უზრუნველყოფს მოხმარების ამა თუ იმ სახეობისათვის საჭირო თვისებებით ნაკეთობათა აღჭურვას. მოხმარება კი, თავის მხრივ, მრავალფეროვანია და სრულიად განსხვავებულ მოთხოვნებს უყენებს პროდუქციის დანიშნულების მიხედვით გამოსადეგობას. მართლაც, ერთი დანიშნულების მიხედვით პროდუქციის გამოყენებისას გარკვეულ თვისებებს ენიჭება მნიშვნელობა, სხვა დანიშნულებისას კი სხვა თვისებებს.

დანიშნულების განმსაზღვრელ თვისებათა ერთობლიობა გამოყოფს პროდუქციის ცალკე სახეობას.

ამრიგად, წარმოების შედეგს აღჭურვილს დანიშნულების განმსაზღვრელი თვისებებით პროდუქციის სახეობა ეწოდება.

დანიშნულების განმსაზღვრელ თვისებებს შეუძლია რაიმე ნიუანსით გამოპყოს პროდუქციის ქვესახეობა. მაგალითად, ფესსაცმელი პროდუქციის ერთ-ერთი სახეობაა, ტუფლი კი მისი ქვესახეობაა. ნიუანსი, რომელმაც იგი ქვესახეობად გამოპყო არის ის, რომ იგი უყელია, სქელძირიანი ტყავის ე. ი. ლანჩიანი; მეორე ქვესახეობად შეიძლება დავასახელოთ შტიბლეთი; ნიუანსი, რომელმაც იგი გამოპყო ქვესახეობად არის ის, რომ იგი ყელიანი გაუხსნელი ფესსაცმელია.

ამრიგად *ქვესახეობა მოცემული სახეობის პროდუქციის ისეთი სახესხვაობაა რომელიც თავისებური ნიუანსებით ხდება ვიწრო დანიშნულების მოხმარების საგანი.* მაგალითად, ტუფლები დემისეზონის (გაზაფხულ-შემოდგომის) ფესსაცმელია, შტიბლეთები კი ზამთრისა.

პროდუქციის ქვესახეობებს მოხმარებაში შეუძლია ერთმანეთი შეცვალოს ამას არავითარი ტექნიკური სიძნელეები არ ხვდება, მაგრამ ასეთი შენაცვლება სრულიად არ არის მიზანშეწონილი. მაგალითად, შტიბლეთები შეგვიძლია ვატაროთ დემისეზონშიც,

თუმცა მიზანშეწონილია ამ პერიოდში ტუფლების ტარება.

პროდუქციის სახეობები მოხმარების პროცესში ურთიერთშენაცვლების ტექნიკურ შესაძლებლობას გამოიციხავს (მაგალითად, ფეხსაცმელი და სუნამო), ქვესახეობები კი არა.

არის შემთხვევები, როცა ზემოაღნიშნული ნიუანსების როლში გამოდის რაიმე თავისებური დადებითი თვისება. მაგალითად, სუნამო - მისი ქვესახეობები სუნამო „პიკის ქალი“ და „სასაჩუქრო“. ყოველ მათგანს ერთმანეთისაგან განსხვავებული სურნელება აქვს. მომხმარებელთა ერთ ჯგუფს „პიკის ქალის“ სურნელება მოსწონს, მოხმარებელთა სხვა ჯგუფს კი - „სასაჩუქროს“ სურნელება. ამიტომ, მათი დანიშნულებაა მომხმარებელთა ამ სხვადასხვა ჯგუფის მოთხოვნილება დააკმაყოფილოს.

პროდუქციის თავისებურ დადებით თვისებას, რომელიც თავისი უპირატესობით იწვევს მოხმარების შიგასფეროების და მომხმარებელთა გამიჯვნას პროდუქციის ღირსება ეწოდება.

იმის მიხედვით, თუ რა მარკის ცემენტი გვაქვს, მისი მოხმარების სფეროები განსხვავებულია. მაღალი მარკის ცემენტის დახარჯვა იქ, სადაც დაბალი მარკა სრულიად შეესატყვისება მოხმარების მოთხოვნებს მიზანშეწონილია. ამიტომ, ორივე, სუნამოც და ცემენტიც მოიცავს ღირსებით განსხვავებულ პროდუქციის ქვესახეობებს.

არის შემთხვევები, როდესაც განსაკუთრებული ხარისხი პროდუქციის ღირსებად გვევლინება. მაგალითად, მაღალი კლასის სიზუსტის ჩარხი თავისი ხარისხობრივი მდგომარეობით მკვეთრად გამოირჩევა ჩვეულებრივი სიზუსტის ჩარხისაგან. ტექნიკურად შესაძლებელია ჩვეულებრივის ადგილზე მაღალი სიზუსტის ჩარხების გამოყენება, მაგრამ ეს დიდი უაზრობა იქნებოდა ვინაიდან არსებობს მრავალი სახარატო ოპერაცია, სადაც სრულიად არ არის საჭირო დეტალების მაღალი კლასის სიზუსტით დამუშავება. ამიტომ, ასეთი ჩარხები ვიწრო სპეციალური დანიშნულებით გამოიყენება, ე. ი. გამოიყო მოხმარების ვიწრო სფერო და ამიტომ, ჩარხის ეს მაღალი ხარისხი მის ღირსებად მოგვევლინა.

როგორც ვხედავთ, პროდუქციის ქვესახეობები შესაძლოა გამოიყოს მათი განსხვავებული ღირსებების მიხედვითაც.

8.3. პროდუქციის ხარისხის მაჩვენებლები და ღაბგაბვა

პროდუქციის სახეობებს (და არა ქვესახეობებს) შორის განსხვავება ძირითადად განაპირობებს იმას, რომ ხარისხობრივი შეფასება ხორციელდება მკვეთრად განსხვავებული მაჩვენებლებით. ამიტომ, ყოველი სახეობის პროდუქციის ხარისხობრივი დონის განსაზღვრის მეთოდი განსხვავდება.

დანიშნულების მიხედვით შესაძლოა პროდუქციის ძირითადი ჯგუფების წარმოდგენა შემდეგი სახით:

1. პროდუქცია, რომლის დანიშნულებაცაა მომხმარებელ საწარმოში შეასრულოს შრომის საშუალებათა როლი;
2. პროდუქცია, რომლის დანიშნულებაცაა მომხმარებელ საწარმოში შეასრულოს შრომის საგნების როლი;
3. პროდუქცია, რომლის დანიშნულებაცაა ადამიანთა პირადი მოთხოვნილების დაკმაყოფილება.

შრომის საშუალებების დამახასიათებელი თავისებურებაცაა ის, რომ იგი მოიხმარება თანდათანობით, ხანგრძლივი პერიოდის მანძილზე. ამიტომ, ხანგამძლეობა მისი გამოსადეგობის დონის, ე. ი. ხარისხის ერთ-ერთი არსებითი მაჩვენებელია.

ნაკეთობათა მანქანების ხელსაწყოების და სხვა მოწყობილობათა თვისებას მაქსიმალური ხანგრძლივობით შეინარჩუნონ (რემონტის ჩათვლით) ქმედუნარიანობა მათი ექსპლუატაციის განსაზღვრულ რეჟიმსა და პირობებში, ეწოდება გამოყენების ხანგამძლეობა.

უაღრესად დიდი მნიშვნელობა ენიჭება თანამედროვე ტექნიკის პირობებში იმას, რომ მანქანა-დანადგარის ნაწილების ხანგამძლეობა დაეუახლოვოთ ერთმანეთს, რითაც მკვეთრად შემცირდება სარემონტო სამუშაოთა სიხშირე. ამ გზით იქმნება იმის წინაპირობები, რომ შემუშავდეს მანქანების ისეთი კონსტრუქცია, რომელიც კაპიტალური რემონტის გარეშე შეძლებს იმუშაოს მთელ პერიოდში, მისი საბოლოოდ მწყობრიდან გამოსვლამდე.

შრომის საშუალებები მოულოდნელად რომ არ გამოვიდეს მწყობრიდან და განუწყვეტლივ შეუფერხებლად ინარჩუნებდეს ქმედუნარიანობას, საჭიროა მისი საიმედოობის ამაღლება, რაც ამ დანიშნულების პროდუქციის ხარისხის შეფასების ერთ-ერთი არსებითი მაჩვენებელია.

მანქანის (ნაკეთობის) მოხერხებული კონსტრუქცია აადვილებს მათ გარემონტებას და რემონტში ყოფნის ხანგრძლივობის შეკვეცით ამცირებს ღრობის დანაკარგებს, აუმჯობესებს საერემონტო სამუშაოთა ხარისხს. ამიტომ კონსტრუქციის რემონტზელსაყრელობა ამგვარი პროდუქციის ხარისხის ერთ-ერთი მაჩვენებელია.

მანქანა-დანადგარების ხარისხის შეფასებისათვის გამოიყენება დამახასიათებელი თვისებების მრავალი მაჩვენებელი, რომელთა მნიშვნელობა მანქანა-დანადგარის განსხვავებულ სახეობათა მიმართ სხვადასხვანაირია. ეს მაჩვენებლებია: სიმტკიცე, მდგრადობა, ტემპერატურის მდგრადობა, აგრესიული საშუალებების და დარტყმის მიმართ, მაგნიტური არესაგან დაცულობა. შრომის საშუალებათა სიზუსტე და მათი სიმძლავრის ერთეულის ხვედრი ფონდტევადობა და მასალტევადობა, კონსტრუქციის სტანდარტიზაციის და ნორმალიზაციის დონე მოპირკეთების ხარისხი ტექნიკური ესთეტიკის გამოყენება ზედაპირის სიწმინდე, გარეგნობა, ფერი, მართვისა და მომსახურების მოხერხებულობა, შრომის პირობების შემსუბუქება და ა. შ.

იმ შემთხვევაში, თუ გვაქვს რამოდენიმე არათანაზომადი თვისების მაჩვენებელი საჭირო ხდება თვისებრივი მაჩვენებლების მთელი სისტემის ბალობრივი შეფასების დადგენა, სათანადო ავტორიტეტული სპეციალისტების მიერ იმის მიხედვით, თუ რომელ ამ მაჩვენებელთაგანს რა მნიშვნელობა ენიჭება მოცემული სახეობის პროდუქციის ხარისხის განსაზღვრაში.

შრომის საგნების ხარისხობრივი მდგომარეობის შეფასებისათვის არსებითი მნიშვნელობა ენიჭება შემდეგ თვისებებს:

1. შრომის საგნების გადამუშავების სიმარტივე და ეკონომიურობა (მაგალითად: რკინის მადნის გამდიდრების ან ღნობის სიმარტივე);

2. შრომის საგნების ის თვისებები, რომლებიც აუმჯობესებენ შრომის საშუალებათა ექსპლუატაციის პირობებს;

3. შრომის საგნების ის თვისებები, რომლებიც უზრუნველყოფენ სათანადო ხარისხის პროდუქციის მიღებას (მაგ., ბამბის უკეთესი ხარისხი ნართის მისაღებად, ჩაის მწვანე ფოთლის უკეთესი ხარისხი მაღალსორტული პროდუქციის დასამზადებლად);

4. შრომის საგნების ის თვისებები, რომლებიც უზრუნველყოფენ საჭირო ხარისხის პროდუქციის დაზადებას დაბალი თვით-

ღირებულებით (მაგ., ნავთობის მაღალი ხარისხი უზრუნველყოფს დანახარჯების შემცირებას მისი გადამუშავებისას, ანდა შრომის საგნების უკეთესი ტრანსპორტაბელობა, რაც ამცირებს სატრანსპორტო ხარჯებს).

იმის შესაბამისად, თუ რა სახის გადამუშავებას (მექანიკურს, ფიზიკურს, თუ ქიმიურს) ექვემდებარება შრომის საგანი, განსხვავდება მათი ხარისხისადმი წარდგენილი მოთხოვნები.

მექანიკურ დამუშავებას დაქვემდებარებული შრომის საგნებისათვის დამახასიათებელი უნდა იყოს შემდეგი მაჩვენებლები: ფოლადის და აგურის სიმტკიცე, ნაგლინის ფორმა, პროფილი და ზომები, ნახშირის ბრიკეტების ფორმა, ფურცლოვანი თუნუქის სისქე, სართავი ძაფის სიგრძე, კოქსის, ნახშირის ნატეხების სიდიდე და ა. შ.

ფიზიკური დამუშავებისას შრომის საგნებისათვის დამახასიათებელი უნდა იყოს: ნახშირის, ხის, შალის ტენიანობა, ლითონების ცეცხლგამძლეობა, მადნეულის დნობადობა, ცემენტის ელასტიკურობა და სიბლანტე.

ქიმიური დამუშავებისას: სათბობის ქიმიური შემადგენლობა წვის (სითბოს) უზრუნველყოფ ნაწილებისაგან, რკინა-მადნეულის ქიმიური შედგენილობა, კერძოდ, მასში მკვე მინარევთა შემცველობა, ფოლადის ქიმიური შედგენილობა, კერძოდ მათში ლეგირებული ელემენტების შემცველობა, სასუქებში აზოტის, ფოსფორის, კალიუმის შემცველობა, პურში მჟავიანობის შემცველობა, საღებავთა მდგრადობა და კონცენტრაციის დონე.

შრომის საგნებისათვის მნიშვნელობა აქვს *სორტების შეთანწყობას*. მაგალითად, ნაგლინის *სორტამენტი*.

პირადი მოხმარების საგნები მოხმარების ხასიათის მიხედვით შეიძლება დაყვით შემდეგ ჯგუფებად: კვების პროდუქტები, ტანსაცმლისა და ტუალეტის საგნები, სამეურნეო, სატრანსპორტო და კულტურულ-კენტიარი და სხვ.

მოხმარების მრავალფეროვნებისა და ხასიათის მიხედვით ასეთი პროდუქტები დიდად უახლოვდება შრომის საშუალებებისა და შრომის საგნების ხარისხის მაჩვენებლებს, ბევრი კი ხასიათდება სპეციფიკური მაჩვენებლებით.

თუ შრომის საშუალებების და შრომის საგნების ხარისხის მაჩვენებლები ტექნიკური და ეკონომიკური ხასიათისაა, იზომება ობიექტური მეთოდებით (მექანიკური, ფიზიკური და ქიმიური სიღ-

იდებით, შრომატევადობით და ა. შ.). მოხმარების საგნების ხარისხის გასაზომად მნიშვნელოვან როლს ასრულებს ესთეტიკური მაჩვენებლები, ანდა ხარისხის შეფასება ხორციელდება სუბიექტური - ორგანო-ლეპტიკური მეთოდებით.

მთელი რიგი პირადი მოხმარების საგნებისათვის შემუშავებულია მათი მოხმარებითი თვისებების შეფასების ბალობრივი სისტემა.

ბალობრივი შეფასება ტარდება შემდეგი პრინციპით: თუ ხარისხის რომელიმე ნიშანს (თვისებას) მიენიჭა ცუდი შეფასება, მაშინ მისი ბალობრივი შეფასება იქნება ნული, ამის შემდეგ კი შეფასება ხდება შემდეგი ნიშნების მიხედვით: საუკეთესო, კარგი, დამაკმაყოფილებელი. მათ შესაბამისად უწესდებათ ბალობრივი შეფასება დადგენილი სისტემის მიხედვით და აღირიცხება სათანადო კოეფიციენტებით. მაგალითად: ბაიზის ჩაის პროდუქციის ნაყენის, არომატის, გემოს, შეფერილობის და გამონახარშის მიხედვით დაწესებულია მათი მნიშვნელობათა ბალობრივი კოეფიციენტები. სახელდობრ: 1,5; 1,95; 2,00; 2,25; 2,50; 2,75; 3,50; 3,75; 4,00; 4,25; 4,50 და მეტი.

ერთი და იგივე სახეობის მოხმარების საგნებს მომხმარებელთა უაღრესად დიდი რაოდენობა ჰყავს, რომელთა გემოვნება, მოდისაკენ სწრაფვა და მოსახმარი საგნების თავისებურ დადებით თვისებებზე, ე. ი. ღირსებაზე მოთხოვნილება ხასიათდება მრავალფეროვნებით. ამიტომ, უაღრესად არსებითი მნიშვნელობა ენიჭება განსხვავებული ღირსების მიხედვით გამოსაშვები პროდუქციის შედგენილობის შეხამებას წონის, ფერის, ფასონის, არომატის, გემოსა და სხვა მაჩვენებელთან. ამიტომ, აქ დიდი მნიშვნელობა ენიჭება პროდუქციის ასორტიმეტის გაფართოებას, რაც უზრუნველყოფს მათ უფრო მეტ შესატყვისობას მომხმარებელთა მოთხოვნილებებთან.

გარდა ამისა, ყოველი კონკრეტული სახეობის პროდუქციას აქვს ხარისხის სპეციფიკური მაჩვენებელი: მაგალითად, კვების პროდუქტებისათვის გადამწვევტი მნიშვნელობა ენიჭება პროდუქციის მაწიერობას, ქიმიურ შემადგენლობას, გემოვნებით თვისებებს. ტანსაცმლისა და ტუალეტის საგნებისათვის გადამწვევტი მნიშვნელობა ენიჭება: სიმტკიცეს, სამსახურის ვადას, შეღებვის მდგომარეობას და ცალკეული ელემენტების თანაბარგამძლეობას.

სამეურნეო, სატრანსპორტო და კულტინვენტარის ხარისხო-

ბრივი მაჩვენებლები შრომის საშუალებების ხარისხობრივ მაჩვენებლებს უახლოვდება ბევრ რამეში (ხანგამძლეობა, საიმედოობა და ა. შ.).

პროდუქციის ხარისხის ამაღლების ღონისძიება მოითხოვს პროდუქციის ხარისხის ანალიზს, რასაც სისტემატურად უნდა ანხორციელებდეს ყოველი სამრეწველო საწარმო.

ანალიზის დროს იკვლევენ პროდუქციის ხარისხის დავალების შესრულებას, საერთო გამოშვებაში ყოველი სორტის ხვედრით წონას, მთელი რიგი პერიოდების მიხედვით პროდუქციის ხარისხის დინამიკას, ხარისხზე მოქმედ ფაქტორებს და სახავენ ღონისძიებებს პროდუქციის ხარისხის გასაუმჯობესებლად.

უაღრესად სასარგებლოა მოცემული საწარმოს შესაბამისი მაჩვენებლები შეეუდართო ანალოგიური ტიპის საწარმოს პროდუქციის ხარისხს.

ანალიზის დროს შეისწავლიან:

1. ამოსავალი ნედლეულის და მასალების ხარისხს;
2. თუ რამდენად არის დაცული წარმოების ფაზების მიხედვით დადგენილი ტექნოლოგიური რეჟიმი;
3. მოწყობილობის ტექნიკურ მდგომარეობას და მუშაობის რეჟიმს;
4. კადრების კვალიფიკაციას;
5. პროდუქციის ხარისხზე მუშაკების პერსონალურ პასუხისმგებლობას;
6. საწარმოში ტექნიკური კონტროლის სამსახურის მუშაობის ორგანიზაციას;
7. პროდუქციის ხარისხის გაუმჯობესებისათვის მატერიალური წახალისების ფონდიდან პრემიების გაცემის ნორმატივების მასტიმულირებელ როლს, შესაძლო ნაკლოვანებათა გამოვლენის მიზნით.

მრეწველობის დარგების მიხედვით პროდუქციის ხარისხის კრებსით დახასიათებას იძლევა შემდეგი ძირითადი მაჩვენებლები:

1. პროდუქციის განაწილებას სორტების მიხედვით, ე. ი. სორტების ხვედრიწონას მთელ გამოშვებულ პროდუქციაში (პროდუქციის სორტულობა). ეს მაჩვენებელი გამოიყენება დარგებში, სადაც პროდუქცია დაჯგუფებულია სორტებად და ყოველ სორტზე დაწესებულია სტანდარტი.

ამ დარგებში პროდუქციის ხარისხის დაგეგმვის კრებსით მაჩვენებლად გვევლინება პროდუქციის სორტულობის ამაღლება ე.ი. მაღალხარისხოვანი სორტების ხვედრიწონის გადიდება დაბალხარისხოვანი სორტების ხვედრიწონის შემცირების ხარჯზე.

2. წუნის შეფარდებითი ოდენობა გამოშვებული პროდუქციის მთელს მოცულობაში. ეს მაჩვენებელი იძლევა პროდუქციის ხარისხის ნაცვლად, ამ მიმართებით, მუშაობის ხარისხის დახასიათებას. ასეთი კრებსითი მაჩვენებელი გამოიყენება იმ დარგში სადაც პროდუქციის დამზადებას თან ახლავს ტექნოლოგიურად აუცილებელი წუნი.

ამ კრებსითი მაჩვენებლის მიხედვით პროდუქციის ხარისხის ამაღლების დაგეგმვის დანიშნულებაა უზრუნველყოს წუნის ხვედრიწონის შემცირება ახალი ტექნოლოგიური მეთოდების დანერგვისა და სხვა ღონისძიებათა გატარებით.

3. პროდუქციის ხარისხის შესახებ მომხმარებელთაგან მიღებული რეკლამაციების რაოდენობა და ხასიათი. ეს მაჩვენებელი გამოიყენება იმ დარგებში, სადაც ხარისხს განსაზღვრავს ერთმანეთისაგან სრულიად დამოუკიდებელი თვისებები ისე, რომ მათი ერთობლიობის ერთი მაჩვენებლით წარმოდგენა შეუძლებელია. აქ შესაძლოა ერთი მხრივ, პროდუქცია სრულიად ვარგისი იყოს, ხოლო მეორე მხრივ, ჰქონდეს რაიმე დეფექტი.

პროდუქციის ხარისხის ამ კრებსითი მაჩვენებლის მიხედვით დაგეგმვის მიზანია დასახოს ღონისძიებანი ასეთი დეფექტების აღმოფხვრისათვის და ამით უზრუნველყოს რეკლამაციების არათუ შემცირება არამედ სრული ლიკვიდაციაც კი.

პროდუქციის ხარისხის დაგეგმისათვის, უწინარეს ყოვლისა საჭიროა გამოვავლინოთ, თუ რამდენად შეესაბამება ნაკეთობათა კონსტრუქცია და მოსახმარი თვისებები ქვეყნის საშინაო და საგარეო ბაზრის მოთხოვნებს, განვსაზღვროთ პროდუქციის ხარისხის მაჩვენებელთა დონე საუკეთესო საზღვარგარეთის ნიმუშების გათვალისწინებით, გამოვამუდავნოთ დეფექტები და მოქმედი სტანდარტების გამოყენების პირობებისა და მომხმარებელთა მოთხოვნებისადმი პროდუქციის შეუსატყვისობა. ამასთანავე საჭიროა პროდუქციის ხარისხის ამაღლების მეტად ეფექტიან მიმართულებათა და კონკრეტულ ღონისძიებათა დაპროექტება და გეგმაში შეტანა. ეს ღონისძიებები დასაბუთებული უნდა იქნეს ეკონომიკური ეფექტიანობის გაანგარიშებათა საფუძველზე.

პროდუქციის ხარისხის ამაღლების დაგეგმვა ჩვეულებრივ იწყება ბაზრის გამოკვლევით და მოსახლეობის საჭიროებათა შესწავლით, შემდეგ კი პროდუქციის ხარისხის ამაღლების ორგანიზაციულ-ტექნიკურ ღონისძიებათა შემუშავებით, საწარმოსა და საამ-

ქროების გეგმებში მათი გათვალისწინებით. ამ გეგმებში მოცემულია ღონისძიებათა ნუსხა და შინაარსი, მათი მიზანი, მათგან მისაღები ეფექტი და დანერგვის ვადა.

8.4. პროდუქციის ხარისხის კომპლექსური მართვა

პროდუქციის ხარისხის მართვა გულისხმობს მის დაპროექტებას, წარმოების და მოხმარების პროცესებამდე მიყვანასა და მოხმარებაში მისი ვარგისიანობის და საიმედოობის უზრუნველყოფას. იგი მოიცავს პროდუქციის ტექნოლოგიური სიმწიფის დაგეგმვას, უზრუნველყოფას და კონტროლს, რათა ეჭვს არ იწვევდეს მისი კონკურენტუნარიანობა იმდენად სრულყოფილად უნდა პასუხობდეს ბაზრის მოთხოვნებს.

სამრეწველო ფირმა ახორციელებს: საწარმოს სტანდარტების სრულყოფას. პროდუქციის ხარისხის საფირმო ატესტაციას, საწარმოს მიერ დამუშავებული პროდუქციის ხარისხის გამაუმჯობესებელ ტექნიკურ, ორგანიზაციულ და ეკონომიკურ მეთოდებს.

პროდუქციის ხარისხის ენდოგენური და ეგზოგენური მართვის ერთიან სისტემად წარმოდგენა შესაძლებელია, თუ ბაზრის კონიუნქტურის და ხარისხის ფაქტორით კონკურენციული ბრძოლის მოთხოვნათა მიხედვით განხორციელდება შიგასაფირმო პროცედურები, ერთიანობაში იქნება მოყვანილი ხარისხის საფირმო ატესტაცია და პროდუქციის ხარისხის მართვის ხაზით საერთო საფირმო ღონისძიებები დაიყვანება ფირმის ყოველი ქვედანაყოფის პირველადი ფაქტორების ამოქმედებამდე.

პროდუქციის ხარისხის მართვის ყველა ღონის და სტადიის ერთობლივად მოქმედ მექანიზმად შეკრულ ღონისძიებათა კომპლექსს პროდუქციის ხარისხის კომპლექსური მართვა ეწოდება.

პროდუქციის ხარისხის კომპლექსური მართვა ეყრდნობა: 1. ტექნიკურ, 2. ორგანიზაციულ და 3. ეკონომიკურ მეთოდებს.

ტექნიკური მეთოდები პროდუქციის ხარისხის გაუმჯობესებას აღწევს ტექნიკისა და ტექნოლოგიის სრულყოფით, პროდუქციის

მოცემული სახეობის კონსტრუქციის, რეცეპტურის და მოდელების შექმნა-სრულყოფით. პროგრესული ტექნოლოგიის შექმნა და დანერგვა უზრუნველყოფს პროდუქციის ხარისხის გაუმჯობესებას ხარჯების გაუდიდებლად ან ბევრად ნაკლებ ზრდას, ვიდრე ხარისხის გაუმჯობესებით მიღებული ეფექტია.

ტექნიკური პროგრესის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი შედეგია პროდუქციის ხარისხის გაუმჯობესება, ახალი გაუმჯობესებული ხარისხის პროდუქციის სერიული და მასობრივი ათვისება. ამასთან დაკავშირებით ხშირდება მოდელების შეცვლა, მატულობს ტექნიკური პროგრესის ტემპები, მცირდება დაბალხარისხოვანი, მორალურად მოძველებული ხარისხის, ე.ი. მეორე კატეგორიის ხარისხის პროდუქციის გამოშვება, მატულობს პროდუქციის მაღალხარისხოვანი სორტების გამოსავლიანობა, დაბალხარისხოვანთა შედარებითი შემცირების ხარჯზე და ა. შ.

ორგანიზაციული მეთოდებით პროდუქციის ხარისხის გაუმჯობესება მიიღწევა, წარმოების ორგანიზაციის ისეთი სრულყოფით, რომელიც უზრუნველყოფს:

1. ხარისხის მკაცრად დადგენილი ნორმატივების შემოღებას და ამ გზით ამ სფეროში წარმოების პარამეტრების განსაზღვრას, რათა საჭირო მიმართულებით განხორციელდეს სათანადო ხარისხის პროდუქციის წარმოება;

2. ტექნოლოგიური დისციპლინის განმტკიცებას;

3. დამაკომპლექტებელი ნაკეთობების, ნედლეულის და მასალების მომწოდებლებთან მჭიდრო კონტაქტით კომპლექტურობის და საჭირო ხარისხის დარღვევის შემთხვევათა აღმოფხვრას;

4. სატარიფო-საკვალიფიკაციო ცნობარის ისეთ სრულყოფას, რომელიც უფრო მკაცრ მოთხოვნებს უყენებს შრომის ხარისხს; სახელდობრ, სამუშაოს მოცემული სახეობის კვალიფიკაციას. პროდუქციის ხარისხის განმსაზღვრელ მაჩვენებელთა შეტანა შრომის ხარისხის შეფასებაში და მათი გათვალისწინებით სამუშაოს კვალიფიკაციის დადგენა, ნაკეთობის ხარისხისადმი უმკაცრესი მოთხოვნებით მუშისათვის კვალიფიკაციის მინიჭების ორგანიზაცია და ა. შ. წარმოადგენს სატარიფო-საკვალიფიკაციო ცნობარის სრულყოფის იმ გზას, რომელიც მოწოდებულია ემსახუროს პროდუქციის ხარისხის მართვას;

5. წარმოების ყოველ ეტაპზე და რგოლში ნაკეთობათა ხარისხის სისტემატური კონტროლით მუშაობის ორგანიზაციას, თვითკონტროლის საფუძველზე და ამ გზით პირველი წარდგინებით უდუფექტო პროდუქციის ასპროცენტთან ჩაბარების უზრუნველყოფას;

6. პროდუქციის ხარისხის მკაცრად დადგენილი ნორმატივების შემოღებას, რასაც ემსახურება სტანდარტების დაწესება.

სტანდარტების შემუშავება ზორციელდება ნაკეთობათა (მასალების) სავალდებულო ზომების, თვისებების და ხარისხობრივი მდგომარეობის მიზანშეწონილი მინიმუმის დაკანონებით, ამ გზით წესდება:

ა. პროდუქციის ვარგისობის განმსაზღვრელ თვისებათა მინიმალური დონე;

ბ. ნაკეთობათა ტიპების, მარკების, სორტების და მათი დამზადების ტექნოლოგიის მრავალგვარობის მიზანშეწონილი მინიმუმით შეზღუდვის ფარგლები;

გ. პროდუქციის სორტებად დიფერენცირების ხარისხობრივი ინტერვალები;

დ. ატესტაციამნილი პროდუქციის ხარისხის განმსაზღვრელი სამამულო და საზღვარგარეთის საუკეთესო ნიმუშების თვისებათა ნორმატივები.

უვარგისია პროდუქცია, თუ იგი მოხმარების დანიშნულ სფეროს არ გამოადგება, მასში იმ დონით ან სრულიად არ არის მოცემული ის თვისებები, რომელიც აუცილებელია დანიშნულების მიხედვით მისი გამოყენებისათვის. ასეთი ნაკეთობა უვარგისია ანუ უხარისხოა. თვისებათა ერთობლიობის ის დონე, რომელიც დანიშნულების მიხედვით გამოყენების მინიმალურ მოთხოვნებს უპასუხებს, წარმოადგენს პროდუქციის ვარგისიანობის განსაზღვრის მიჯნას, რომლის ქვევით პროდუქცია უხარისხო ხდება. ამ მიჯნას კანონის ძალას ანიჭებს სტანდარტი. თუ გამოშვებული პროდუქცია ამ მიჯნაზე დაბლა აღმოჩნდა თავისი თვისებებით, მაშინ იგი არ უპასუხებს სტანდარტს და წუნდებულ ნაკეთობად ჩაითვლება. ნაკეთობათა ტიპების, მარკების და სორტების სიმრავლის შეზღუდვა ოპტიმალური ფარგლებით გამორიცხავს მათ არარაციონალურ მრავალგვარობას.

ამრიგად, პროდუქციის თვისებათა მინიმალურად დასაშვები ნორმატივებით, ნაკეთობათა ტიპების, მარკების, სორტების და

მათი დამზადების ტექნოლოგიის სიმრავლის შეზღუდვას ოპტი-
მალური ფარგლებით, პროდუქციის სორტებად დიფერენცირებ-
ის ნორმატიული ინტერვლებით და ატესტაციაქმნილი პროდუ-
ქციის ხარისხის განმსაზღვრელი სამამულო და საზღვარგარე-
თის საუკეთესო ნიმუშების თვისებათა ნორმატივებით და ამ
საფუძველზე, დანიშნულების მიხედვით მათი ვარგისობის დო-
ნის დაკანონებას ეწოდება პროდუქციის სტანდარტიზაცია.

პროდუქციის (საქონლის) სტანდარტების სავალდებულო მოთხო-
ვნებთან პროდუქციის (საქონლის) ხარისხის შესაბამისობის დო-
კუმენტურ დასაბუთებას რწმუნებული ორგანოს მიერ პროდუქციის
ხარისხის სერთიფიკაცია ეწოდება. სერთიფიკატი ეს არის დოკუ-
მენტი, რომელიც ადასტურებს ამა თუ იმ ფაქტს. ეს დოკუმენტი
საქონლის ხარისხის შესახებ, რომელსაც გასცემენ სახელმწიფო
ინსპექციები და სხვა რწმუნებული ორგანიზაციები.

არსებობს სერთიფიკატის ორი სახეობა:

1) იძულებითი სერთიფიკაციით შედგენილი, რომლის დანიშ-
ნულებაცაა აკრძალოს ისეთი საქონლის წარმოებაცა და რეალ-
იზაციაც, რომელიც ემუქრება ადამიანის ჯანმრთელობას და სიც-
ოცხლესაც კი;

2) ნებაყოფლობითი სერთიფიკაციით შედგენილი, რომლის
დანიშნულებაცაა ნებაყოფლობით წარმოდგენილი საქონელი შეამოწმოს
რათა მისცეს დასტური მის ხარისხს, რითაც ეს საქონელი მოი-
პოვებს სახელმწიფო აღიარებას. ამ შემთხვევაში სერთიფიკატი
რეკლამირების ფუნქციასაც კისრულობს.

საწარმოების საფირმო სტანდარტები მტკიცდება საწარმოს
ხელმძღვანელის მიერ იმ ნომენკლატურით, რომელიც შეკვეთების
ბაზარზე კონტრაქტებითაა დაფიქსირებული. სტანდარტებში ფიქ-
სირებულია მოთხოვნები და ნორმატივები იმ მასალებზე, დეტალებზე,
კვანძებზე, ტექნოლოგიურ აღჭურვილობაზე და ნაკეთობაზე,
რომელსაც მოიცავს კონტრაქტი.

საწარმოთა ტექნიკური პირობები მოიცავს ერთჯერადი ხე-
ლშეკრულებით დასამზადებელი შეზღუდული გამოყენების პროდუ-
ქციას.

სტანდარტების მთავარი დანიშნულებაა, შეასრულოს სამეც-
ნიერო-ტექნიკური პროგრესის მამოძრავებლის როლი და პროდუ-

ქციის მაღალხარისხოვნების ეტალონის ფუნქცია. იგი მხოლოდ მაშინ უპასუხებს თავის დანიშნულებას, თუ მასში აისახება ყოველივე მოწინავე და პერსპექტიული და არ კმაყოფილდება უკვე მიღწეულის ფიქსირებით.

მეცნიერულ ნამუშევართა საუკეთესო შედეგები (რომელიც განსაზღვრავს პროდუქციის ამა თუ ის სახეობის განვითარების პერსპექტივას) და ბაზრის მოთხოვნათა და მსოფლიო გამოცდილებათა შესწავლაზე დაფუძნებული ეკონომიკურად დასაბუთებული პროგნოზები, იძლევა სტანდარტების დამუშავების ამოსავალ პოზიციებს.

კომპლექსური სტანდარტიზაციის პრინციპი პროდუქციის ხარისხის ოპტიმალური დონის მიღწევის შესაძლებლობას ქნის. იგი უზრუნველყოფს წარმოების პირველსავე ეტაპიდანვე პროდუქციის ხარისხის მართვას, ვინაიდან ეს პრინციპი ითვალისწინებს საწარმოო იარაღების ავტომატიზაციის და მექანიზაციის საშუალებების, ტექნოლოგიური აღჭურვილობის, საზომი ხელსაწყოების, სტანდარტიზებადი ნაკეთობების გაზომვისა და გამოცდის მეთოდების, შეფუთვის, ტრანსპორტირების და შენახვის წესების, ტექნოლოგიური პროცესების, კონსტრუქციული და ტექნოლოგიური ელემენტების, ნაკეთობათა ექსპლუატაციის წესების სტანდარტიზაციას.

პროდუქციის ტექნიკური დონის ამაღლებას ორიენტაციას აძლევს პერსპექტიული სტანდარტები, რომლის ერთ-ერთი სახესხვაობაა საფეხურებრივი სტანდარტი.

საფეხურებრივი სტანდარტი ითვალისწინებს პროდუქციის ხარისხის დონის მატებას ნაკეთობათა ყოველი მომდევნო სერიისათვის. ყოველი მომდევნო სერიის ნაკეთობანი განსხვავდება წინა სერიის ნაკეთობებისაგან უფრო სრულყოფილი კონსტრუქციით და, ამდენად, ხარისხის უფრო მაღალი დონით.

სტანდარტების შემუშავებისა და დანერგვის გზით წარმოიქმნება ახალი ფართო შესაძლებლობანი წარმოების ორგანიზაციის შემდგომი სრულყოფისათვის, პროდუქციის ხარისხის და წარმოების ეფექტიანობის ამაღლებისათვის.

პროდუქციის წარმოების პროცესში უაღრესად დიდი მნიშვნელობა ენიჭება ტექნოლოგიური რევიზის განმტკიცებას, ე. ი. ტექნოლოგიური დისციპლინის განუხრულ დაცვას. საჭიროა ზუსტად, სრული დახ-

ვეწილობით და ყოველგვარი, თუნდაც უმნიშვნელო, ნიუანსის გამორიცხვით ხორციელდებოდა ტექნოლოგიური რეჟიმის დაცვა. ტექნიკური დოკუმენტებით განსაზღვრული ტექნოლოგიური პარამეტრებიდან თვითნებური გადახვევები იწვევს პროდუქციის ხარისხის გაუარესებას და წუნის წარმოქმნას.

ყოველმა შემსრულებელმა უაღრესად კარგად და ზუსტად უნდა შეისწავლოს ტექნიკური დოკუმენტაციით დაწესებული ყველა მოთხოვნა და დაეუფლოს მისი მუშაკთა მიერ ტექნიკური დოკუმენტაციის ცოდნის პერიოდულ შემოწმებას, კონტროლის სათანადო სისტემის შემუშავება-განხორციელებას ტექნოლოგიური პროცესის ყოველი რგოლის ფუნქციონირების რეჟიმის დაცვაში; ყოველ საწარმოს უნდა ჰქონდეს ტექნიკური დოკუმენტაციის მომზადების, დამტკიცების, განაწილების და ცვლილებების დებულებები.

ყოველივე ამასთან ერთად ტექნოლოგიური რეჟიმის განმტკიცება, როგორც ერთ-ერთი აუცილებელი პირობათაგანი მოითხოვს წარმოების რიტმულ ფუნქციონირებას, რაც, წარმოების კულტურის მაღალ დონესთან ერთად, პროდუქციის ხარისხის გაუმჯობესებისა და ამაღლების მნიშვნელოვანი გზაა.

წარმოების კულტურა ნიშნავს საწარმოს ტექნიკურ-ორგანიზაციულ კულტურას, შრომის კულტურას და საწარმოო კოლექტივის წევრების პირად კულტურას. ამ დროს წარმოებისათვის დამახასიათებელია ჰიგიენურობა, უსაფრთხოება, ესთეტიკურობა და ა.შ.

სამრეწველო საწარმოს მთელი კოლექტივის მობილიზაცია მაღალხარისხოვანი პროდუქციის წარმოებისათვის ითვალისწინებს პასუხისმგებლობის გაძლიერებას. ტექნოლოგიური რეჟიმიდან უმცირესი გადახრების და საწარმო-ტექნიკური ბაზის უმნიშვნელო გაუმართაობისათვისაც კი, პროდუქციის ხარისხის კმედითი კონტროლის განხორციელებას ქვევიდან ზევით - მუშიდან ღირექტორამდე და ყოველი შემსრულებლისათვის სრული პასუხისმგებლობის დაკისრებას ნაკეთობის ხარისხისათვის, მაღალხარისხოვანი პროდუქციის წარმოების მატერიალურ სტიმულირებას. ყოველივე ეს აღებული ერთიან სისტემად, არის სამრეწველო საწარმოში პროდუქციის ხარისხისათვის ბრძოლის ორგანიზაციული საფუძველი.

პროგრესული, ეკონომიკურად მიზანშეწონილი ტექნოლოგია და უახლესი ტექნიკა, როგორც ყოველ სამუშაო ადგილზე, ყოველ უბან-

ზე და წარმოების ყველა სტადიაზე მაღალხარისხოვანი პროდუქციის წარმოების საფუძველი, წარმოადგენს პროდუქციის ხარისხის საწარმო-ტექნიკურ ბაზას.

პროდუქციის ხარისხისათვის ბრძოლის მიზანია, სამრეწველო ფირმამ მიაღწიოს პროდუქციის საიმედოობა-ხანგამძლეობის, რემონტხელსაყრელობის ან გარეგანი-ესთეტიკის, გემოვნების და კვებითი ღირსებების მოთხოვნებთან და მოქმედი ტექნიკური დოკუმენტაციის მიმართ მკაცრ შესატყვისობაში მყოფი მეტად მაღალხარისხოვანი პროდუქციის წარმოებით კონკურენციაში გამარჯვებას.

ტექნიკური კონტროლის მუშაკები ვალდებული არიან, ნაკეთობის ან დეტალის დეფექტიანობის (უხარისხობის) შემთხვევაში დაიწუნონ მთელი პარტია და შეწყვიტონ შემოწმება. დაწუნებული პარტია მთლიანად დაუბრუნონ მის გამკეთებელს. დეტალთა (ნაკეთობათა) პარტიის ხელმეორედ წარდგენა შემსრულებელს შეუძლია დეფექტების აღმოფხვრის ან იმის შემდეგ, როცა დარწმუნდება, რომ პროდუქცია მთლიანად შეესატყვისება ტექნიკურ მოთხოვნებს. დეფექტების მიზეზები მან აუცილებლად უნდა მოახსენოს საამქროს უფროსს. ტექნიკური კონტროლის განყოფილება ხელახლა წარდგინებით პროდუქციას შესამოწმებლად მიიღებს მხოლოდ საამქროს უფროსის ნებართვით და ისიც მათ გამოსწორებაზე გაწეული ხარჯების დაკისრებით დეფექტების გამომწვევებზე. თუ ხელახლა შემოწმებისას აღმოჩნდა დეფექტი, თუნდაც ერთი დეტალისა, საამქროს უფროსი ვალდებულია ახსნა-განმარტება მისცეს მენეჯერს (დირექტორს), მხოლოდ დირექტორის წერილობითი ნებართვით ტექნიკური კონტროლის განყოფილებას აქვს უფლება მიიღოს პროდუქცია. რეალიზაციაში ამ მიზეზით გამოწვეული შეფერხებებით დაკარგული შემოსავალი უნდა ზღოს დირექტორმა.

პროდუქციის ხარისხის მართვის ამ სისტემით, რომ წარმატება იქნეს მიღწეული, აუცილებელია საწარმოო ტექნიკური ბაზის გაუმჯობესება. დეფექტიანი დეტალების თუ ნაკეთობათა დამზადებაში შემსრულებელი ყოველთვის როდია დამნაშავე. მთელ რიგ შემთხვევაში ამის მიზეზად გვევლინება ტექნიკურ დოკუმენტაციაში არსებული უზუსტობანი. ზოგიერთ შემთხვევაში დეფექტები გამოწვეულია იმ უზუსტო საზომი ხელსაწყოებით, რომლებითაც სარგებლობდა მუშა. არის შემთხვევები, როდესაც ამის მიზეზებად გვევლინება მოწყობი-

ლობის მიმდინარე და კაპიტალურ რემონტთა არასათანადო დონეზე განხორციელება და საგეგმო-გამაფრთხილებელ პროფილაქტიკურ ღონისძიებათა არასათანადო ორგანიზაცია. ინსტრუმენტების, ხელსაწყოების ან მანქანა-დანადგარების მუშა ნაწილების არადროული შეცვლა და რემონტი.

პროდუქციის სორტირების არასათანადო ღონის პირობებში პირველადი ჩაის ფაბრიკაში წარმოიქმნება ბაიხის ჩაის დეფექტიანი პროდუქცია, რომელიც მდგომარეობს იმაში, რომ იგი წითელი ჯოხებით არის გადატვირთული. რაც მიუთითებს ჩაის უხეში ღეროების სიმრავლეზე, რომლებიც ჩაის პროდუქციად არ გამოდგება. საკონდიტრო საწარმოებში ბისკვიტების შტამპის გაუმართაობა, ან ბადური ტრანსპორტიორის დეფექტები იძლევა დეფექტიან ნაკეთობას (ბისკვიტებს) და სხვა ამგვარი.

არსებო 1 ბს კიდევ სხვა მრავალი გარემოებანი, რომელთა გამოც არ შეიძლება უზრუნველვეყთ მაღალხარისხოვანი პროდუქციის გამოშვება. მუშაობის ხარისხისადმი ყოველი შემსრულებლის პასუხისმგებლობის გადიდების პირობებში დეფექტების მიზეზები აუცილებლად გამოვლინდება და აღმოიფხვრება. დამატებითი ხარჯები მათ გამოსწორებაზე ან გაფუჭებით გამოწვეული ზარალი უნდა დაფარონ მათ, ვისი მიზეზითაც ეს მოხდა.

ამ სისტემის დანერგვასთან ერთად საამქროებში იქმნება ბრიგადები, რომელთა შემადგენლობაში შედის კონსტრუქტორი, ტექნოლოგი, ოსტატი, ტექნიკური კონტროლის განყოფილების მუშაკი და კვალიფიცირებული მუშა. ასეთ ოპერატიულ ჯგუფებს ხელმძღვანელობენ საამქროების უფროსის მოადგილეები. ისინი მიზნად ისახავენ იმას, რომ უმოკლეს ვადაში მოახდინონ მოწყობილობათა და ხელსაწყოების მცირე გაუმართაობათა და ხარვეზების ლიკვიდაცია, აღმოფხვრან შეცდომები ნახაზებში და სხვა მიზეზები, რომლებიც ხელს უშლიან უდუფექტო პროდუქციის გამოშვებაში. საწარმოს კოლექტივი თუ რაოდენ ქმედითად ახორციელებს პროდუქციის ხარისხის ამაღლებისათვის ბრძოლას, ფირმის უმაღლეს ხელმძღვანელობას შეუძლია შეაფასოს შემდეგი ეკონომიკური მაჩვენებლებით:

1. ნაკეთობათა საერთო გამოშვებაში წუნის ხვედრიწონა. ეს მაჩვენებელი იძლევა ნაკეთობათა წარმოების ხარისხის საერთო მდგომარეობის დახასიათებას;

2. ტექნიკური კონტროლის განყოფილების მიერ საამქროს ფარგლებში პროდუქციის უკან დაბრუნება (დეტალთა, კვანძების და ნაკეთობათა რაოდენობა, რომელზეც უარი განაცხადა მიმღებმა პირველი დეფექტის აღმოჩენის შემდეგ). ეს მონაცემები იძლევა მუშების და ოსტატების ტექნოლოგიური და საწარმოო დისციპლინის დონის დახასიათებას;

3. პროდუქციის დაბრუნება მომხმარებელი საამქროს მიერ მწარმოებელი საამქროსათვის (უკან დაბრუნებული დეფექტური დეტალების, კვანძებისა და ნახევარფაბრიკატების რაოდენობა). ეს მაჩვენებელი იძლევა ტექნიკური კონტროლის განყოფილების მწარმოებელ საამქროში მუშაობის ხარისხისა და მომთხოვნელობის დახასიათებას;

4. დამკვეთისათვის დეტალებისა და კვანძების ჩაბარება პირველივე წარდგინებით (%-ით მთელ წარდგენილ რაოდენობაში). ეს მაჩვენებელი იძლევა საამქროს მუშაობის ხარისხის დახასიათებას;

5. საბოლოოდ აწყობილ ნაკეთობათა ჩაბარება დამკვეთისათვის პირველივე წარდგინებისთანავე (%-ით მთელ წარდგენილ რაოდენობასთან), ეს მაჩვენებელი საერთოა, იგი იძლევა საწარმოს მიერ გამოშვებული პროდუქციის ხარისხის დახასიათებას;

6. არსებობს ისეთი ნაკეთობანი, რომელთა დეფექტების გამოსწორება მოითხოვს მათ დაშლა-დანაწევრებას და ნედლეულის ახალ მასაში გარევით დამუშავებას. მაგალითად, გადაფერმენტებული ჩაის ჩაგრეხვა მომღწერი ჩაის ახალ პარტიაში, რათა დაფარულ იქნეს სიმჟავის დეფექტი, ანდა დეფექტიანი ფორმის ბისკვიტების დაფხვნა და მისი ჩაზელა ახალ საზელ ცომში. რასაკვირველია, დეფექტების ასეთი ლიკვიდაცია არ წარმოადგენს მაღალხარისხიან პროდუქციის წარმოების გზას, თუმცა ეს ღონისძიებანი შესაძლოა განხორციელდეს პირველ წარდგინებამდე და შემდეგ პირველი წარდგინებით მიღებულ პროდუქციად ჩაითვალოს. ჩაის ჩვენს მიერ მოყვანილი მაგალითი ვერ დაფარავს ამ დეფექტებს, ვინაიდან იგი გამოიწვევს უფრო დაბალხარისხიან სორტების წარმოების გადიდებას მაღალხარისხიანი სორტების შემცირების ხარჯზე, მაგრამ საკონდიტრო მრეწველობაში ბისკვიტების წარმოების ეს ხარვეზი შესაძლოა ტექნიკური განყოფილების მიერ მიღებისას არ გამოძღვანდეს. ამიტომ, ოპერატიული ჯგუფის აუცილებელ

ფუნქციად უნდა ჩაითვალოს კონტროლი და სათანადო ზომები ასეთი „გამოსწორებადი“ დეფექტების წარმოქმნის მიზეზების აღმოსაფხვრელად.

ეკონომიკური მეთოდები პროდუქციის ხარისხის გაუმჯობესებას აღწევენ პროდუქციის ხარისხის ამაღლების ეკონომიკური სტიმულირებით, სახელდობრ, პროდუქციის რეალიზაციის მოცულობის მაჩვენებელი, რომლის მიხედვითაც ხორციელდება მუშაობის ახალ პირობებში წარმოების გეგმის შესრულების შეფასება, საწარმოს აძლევს ორიენტაციას გამოუშვას ისეთი ხარისხის პროდუქცია, რომელიც სრულიად შეესაბამება სახალხო მეურნეობისა და მოსახლეობის მოთხოვნებს.

სათანადო ხარისხის პროდუქციის გამოშვება, პროდუქციის ხარისხის შემდგომი გაუმჯობესება უზრუნველყოფს დამზადებული პროდუქციის რეალიზაციის დაჩქარებას. ეს იმას ნიშნავს, რომ საწარმოს მიერ გამოშვებული სასაქონლო პროდუქციის სულ უფრო მეტი ნაწილი იქნება გასაღებული მიმდინარე პერიოდში, ე.ი. მნიშვნელოვნად შემცირდება სასაქონლო პროდუქციის გაუსაღებელი ნაშთები, შესაბამისად გადიდება რეალიზებული პროდუქციის მოცულობა.

პროდუქციის გაყიდვათა მოცულობის გადიდება უზრუნველყოფს მოგების იმ თანხის ზრდას, რომელიც ფაქტიურად მიღებული იქნება საწარმოს მიერ მიმდინარე პერიოდში. მართლაც, უფრო მაღალი სორტის პროდუქციის საბაზრო საბითუმო ფასი მეტია, ვიდრე შედარებით დაბალისა, ამიტომ პირველის ხვედრიწონის ზრდა მეორის ხვედრიწონის შემცირების პირობებში გამოიწვევს პროდუქციის რეალიზაციიდან ამონაგები თანხის გადიდებას იმ შემთხვევაში თუ საბაზრო მოთხოვნის მასშტაბი პასუხობს მაღალხარისხოვანი პროდუქციის უფრო ძვირად რეალიზაციას. მაღალსორტული პროდუქციის დამზადების ხარჯები კი უმნიშვნელოდ იზრდება (ან არ იზრდება) დაბალსორტულთან შედარებით. ყოველივე ამის გამო იგი იწვევს მოგების თანხის ზრდას. ამრიგად, პროდუქციის ხარისხის გაუმჯობესებით მისი შემდგომი ამაღლებით საწარმოს შეუძლია მიაღწიოს პროდუქციის სორტულობის ამაღლებას და მოგების იმ ნაწილის ზრდასაც, რომელიც ნაწილდება საწარმოს კოლექტივის წევრებს შორის. ასეთი წესის შემოღება პროდუქციის ხარისხის ამაღლების სტიმულირების მნიშვნელოვანი ეკონომიკური მეთოდია.

პროდუქციის ხარისხის გაუმჯობესების ეკონომიკური სტიმულირება უზრუნველყოფილი ხდება იმითაც, რომ ამ მხრივ დიდი როლი ეკისრება ფასებს. სახელდობრ, ახალ, უფრო სრულყოფილ ნაწარმზე ფასების დადგენა პროდუქციის ხარისხის ამაღლებაზე გაწეული დანახარჯებისა და მისგან იმ მისაღები ეკონომიკური ეფექტის საფუძველზე ხორციელდება, რომელსაც მომხმარებელი მიიღებს ამ პროდუქციის გამოყენებით. მაგ., პროდუქციის ხანგამძლეობის მიზანშეწონილი გადიდება და საიმედოობის ზრდა უზრუნველყოფს მომხმარებელ საწარმოში სარემონტო ხარჯების შემცირებას და პროდუქციის გამოშვების გადიდებას რემონტის პერიოდის შემცირებისა და მუშაობის დროის გადიდების გზით.

8.5. ფასების დაწესება ახალ პროდუქციაზე

„ახალ პროდუქციად“ უნდა გვესმოდეს ის პროდუქცია, რომელიც ახალია მომხმარებლისათვის და მწარმოებლისათვის. ეს არ ვრცელდება იმ პროდუქციაზე, რომელიც ახალია მხოლოდ მოცემული ფირმისათვის (საწარმოსთვის).

ბაზარი ამგვარი პროდუქციისათვის თავიდანვე არ არის განსაზღვრული: ჯერ კიდევ არ არის ცნობილი ამ პროდუქციის გამოყენების ყველა პოტენციური შესაძლებლობანი, არ არსებობს გამოცდილება ახალი პროდუქციის გაყიდვათა შედარებისათვის მის მიმართ კონკურენტ სხვა საქონელთან; გასაღების არხები ჯერ არ არიან განსაზღვრული; არ არის ცნობილი სავაჭრო დარიცხვების სიდიდე; თითქმის სრულიად არ არსებობს მონაცემები წარმოებაზე დანახარჯების შესახებ. უფრო მეტიც, პოტენციური მომხმარებლები მასობრივად სვამენ საკითხებს ახალი პროდუქციის მიმართ ნაკეთობა დანიშნულების მიხედვით მოხმარებაში თუ ივარგებს (იმუშავებს)? როგორი იქნება მისი ხანგამძლეობა და საიმედოობა? რაოდენ მალე იქნება შეტანილი მასში კონსტრუქციული სრულყოფა და როგორ გავლენას მოახდენს (აისახება) ახალი პროდუქციის ღირებულებაზე? მოსალოდნელია თუ არა ფასების შემცირების განხორციელება და რამდენად მალე?

ამგვარ გაურკვევლობას შეუძლია მოახდინოს მნიშვნელოვანი გავლენა

3. როგორია ახალი ნაკეთობის ათვისებასთან დაკავშირებული რისკი? რა შეუძლიათ საწინააღმდეგო გაუკეთონ კონკურენტებს და რა ვადებში?

ამ პრობლემათა გადაჭრა საჭიროებს გადაწყვეტილებათა მიღების შვიდი სტადიის გავლას:

პ ი რ ვ ე ლ ს ტ ა დ ი ა ზ ე ხორციელდება შეფასება ურთიერთ კავშირისა გაყიდვათა მოცულობასა და ფასს შორის.

ფასების მაღალი დონისას გაყიდვათა მოცულობა უფრო ნაკლები აღმოჩნდება ვიდრე უფრო დაბალი ფასისას (სხვა თანაბარ პირობებში). მაღალი ფასის დროს გაყიდვათა მოცულობის მაქსიმუმმა შესაძლოა მიაღწიოს არსებული ბაზრის გაჯერების დონეს, დაბალი ფასისას კი ბაზრის გაფართოებას.

პრაქტიკაში საჭიროა ვიქონიოთ მხედველობაში, რომ ყოველი ნებისმიერი ახალი პროდუქციის მწარმოებელს, დამოუკიდებლად მისი სიახლისა, ყოველთვის ყავს პირდაპირი (აშკარა) და არა პირდაპირი (ფარული) კონკურენტები. ამ ფაქტს შეაქვს ცვლილება მოთხოვნის გამოსავალ გრაფიკში. ასეთი ცვლილებები იქნებიან განსაკუთრებით შესამჩნევი სამ უბანზე, სადაც ფასები ჩვენს ახალ პროდუქციაზე და მასთან კონკურირებულ საქონელზე ერთმანეთს ემთხვევა. ეს მაკონკურირებელი პროდუქცია გამოდის ჩვენი მსჯელობის საკვანძო ელემენტად ვინაიდან ფასი, რომელსაც მომხმარებელი გადაიხდის ჩვენს ახალ პროდუქციაზე, ასახავს ფასისა და ხარისხის თანაფარდობას ჩვენს ახალ პროდუქციაზე შედარებით მაკონკურირებელი საქონლის ხვედრ ფასთან (ე. ი. მისი ფასისა და ხარისხის შორის თანაფარდობასთან). მომხმარებლისათვის საქონლის მიმზიდველობა, როგორც ახალის, ასევე მის მიმართ მაკონკურირებლისა, განისაზღვრება ორი ფაქტორის თანაფარდობით. ესენი არიან ფასი და ხარისხი.

ჩვენ გავგაჩნია შესაძლებლობა მივიღოთ საკმაოდ ზუსტი ინფორმაცია ჩვენი ახალი პროდუქციის ხარისხის შესახებ და მაკონკურირებელი საქონლის ხარისხისა და ფასის შესახებ. ეს გახდის შესაძლებელს რომ გავაკეთოთ დასკვნები მეტად მიახლოებითი სახით დარჩენილი უცნობი ელემენტის შესახებ. ე.ი. ფასის შესახებ ჩვენს ახალ პროდუქციაზე.

ამ პრობლემის გადასაჭრელად საჭიროა გავცეთ პასუხი შემდეგ კითხვებზე:

1. რას წარმოადგენს თავისთავად ჩვენი საქონელი? ამასთან ერთად ჩვენ უნდა მოვახდინოთ ორიენტირება პროდუქციის არა კონსტრუქციის, ქიმიური შემადგენლობის ანდა რაიმე სხვა ამგვარი ფიზიკური თვისებების შესახებ, არამედ უნდა შევაფასოთ ის, სახმარი თვისებების, მისი თვისობრივი მახასიათებლების მიხედვით. რამდენად იგი ხანგამძლეა, ლამაზია, მოხერხებულია და ეფექტურია;

2. როგორია ჩვენი ახალი პროდუქციის დანიშნულება? ბუნებრივია, რომ ჩვენი საქონლის უპირატესობა ან ნაკლოვანებები მაკონკურირებელთან შედარებით გამოვლინდება მისი გამოყენების თავისებურებებზე დამოკიდებით. მაგალითად, ახალი ქსოვილი, რომელიც ატარებს წყლის ორთქლს, მაგრამ აკაეებს წყლის წვეთებს, სხვადასხვანაირად შეფასდება მოსასხამთა და ბანდაჟების დამზადებისას აკუმულატორულ ბატარეების სეპარატორებისათვის, ანდა შესახვევი მასალების და მაფილტრებელი მასალების წარმოებაში გამოყენების სხვადასხვა სფეროში საქონლის ხარისხს წარედგინება სხვადასხვა მოთხოვნები, და საქონელი, რომელსაც ჩვენი ახალი პროდუქტი უწევს კონკურენციას მისი გამოყენების ყველა სფეროში, იქნება სრულიად სხვადასხვა.

3. რას წარმოადგენს თავისთავად მაკონკურირებელი საქონელი, რომელიც, შეიძლება გამოყენებულ იქნას მომხმარებლის მიერ? ჩვენ არ უნდა შევადაროთ ჩვენი საქონელი ყოველ მათგანს არამედ უნდა გამოვყოთ ძირითადები, რომლებსაც ჩვენი შეხედულებით შეუძლიათ კონკურენცია გაუწიონ ჩვენს ახალ პროდუქციას მისი გამოყენების ყოველ სფეროში;

4. რა მოთხოვნებს უყენებს მომხმარებელი საქონლის ხარისხს მისი გამოყენების ყოველ სფეროში? როგორია შედარებითი მნიშვნელობა ამ მოთხოვნებისა? სხვა სიტყვებით, რა მთავარი მახასიათებლები აღმოჩნდებიან გადამწყვეტი მომხმარებლის მიერ საქონლის არჩევისას?

5. ფასების რა დონე გააჩნია მაკონკურირებელ საქონელს და რამდენად შეესაბამებიან მოთხოვნებს, რომლებსაც წარუდგენენ მათ მომხმარებლები? იშვიათი გამონაკლისის სახით საიმედო ინფორმაციის მიღება ფასების შესახებ ამ საქონლებზე არ არის ძნელი. იმისათვის, რომ მივიღოთ ცნობები ხარისხის შესახებ, შესაძლოა გახდეს აუცილებელი მომხმარებელთან ერთად განხორციელდეს ფართო ნატურალური გამოცდები, რომლებიც შესაძლებელს გახდიან მივიღოთ

ჩვენთვის საინტერესო შედარებითი მონაცემები.

6. როგორია შედარებითი მოხმარებითი მახასიათებლები ჩვენი ახალი პროდუქციისა და მასთან მაკონკურირებელი საქონლისა? ამ შემთხვევაში, შესაძლოა განვახორციელოთ სამრეწველო გამოცდები, საგამომცდელი აპარატურის გამოყენებით.

7. ამ ინფორმაციის საფუძველზე შევეცადოთ განვსაზღვროთ ჩვენი პროდუქციის საწყისი ფასი. საწყის (გამოსავალ) ფასად შეიძლება აღმოჩნდეს ისეთი ფასი, რომელიც ნებას მოგვცემს დავაინტერესოთ მყიდველი. იგი ჩართავს თავის თავში პრემიას, რომლის გადახდაზეც მომხმარებელი თანახმაა ჩვენი პროდუქციის უკეთესი ხარისხობრივი მახასიათებლებისათვის. ვიდრე ეს გააჩნია მასთან მაკონკურირებელ პროდუქციას.

მ ე ო რ ე ს ტ ა დ ი ა - ბაზრის მოთხოვნების შეფასება და გასაღების გეგმის საერთო განსაზღვრა.

ჩვენ უკვე გაგვაჩნია რაიმე წარმოდგენა ბაზრის შესახებ, რომლის ტევადობა ჩვენი პროდუქტისათვის დამოკიდებულია ფასების სხვადასხვა დონისაგან. თუმცა ჩვენ არაფერი არ ვიცით იმ დროის შესახებ, რომელიც აუცილებელია ამ ბაზარზე შეღწევისათვის. ამ დროის შეფასება წარმოადგენს ძალზედ მნიშვნელოვან ფაქტორს, ჯერ ერთი იმიტომ, რომ უფრო გვიან ჩვენ უნდა განვიხილოთ კონკურენციის გავლენა ფასების ჩვენს სტრატეგიაზე. მეორეც ის, რომ სიჩქარეს, რომლითაც ფართოვდება გაყიდვათა მოცულობა, შეუძლია მოახდინოს მნიშვნელოვანი გავლენა თვითღირებულებაზე.

ბაზარზე შეღწევის სიჩქარე რამდენადმე დამოკიდებულია საქონლისა და ბაზრის მახასიათებლებზე. მაგალითად, თუ ჩვენი ახალი პროდუქციის გამოცდისათვის მომხმარებელს სჭირდება ხანგრძლივი დრო მნიშვნელოვან კომერციულ ოდენობამდე გაყიდვათა მოცულობის ზრდის სიჩქარე იქნება შედარებით დაბალი. გარდა ამისა ბაზრის მდგომარეობაზე შეიძლება მოახდინოს გავლენა სეზონურმა რყევაობამ.

გარდა აღნიშნული მიზეზებისა, ჩვენი გაყიდვათა მოცულობა დამოკიდებულია რეალიზაციის ჩვენივე გეგმისაგან, რომლის შედგენაც წარმოადგენს ჩვენს მეორე ამოცანას. *რეალიზაციის გეგმის შედგენა თავის მხრივ უნდა დაიწყოს ბაზარზე წარმატებითი შეჭრისათვის აუცილებელ მოთხოვნათა შეფასებიდან.*

დაეუშვათ ახალი პროდუქტი წარმოადგენს ძველის გაუმჯობესებულ მოდელს, რომელიც მუშაობს ახალი პრინციპებით და გააჩნია მაღალი მუშა მაჩვენებლები. უწინარეს ყოვლისა ჩვენ უნდა ვაღიაროთ, რომ პროდუქტის წარმოების გარდა, არსებობს რიგი სხვა პრობლემებისა, რომლებიც მოითხოვენ გადაწყვეტას. აქ ჩაირთვება კონტრაქტების მომსახურებაზე გარანტიები, მასალების ფორმების შერჩევა; უნდა გავყიდოთ ახალი საქონელი თუ გავცეთ არენდით.

ამის შემდეგ, უნდა გადავწყვიტოთ ბაზრის რომელ სექტორზე უნდა გავიღოთ უწინარეს ყოვლისა (საქონლის გამოყენების სფეროების და გეოგრაფიული რაიონების მიხედვით) და რა თანამიმდევრობით შევიღოთ სხვა სექტორებში. ჩვენ უნდა განვსაზღვროთ ამ საქონლის მომხმარებლის რომელ სამსახურთაგანი ახდენს უწინარეს ყოვლისა გავლენას მოწყობილობის შესყიდვაზე: ესაა მატერიალურ ტექნიკური მომარაგების სამსახური, ტექნიკური თუ კადრების მართვის სამსახური და ბოლოს, ჩვენ უნდა განვსაზღვროთ მყიდველებთან კავშირების დამყარების გზები და მეთოდები.

გაგვაჩნია რა ამგვარი ინფორმაცია ჩვენ შეგვიძლია ჩავთვალოთ, რომ მზად ვართ შევუდგეთ გასაღების მისაღები არხების დაპროექტებას. ჩვენი საქონლის განაწილებისათვის საჭირო საქმიანობის ყველა სახეობის შეფასების პარალელურად ჩვენ განვახორციელებთ რეკლამის როლისა და შედარებითი მნიშვნელოვანი საქონლის მამოძრავებელი სხვადასხვა დამხმარე სამსახურების მიერ საცდელ გაყიდვებს იარმარკებში და მოლაპარაკებებში მონაწილეობის შეფასებას და აგრეთვე ბაზარზე საქონლის მამოძრავებელი სხვა საშუალებების მნიშვნელოვანების განსაზღვრას.

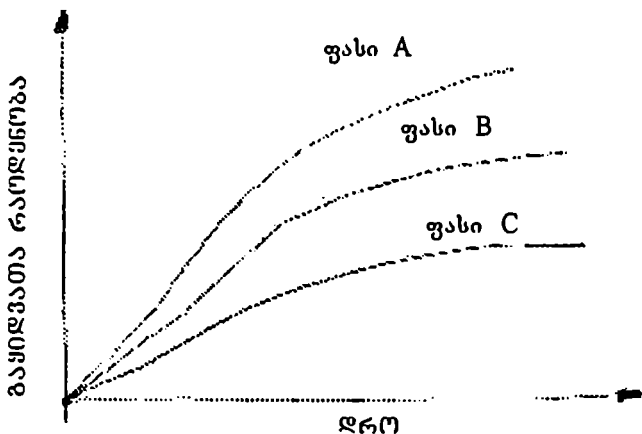
საერთო შედეგებზე გასელის გეგმა ჩვენ მოგვცემს წარმოდგენას იმ დანახარჯების შესახებ, რომლებიც წარმოიქმნებიან საქონლების გაყიდვისას, რაც თავის მხრივ როგორც მთავარი ფაქტორი სამსახურს გაგვიწევს ჩვენი პროდუქტის თვითღირებულების განსაზღვრაში. გარდა ამისა, ჩვენ გვექნება შესაძლებლობა განვსაჯოთ იმ დროის შესახებ, რომლის განმავლობაშიც ჩვენ შევძლებთ შევიჭრათ ჩვენი გეგმიდან გამომდინარე ბაზარზე.

მ ე ს ა მ ე ს ტ ა დ ი ა - ფასების სხვადასხვა ღონისას ზრდის მრუდის აგება.

როდესაც რეალიზაციის გეგმის ყველა ნაწილებს მოუყურით

თავს და გავერთიანებთ, ბაზარზე შეჭრის დროის შეფასების ჩათვლით, მაშინ მზად ვიქნებით, რომ შევადგინოთ იმგვარი გრაფიკი რომელიც მოყვანილია ქვემოთ (იხ. ნახ. 8.1.).

დროის ფაქტორის შემოყვანამ შესაძლებელი გახადა აგებუ-
ლიყო სამი მრუდი ფასების ყოველი დონისათვის. გრაფიკი აერ-
თიანებს ჩვენს მსჯელობებს დროის იმ პერიოდისათვის, რომლის
განმავლობაშიც ჩვენ შევძლებთ გავშალოთ გაყიდვათა მოცულობა
ფასების დასახულ დონეთა პირობებში.



ნახ. 8.1. ფასების ზრდის მრუდე.

ზრდის ამგვარი მრუდეები შესაძლებელს ხდიან დავეუშვათ, რომ ჩვენი გეგმა განხორციელდება და რომ კონკურენციის არსე-
ბული პირობები გადატანილი იქნება მომავალ პერიოდშიც. უფრო
მეტიც, ჩვენ შეგვიძლია მივიჩნიოთ, რომ მომავალში, ისევე როგორც
აწმყოში, ბაზარზე არ იქნება საქონელი, პირდაპირ რომ უწევდნენ
კონკურენციას ჩვენს პროდუქციას და რომ არ არის მოსალოდნე-
ლი არც ხარისხობრივი მახასიათებლების, არც ფასების ცვლილე-
ბები მაკონკურირებელ საქონელზე.

მ ე ო თ ხ ე ს ტ ა დ ი ა - დაახლოებითი თვითღირებულებ-
ის კალკულაცია და მისი შემადგენელი ნაწილების განსაზღვრა.

პროდუქციის თვითღირებულება წარმოადგენს ახალ პროდუქციაზე

ფასის განსაზღვრის მნიშვნელოვან ფაქტორს. გასათვალისწინებელია ის, რომ მაღალი თვითღირებულება ფასწარმოქმნის საბაზრო მექანიზმს უბიძგებს ფასის გადიდებისაკენ, დაბალი კი წარმოქმნის ფასის შემცირების შესაძლებლობას. მაღალ თვითღირებულებიანი პროდუქტია ამცირებს მოგებას, დაბალი კი ზრდის მას. ეს იმას ნიშნავს, რომ თვითღირებულებას პრინციპული მნიშვნელობა ენიჭება ფასის ბაზის განსაზღვრაში, ვინაიდან ამ მხრივ იგი მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს ფასწარმოქმნაზე.

თვითღირებულების სავარაუდო სიდიდის კალკულაცია პროდუქციის ერთეულზე, იქნება შედარებით ადვილი ამოცანა იმ შემთხვევაში თუ ჩვენ გაგვაჩნია გაყიდვათა მოცულობის და მისი დროში განაწილების მონაცემები, პირდაპირი დანახარჯები წარმოებაზე, შრომასა, გარეთ შეძენილ საჭირო მოწყობილობაზე და ზედნადები ხარჯები შეიძლება განისაზღვროს მიახლოებითი ოდენობით წარმოების დაგეგმილი მოცულობის საფუძველზე. *გასაღებაზე დანახარჯების განსაზღვრის და აღმინისტრაციული ხარჯების ბაზად აიღება ფირმის მოქმედებათა პროგრამა.*

მეხუთე სტადია - კონკურენტების შესაძლებლობათა შეფასება პროდუქციის წარმოების დროის გათვალისწინებით.

ადრე თუ გვიან კონკურენტები მიაქცევენ ყურადღებას ჩვენს ბაზარს. გარდა ამისა ყოველთვის არსებობს იმის შესაძლებლობა, რომ დამუშავებული და ათვისებული იქნას საქონელი, რომელიც ანალოგიური იქნება ჩვენი პროდუქტისა და მოხდება უკვე ბაზარზე მყოფი ანალოგიური საქონლის ფასისა და მიწოდებების ცვლილებები.

ამ საფრთხეთა შეფასების მცდელობით, არ შეგვიძლია ვთქვათ ზუსტად, რა სახით განვითარდება მდგომარეობა მომავალში. თუმცა ჩვენ შეგვიძლია უკიდურეს შემთხვევაში გამოვიცნოთ მომავალში კონკურენტის ჩვენთვის არა ხელსაყრელი პირობები. მოწინააღმდეგეთა შეფასებას ჩვენ მიერ აქვს საეჭვო მნიშვნელობა. მიუხედავად ამისა, ჩვენ მაინც შეგვიძლია განვახორციელოთ კონკურენტის შესაძლებლობების ასეთი შეფასება ჩვენთვის საჭირო სიზუსტით.

არსებობს ორი საკვანძო საკითხი პოტენციალური კონკურენტის შესაძლებლობათა შეფასების საქმეში:

1. რა შეუძლია მან ილონოს ჩვენს წინააღმდეგ და რამდენად ბუერი ღრო დასჭირდება მას ამისათვის?

2. რაოდენ ეფექტიანად და რა დანახარჯებით შეძლებს იგი ამის გაკეთებას?

მ ე ხ უ თ ე ს ტ ა დ ი ა ზ ე ჩვენ ძირითადად განვიხილავთ პასუხს ამ ორთაგანიდან პირველის მიმართ. განვსაზღვრავთ ღროს რომლის განმავლობაშიც ჩვენ შეგვიძლია მოველოდეთ მოქმედებებს კონკურენტისაგან.

მ ე ე ქ ვ ს ე ს ტ ა დ ი ა კონკურენტის საქონლის თვითღირებულების შეფასება.

ჩვენ უნდა მოვახდინოთ ჩვენი პროდუქტის თვითღირებულების შედარება, ჩვენი პოტენციალური კონკურენტის პროდუქტის ერთეულის თვითღირებულებასთან.

მ ე შ ვ ი დ ე ს ტ ა დ ი ა - გადაწყვეტილების მიღება ფასების დონის შესახებ.

ფასის განსაზღვრა უნდა ეყრდნობოდეს ან ბაზარზე შეჭრის სტრატეგიას ან შესაძლო მაღალი მოგების მიღებას ძლიერ მოკლე ვადაში. ანდა თუ ჩვენი მონაცემები კონკურენტის შესახებ გვაძლევენ საშუალებას არ ვიჩქაროთ ჩვენ შეგვიძლია მივმართოთ მცდელობას მივიყვანოთ მოგება მაქსიმუმამდე, გამოვიყენებთ რა ამისათვის რამდენადმე შემცირებული ფასების ტაქტიკას.

ჩვენ შეგვიძლია დავადგინოთ ფასი, რომელიც განაიარაღებს კონკურენტს და დარჩება მისაღები ჩვენთვის.

ფასის განსაზღვრის ძირითადი პრინციპებია:

1. ფასწარმოქმნის ანალიზი უნდა დაიწყოს რაც შეიძლება ადრე პროდუქტის დამუშავებისა და ათვისების სტადიაზე. იდეალურ შემთხვევაში ფასის განსაზღვრა საჭიროა დავიწყოთ იმ მომენტამდე სანამ მასზე იქნება გაწეული რაიმე კაპიტალდაბანდება და უმჯობესია უმოკლეს ვადაში, მას შემდეგ რაც, ჩვენ გაგვიჩნდა წარმოდგენა ამ პროდუქტის შესახებ.

2. თვითღირებულება უნდა განვიხილოთ როგორც გამოსავალი ბაზა. თვითონ კი თვითღირებულება არ წარმოადგენს გონივრულ საფუძველს ფასის განსაზღვრისათვის. ეს იმას ნიშნავს, რომ როგორც გამოსავალი ბაზა ფასი არ უნდა იყოს ან ტოლი და

არც ნაკლები თვითღირებულებაზე, ე. ი. იგი შემზღვეველის როლში გამოდის და არა ფასის პირდაპირი გაანგარიშების საფუძველი.

3. განხილული უნდა იქნან მხოლოდ მნიშვნელოვანი განსხვავებანი, მოცემულ შემთხვევაში უკეთეს მიდგომად ითვლება თანდათანობითი მიახლოვების სერიის დამუშავება. ამ მეთოდის გამოყენებისას ჩვეულებრივი ნაკლოვანებანი გამოირკვევიან ჯერ კიდევ იმ მომენტამდე, სანამდე გავწევთ დიდ ხარჯებს.

4. ფასის დადგენას უნდა მიეუდგეთ ფართო საფუძველზე ვინაიდან *ფასწარმოქმნა მოიცავს ბიზნესის ყველა მხარეს*, მოცემულ პროგრამაში უნდა მონაწილეობდნენ ყველა სამსახურისა და განყოფილების წარმომადგენლები.

5. ეძებთ მაკონკურირებელი საქონლის შესახებ დაწერილებითი ინფორმაცია და თანდათან შეავსეთ. უნდა ვიცოდეთ მისი ფასი, ბაზრები და კონკურენტების სტრატეგია. ამგვარი ინფორმაციის კარგი წყაროა სავაჭრო ორგანიზაციები.

6. შევიმუშაოთ სამეურნეო საბაზრო პოლიტიკა და გეგმები ნომენკლატურის, ასორტიმენტის, ტირაჟის სფეროში. დიდი ნაწილი წარუმატებლობისა ფასწარმოქმნაში გამოძინარეობს არა საკმოდ არგუმენტირებული პოლიტიკისაგან ნაკეთობათა ნაკრების სფეროში ან მცდარი ფორმულირებების გამო.

7. ნუ ეცდებით გვერდი აუაროთ საკუთარ შეფასებებს.

8.6. პროდუქციის მარკეტინგული დაგეგმვა

უწინარეს ყოვლისა განვსაზღვროთ თუ რა იგულისხმება პროდუქტად. უდალაო რომ მას შეიძლება ვუწოდოთ ფიზიკური ნივთი ანდა საქონელი, მაგრამ ლოგიკურია და საჭიროა მივცეთ მას უფრო ფართო გაგება. მომხმარებელი არ ყიდულობს ნაკეთობას მისი გარეგნობისათვის, ქიმიური შემადგენლობისათვის ანდა კონსტრუქციისათვის. ისინი ყიდულობენ ნაკეთობებს თავის მოთხოვნილებათა დასაკმაყოფილებლად, მათ გამოსაყენებლად, მათი პრაქტიკულობისათვის და სარგებლობისათვის. რომელიც მათ აქვთ განსაზღვრული მიიღონ მოცემული ნაკეთობის გამოყენებით. ამიტომ, *პროდუქტი ეს სახმარი ღირებულებაა თავისთავად.*

პროდუქციის დაგეგმვისას იგი სწორედ, რომ ამ თვალსაზრისით უნდა იქნას განხილული. ამიტომ, პროდუქტი წარმოადგენს არა მარტო ფიზიკურ ნივთს, არამედ მოიცავს მომხმარებელთა მოთხოვნების დაკმაყოფილებისათვის ყველა ელემენტს. უდაოა მასში შედის გარე გაფორმება ანდა შეფუთვა, ფასი, მომსახურება, მისი ადგილმყოფელობა და მარკეტინგის სხვა ელემენტები.

ამრიგად, პროდუქციის დაგეგმვა მოიცავს ნაკეთობის არა მარტო ტექნიკურ დამუშავებას, არამედ მარკეტინგის ყველა ელემენტის ურთიერთკავშირს, რომლებიც უზრუნველყოფენ მომხმარებელთა მოთხოვნების დაკმაყოფილებას და მათ ხეირს (სარგებლიანობას).

ყოველ მმართველს უნდა გააჩნდეს ნათელი გაგება პროდუქტების წარუმატებლობის სტატისტიკის შესახებ.

იღებო, რომლებიც ფაქტიურად შეაქვთ დაგეგმვის პროგრამაში წარმოადგენენ საკმაოდ მიმზიდველს თუმცა წინასწარი პრაქტიკული განხილვისათვის კომერციული წარმატებების შანსი შეადგენს ორმოციდან ერთ შემთხვევას.

საქმე იმაშია, რომ საჭიროა ვიცოდეთ მომხმარებელთა ქცევის ჩვევები, რომლებიც დომინირებენ, როდესაც საქმე ეხება პირადი მოხმარების საგნებს განსაკუთრებით ფართო მოხმარების საოჯახო

სამეურნეო საქონელს. მაგალითად „ენიმალ ტრენ კომპანია ოფ ამერიკენ“-მა გადაწყვიტა განახორციელოს 5 ცენტიან თაგვმჭერებთან შედარებით გაუმჯობესებული თაგვმჭერების წარმოება იქნა დამზადებული ახალი თაგვმჭერი, რომელიც მუშაობდა იდეალურად ყოველგვარი ხარვეზების გარეშე: იგი იყო ძალზედ ეფექტური, გარეგნობით საკმაოდ მიმზიდველი და იაფიც (12 ცენტი). ეს ნაკეთობა იქნა შემუშავებული მომხმარებლების ჩვევების მაქსიმალური გათვალისწინებით, იყო გამოცდილი ლაბორატორიულ პირობებში, რის შემდეგაც გაიარა საბაზრო გამოცდაც.

ყველაფერი მოწმობდა, რომ წარმატება უნდა ჰქონოდა ამ პროდუქციას. ამიტომ, დაიწყეს თაგვმჭერის გაყიდვა ეროვნული მასშტაბით. მაგრამ უბედურებამ უმაღლვე იჩინა თავი და ზარალმა აიძულა კომპანია მოეხსნა ეს ნაკეთობა ბაზრიდან და წარმოებოდა.

რა მოხდა? საბაზრო და ფსიქოლოგიური ტესტები (მოტივირებათა

სისტემა) არ აღმოჩნდა საკამირისი, არეს მიღმა დარჩა მომხმარებლის ქცევის ჩვევები. თავის ჩვევები შეისწავლეს მომხმარებლისა კი არა. საქმე იმაში იყო, რომ უმეტეს შემთხვევაში თავსაჭერს ყიდულობდნენ ქმრები, ცოლები კი თავიდან იშორებდნენ დაჭერილ მკვდარ თავგებს, აგლებდნენ რა მათ თავსაჭერთან ერთად სანაგვე ყუთში. 2 ცენტრიანი თავსაჭერი აქ სრულიად ამართლებდა თავის თავს.

ეს ახალი 12 ცენტრიანი თავსაჭერი უკვე გადასაგდებად ეძვირებათ. ამიტომ ცოლი მთელი დღე უყურებს დაჭერილ თავს და ელოდება როდის დაბრუნდება ქმარი სამსახურიდან. ეს ლოდინი მის ნერვებზე მოქმედებს. ამიტომ, არ იზიდავს 12 ცენტრიანი თავსაჭერი. გარდა ამისა როდესაც თავს აგლებდნენ საჭირო ხდებოდა თავსაჭერის წმენდა და ხელახლა გამართვა. ეს კი არ აწყობდათ ქალებს.

სხვა კომპანიამ „პაინირ ტულ ენდ დაი კომპანიიმ“, შექმნა ავტომატური თავსაჭერი, მიმტყუებელი საკვების გარეშე, რომელიც იჭერს თავგებს ათობით. მისი მოწყობილობა იზიდავდა თავგებს სათითაოდ, რომლებიც ამ საჭერის დერეფანს გადიოდნენ და ავტომატურად ჰკლავდა თავგების მთელ სერიას.

კომპანიამ გამოუშვა 5600 ასეთი თავგმჭერი და დაჰკარგა 63 ათასი დოლარი, ვინაიდან მხოლოდ 400 ცალი გაიყიდა ცალი 29 დოლარად და 95 ცენტად. ამიტომ, კომპანიამ ჯართში ჩააბარა 5,2 ათასი ცალი თავგმჭერი. ეს იმიტომ მოხდა, რომ ამ ფასად მასობრივი მყიდველი არ არსებობდა ზემოაღნიშნული მიზეზების გამო.

პროდუქციის ტიპური სასიცოცხლო ციკლი წარმოშობს რიგ პრობლემას პროდუქციის დაგეგმვაში.

ერთ ერთი ამ პრობლემათაგანი მდგომარეობს დროის მონაკვეთის შემცირებაში ახალი პროდუქციის გამოჩენასა და მისი უდიდეს გაყიდვათა პერიოდს შორის.

პროდუქციის სასიცოცხლო ციკლის უმნიშვნელოვანეს მახასიათებლად, მისი ხანგრძლიობის მიუხედავად, გვევლინება მოგების და გაყიდვების მოცულობათა შუფარდება. პროდუქტის პირველდაწყებითი გამოჩენის დროს აუცილებელია საკმაოდ მნიშვნელოვანი ხარჯები მარკეტინგზე, რათა ეს პროდუქტი ჩაუშვავთ წარმოებაში, ყოველი კვანძის დამუშავებაზე მაღალი დანახარჯები და გაყიდვათა დაბა-

ლი მოცულობა იწვევს მოგების ნორმის შემცირებას. გასაღების გაფართოების კვალობაზე სწრაფად მატულობს მოგების მოცულობა. ზრდის ბოლო სტადიებსა და სიმწიფის პერიოდში კონკურენციას მივეყვართ მოგების ნორმის შემცირებისაკენ და საბოლოო ანგარიშში მოგების საერთო ოდენობა იწყებს შემცირებას, თუმცა ეს ხდება მანამდე, სანამ იწყებს დაცემას გაყიდვათა მოცულობა.

პროდუქციის მრავალ სახეობათათვის არსებობს მზარდი უკუკავშირი დამუშავების ღირებულებასა და მის სასიცოცხლო ციკლს შორის. (დამუშავების ღირებულების ზრდა სასიცოცხლო ციკლის შემცირების ფაქტორია და პირიქით-დამუშავების ღირებულების შემცირება კი სასიცოცხლო ციკლის გამახანგძლიეველია).

ჩვეულებრივ მმართველები აწყდებიან პროდუქტის დამუშავებაზე მაღალი ხარჯების კომპენსაციის აუცილებლობას დროის უფრო მოკლე ვადით, ვიდრე ის დროა რომელშიც პროდუქტს მოაქვს მოგება. ამ პრობლემის გადაჭრა უფრო ძნელი ხდება, როცა დამუშავებაზე ხარჯები მატულობს და მოგების მიღების პერიოდი გადატანილია, როგორც მაგალითად ტექნიკურად რთული პროდუქტის წარმოებისას (ფერადი ტელევიზორები, თვითმფრინავები და ა. შ.).

ღირებულების, მოგების, დროის პრობლემის განხილვისას ადმინისტრაცია ღვება მნიშვნელოვანი დილემის წინაშე. კონკურენტებს მიუსწროს მოულოდნელად ეს ძველი ხერხია მიიღოს ზემოგება. მეორეს მხრივ, და ეს მთავარია (სხვა თანაბარ პირობებში), *რაც უფრო ხანგრძლივია დამუშავება და რაც უფრო დახვეწილად ტარდება ამოცდები, მით ნაკლებია განუსაზღვრელობა პროდუქტის გასაღების მიმართ. თუმცა პროდუქტების უფრო დახვეწილად დამუშავება და გამოკვლევა აღიღებს პირველდაწყებით კაპიტალ - დაბანდებას.*

ამრიგად, წარმოიქმნებიან რთული საკითხები ვადების დადგენის შესახებ: როდის შევწყვიტოთ დამუშავება? როდის შევწყვიტოთ ამოცდები? როდის დავიწყოთ პროდუქციის წარმოება? კავშირგაბმულობისა და ინფორმაციის თანამედროვე საშუალებათა პირობებში ძალზედ ძნელია გააკვიროვო კონკურენტი მოულოდნელობით. მაგრამ მმართველებს, რომლებიც ჩქარობენ გამოვიდნენ ბაზარზე სათანადო გამოკვლევათა განხორციელების გარეშე შესაძლებელია მოელოდეთ უფრო მეტი

საკვალალო შედეგები. ვიდრე იმ შემთხვევაში, თუ ისინი მოიცდიდნენ და კონკურენტებს მისცემდნენ შესაძლებლობას გავიდნენ წინ. მაგალითად, ერთ ერთმა კორპორაციამ შეიმუშავა ხილის ვაფლის ახალი სორტი. ისინი ღრმად იყვნენ გამოკვლეული, ამ კვლევაზე დაინხარჯა დაახლოებით 500 ათასი დოლარი და ყველას მიაჩნდა, რომ მოელოდათ კოლოსალური წარმატება.

ასევე ფიქრობდა ძირითადი კონკურენტიც, რომელიც უთვალთვალავდა კვლევების მცდელობას და დაიწყო ზუსტად ამგვარივე პროდუქციის წარმოება. არ განუხორციელებია საბაზრო გამოცდა და ამ პროდუქტის წარმოება დაიწყო ეროვნული მასშტაბით, ნ-თვეში მან დაამარცხა პირველი კონკურენტი და წინ უსწრებს ორიგინალს.

ახალი პროდუქციის წარუმატებლობის ძირითადი მიზეზებია:

1. ბაზრის არა საკმარისი ანალიზი;
2. პროდუქტის დეფექტები;
3. დანახარჯები გათვალისწინებულზე ზევით;
4. ვადების არა ზუსტი განსაზღვრა;
5. კონკურენცია;
6. არა საკმარისი ძალისხმევა მარკეტინგის სფეროში;
7. გასაღების განყოფილების სისუსტე;
8. ნაკლოვანებანი განაწილებაში.

ახალი პროდუქტების წარუმატებლობა ძირითადად გამოწვეულია მეურნეობრიობის სტრატეგიული ზონის მართვაში წარუმატებლობით.

სიახლის ნიშნის მიხედვით არსებობს ახალი პროდუქტების სახესხვაობანი:

1. *ახალი მოდელი.* ეს არის ახალი პროდუქცია, რომელიც ან არსებული პროდუქციის სრულყოფილი სახეა ანდა არსებული პროდუქტია შეცვლილი შეფუთულობით, ან კიდევ ის პროდუქციაა, რომელიც წარმოადგენს არსებული პროდუქციის რაიმე მოდიფიკაციას.

ახალი მოდელი იგივე მომხმარებელზე ორიენტირებულია და გამოიყენება ყოფილი მიზნებისათვის.

2. *ახალი პროდუქტი ცნობილ ბაზარზე.* მოცემულ შემთხვევაში პროდუქტი ახალია მწარმოებლისათვის და არა ბაზრისათვის. იგი ცნობილია წარმოებისათვის, ვინაიდან ამ ბაზარზე ამ საწარმოს პროდუქტების რეალიზაცია უკვე ხდებოდა. მაგალითად, საწარმოს

შეუძლია აწარმოოს და გაყიდოს პერბიციდები, რომლებიც განიერ-ფოთლიანი სარეველას ზრდას აჩერებენ.

დავუშვათ იგივე საწარმომ გადაწყვიტა გამოუშვას პერბიციდები, რომლებიც წყვეტენ ვიწროფოთლიანი სარეველას ზრდას, როგორც ახალი პროდუქტი.

3. პროდუქტი, რომელიც არაა ახალი ბაზრისათვის, მაგრამ ახალია საწარმოსათვის. პროდუქტი რომელსაც სხვა საწარმო უშვებდა და ყიდდა ბაზარზე, ეხლა მისი წარმოება აითვისა როგორც თავისთვის ახალი პროდუქტისა მოცემულმა საწარმომ.

4. სრულიად ახალი პროდუქტი, წარმოდგენილი ახალ ბაზარზე. მაგალითად, ფირმა „დიუარნის“ მიერ გამოშვებული „კორფამი“ ფეხსაცმლის ტყავის შესაცვლელად.

ახალ პროდუქციასთან დაკავშირებული რისკი მატულობს პირდაპირი დამოკიდებულებით პროდუქტის სიახლის დონისაგან და იმისაგან, რომ მისი წარმოების და განაწილების ტექნოლოგია რაოდენ განსხვავდება საწარმოს გამოცდილი ტექნოლოგია-განაწილებისაგან.

რისკი მატულობს თუ საწარმოს სურს პროდუქცია მოათავსოს ბაზარზე, მაგრამ არ იცნობს მისი განაწილების სტრუქტურას ან არ გააჩნია ცოდნა ახალი ხერხებისა და წარმოების ტექნოლოგიისა ან იგი ახორციელებს პროდუქტის დამუშავებას, რომელიც მოითხოვს ახალ უფრო სრულყოფილ ინჟინრულ ჩვევებს, რომლებიც ამ საწარმოში არ არის, ანდა რაიმე პროდუქტის წარმოებაზე ღებულობს გადაწყვეტილებას საზღვარგარეთ გასასაღებლად, მაგრამ არასდროს არ აწარმოებდა და არ ჰყიდდა მას თავისსავე ქვეყანაში.

ახალი პროდუქციის დამუშავებისათვის არსებობს ორგანიზაციის ორი ურთიერთისაგან განსხვავებული სახეობა.

1. ერთ ერთი მათგანი ფირმათა საწარმოო გაერთიანებაში ორგანიზებულია ფუნქციონალური პრინციპით, სადაც ახალი პროდუქტების დაგეგმვა ხორციელდება ცენტრალიზებული წესით.

2. ორგანიზაციის მეორე სახეობა გამოიყენება ფირმათა გაერთიანებაში (საწარმოო გაერთიანებაში), რომელიც დაყოფილია მრავალ განყოფილებად, სადაც ყველა ახალი პროდუქტების დაგეგმვა ხორციელდება საწარმოო განყოფილებებში ცალ-ცალკე ე.ი. დეცენტრალიზებულად.

შესაძლოა მთელი პასუხისმგებლობა დაეკისროს ერთ პირს განსაზღვრული პროდუქტის წარმოების მმართველს, რომელსაც ემორჩილება მარკეტინგი. ანდა - პროდუქციის ახალ სახეობათა შემუშავების განყოფილებას, რომელიც ემორჩილება მარკეტინგის განყოფილებას.

დივერსიფიკაცია ნაცვლად მონოპოლიზაციისა აუცილებელია მარკეტინგის ფართოდ და სრულყოფილად გაშლილი სისტემისათვის.

პროდუქციის მმართველი იგივეა რაც მეურნეობრიობის სტრატეგიული ზონის მმართველი, რომლის ძირითადი ფუნქციებია:

1. ფასის დაწესება;
2. ახალი პროდუქტების დამუშავება და ათვისება;
3. პროდუქტის სრულყოფა;
4. გასაღების პროგნოზირება;
5. რეკლამის და ლიტერატურის მოთხოვნილებათა განსაზღვრა;
6. ბაზრის ანალიზი ან მარკეტინგის გამოკვლევა;
7. მოქმედებათა მეთოდების კურსის დამუშავება;
8. წარმოებიდან პროდუქტის მოხსნა;
9. ძალისხმევის მიმართვა გასაღების სფეროში საგვმო მაჩვენებელთა მიღწევისათვის;
10. მარკეტინგის წლიური გეგმების შემუშავება;
11. პროდუქტის განაწილების მიმართულებები და მეთოდები;
12. მეურნეობრიობის სტრატეგიული ზონის შემოსავალ - გასავალი (ბიუჯეტი);
13. მოგება;
14. საექსპლუატაციო ცდები და სხვა მოვალეობანი (გამოყენებითი საინჟინრო სამუშაოები, მარკეტინგის ხუთწლიანი გეგმის დამუშავება, შემოსავლები კაპიტალდაბანდებისაგან, საწარმოო ბიუჯეტი).

მიუხედავად იმისა, რომ პროდუქტის დამუშავების ორგანიზაცია ხშირად ძალზედ განსხვავდება სხვადასხვა საწარმოში, ფირმაში, კონცერნში და ა. შ. მაინც არსებობს საერთო ხასიათის (გამჭოლი) პოზიციები სახელდობრ:

- ახალი პროდუქციის შერჩევისას საჭიროა დასაბუთდეს:
1. მისი წარმოების ტექნიკური განხორციელებადობა;

2. ეკონომიკური მიზანშეწონილობა;
3. კომერციული წარმატების შესაძლებლობა.

აქ მხედველობაში უნდა ვიქონიოთ რომ:

1. საქმეები ამ შემთხვევაში მიმდინარეობენ სწრაფად და როგორც წესი წარმატების მეტი ალბათობით, თუ არსებობს რაიმე წინადადების მომხრე, რომელიც პასუხისმგებლობის მატარებელია მისი წარმატებით რეალიზაციისათვის, ანდა ღებულობს აქტიურ მონაწილეობას მის დამუშავებაში. კიდევ უფრო უკეთესია თუ ეს პირი არის ამ წინადადების ავტორი;

2. წარმატება მოითხოვს პროდუქტის და მისი დამუშავების მთელ პერიოდში სხვადასხვა ფუნქციების კოორდინაციას. პროდუქტის კომიტეტების ფუნქციას წარმოადგენს სხვადასხვა განყოფილების (გასაღების, სამეცნიერო გამოკვლევების, ფინანსებისა და წარმოების) ინტერესების ერთიანობაში მოყვანა მოცემული პროდუქტის მიმართ;

3. პროდუქტის დამუშავების ყოველი ფაზისათვის პასუხისმგებლობა უნდა დაეკისროს ცალკეულ კონკრეტულ პირს;

4. წერილობით უნდა იყოს მომზადებული პროდუქტის დამუშავების გეგმა;

5. საჭიროა საკმაოდ დეტალურად განისაზღვროს ყველა ღონისძიება პროდუქტის დამუშავების ყოველ ფაზაზე, გვექონდეს იმის ნუსხა თუ რა არის აუცილებელი, რომ გაკეთდეს და კითხვები, რომლებიც მოითხოვენ პასუხს. მაგრამ საჭიროა სიფრთხილე, რათა არ დავეშვათ მეტად ბევრი ინსტრუქციების მომზადება და მათში წესების მითითება რომელსაც უმკაცრესად უნდა ვიცავდეთ.

6. პროდუქტის დამუშავებაში მოქნილობა უნდა იყოს წახალისებული და სტიმულირებული. პროდუქტები არა ერთნაირი არიან და ამიტომ ყოველ მათგანს უნდა მოვექცეთ განსხვავებულად;

7. პროდუქტის დამუშავების პროცესის კონტროლისათვის არსებითი მნიშვნელობა ენიჭება ინფორმაციისა და ანგარიშგების სისტემას. ამ პროცესის ყოველ უბანზე უნდა იქნას ორგანიზებული ანგარიშგების მოხერხებული სისტემა, რომელიც უნდა იქნას დაცული, იმისათვის რომ ინფორმაცია არა მარტო იქნას მოწოდებული თანადროულად და შესაბამის ადგილზე გადაწყვეტილებათა მისაღებად, არამედ

ამასთანავე აღმოჩნდეს სასარგებლო კონტროლის განსახორციელებლად პროდუქტის დამუშავების პროცესში სხვადასხვა ფაზის დასრულების მომენტში, განსაკუთრებით ბაზარზე გამოცდისას. ბაზრის ათვისების ადრეულ სტადიაზე და პროდუქტის სასიცოცხლო ციკლის დამთავრებისას აუცილებელია შედგეს მასალების კრებული, რომლებიც ასახავენ პრაქტიკულ დასკვნებს და მათ შეფასებებს.

პროდუქციის დამომუშავების სტრატეგიის მთავარი მომენტებია გარე და შიგა სტიმულები.

გარე სტიმულები. მომხმარებელთა მოთხოვნები არსებობენ, მათი დაკმაყოფილება ზორციელდება მთლიანად არსებული პროდუქტით. არსებობს მაგალითად, აუცილებლობა რომ შემუშავდეს ახალი პროდუქტი და შეიქმნას მასზე მოთხოვნილება (მაგალითად საპნის ახალი სორტი, სუნამო ახალი სახელწოდებისა და ა. შ.), შესაძლოა გავითვალისწინოთ რაიმე პროდუქტზე მომავალში მოთხოვნების აღმოცენება (მაგალითად სუსტი სიგნალია, რომ გაჩნდა ავადმყოფობა სპიდი. ეს სიგნალი გაძლიერდა როდესაც გაირკვა, რომ იგი ჩხვლეტითაც ვრცელდება. მაშინვე დაიბადა იდეა, რომ გაჩნდებოდა ბაზარი ერთჯერადი შპრიცებისათვის. ამ გარე სტიმულის შედეგად მოეწყო ერთჯერადი შპრიცების გამოშვება არა მარტო ეროვნული მასშტაბით, არამედ მსოფლიო მასშტაბითაც.

შიგა სტიმულები. რაიმე პროდუქტის წარმოების მიმართ შეიძლება აღმოცენდეს მოცემულ საწარმოში წარმოების სუსტი და ძლიერი უბნების შესწავლის აუცილებლობა. მაგალითად, საწარმოში შესაძლოა აღმოჩნდეს გამოუყენებელი სიმძლავრეები. ამ სიმძლავრეთა გამოყენებისათვის შესაძლოა მოეწყოს პროდუქციის კიდევ ერთი სახეობის წარმოება, რომლის ფასიც იქნება კონკურენტუნარიანი იმის გამო, რომ მისი წარმოების საფუძველზე არ მოუწევს მას გასწიოს ყველა ხარჯები მანქანა მოწყობილობათა დადგმა - მონტაჟისათვის. საწარმოს შესაძლოა გააჩნდეს დასრულებული საწარმოო ხაზი პროდუქციის რამოდენიმე ვარიანტისათვის. ხანდახან ეს ქმნის მეტად ბევრ უპირატესობას, ვიდრე ამ ხაზით იწარმოებოდეს პროდუქტის მხოლოდ ერთი ვარიანტი. საწარმოები ან ნედლეულის წყაროები შესაძლოა გაადგილებული იქნან ისეთ რაიონებში, რომელთაც შეუძლიათ მომგებიანად განახორციელონ რაიმე განსაზღვრული ბაზრის ექსპლუატაცია.

შესაძლოა წარმოების ანალიზმა გამოავლინოს, რომ საწარმოს შეუძლია გამოიმუშაოს ნახევარფაბრიკატები უფრო იაფად ვიდრე იძენდა კოოპერირების წესით გარეთ და ეს იაფი შეუძლია აწარმოოს იმ მასშტაბით, რომ რაიმე წაართვას სხვას ბაზარზე კონკურენციაში გამარჯვების მნიშვნელოვანი პოზიციით: სახელდობრ, უფრო ხელმისაწვდომი ფასით ან ნაკლებხარჯებიანი ნახევარფაბრიკატის რეალიზაციით.

საჭიროა საწარმოში შემუშავდეს ახალი პროდუქტების იდეის გამოიმუშავების სტიმულირების სისტემა. საჭიროა შეიქმნას ჯგუფთა ახალი იდეების გამოსამუშავებლად ახალი პროდუქტების დარგში.

იდეების შერჩევა. ახალი პროდუქტების წარუმატებლობის %-ის ანალიზის შედეგად ხდება ცხადი, რომ საჭიროა იდეათა შერჩევის პროცესი გაუმჯობესდეს. კომერციული საწარმოს მოტივაციის პროცესი უფრო რთულია, ვიდრე მოგების მაქსიმიზაცია. საწარმოს შეუძლია დაამზადოს ახალი პროდუქტები იმისათვის, რომ გაზარდოს წარმოების მოცულობა, უზრუნველყოს დასაქმებულობა, გაზარდოს ბაზარში თავისი წილი, მეტად დატვირთოს საწარმოო ხაზები. მთავარი მაინც მომავალი მოგების მაჩვენებლებია, უფრო ზუსტად მოგება კაპიტალდაბანდებაზე.

პროდუქტების შემოსავლიანობა დამოკიდებულია მთელ რიგ ისეთ ფაქტორებზე, როგორცაა:

1. ახალი პროდუქტის კონკურენტუნარიანობა;
2. ბაზრის წილი, რომელიც ამ პროდუქციის დახმარებით შეიძლება იგდოს ხელთ;
3. სხვაობა ფასებსა და ხარჯებს შორის.

ვინაიდან ყველა ეს ფაქტორი შესაძლებელია სარწმუნოდ განისაზღვროს რაოდენობრივად, საჭიროა პროდუქტის დამუშავების და მისი ბაზრისაკენ მოძრაობის პროცესში სისტემატურად განხორციელდეს ამ ფაქტორების შემადგენელი ელემენტების ანალიზი. ეს ანალიზი ძალზედ ძვირი ჯდება. ამიტომ, ყოველმა იდეამ უნდა გაიაროს შერჩევის პროცესი.

იდეის შეფასებისათვის შეიძლება გამოყენებულ იქნას ისეთი მაჩვენებლები როგორც არის:

1. ტექნიკური განხორციელებადობა;

2. შიგასაწარმოო ეკონომიკური მიზანშეწონილობა;
3. კომერციული წარმატების შესაძლებლობა;
4. წლიური მოცულობა;
5. დანახარჯთა შეფასება;
6. პროდუქციის სიცოცხლის ხანგრძლიობა (სასიცოცხლო ციკლი);
7. საერთო დანახარჯები;
8. პროექტი;
9. რაოდენობა.

ამ მაჩვენებელთა საფუძველზე შესაძლებელია განვსაზღვროთ შეფარდება საერთო წმინდა მოგებისა საერთო დანახარჯებთან.

წარმოებიდან პროდუქტის მოხსნა ხორციელდება ხოლმე სხვადასხვა მიზეზით. პროდუქტის დაგეგმვის ერთ-ერთ ბოლო ასპექტად გვეკლინება უარის თქმა მის წარმოებაზე, რომელიც ყოველთვის როდია მისი დაბალმომგებიანობის ანდა მასზე მოთხოვნის არ არსებობის შედეგი. უარი პროდუქტის წარმოებაზე შესაძლოა გახდეს იურიდიული აქტის შედეგი, როდესაც სასამართლო ორგანოები აკრძალავენ პროდუქტის წარმოებას. მაგალითად, მისი ჯანმრთელობისათვის მავნებლობის აღმოჩენის გამო (მაგ. ამარანტი, რომელიც კამფეტების, მომპასის და ტორტისათვის საჭირო წითელი ფერის მიმცემი იყო) ანდა ტექნოლოგიის არა ეკოლოგიური სიწმინდის გამო და სხვა მიზეზების გამო.

როდესაც პროდუქტის გაყიდვიდან შემოსავლები მცირდება ან მცირდება მისი გაყიდვის მოცულობა, არსებობს ამ ნაკლოვანებათა აღმოფხვრის რამოდენიმე გზა. საწარმოს შეუძლია მაგალითად წარმოებისა და განაწილების ეფექტიანობა ააძალოს, შეამციროს დანახარჯები წარმოებაზე, შეამციროს ფასი ან გახადოს პროდუქტი მეტად მიმზიდველი, პროდუქტში შესაძლოა შეტანილ იქნას გაუმჯობესებანი, შეიძლება შეცვლილი იქნას მისი შეფუთულობა და კონსტრუქცია. ზოგჯერ პროდუქტის მომსახურების გაუმჯობესებამ შესაძლოა გახადოს იგი უფრო მიმზიდველი მყიდველისათვის.

თუ ამ ზომებს არ მოაქვთ სასურველი შედეგები, პროდუქტი მაინც შეიძლება იქნას წარმოებული, მაგრამ გაიყიდოს ბითუმად მისი შემდგომი გაყიდვისათვის საცალო ვაჭრობის ქსელით.

ზოგიერთ შემთხვევაში შესაძლოა ფირმისათვის შეიქნას უფრო

მოების მიერ უფრო ნაკლები დანახარჯებით. თუ ამ ზომებსაც არ მოაქვთ სასურველი შედეგები, მაშინ ბუნებრივია, საჭირო გახდება ამ პროდუქტის წარმოებისა და გაყიდვის შეწყვეტა.

წარმოებიდან პროდუქტის მოხსნის საკითხის განხილვისას ბუნებრივია წარმოიქმნება კითხვა მოგების ნორმის შესახებ. ამ შემთხვევაში საჭიროა განვსაზღვროთ პროდუქტის გაყიდვათა მოცულობა, მის წარმოებაზე დანახარჯები და მოგება. წმინდა შემოსავალი შემდეგ უნდა შევუდაროთ კაპიტალურ დაბანდებას, და თუ პროდუქტს არ მოაქვს იმდენი შემოსავალი, რასაც მოელოდა საწარმო, მაშინ საჭიროა დაისვას საკითხი ამ პროდუქტზე უარის თქმის შესახებ.

8.7. პროდუქციის ხარისხის კონტროლის ორგანიზაცია და მეთოდები

სამრეწველო ფირმა წარმოადგენს ბაზარტმკეთებელ წარმოებრივ (საწარმო) სისტემას. ამიტომ, მომხმარებლის თვალსაზრისს პროდუქციის ხარისხის შესახებ ფირმისათვის არსებითი მნიშვნელობა ენიჭება.

თუმცა შეუძლებელია და ყოველგვარ აზრს მოკლებული პროდუქციის (საქონელი) ყოველი შექმნილი ერთეულის ხარისხი ყოველმა მომხმარებელმა (მყიდველმა) უშუალოდ და ოპერატიულად შეაფასოს და აცნობოს მწარმოებელს. მყიდველთა დიდი არმია მასობრივი მოძრაობით სულ აწეწ-დაწეწავს საქმეს, ანდა ვერც კი გაართმევს თავს პროდუქციის ხარისხის კონტროლს.

მომხმარებლის თვალთახედვით ხარისხი ეს იმ პროდუქციის სამომხმარებლო ნიშანთვისებაა, რომელიც მან შეიძლება იყიდოს. მას იშვიათად ძალუძს სწორად გაზომოს ხარისხი, ვინაიდან ამისათვის არ გააჩნია მას არც სათანადო მოწყობილობა და არც ცოდნა. ამის ნაცვლად იგი ეყრდნობა ფირმის სახელწოდებას (მარკას), მის რეპუტაციას (იმიჯს), თავის ძველ გამოცდილებას და საერთო წარმოდგენებს. ამის შემდეგ შექმნილი საქონლის ხარისხის მახასიათებლებს, რომლებმაც იჩინეს თავი მოხმარების პროცესში. იგი მას აღარებს სხვათა მიერ წარმოებულ ანალოგიურ პროდუქციას მოხმარებაში წარ-

მოჩენილი თვისებების მიხედვით. ეს ყველაფერი გამორიცხავს ოპერატიულობასაც კი, რაც აუცილებელია წარმოების უწყვეტობისათვის.

ამიტომ, პროდუქციის ხარისხის შემოწმების პრობლემა გადაინაცვლებს სამრეწველო ფირმაში, რაც დაიყვანება ხარისხის შემფასებელი ძირითადი კრიტერიუმის შერჩევაზე, ხარისხის კონტროლის სტანდარტული მეთოდების შემუშავებაზე და ორგანიზებაზე.

აქ ფრიად მნიშვნელოვანია თუ როდენ დიდია გასაყიდად გამოშვებული პროდუქციის მოცულობა. მთელი ეს მოცულობა ვერ დაექვემდებარება ყოველი მისი შემადგენლის კონტროლს. ამიტომ გასარკვევია რა ნაწილი უნდა იქნას აღებული, როგორც ნიმუში, რა წესით უნდა შეირჩეს ნიმუში, რომელიც უნდა გამოვეყთ საერთო მასიდან და დავუქვემდებაროთ კონტროლს (ხარისხის შემოწმებას) ისე, რომ იგი რეპრეზენტატიული (წარმომადგენლობითი) იყოს ე. ი. ნიმუშის ხარისხზე გაკეთებული დასკვნები განვრცობადი იყოს ამ პროდუქციის მთელ მოცულობაზე, რომლის ნიმუშადაც წარმოდგენილია პროდუქციის ეს ნაწილი. იგი შესაძლებელს უნდა ხდიდეს, რომ დასაბუთებულად განვავრცოთ ნიმუშის შემოწმებით ხარისხის შესახებ მიღებული შეფასებები მთელ იმ პროდუქციაზე, რომლის წარმომადგენლობაც იკისრა ნიმუშმა.

საჭიროა ვიცოდეთ, რომ გაყიდვათა უზარმაზარი მოცულობა იძლევა იმის ფინანსურ შესაძლებლობას, რომ სამრეწველო ფირმას ჰყავდეს პროდუქციის ხარისხის კონტროლით დასაქმებულ ადამიანთა განსაზღვრული შტატი, რომელიც ტექნიკურად იქნება შეიარაღებული და ტექნოლოგიურად გათვითცნობიერებული, რათა შეძლონ პროდუქციის ხარისხის შემოწმება და ამისათვის ნიმუშის შერჩევა.

პროდუქციის დამპროექტებლის წინაშე დგება ხარისხის დილემა (სასურველ ორ შესაძლებლობას შორის ერთ ერთის არჩევის პრობლემა) ერთის მხრივ მოგვცეს მომხმარებლის მომთხოვნელობის შესატყვისი ხარისხი, მეორეს მხრივ კი ხარისხი უნდა ასახავდეს წარმოების შესაძლებლობებს.

დამპროექტებელთა უპირველესი მოვალეობაა ის, რომ შემომუშაოს იმგვარი პროდუქციის პროექტი, რომელიც უზრუნველყოფს წარმოების შესაძლებლობათა საუკეთესო რეალიზაციას მომხმარებელთა მომთხოვნელობის გათვალისწინებით, რათა მომხმარებლისათვის სასურველი პროდუქცია დააპროექტოს და გამოუშვას.

ამ მიზნითაც ხორციელდება ბაზრის გამოკვლევა და შესაბამისად დაპროექტებული პროდუქტების სპეციფიკაციების დამუშავება, ისე რომ ისინი იქნან მოყვანილი შესატყვისობაში მყიდველის მომთხოვნელობასთან შესაძლებლობათა სრული გამოყენებით.

აღნიშნულ გარემოებათა გამო წარმოების პროცესის ხარისხი იმყოფება სისტემატური კონტროლის ქვეშ. ამიტომ გამოიყენება ხარისხის კონტროლის მრავალი ფორმა, რაც იწვევს ხარისხისადმი სხვადასხვა მიდგომას. *ფირმის სტატისტიკოსებს მოეთხოვებათ, რომ უზრუნველყონ საწარმოო პროცესის და პროდუქციის ხარისხის ამსახველი მაჩვენებლების აგების ფორმულების ურთიერთ თავსებადობა.*

ხარისხის შემმოწმებელი აყალიბებს განზრახვებს და ახორციელებს გამოკვლევებს, რომლებიც აუცილებელი ხარისხის სტატისტიკისათვის. ხარისხის ინსპექტორები იმყოფებიან გაორებულ მდგომარეობაში, ვინაიდან მათ გააჩნიათ ხარისხის თაობაზე უმაღლესი ხელმძღვანელობის მითითებები, მეორეს მხრივ კი საშემსრულებლო პროგრამით დასახული სხვა მითითებები.

ხარისხის კონტროლის ორგანიზაციაში ჩართული არიან თვით მუშებიც, რომლებზეც გადამწყვეტი ზომით არის დამოკიდებული პროდუქციის ხარისხი. ისინი მუშაობენ შრომითი ნორმატივების, ხარისხის შემმოწმებლების (წუნმდებლების) და ხარისხის ამაღლების პროპაგანდისტების მითითებათა ზემოქმედებით და ურთიერთკონტროლით.

ხარისხის კონტროლს ექვემდებარებიან ნედლეული და მასალები, ტექნოლოგიური პროცესები, ნახევარფაბრიკატები და დაუსრულებელი წარმოებაც კი, საწარმოო ციკლში შრომის საგნების მოძრაობის გადასვლათა მიხედვით.

ამ მხრივ განსხვავებული უბნები და ფუნქციები ორგანიზაციულად უნდა იყენენ გაერთიანებული სათანადოდ ჩამოყალიბებულ ფუნქციონირებად სისტემაში. წინააღმდეგ შემთხვევაში ხარისხის პრობლემა გადაიქცევა ციებცხელებიანი საქმიანობის დროდადრო წყვეტილად განხორციელებად ეპიზოდებად, რომლებიც ეყრდნობიან მხოლოდ საინსპექციო ანგარიშებებს.

ამგვარი მათრგანიზებელი სისტემა წარმოსდგება ქვესისტემის სახით საწარმოო სისტემაში (იხ. სქემა 8.1.)

ამ სქემაში ნაჩვენებია ის, რომ ხარისხის ქვესისტემა შეუღლებულია უშუალოდ მთავარ ე. ი. საწარმოო სისტემასთან. ხარისხოვანი პროდუქცია წარმოადგენს დაწერილებით დამუშავებული სპეციფიკაციების შედეგს. მათი შეთანხმებულობა ურთიერთთან და უკუკავშირების განსაზღვრა პროდუქციის წარმოებასთან აუცილებელია ხარისხოვანი პროდუქციის მისაღებად.

ხარისხის კონტროლის სისტემაში მომხმარებელს კრიტიკოსის მდგომარეობა უკავია, და ეს ბუნებრივია, რომლის ანგარიშის გაწევა აუცილებელია პროდუქციის დამუშავების პროცესში, მისი დაპროექტება წარმოების პროცედურათა ორგანიზებაში. ამ გზით შეიძლება დავაკმაყოფილოთ მომხმარებლის მომთხოვნელობის ფაქტიურად დაკმაყოფილება პროდუქციის ხარისხით.

ქვემოთ მოყვანილი სქემა, სადაც წარმოდგენილია წარმოების ქვესისტემა „ხარისხი“, წარმოადგენს პროდუქციის ხარისხის მართვის მარგანიზებელ საფუძველს. მასზე დაყრდნობით და მოცემული სამრეწველო ფირმის (კომპანიის, კონცერნის თუ კორპორაციის) საფინანსო, საწარმო-ტექნიკური, მმართველობის სტრუქტურის და გარემოსთან მარკეტინგული ურთიერთობის თავისებურებათა მიხედვით ყალიბდება ხარისხის მართვის ორგანოები (სამსახურები, განყოფილებები) და არსებულ ქვედანაყოფთა მიერ იმ ფუნქციების შეფასება, რომელიც ხარისხის მართვით აღიღებს წარმოებაზე დანახარჯების უკუგებას.

ამიტომ, *საყოველთაო სტანდარტი აქ არ არსებობს ერთი ქვეყნის ფარგლებშიაც კი. ამის გამო ჩვენ განვიხილავთ საქართველოს სამრეწველო საწარმოებში კონტროლის იმგვარ ორგანიზებას, რომელიც მემკვიდრეობითობას ინარჩუნებს ახალ საბაზრო სისტემასთან რაციონალური შეუღლებით.*

სამრეწველო ფირმებში (საწარმოებში) პროდუქციის ხარისხის კონტროლს ახორციელებს ტექნიკური კონტროლის სამსახური, რომელსაც ფილიალების, საწარმოო ერთეულების, საამქროების და საწარმოო უბნების მიხედვითაც კი ექვემდებარებიან წუნმდებლები, სათანადო ლაბორატორიები და ა. შ.

ამ სამსახურის დანიშნულებაა არა მარტო ის, რომ შეაჩეროს და ბაზარზე არ დაუშვას დეფექტიანი პროდუქცია ანდა ზუსტად განსაზღვროს მზა პროდუქციის ხარისხის დონე, არამედ, რაც

მთავარია განახორციელოს წარმოებაზე ისეთი ზემოქმედება, რომელიც საწარმოო საქმიანობას წარმართავს პროდუქციის ხარისხის გაუმჯობესებისაკენ. ამიტომაც, რომ კონტროლს ექვემდებარება, არა მარტო მზა პროდუქცია და სასაქონლო ნახევარფაბრიკატები, არამედ შრომის საგნები, შრომის იარაღები და თვით ტექნოლოგიური პროცესებიც კი. აქ მთავარია უარყოფითად მოქმედი მიზეზები მათი ჩასახვისთანავე იქნეს შემჩნეული და აღმოფხვრილი.

სამრეწველო მასშტაბით წარმოება იწვევს პროდუქციის მოცუვლილი სახეობის ათასობით და ათიათასობით გამოშვებას. მასობრივად და სერიულად წარმოებული (მსხვილსერიული) პროდუქციის ყოველი ეგ ზემპლარის კონტროლისადმი დაქვემდებარება ტექნიკურად უადრესად რთულია და ეკონომიკურად მიზანშეუწონელი. რა აზრი აქვს კონტროლს, თუ იგი პროდუქციის დამზადებაზე მეტ დროს და ხარჯებს მოითხოვს ან თითქმის უთანაბრდება მას.

ინდივიდუალური ტიპის წარმოებაში, სადაც პროდუქციის განუმეორებადი ეგ ზემპლარების დამზადებასთან გვაქვს საქმე და ყოველი ეგ ზემპლარი ათასობით დეტალებისაგან შედგება, ზოლო პროდუქციის ერთეული უადრესად დიდი მასშტაბის წარმოებას ემსახურება (მაგალითად, ტურბინშენებლობა, გემშენებლობა და ა.შ.), პროდუქციის ყოველი ეგ ზემპლარი უშუალოდ ექვემდებარება შემოწმებას (კონტროლს).

მსხვილსერიულ, და მთელ რიგ შემთხვევაში, მასობრივი წარმოების პირობებში, თუ შესაძლებელია კონტროლის ჩქაროსნული განხორციელება და პროდუქცია საკმაოდ დიდი მასშტაბის სამსახურისათვისაა დანიშნული, მაშინაც შესაძლებელია და აუცილებელი პროდუქციის ყოველი ეგ ზემპლარი დაექვემდებაროს შემოწმებას.

უადრესად კმედით როლს ასრულებს პროდუქციის საგარანტიო წარმოება ხანგამძლეობის საგარანტიო ვადით.

კონტროლის ჩქაროსნული მეთოდები ჯერ კიდევ ნაკლებად არის გავრცელებული, ამიტომ ჭარბობს პროდუქციის შერჩევითი შემოწმების ორგანიზაცია. ე.ი. პროდუქციის მთელი პარტიიდან გარკვეული წესით აიღება ნიმუში და მისი ხარისხის შეფასება ვრცელდება ნაკეთობათა მთელ პარტიაზე. საკმარისია ნიმუშის თუნდაც ერთ ნაკეთობას აღმოაჩნდეს დეფექტი, რომ მთელი პარტია მიჩნეული იქნეს ამ დეფექტის მატარებლად.

მსხვილ საწარმოებში პროდუქციის ხარისხის კონტროლის სამსახურის შემადგენლობაში შედის ცალკეული ბიუროები და ჯგუფები (ლაბორატორიები) მაგალითად:

1. მასალების და ნახევარფაბრიკატების კონტროლის ბიურო (ან ჯგუფი);

2. შრომის იარაღების კონტროლის ბიურო (ან ჯგუფი);

3. ტექნოლოგიური პროცესების რეჟიმის დაცვისა და სრულყოფილად განხორციელების ლაბორატორიები პროცესის მიხედვით;

4. პროდუქციის გამოცდის, წუნის გამოვლენისა და მის წინააღმდეგ ბრძოლის ბიურო (ან ჯგუფი).

ასეთ საწარმოებში (საწარმოო გაერთიანებებში) შექმნილია საკონტროლო გამზომი ლაბორატორიები ან მექანიკური ლაბორატორიები. კვების მრეწველობის საწარმოებში ვხვდებით ბიოქიმიური კონტროლის ლაბორატორიებს, სატიტესტერო ან დეგუსტატორთა განყოფილებებს.

წარმოების კონტროლი, რომლის მიზანია უზრუნველყოს მაღალხარისხოვანი პროდუქციის დამზადება მოიცავს კონტროლის შემდეგ სახეობებს:

1. ჯგუფური (მომიჯნავე, ოპერაციების ჯგუფის) კონტროლი, რომლებიც ურთიერთდაკავშირებულნი არიან დეტალების მთლიანი ან ნაწილობრივი დამუშავებით;

2. ოპერაციების მიხედვით დაწესებული პროცესების და ზომების კონტროლი სირთულისა და მაღალი სიზუსტის ოპერაციებზე;

3. შერჩევითი კონტროლი შრომის საგანთაგან ერთ-ერთის, როგორც მათგან შერჩეული წარმომადგენლის, კონტროლი;

4. ერთიანად მიყოლებითი კონტროლი, ე.ი. შრომის საგნის ყოველი ეგზემპლარის შემოწმება იქ, სადაც ხარისხი დამოკიდებულია მუშაობის კვალიფიკაციაზე და მუშაკის ყურადღებით მუშაობაზე;

5. შუალედური კონტროლი (სისტემატური ან მომენტური) რომელიც არის ოპერატიული ტექნიკური დაკვირვება პროდუქციის ხარისხზე ტექნოლოგიური პროცესების დაცულობის შემოწმების გზით;

6. დამამთავრებელი კონტროლი, ე. ი. ყოველი ნაკეთობის სისტემატური და მთლიანი კონტროლი, რომლის დამზადებაც დამთავრე-

ბულია;

პროდუქციის ხარისხის კონტროლს ექვემდებარება: 1. გარეგნული მხარე; 2. ზომები, 3. მექანიკური, ფიზიკურ-ქიმიური და ბიოქიმიური თვისებები; 4. პროდუქციის ყოველი სახეობისათვის დაწესებული თვისებები.

იმის მიხედვით, თუ რა საშუალებებით ხორციელდება პროდუქციის ხარისხის შემოწმება არჩევენ კონტროლის მეთოდების სამ ჯგუფს:

1. კონტროლის ობიექტურ-ტექნიკურ მეთოდებს;
2. კონტროლის სუბიექტურ-ორგანოლექტიკურ მეთოდებს;
3. კონტროლის ტექნიკურ-ორგანოლექტიკურ მეთოდებს.

კონტროლის ობიექტურ-ტექნიკური მეთოდები გამოიყენება იქ, სადაც პროდუქციის ხარისხის სრულყოფილი შეფასებისათვის საკმარისია ობიექტურ-ტექნიკური მაჩვენებელი, რომელიც გამოიხატება ფიზიკური ან ქიმიური სიდიდეებით. სათანადო საკონტროლო ხელსაწყოებითა და აპარატებით ხორციელდება სინჯის შემოწმება და ნაკეთობის ცდებისადმი დაქვემდებარება. ტექნიკური საშუალებებით გაზომილი მონაცემები განსაზღვრავს პროდუქციის ხარისხის შეფასებას (მაგ., მანქანათმშენებლობაში).

ორგანოლექტიკური მეთოდები გამოიყენება იქ, სადაც ჯერ კიდევ არ არის მეცნიერების მიერ შექმნილი ისეთი ტექნიკური საკონტროლო მოწყობილობა, რომელიც მომხმარებლის ჩაურევლად, ადამიანის შეგრძნების ორგანოების გარეშე, შეძლებდა პროდუქციის ხარისხის შეფასებას. მაგალითად, ჩაის ხარისხის შეფასებისას განმსაზღვრელია მისი არომატი, ნაყენის შეფერილობა, გამჭვირვალობა და გემო (მხედველობაში მიიღება გამონახარშის შესახედაობაც). ამ თვისებების განსაზღვრა ხორციელდება სათანადო სპეციალისტი-ტიტესტერის, ღვინის ხარისხის შეფასებისას კი დევუსტატორის მიერ.

სახალხო მოხმარების საგნების უმეტესობის ხარისხის შემოწმება-შეფასებისას გამოიყენება როგორც ობიექტურ-ტექნიკური, ასევე სუბიექტურ-ორგანოლექტიკური მეთოდები. ფიზიკურ-ქიმიური და ორგანოლექტიკურ მაჩვენებელთა ერთიანი სისტემა იძლევა ისეთი პროდუქციის ხარისხის შეფასებას, როგორცაა, ფხვსაცმელი, ქსოვილები და კვების პროდუქტების უმრავლესობა.

ფეხსაცმელების ხარისხის შეფასებისას გამოიყენება ტექნიკური მაჩვენებლები: ელასტიკურობა, სინესტისადმი გამძლეობა, საძირეს მოგლეჯვის ძალვა, უცვეთობა და ორგანოლექტიკური მაჩვენებლები: სილუეტი, შიდა და გარე მოპირკეთება.

ქსოვილების ხარისხის ტექნიკური მაჩვენებლებია შეღებილობის სიმტკიცე, სითეთრე, შეკლება, გაგლეჯვის დატვირთვის ამტანობა, ორგანოლექტიკური კი -გაფორმების კოლორიტულობა, ნაქსოვის გამოყვანილობა, ქსოვილის სტრუქტურა.

კვების პროდუქტების ხარისხის ტექნიკური მაჩვენებლებია ტენიანობა, მარილის, ცხიმების და სხვა ადამიანის ორგანიზმისათვის საჭირო სასარგებლო ნივთიერებათა შემცველობა, ორგანოლექტიკურის კი გემო, არომატი (სუნი), ფერი, სტრუქტურა და სხვ.

იქ, სადაც მაღალმექანიზებული და ავტომატიზებული წარმოების პირობებთან გვაქვს მდგრადი აპარატურული და უწყვეტი პროცესები, სადაც დასახული პარამეტრის განუხრელი დაცვა უპირატესად დამოკიდებულია არა მუშა-ოპერატორზე, არამედ მოქმედი აგრეგატის ექსპლუატაციის რეჟიმის მდგომარეობაზე, წარმატებით გამოიყენება პროდუქციის ხარისხის და ტექნოლოგიური პროცესების მსვლელობის კონტროლის სტატისტიკური მეთოდი.

პროდუქციის ხარისხის, დანადგარისა და ინსტრუმენტების და ა.შ. მდგომარეობის კონტროლი მოითხოვს დროს. თუ ეს დრო აღემატება მოცემულ სამუშაო ადგილის, უბნის, საამქროს წარმოების ტაქტს და მოითხოვს ნაკეთობათა წარმოებიდან მოხსნას, რათა ისინი დაექვემდებარონ კონტროლს, მაშინ გამოიყენება პერიოდული სტატისტიკური კონტროლის მეთოდი.

აქ კონტროლს უქვემდებარებენ ისეთ ტექნიკურ (ობიექტურ) მაჩვენებლებს, როგორიცაა: დადგენილი რეცეპტურისა და ქიმიური შედგენილობის დაცვა, დეტალის გეომეტრიული ზომები, მასის სიბლანტე, ტვიფრვით დამზადებული ნაკეთობების ფორმები, თუჯის ნასხამში ნახშირბადის შემცველობის პროცენტი, კონვეირულ თერმულ ღუმელში ნაწრთობი ფოლადის კბილანის სიმყარე და ა. შ.

კონტროლის სტატისტიკური მეთოდები უზრუნველყოფს სისტემატურ მეთვალყურეობას პროდუქციის ხარისხის ამა თუ იმ მაჩვენებლების

მდგომარეობისადმი იმიტომ, რომ არ იქნეს დაშვებული მოწყობილობის ან საწარმოო პროცესის ნორმალური მსვლელობის მოულოდნელი და შეუმჩნეველი მოშლა, რაც ხშირად იწვევს არა მარტო გამოსწორებადი დეფექტების წარმოქმნას, არამედ, რაც მთავარია, წუნდებული პროდუქციის მასობრივად წარმოებას.

წარმოების მასშტაბის ზრდასთან ერთად სულ უფრო დიდი მნიშვნელობა ენიჭება კონტროლის სტატისტიკური მეთოდის დანერგვას, ვინაიდან, წარმოების მასობრიობის ზრდის გამო, არსებითი მნიშვნელობა ენიჭება ისეთ მომენტებს როგორცაა:

1. კონტროლის გამაფრთხილებელი ხასიათი; 2. წარმოების ყველა სტადიის კონტროლზე აყვანა კონტროლიორთა რიცხვის შემცირების პირობებში.

კონტროლის სტატისტიკური მეთოდი პროფილაქტიკური დანიშნულებით ამოწმებს მოწყობილობათა და, რაც მთავარია, მათი მუშა ნაწილების მდგომარეობას, რათა არ დაუშვას ისეთი ვითარების წარმოქმნა, როცა მუშა ნაწილი ვერ უზრუნველყოფს მაღალხარისხოვანი პროდუქციის წარმოებას. ამ მიზნით სტატისტიკურ კონტროლს ექვემდებარება სხვადასხვა არაშემთხვევითი მიზეზი, რომელიც ერთი მიმართულებით მოქმედებს და იწვევს ხარისხის სათანადო ცვლილებას. მაგალითად, მჭრელი ინსტრუმენტი - საჭრისი. საჭრისი მუშაობის პროცესში თანდათან ცვდება. ცვეთის კვალობაზე ჭრის სიზუსტე კლებულობს და ბოლოს იმდენად ეცემა ჭრის სიზუსტე, რომ ასეთი საჭრისით დამზადებულ ნაკეთობას აუცილებლად აქვს დეფექტები და შესაძლოა გამოუსწორებადი წუნიც კი წარმოიქმნას. კონტროლის სტატისტიკური მეთოდი უზრუნველყოფს იმ ვადის და მომენტის დაწესებას, როცა მჭრელი ინსტრუმენტი იძულების წესით უნდა შეიცვალოს ახლით. ამ გზით აღმოიფხვრება უხარისხო პროდუქციის წარმოქმნის ეს მიზეზი.

არსებობს სხვა მიზეზებიც, სახელდობრ, შემთხვევითი მიზეზები. მაგალითად გარემო ტემპერატურის ან ტენიანობის გაუთვალისწინებელი ცვლილება ან მუშის დაუდევრობა და ა.შ. ასეთი მიზეზები ვერ ექვემდებარება სტატისტიკურ კონტროლს, მათი აღმოფხვრა უნდა უზრუნველყოს პროდუქციის ხარისხის მართვის ღონისძიებათა შესაბამისმა სისტემამ.

კონტროლის სტატისტიკური მეთოდის არსებითი ნიშნებია:

1. სისტემატურ დაკვირვებათა რეგულირება;
2. შერჩეულ სინჯთა შემოწმების განხორციელება;
3. დაკვირვების შედეგების საკონტროლო გრაფიკში შეტანა;
4. კონტროლის შედეგების გამოყენება ტექნოლოგიური პროცესის პირობების კორექტირებისათვის;
5. წუნის წარმოქმნის შესაძლებლობათა წინასწარი შემჩნევა მათ აღმოსაფხვრელად.

პროდუქციის ხარისხის კონტროლი მეტწილად დამოკიდებულია საკონტროლო-საზომ მოწყობილობათა მდგომარეობასა და სიზუსტით ფუნქციონირებაზე. ავტომატური სტატისტიკური კონტროლის საშუალებათა შექმნა, რომელიც უშუალოდ ჩაირთვება სხვადასხვა ტექნოლოგიურ პროცესებში, რათა წარმოების პროცესის მსვლელობაში წარმოებიდან მოხსნის გარეშე კონტროლს დაუქვემდებაროს მოწყობილობა, ხელსაწყოები, ტექნოლოგია და ყოველ ეტაპზე ნაკეთობათა სრული ნაკადი უზრუნველყოფს სტატისტიკური კონტროლის ექსპრეს მეთოდით განხორციელებას.

კონტროლის ექსპრეს მეთოდი პროდუქციის ხარისხის მართვის უაღრესად სრულყოფილი და პროგრესული მეთოდია. იგი უზრუნველყოფს დეფექტების წარმოქმნის ჩანასახშივე შემჩნევა-გამოსწორებას, კონტროლის სტატისტიკურ მეთოდთან ერთად კი - დეფექტების წარმოქმნელი მიზეზების ლიკვიდაციას. კონტროლის ექსპრეს მეთოდი ჯერ კიდევ არ არის გავრცელებული, იგი პროდუქციის ხარისხის მართვისა და კონტროლის სრულყოფის პერსპექტივას წარმოადგენს.

8.8. პროდუქციის ხარისხის ამაღლების ეკონომიკური ეფექტიანობა

პროდუქციის წარმოების პროცესი შრომის საგანს უქვემდებარებს ისეთ გარდაქმნებს, რომ მან შეიძინოს დანიშნულების შესატყვისი თვისებები. ამ თვისებების გაძლიერებით პროდუქციის ხარისხის გაუმჯობესება მოითხოვს დამატებით ხარჯებს. გაძლიერებული თვისებების მატარებელი პროდუქცია კი უნდა იძლეოდეს უფრო მეტ ეკონო-

მიას მოხმარების პროცესში. ამიტომ, წარმოების ხარჯებს რაც უფრო მეტად ფარავს მოხმარებაში პროდუქციის ხარისხით მიღებული დადებითი შედეგი, მით უფრო მეტი ეკონომიკური ეფექტიანობით ხასიათდება პროდუქციის მოცემული ხარისხი. ეს იმას ნიშნავს, რომ სხვა თანაბარ პირობებში პროდუქციის ხარისხის ეკონომიკური ეფექტიანობა შეუძლებელია დადგინდეს იქნეს პროდუქციის შექმნისა და მისი მოხმარების ეკონომია - ხარჯების თანაფარდობაში განხილვის გარეშე, ვინაიდან იგი გავლენას ახდენს მყიდველის მოზიდვით პროდუქციის გასაყიდ ფასზე.

პროდუქციის განსაზღვრულ ჯგუფებს ხარისხის ამაღლების საკუთარი ეკონომიკური პარამეტრები აქვს, რის მიხედვითაც შეიძლება გამოიყოს შემდეგი ჯგუფები:

1. შრომის იარაღები და პირადი მრავალჯერადი მომსახურების საგნები (სახარატო ჩარხები, საქსოვი დაზგები, მსუბუქი ავტომანქანები, სამზარეულოს მოწყობილობა, ჭურჭელი, ტანისამოსის ჯაგრისი, მტვერსასრუტი, ავეჯი, ფეხსაცმელი, ტანისამოსი და ა. შ.);

2. შრომის საგნები და ტექნიკური პირადი მოხმარების საგნები. (კოქსი, ნაგლინი, სასოფლო-სამეურნეო ნედლეული კვების მრეწველობისათვის, ფეხსაცმლის საცხი, საპარფიუმერიო ნაკეთობანი, ვაქსი, ლაკი, საპონი და ა. შ.);

3. სასურსათო პროდუქტები, (პური, კარაქი, ჩაი, ზორცი, რძე, შაქარი და ა. შ.).

შრომის იარაღების და პირადი მრავალჯერადი მომსახურების საგნების ხარისხის ეკონომიკური პარამეტრი მიგვითითებს იმაზე, რომ თუ მოხმარების ეს საგნები სწრაფად გამოდის ხმარებიდან და მოითხოვს ხშირ განახლებას, მაშინ პროდუქციის ხარისხი ეკონომიკურად ეფექტიანი მხოლოდ მაშინ იქნება, თუ მის შექმნაზე გაწეული ხარჯები იმდენად მცირეა, რომ ასეთი პროდუქციის წარმოების სიხშირის ზრდა არ იწვევს მომხმარებლის ხარჯების ზრდას (იმ ხარჯებთან შედარებით, რომელიც მას მოუწევდა მათი ეკვივალენტური ხანგამძლე ერთი ნაკეთობის მოხმარებისას). ამ შემთხვევაში პროდუქციის ერთ ეგზემპლარს მოხმარებაში ენაცვლება მრავალი ეგზემპლარი და ამ გზით გვაძლევს მომხმარებლის ხარჯების შემცირებას წარმოების

ხარჯების შემცირებასთან ერთად. შესაძლოა უფრო ხანგამძლე პროდუქციის ერთეულს მოხმარებაში ენაცვლებოდეს ნაკლებხანგამძლე პროდუქციის ეკვივალენტური რაოდენობა. მაგალითად, მამაკაცის ზედა პერანგის წარმოებაში, მოდისადმი შესატყვისობა, ელეგანტურობა, სილამაზე და მოხდენილობა ისეთი თვისებებია, რომელთაც მომხმარებელი არათუ არ დასთმობს არამედ მოითხოვს კიდევ აღნიშნული თვისებების სრულყოფას თან ახლდეს მისი გაიაფებაც. ამასთანავე სასურველია ეკონომიკურად ხელსაყრელი გახდეს მათი ხშირად გამოცვლა რეცხვა-დაუთავებით ხმარების ხანგრძლივი პერიოდის ნაცვლად. ასეთი ხელსაყრელობა კი მოითხოვს, მკვეთრად შემცირდეს ხარჯები ამ პერანგების წარმოებაში მომხმარებელს ურჩევნია უფრო ძვირადღირებულ ხანგამძლე პერანგს ნაკლებგამძლე, მაგრამ უადრესად ელეგანტური და საიმედო იაფი პერანგები.

პროდუქციის ხარისხის გაუმჯობესების ეკონომიკური პარამეტრი იმაზეც მიგვითითებს, რომ ხანგამძლე პროდუქციის მოხმარებაში რემონტის სიხშირის და სირთულის შემცირებით ან რემონტგარეშე ექსპლუატაციით მიღებული ეკონომია უნდა სჭარბობდეს რემონტითა ან პროდუქციის განახლებათაშორისი პერიოდის გადიდებისათვის გაწეულ ხარჯებს.

შრომის საგნების და ტექნიკური პირადი მოხმარების საგნების ხარისხის ეკონომიკური პარამეტრი მიგვითითებს იმაზე, რომ ხარისხგაუმჯობესებული მოხმარების ასეთი საგნების იგივე მოცულობამ მეტი ოდენობით უნდა დააკმაყოფილოს მოთხოვნილება ისე, რომ ამგვარ გაუმჯობესებაზე დამატებით გაწეულ ხარჯებს აღემატებოდეს მოთხოვნილების გადიდებული დაკმაყოფილებით მიღებული ეკონომია. მაგალითად, ნაკლებ-ნაცრიანი (მაღალხარისხიანი) კოქსიდან მატულობს თუჯის გამოსავლიანობა, ფეხსაცმლის მაღალხარისხიანი საცხის იგივე რაოდენობა მეტ ფეხსაცმელს გაწმინდავს, ლაკი კი მეტ ზედაპირს დაფარავს და ა.შ.

სასურსათო პროდუქტების ხარისხის ეკონომიკური პარამეტრი მიგვითითებს იმაზე, რომ პროდუქციის კვებითი თვისებები უნდა იზრდებოდეს ხარჯების გაუდიდებლად ან ისე უნდა მატულობდეს ეს ხარჯები, რომ მოხმარებაში ამ გზით მიღებულ ეკონომიას მნიშვნელოვნად ჩამორჩებოდეს. *რაც უფრო მატულობს პროდუ-*

ქციის კვებითი თვისებები, მით უფრო მცირდება მოხმარებული კვებითი პროდუქტების ფიზიკური მოცულობა, ენერგიით აღსავსე და აქტიური ხდება ადამიანი, როგორც წარმოების სუბიექტი.

კვების პროდუქტების გემოვნობის გაუმჯობესება, რაც ამ პროდუქტების სტრუქტურაზეც არის დამოკიდებული, უზრუნველყოფს ადამიანის ორგანიზმის აქტივიზაციას კვების პროდუქტებით, თუ არ დაირღვევა ჯანმრთელობისათვის საჭირო კვების რეჟიმი.

პროდუქციის ხარისხის გაუმჯობესება წარმოების ეფექტიანობის ამაღლების ერთ-ერთი მთავარი პირობაა. ამას ადასტურებს მისი გაუმჯობესების ის ეკონომიკური პარამეტრები, რომლებიც ზემოთ იქნა განხილული.

პროდუქციის ხარისხის ამაღლების ეკონომიკური პარამეტრი ხარისხის ბუნებრივ პარამეტრებიდან ხან ერთ, ხან მეორე ნიშანს ანიჭებს გადამწყვეტ უპირატესობას, იმის მიხედვით, თუ წარმოების განვითარების დონე როგორ შეცვლის მოხმარებლის პრეტენზიებს მოხმარების ამა თუ იმ საგნის მიმართ. მაგალითად, თუ ფეხსაცმლის წარმოების განვითარების მოცემულ დონეზე ხარისხის ნიშნებს შორის თავისი მნიშვნელობით წინა პლანზეა დაყენებული ცვეთისადმი გამძლეობა, წარმოების უფრო მაღალ დონეზე, როდესაც ფეხსაცმელის წარმოება უაღრესად გაიაფლება, შესაძლოა წინა პლანზე წამოიწიოს ელასტიურობამ, ელეგანტურობამ და ა.შ.

საწარმოო ძალთა განვითარების თანამედროვე დონეზე, ხანგამძლეობის ზრდა ხარისხის გაუმჯობესების მთავარ მიმართულებად წარმოდგება; დადგება დრო, როდესაც მთავარი იქნება სილამაზე, მოხდენილობა, ელეგანტურობა, ხოლო ხანგამძლეობა შესაძლოა იმდენად შემცირდეს, რომ მისი გადიდებას მიზანშეწონილ მინიმუმზე ზევით აზრიც კი დაეკარგოს, ვინაიდან შემცირებული ხანგამძლეობის მეტი ეგზემპლარის მოხმარება უფრო იაფი დაუჯდებათ. ამ დროს პროდუქციის ხარისხის გაუმჯობესების ეკონომიკური ეფექტიანობა ხანგამძლეობის გადიდებით აღარ მოიმატებს. ამგვარია საბაზრო მექანიზმის გავლენა პროდუქციის ხარისხის პარამეტრებზე.

პროდუქციის საზოგადოებრივი ცნობის შენარჩუნება (შეუფერხებელი გაყიდვები მომგებიან ფასად) მოითხოვს სხვა თანაბარ

ხარჯების შემცირებასთან ერთად. შესაძლოა უფრო ხანგამძლე პროდუქციის ერთეულს მოხმარებაში ენაცვლებოდეს ნაკლებხანგამძლე პროდუქციის ეკვივალენტური რაოდენობა. მაგალითად, მამაკაცის ზედა პერანგის წარმოებაში, მოდისადმი შესატყვისობა, ელეგანტურობა, სილამაზე და მოხდენილობა ისეთი თვისებებია, რომელთაც მომხმარებელი არათუ არ დასთმობს არამედ მოითხოვს კიდევ აღნიშნული თვისებების სრულყოფას თან ახლდეს მისი გაიაფებაც. ამასთანავე სასურველია ეკონომიკურად ხელსაყრელი გახდეს მათი ხშირად გამოცვლა რეცხვა-დაუთავებით ხმარების ხანგრძლივი პერიოდის ნაცვლად. ასეთი ხელსაყრელობა კი მოითხოვს, მკვეთრად შემცირდეს ხარჯები ამ პერანგების წარმოებაში მომხმარებელს ურჩევნია უფრო ძვირადღირებულ ხანგამძლე პერანგს ნაკლებგამძლე, მაგრამ უადრესად ელეგანტური და საიმედო იაფი პერანგები.

პროდუქციის ხარისხის გაუმჯობესების ეკონომიკური პარამეტრი იმაზეც მიგვითითებს, რომ ხანგამძლე პროდუქციის მოხმარებაში რემონტის სიხშირის და სირთულის შემცირებით ან რემონტგარეშე ექსპლუატაციით მიღებული ეკონომია უნდა სჭარბობდეს რემონტით ან პროდუქციის განახლებათაშორისი პერიოდის გადიდებისათვის გაწეულ ხარჯებს.

შრომის საგნების და ტექნიკური პირადი მოხმარების საგნების ხარისხის ეკონომიკური პარამეტრი მიგვითითებს იმაზე, რომ ხარისხგაუმჯობესებული მოხმარების ასეთი საგნების იგივე მოცულობამ მეტი ოდენობით უნდა დააკმაყოფილოს მოთხოვნილება ისე, რომ ამგვარ გაუმჯობესებაზე დამატებით გაწეულ ხარჯებს აღემატებოდეს მოთხოვნილების გადიდებული დაკმაყოფილებით მიღებული ეკონომია. მაგალითად, ნაკლებ-ნაცრიანი (მაღალხარისხიანი) კოქსიდან მატულობს თუჯის გამოსავლიანობა, ფენსაცმლის მაღალხარისხიანი საცხის იგივე რაოდენობა მეტ ფენსაცმელს გაწმინდავს, ლაკი კი მეტ ზედაპირს დაფარავს და ა.შ.

სასურსათო პროდუქტების ხარისხის ეკონომიკური პარამეტრი მიგვითითებს იმაზე, რომ პროდუქციის კვებითი თვისებები უნდა იზრდებოდეს ხარჯების გაუდიდებლად ან ისე უნდა მატულობდეს ეს ხარჯები, რომ მოხმარებაში ამ გზით მიღებულ ეკონომიას მნიშვნელოვნად ჩამორჩებოდეს. რაც უფრო მატულობს პროდუ-

ქციის კვებითი თვისებები, მით უფრო მცირდება მოხმარებულ კვებითი პროდუქტების ფიზიკური მოცულობა, ენერგიით აღსავსე და აქტიური ხდება ადამიანი, როგორც წარმოების სუბიექტი.

კვების პროდუქტების გემოვნობის გაუმჯობესება, რაც ამ პროდუქტების სტრუქტურაზეც არის დამოკიდებული, უზრუნველყოფს ადამიანის ორგანიზმის აქტივიზაციას კვების პროდუქტებით, თუ არ დაირღვევა ჯანმრთელობისათვის საჭირო კვების რეჟიმი.

პროდუქციის ხარისხის გაუმჯობესება წარმოების ეფექტიანობის ამაღლების ერთ-ერთი მთავარი პირობაა. ამას ადასტურებს მისი გაუმჯობესების ის ეკონომიკური პარამეტრები, რომლებიც ზემოთ იქნა განხილული.

პროდუქციის ხარისხის ამაღლების ეკონომიკური პარამეტრი ხარისხის ბუნებრივ პარამეტრებიდან ხან ერთ, ხან მეორე ნიშანს ანიჭებს გადამწყვეტ უპირატესობას, იმის მიხედვით, თუ წარმოების განვითარების დონე როგორ შეცვლის მოხმარებლის პრეტენზიებს მოხმარების ამა თუ იმ საგნის მიმართ. მაგალითად, თუ ფეხსაცმლის წარმოების განვითარების მოცემულ დონეზე ხარისხის ნიშნებს შორის თავისი მნიშვნელობით წინა პლანზეა დაყენებული ცვეთისადმი გამძლეობა, წარმოების უფრო მაღალ დონეზე, როდესაც ფეხსაცმელის წარმოება უაღრესად გაიაფდება, შესაძლოა წინა პლანზე წამოიწიოს ელასტიურობამ, ელევანტურობამ და ა.შ.

საწარმოო ძალთა განვითარების თანამედროვე დონეზე, ხანგამძლეობის ზრდა ხარისხის გაუმჯობესების მთავარ მიმართულეზად წარმოდგება; დადგება დრო, როდესაც მთავარი იქნება სილამაზე, მოხდენილობა, ელევანტურობა, ზოლო ხანგამძლეობა შესაძლოა იმდენად შემცირდეს, რომ მისი გადიდებას მიზანშეწონილ მინიმუმზე ზევით აზრიც კი დაეკარგოს, ვინაიდან შემცირებული ხანგამძლეობის მეტი ეგზემპლარის მოხმარება უფრო იაფი დაუჯდებათ. ამ დროს პროდუქციის ხარისხის გაუმჯობესების ეკონომიკური ეფექტიანობა ხანგამძლეობის გადიდებით აღარ მოიმატებს. ამგვარია საბაზრო მექანიზმის გავლენა პროდუქციის ხარისხის პარამეტრებზე.

პროდუქციის საზოგადოებრივი ცნობის შენარჩუნება (შეუფერხებელი გაყიდვები მომგებიან ფასად) მოითხოვს სხვა თანაბარ

პირობებში მისი ხარისხის სისტემატურ სრულყოფა-გაუმჯობესებას. ამგვარი ცნობის ვარეშე წარსულში ვარგისი, მომავალში უვარგის, ე.ი. წუნდებულ პროდუქციად გადაიქცევა და, ამდენად, მის ეკონომიკურ ეფექტიანობაზე მსჯელობაც კი ზედმეტი იქნება.

8.9. პროდუქციის წარმოებისა და რეალიზაციის (ბაჟიდვათა) გეგმის მნიშვნელობა და მაჩვენებლები

მომხმარებელთა და მწარმოებელთა შორის მჭიდრო კავშირს ასახავს პროდუქციის რეალიზაციის საგეგმო მოცულობა საკონტრაქტო ვალდებულებათა დაცვის გათვალისწინებით. იგი გამოიყენება საწარმოო დანიშნულების პროდუქციისა და სახალხო მოხმარების საქონლის მიწოდების საკონტრაქტო ვალდებულებათა შესრულების შესაფასებლად. აქ განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება, პროდუქციის მიწოდების ვადების, ადრესატების და კომპლექტურობის დაცვას. მთელი რიგი საწარმოო-ტექნიკური დანიშნულების პროდუქციის მიწოდება დაწესებულია სრული კომპლექტების სახითაც კი. ყოველივე ეს მოითხოვს პროდუქციის სათანადო შედგენილობითა და მოცულობით წარმოებას.

პროდუქციის შედგენილობისა და მოცულობის დაგეგმვა უნდა ხორციელდებოდეს ბაზრის მოთხოვნათა შესაბამისად მოცემული საწარმოს შესაძლებლობათა გაფართოების ღონისძიებათა საფუძველზე.

ღონისძიებათა ეს წრე განსაზღვრავს ხარჯებს, რესურსების წარმოებაში ჩაბმის პროცესს, ამ რესურსებით წარმოების შეუფერხებელ უზრუნველყოფას და ა.შ., რის გამოც საწარმოს საქმიანობის ყველა მხარე ექცევა ამ ღონისძიებათა ორბიტაში. ამიტომაც, რომ პროდუქციის წარმოებისა და რეალიზაციის გეგმა ეყრდნობა ბიზნეს გეგმის სხვა განყოფილებების ურთიერდამაკმაყოფილებელ პოზიციებს და აძლევს მათ საერთო მიმართულებას. ამრიგად ეს გეგმა წარმოადგენს ბიზნეს გეგმის წამყვან განყოფილებას.

ეკონომიკურმა რეფორმამ და საბაზრო მექანიზმმა პროდუქციის რეალიზაციის მოცულობა და შედგენილობა გადააქცია მიწოდე-

ბათა საკონტრაქტო ვალდებულებათა მიხედვით წარმოების გეგმის წამყვან, მაორიენტირებელ მაჩვენებლად. ამ საგეგმო მაჩვენებლებით ხორციელდება წარმოების გეგმის შესრულების ხარისხის შეფასება და არა გამოშვებული პროდუქციით, როგორც ეს ადრე იყო. ეს ცვლილება იწვევს საწარმოს ეკონომიკურ დანტერესებას, პროდუქციის ხარისხის გადილებაში და მიწოდებათა საკონტრაქტო ვალდებულებების დაცვაში.

პროდუქციის რეალიზაციის მოცულობის დაგეგმვისათვის, უწინარეს ყოვლისა, საჭიროა, რომ საწარმომ (საფირმო გაერთიანებამ) თვით განახორციელოს პროდუქციის წარმოებისა და რეალიზაციის მოცულობის საწარმოო პროგრამის შედგენა და დამტკიცოს პროდუქციის წარმოებისა და რეალიზაციის (გაყიდვათა) გეგმა.

გეგმის შედგენის ასეთი თანამიმდევრობა შესაძლებელს ხდის:

1. წინასაგეგმო პერიოდში გამოვლინდეს ბაზრის მოთხოვნილებათა დაკმაყოფილების მაქსიმალური შესაძლებლობა იმ პროდუქციით, რომელიც მეურნეობრიობის მოცემული სრტატეგიული ზონითაა განსაზღვრული, რაც ამასთანავე ითვალისწინებს ამ მომენტისათვის მოქმედ საწარმოო სიმძლავრეებს.

2. საწარმოო პროგრამის დამუშავების ეტაპზე პერსპექტიული გეგმის (ხუთწლიანი, სამწლიანი) ყველა განყოფილება ერთმანეთს უნდა დავუკავშიროთ ბაზრის კონიუქტურის პერსპექტიული ცვლილებების საფუძველზე.

პროდუქციის ძირითად სახეობათა წარმოებისა და რეალიზაციის მოცულობის წინადადებათა შედგენისას მუშაობა ორი მიმართულებით ხორციელდება. სახელდობრ, საწარმოს მიერ გამოსაშვებ პროდუქციაზე მოთხოვნათა დაზუსტებისა და მოქმედი სიმძლავრეებით პროდუქციის მაქსიმალური გამოშვების შესაძლებლობის გაანგარიშებათა სამუშაოები. ამ სამუშაოთა პირველ ნაწილს ახორციელებს მართვის მაღალი დონე (საფირმო გაერთიანება, კონცერნი, კორპორაცია და ა. შ.), მეორე ნაწილს კი თვით საწარმო (ფირმა). წინადადებათა შემუშავებისას ხორციელდება პროდუქციის წარმოებისა და რეალიზაციის წინა წლის გეგმის შესრულების ხარისხის შეფასება. რის შედეგადაც ირკვევა მზა პროდუქციის ნაშთების მდგომარეობა, პროდუქციის ტექნიკურ-ეკონომიკური დონე და მისი ხარისხი, დამკვეთთა მოთხოვნების დაკმაყოფილების დონე და სა-

ფინანსო მდგომარეობა.

პროდუქციის წარმოების გეგმის მაჩვენებლებისა და რეალიზაციის მოცულობის დამაკავშირებელია სასაქონლო პროდუქციის გეგმა. პროდუქციის რეალიზაციის გეგმა უშუალოდ ეყრდნობა სასაქონლო პროდუქციის გეგმას, სასაქონლო პროდუქციის გეგმა კი, თავის მხრივ, პროდუქციის რეალიზაციის მოცულობის გეგმის საჭიროებებს. სასაქონლო პროდუქციის გარდამავალ ნაშთებს შორის სხვაობის აღგებრული ჯამი (სადაც წლის დასაწყისში ნაშთებს აკლდება წლის ბოლოს გარდამავალი ნაშთები) გვაძლევს პროდუქციის რეალიზაციის მოცულობის სიდიდეს. თუ საგვემო პერიოდში დასაშვადებული პროდუქციის მოცულობას აღვნიშნავთ V -თი, სასაქონლო პროდუქციის ნაშთს წლის დასაწყისისათვის V_1 -თი, წლის ბოლოსათვის კი V_2 -თი, მაშინ პროდუქციის რეალიზაციის გეგმა ასეთ სახეს მიიღებს:

$$R = V + (V_1 - V_2)$$

იმ შემთხვევაში, თუ საჭირო გახდა ბაზრის მოთხოვნათა მიხედვით დაეაზუსტოთ სასაქონლო პროდუქციის რეალიზაციის გეგმა, მაშინ გაანგარიშება შემდეგ სახეს მიიღებს:

$$V = R + (V_2 - V_1)$$

ამ სახით უნდა წარმოვიდგინოთ კავშირი პროდუქციის რეალიზაციის მოცულობასა და სასაქონლო პროდუქციას შორის.

პროდუქციის რეალიზაციის საგვემო მაჩვენებელი იანგარიშება უცვლელ შესადარ ფასებში, როგორც საწარმოო პროგრამის შემადგენელი ნაწილი, მაგრამ იგი იანგარიშება მიმდინარე მოქმედ ფასებში, როგორც მოგების საგვემო თანხის გაანგარიშების საფუძველი.

წარმოების გეგმა განსაზღვრავს საწარმოს განვითარების გენერალურ მიმართულებას საგვემო პერიოდში მეურნეობრიობის სტრატეგიული ზონების პროფილსა და სპეციალიზაციის დონეს, საწარმოს რეკონსტრუქციის, ტექნიკური და ორგანიზაციული დონის ამადლების ამოცანებს.

პროდუქციის წარმოებისა და რეალიზაციის მოცულობის გეგმა მოიცავს შემდეგ მაჩვენებლებს:

1. პროდუქციის რეალიზაციის მოცულობა საგვემო წლის ბოლოსათვის;

2. სასაქონლო პროდუქციის წარმოება, მათ შორის:

ა) მზა ნაკეთობათა ნომენკლატურა და ასორტიმენტი;

ბ) სამრეწველო ხასიათის სამუშაოთა ნომენკლატურა და მოცულობა;

გ) სასაქონლო ნახევარფაბრიკატების ნომენკლატურა და ასორტიმენტი;

3. ნორმატიული წმინდა პროდუქცია პროდუქციის საერთო გამოშვება, რომელშიც შეიტანება დაუმთავრებელი წარმოების და საკუთარი წარმოების (ნახევარფაბრიკატების, სპეციალური ინსტრუმენტების, ტვიფრების, მოდელების და ა. შ.) ნაშთების ცვლილებაც საგეგმო წლის ბოლოსათვის გაშლილი ან გამსხვილებული ნომენკლატურით.

4. დამუშავების ნორმატიული ღირებულება (იმ საწარმოებში, სადაც ამ მაჩვენებელს იყენებენ).

ამ მაჩვენებელთა შორის ღირებულებითი მაჩვენებელია: პროდუქციის რეალიზაციის მოცულობა, ნორმატიული წმინდა პროდუქცია, სასაქონლო და საერთო პროდუქცია, დამუშავების ნორმატიული ღირებულება. დანარჩენი მაჩვენებლები, წარმოდგენილია, როგორც ნატურალური, ისე ღირებულებითი გამოხატულებით.

პროდუქციის წარმოებისა და რეალიზაციის გეგმის დამუშავებისას ფირმის მართვის მაღალი დონე ეხმარება მართვის დაბალ დონეს, პროდუქციის ძირითად სახეობათა წარმოებისა და რეალიზაციის მოცულობის გეგმით ბიზნეს-გეგმის განსაზღვრაში.

8.10. პროდუქციის ნომენტკლატურისა და ასორტიმენტის დადგენა

სამრეწველო საწარმოების (ფირმების) უმრავლესობა მრავალი დასახელების პროდუქციას უშვებს. *იმ სახელწოდებათა სიას, რომელსაც მოიცავს ამა თუ იმ საწარმოს (ფირმის) მთელი გამოსაშვები პროდუქცია, პროდუქციის ნომენტკლატურა ეწოდება, რომლის მიხედვითაც განისაზღვრება მოცემული ფირმის (საწარმოს) მეურნეობრიობის სტრატეგიული ზონები.*

პროდუქციის ნომენტკლატურის საგეგმო ვარაუდის შედგენა უნდა ითვალისწინებდეს ბაზრის მოთხოვნებს და მოცემული საწარმოს

მეურნეობრიობის სტრატეგიული ზონების პროფილს. ეს გარემოება განპირობებულია იმით, რომ პროდუქციის ნომენკლატურა მჭიდრო კავშირშია მანქანა-მოწყობილობათა სპეციალიზაციასთან. პირველ რიგში არკვევენ ტექნიკურად შესაძლებელია თუ არა მოცემულ დანადგარზე ამა თუ იმ სახეობის პროდუქციის დამზადება. მაგალითად, ვარცხნილი ნართი შეუძლებელია დამზადდეს სართავ ფაბრიკაში, თუ მას არა აქვს სავარცხლური მანქანები, შეუძლებელია ჟაკარდის ქსოვილის გამოშვება ჩვეულებრივ ექსცენტრიკულ საქსოვ დაზგებზე; შემდეგ განსაზღვრავენ ეკონომიკურად რაოდენ მიზანშეწონილია მოცემული დანადგარით ამა თუ იმ პროდუქციის დამზადება. მაგალითად, ვიწრო ქსოვილის გამოშვება ფართო საქსოვი დაზგებით, უბრალო ქსოვილის გამოშვება ჟაკარდის დაზგებით ტექნიკურად შესაძლებელია, მაგრამ ეკონომიკურად მიზანშეუწონელი. იგი იწვევს პროდუქციის თვითღირებულების ზრდას, პროდუქციის ხარისხის გაუარესებას და ა. შ.

ზემოაღნიშნულ გარემოებათა გამო მეურნეობრიობის სტრატეგიულ ზონებს შორის დავალებათა განაწილებას ახორციელებენ საწარმოებში დადგმული მანქანა-დანადგარებით პროდუქციის ამა თუ იმ სახეობის (სახელწოდების) დამზადების ტექნიკური შესაძლებლობისა და ეკონომიკური მიზანშეწონილობის მიხედვით. ეს გარემოება უნდა იქნეს გათვალისწინებული საწარმოო პროგრამის დამუშავების დროს.

გამოსაშვები პროდუქციის საგეგმო ვარაუდი, პროდუქციის ნომენკლატურასთან ერთად, მოიცავს სახელწოდებათა მიხედვით გამოსაშვები პროდუქციის რაოდენობრივ განაწილებას, ე.ი. ნომენკლატურულ-რაოდენობრივ პროგრამას, ანუ პროდუქციის საგეგმო ასორტიმენტს. იმის მიხედვით, თუ რა რაოდენობით იქნება შერჩეული ამა თუ იმ სახელწოდების პროდუქცია, განასხვავებენ ამა თუ იმ ასორტიმენტის პროდუქციას.

ამიტომ, ზარისხით ან სორტულობით, ტიპ-ზომებით, გარეგნული მოპირკეთებით ან სხვა ნიშნებით განსხვავებული სხვადასხვა სახელწოდების პროდუქციიდან რაოდენობრივად შერჩეულ ნაკრებს ეწოდება პროდუქციის ასორტიმენტი. იგი განსაზღვრავს სხვადასხვა სახელწოდების პროდუქციის რაოდენობრივ თანაფარდობას, ე.ი. პროდუქციის სტრუქტურას.

ამრიგად, პროდუქციის ასორტიმენტი მოიცავს პროდუქციის ნომენკლატურას და სახელწოდებათა მიხედვით მის რაოდენობრივ განაწილებას.

იმისათვის, რომ საწარმომ უზრუნველყოს პროდუქციის ნომენკლატურის დაგეგმვა, მან უშუალო საკონტრაქტო კავშირი უნდა დაამყაროს მისი პროდუქციის მომხმარებელ ორგანიზაციებთან, შეისწავლოს მომხმარებლების მოთხოვნილება ამა თუ იმ სახეობის, სორტის, ქვესახეობის, ჯგუფის, თუ ტიპის პროდუქციაზე, შეისწავლოს ნედლეულის და მასალების მომწოდებლები. აგრეთვე, თუ რამდენად გახდება შესაძლებელი ამგვარი პროდუქციის დამზადების უზრუნველყოფა ნედლეულით, მასალებით და სხვა მატერიალური რესურსებით. შესწავლილი ნომენკლატურის ამ ფართო წრეში საწარმომ უნდა შეარჩიოს ისეთი, რომლის მიმართაც არსებობს ბაზრის მოთხოვნა და რომლის დამზადებაც მისთვის ტექნიკურად შესაძლებელია და ეკონომიკურად მიზანშეწონილი.

სახელწოდებათა მიხედვით პროდუქციის რაოდენობრივი განაწილება ისე უნდა დაიგეგმოს, რომ იგი უზრუნველყოფდეს ბაზრის მოთხოვნის სრულ დაკმაყოფილებას, ამის შემდეგ პროდუქცია იმგვარად უნდა გაუნაწილდეს მეურნეობრიობის სტრატეგიულ ზონებს, რომ შესაძლებელი გახდეს ამ მხრივ მათი მუშაობა ოპტიმალურ პირობებში.

ბაზრის სტრუქტურის შესატყვისი პროდუქციის ნაკრები განაწილებული მეურნეობრიობის სტრატეგიულ ზონებს შორის მის წარმოებასა და ტრანსპორტირებაზე ხარჯების მინიმალიზაციის მიხედვით, წარმოადგენს ოპტიმალურ ასორტიმენტს.

საწარმოო პროგრამის დამუშავების დროს პროდუქციის ასორტიმენტის დაგეგმვა უნდა უზრუნველყოფდეს ნომენკლატურის ტექნიკურ და ეკონომიკურ შესატყვისობას არსებულ მანქანა მოწყობილობასთან და სახელწოდებათა მიხედვით პროდუქციის ოპტიმალურ განაწილებასთან.

საწარმოო პროგრამის დამუშავების დროს, პირველ რიგში გათვალისწინებულ უნდა იქნეს სახალხო მეურნეობისა და მოსახლეობის მოთხოვნილება იმ სახელწოდების პროდუქციაზე, რომელიც საწარმომ უნდა გამოუშვას. ამის გათვალისწინება აუცილებელია, რათა უზრუნველყოფილი იქნეს ბაზარზე კოორდინაცია წარმოებასა და მოხმარებას შორის.

საწარმოო პროგრამით გათვალისწინებული პროდუქციის გამოშვე-

ბის საგეგმო დავალება გარემოცვაში უცვლელობისას უნდა იყოს მყარი და უცვლელი, წინააღმდეგ შემთხვევაში უარყოფითი შედეგი გვექნება მოცემულ საწარმოს ეკონომიკაში. მართლაც, პროდუქციის ნომენკლატურის გაფართოება, ანდა ხშირი შეცვლა თუ ამას არ მოითხოვს გარემოში მომხდარი ცვლილებები გაუმართლებლად იწვევს მუშებში შემუშავებული ჩვევების დაკარგვას, აძნელებს წარმოების ორგანიზაციას ნაკადური მეთოდის მიხედვით, იწვევს შრომის მწარმოებლურობის დაცემას, ძნელდება დიდი წარმადობის ავტომატიზებული, სპეციალიზებული მოწყობილობის, ინსტრუმენტებისა და ხელსაწყოების გამოყენება.

საწარმოო პროგრამის პროექტის დამუშავების ამოსავალი მონაცემებია:

1. მოცემული საწარმოს განვითარების პროგნოზირებადი პერსპექტიული გეგმა, დაფუძნებული ბაზრის სტრუქტურის პერსპექტივაზე;
2. მარკეტინგის განყოფილების (სამსახურის) მითითებანი საგეგმო წლისთვის გამოსაშვები პროდუქციის მიზანშეწონილი შემადგენლობის შესახებ.

3. საწარმოს საწარმოო სიმძლავრეების გაანგარიშების შედეგები;

4. მიმდინარე წლის საწარმოო პროგრამის ტექნიკურ-ეკონომიკური ანალიზი (ანალიზურ-შემფასებელი სისტემების დახმარებით).

საწარმოს მიხედვით პროდუქციის ნომენკლატურის დადგენის დროს საჭიროა ნომენკლატურის დაზუსტება განსაკუთრებით იმ სახეობათა მიხედვით, რომელთა ნომენკლატურა არ არის დეტალურად გაშიფრული რეალურ მყიდველთა მოთხოვნების მიხედვით. საწარმო მაგალითად, ასეთს მანქანათსაშენ საწარმოში განეკუთვნება სათაღარიგო ნაწილები, სხვა ორგანიზაციების მომსახურება და დეცენტრალიზებული შეკვეთები, მრავალ სხვა საწარმოში კი ადგილობრივი ნედლეულიდან და ნარჩენებიდან დამზადებული პროდუქცია. წარმოებაზე ორიენტირებული მარკეტინგული მართვისას საწარმოო პროგრამის შედგენის დროს უნდა მიისწრაფოდეს იქითკენ, რომ რაც შეიძლება შეზღუდოს მოცემულ საწარმოში დასამზადებელი პროდუქციის ნომენკლატურა და გაადიდოს თითოეული სახელწოდების პროდუქციის წარმოების მასშტაბი. იმ შემთხვევაში, თუკი შეუძლებელი გახდა საწარმოს სპეციალიზაციის ამგვარი გატარება, მაშინ საჭიროა საწარმოო პროგრამის ისეთი აგება, როცა შესაძლებელი იქნება მასქიმალურად შეიზღუდოს ტექნოლოგიურად

განსხვავებული ოპერაციების ნომენკლატურა სამუშაო ადგილზე, დეტალებისა საწარმოო უბნებზე და ნახევარფაბრიკატებისა საამქროებში. ამ საფუძველზე შესაძლებელი გახდება საწარმოს ქვედანაყოფების ორგანიზება საგნობრივშული სტრუქტურით, რაც ნაკადური წარმოების განხორციელების შესაძლებლობას ქმნის მეურნეობრიობის ყოველი სტრატეგიული ზონისათვის. სხვა შემთხვევებში ფირმას ესაჭიროება იმის უნარი, რომ წარმოება გადართოს სხვა პროფილზე ბაზრის მოთხოვნების მიხედვით.

საწარმოო პროგრამა, ჩვეულებრივ, მოიცავს დავალებებს პროდუქციის შემდეგი ჯგუფების მიხედვით:

1. ძირითადი ნაკეთობანი, ე.ი. საწარმოს მეურნეობრივი სტატეგიული ზონების პროფილის განმსაზღვრელი ნაკეთობანი. ნაკეთობათა ამ ჯგუფის მიხედვით დგება პროგრამა, განსაზღვრულია ამ ნაკეთობათა ნომენკლატურა, რაოდენობა და მათი გამოშვების ვადები;

2. ადგილობრივი ორგანიზაციების დეცენტრალიზებული შეკვეთები, მაგალითად, სასოფლო-სამეურნეო მანქანების სათადარიგო ნაწილები, ადგილობრივი ნელლეულიდან ფართო მოხმარების საგნების წარმოება და ა.შ.

3. კოოპერირებულ საწარმოთა შეკვეთები.

4. დანარჩენი პროდუქცია, სადაც შედის სხვა საწარმოების საწარმოო მომსახურება, დამხმარე საამქროების პროდუქცია, რომელიც დამზადებულია სხვა საწარმოებში სარეალიზაციოდ.

საწარმოს მიხედვით, პროდუქციის გეგმის შედგენის შემდეგ, ზორციელდება საამქროების საწარმოო პროგრამების დამუშავება.

8.11. საამქროებისა და საწარმოო უბნების საწარმოო პროგრამის დამუშავება

სამრეწველო ფირმის, როგორც ბაზართმკეთებელი საწარმოს მზა პროდუქცია ორიენტირებულია ბაზარზე. იგი პროდუქციას ქმნის არსებული ბაზრისათვის და მომხმარებელთა ბაზარზე მოზიდვისათვის. სახელდობრ, პოტენციაში მთვლემარე მოთხოვნისათვა გაღვიძებით იგი ქმნის თავისთვის ბაზარს. სწორედ, რომ ბაზრის ამ ორგანშტოებიან მოთხოვნებს პასუხობს სამრეწველო ფირმის

და პროდუქციის მზაობის დამაგვირგვინებელი პროცესებით აღჭურვილი საამქროს პროდუქცია ც. ამის გამო საამქროების საწარმოო პროგრამის დამუშავება ხდება ჯაჭვური მეთოდით, ამ მეთოდის არსი იმაში მდგომარეობს, რომ ტექნოლოგიური პროცესების თანამიმდევრობის პირუკუ მიმართულებით დგება ურთიერთმომიჯნავე საამქროების საწარმოო პროგრამები. ეს მეთოდი უზრუნველყოფს მომიჯნავე საამქროების მუშაობის ურთიერთშეთანხმებას. მაგალითად, ტექნოლოგიური პროცესების თანამიმდევრობა მანქანათსაშენ საწარმოში ან საწარმოო ერთეულში არის ჭედვა, მექანიკური დამუშავება და აწყობა. ვთქვათ ამ ტექნოლოგიური ნიშნების მიხედვით ორგანიზებულია სამი საამქრო-სამჭედლო, მექანიკური და საამწყობო. საამწყობო საამქრო, როგორც წესი, საწარმოს დასკვნითი საამქროა, რომელიც უკვე მზა პროდუქციას უშვებს, ამიტომ ამ საამქროს და სამრეწველო ფირმის მიერ გამომუშავებული პროდუქციის ნომენკლატურა და ასორტიმენტი ერთი და იგივეა.

დავუშვათ, რომ ამწყობ საამქროში ერთი რომელიმე ნაკეთობის ასაწყობად საჭიროა მოცემული სახეობის ორი დეტალი (მაგ., მუხლა ლილვი), დეტალთა ამ რაოდენობის გამრავლებით გამოსაშვებ ნაკეთობათა რაოდენობაზე მივიღებთ საამწყობო საამქროს მოთხოვნას იმ სახეობის დეტალებზე, რომლებიც საჭიროა მოცემულ პერიოდში გეგმით გათვალისწინებულ ნაკეთობათა გამოსაშვებად. მაგალითად, თუ 100 ნაკეთობა უნდა გამოიშვას, მაშინ მას დასჭირდება საწარმოო პროგრამის შესასრულებლად $100 \times 2 = 200$ დეტალი, ამ შემთხვევაში 200 მუხლა ლილვი, მაგრამ საამწყობო საამქროს შეუფერხებელი მუშაობისათვის სჭირდება ამ დეტალების მარაგნამეტი, რაც გეგმით უნდა იქნეს გათვალისწინებული. დავუშვათ მუხლა ლილვის მარაგნამეტის საგეგმო რაოდენობა შეადგენს 50 ცალს, ამასთანავე უნდა გავითვალისწინოთ, მარაგნამეტის რა ნაშთი არის მოსალოდნელი მოცემული საგეგმო პერიოდის (წლის) დასაწყისისათვის. ვთქვათ ეს ნაშთი ჩვენს მაგალითში შეადგენს 20 მუხლა ლილვს, მაშინ საამწყობო საამქროს მოთხოვნილება მუხლა ლილვებზე სულ იქნება $200 + (50 - 20) = 230$ ცალი. ეს 230 ცალი მუხლა ლილვი, თავის მხრივ, მომიჯნავე მექანიკური საამქროს პროდუქციაა, ამიტომ იგი ამავე დროს მისი საწარმოო პროგრამაცაა. საჭიროა განვსაზღვროთ, თუ რა რაოდენობის ნაჭედი

დაჭირდება მექანიკურ საამქროს 230 ცალი მუხლა ლილვის დასამზადებლად. დაეუშვათ სჭირდება 230 ნაჭედი, გარდა ამისა საჭიროა საგეგმო მარაგნამეტი 20 ცალი, ხოლო მარაგნამეტის მოსალოდნელი ნაშთი საგეგმო წლის დასაწყისისათვის თუ შეადგენს 10 ცალს, მაშინ მექანიკური საამქროს მოთხოვნილება ნაჭედზე იქნება $230+(20-10)=240$ ცალი, რაც სამჭედლო საამქროს პროდუქციის გეგმა ანუ საწარმოო პროგრამა იქნება. გარდა ამისა, სამჭედლო საამქროს წარმოებაში ჩაშვების გეგმაც სჭირდება. ამ მიზნით აიღება ნორმირებული მარაგნამეტი ოპერაციების მიხედვით (15) და საგეგმო პერიოდის დასაწყისისათვის მოსალოდნელი მარაგნამეტის ნაშთი (5). მათ საფუძველზე ხდება ჩაშვების გეგმის ანუ ჩაშვების პროგრამის განსაზღვრა. ჩვენს მაგალითში იგი იქნება: $240+(15-5)=250$ ცალი. ამ გზით საამქროებამდე დაგვყავს საწარმოს საწარმოო პროგრამა, რომლის პროცესშიაც განვსაზღვრავთ გამოშვების და ჩაშვების პროგრამას, ე. ი. სამუშაოთა პროგრამას. ეს პროგრამა ითვალისწინებს იმ სამუშაოთა სრულ მოცულობას, რომელიც საწარმომ ან საწარმოო ერთეულმა, მისმა საამქრომ და საწარმოო უბანმა უნდა შეასრულოს საგეგმო პერიოდში. ჩვენი მაგალითის მიხედვით მანქანასაშენი საწარმოს ან საწარმოო ერთეულის გამოშვების პროგრამა იქნება 100 ცალი ნაკეთობა, ჩაშვების პროგრამა კი 240 ცალი ნაჭედი (მექანიკურ საამქროში) და 250 ცალი ნამზადი (სამჭედლო საამქროში) მიღებული ჩამოსხმელი საამქროდან. გამოშვების პროგრამა მოიცავს საწარმოს (ან საწარმოო ერთეულის) მიერ გამოსაშვები პროდუქციის ნომენკლატურას და რაოდენობას. ჩაშვებისა და გამოშვების პროგრამა თავისი მოცულობით და შემადგენლობით ერთმანეთისაგან იმიტომ განსხვავდება, რომ ნაკეთობათა ცალკეული სახეობის მიხედვით საწარმოო ციკლის ხანგრძლივობა არ ემთხვევა საგეგმო პერიოდის ხანგრძლივობას. ამიტომ წარმოებაში ჩაშვების გეგმა დგება ოპერატიული გეგმების შედგენისას და გეგმების შემადგენელი ნაწილია. მაგალითად, თუ საგეგმო პერიოდი ერთი წელია, ხოლო ნაკეთობის დამზადების ციკლი წელიწადნახევარი, მაშინ იგი წარმოებაში უნდა ჩაიშვას მოცემულ საგეგმო წელს, რომ წელიწადნახევრის შემდეგ მივიღოთ მისგან მზა ნაკეთობა. ამიტომ ასეთი ნაკეთობა მოცემული საგეგმო წლის ჩაშვების პროგრამით უნდა იყოს გათვალ-

ისწინებული, ხოლო გამოშვების პროგრამა ამ წლისათვის მას ვერ გაითვალისწინებს. მისი გათვალისწინება შეუძლია შემდგომი წლისათვის გამოსაშვებ პროგრამას. საწარმოო უბნებისათვის საწარმოო პროგრამის დაშვება ხდება კვარტალისა და თვის მიხედვით. საწარმოო უბნის კვარტალური საწარმოო პროგრამის შედგენის დროს აკეთებენ ამონაწერს საამქროს საწარმოო პროგრამიდან იმ დეტალების, კვანძებისა და ნაკეთობათა მიხედვით, რომელთა დატყუება ან აწყობა მოცემული უბნის მოვალეობას შეადგენს. საწარმოო უბნის კვარტალური საწარმოო პროგრამის ძირითადი დანიშნულებაა, უბნის ხელმძღვანელობას და მთელ კოლექტივს მისცეს ორიენტაცია სამუშაოთა იმ მოცულობისა და შინაარსისადმი, რომელიც მოცემულ კვარტალში უნდა შესრულდეს, რათა წარმოების მომზადებისა და უზრუნველყოფისათვის გატარდეს სათანადო ღონისძიებანი. თავის საწარმოო პროგრამას წარმოების სხვადასხვა ტიპის საწარმოო უბნების მიმართ განსაზღვრავენ განსხვავებულად. კვარტალური პროგრამის განსაზღვრისას კი ასეთ განსხვავებას არ ვხვდებით. მასობრივი წარმოების პირობებში საწარმოო უბანს თავის პროგრამა უწესდება პროდუქციის ყოველდღიური გამოშვების განრიგის სახით. მსხვილსერიული წარმოების საწარმოო უბნების საწარმოო პროგრამა დგება პროდუქციის გამოსაშვები პარტიების თვიური დავალების ყოველდღიური განაწილებით, რომელიც გაანგარიშებულია საგეგმო კალენდარული ნორმატივებით. წვრილსერიული და ინდივიდუალური წარმოების უბნების საწარმოო პროგრამა ასევე მოიცავს სამუშაოთა კალენდარულ განაწილებას, რომელიც დგინდება ყოველთვიურად და ისიც არა ყველა დეტალის, არმედ წამყვანი დეტალების მიხედვით. საამქროებისა და საწარმოო უბნების საწარმოო პროგრამა ხასიათდება მთელი რიგი თავისებურებებით, რითაც იგი განსხვავდება საწარმოს საწარმოო პროგრამისაგან, სახელდობრ:

1. პროდუქციის ნომენკლატურა უფრო დეტალურად არის გაშიფრული საამქროსა და უბნების საწარმოო პროგრამაში;

2. საამქროების საწარმოო პროგრამა მით უფრო დეტალურად არის გაშიფრული რაც უფრო ნაკლებ საგეგმო პერიოდს მოიცავს იგი;

3. დამამზადებელი და დამმუშავებელი საამქროების პროდუ-

ქციის მოცულობა განსხვავდება ამავე საგეგმო პერიოდში საწარმოს პროდუქციის მოცულობისაგან, ვინაიდან ამ საამქროს მუშაობა განსაზღვრული პერიოდით წინ უნდა უსწრებდეს საწარმოს მიერ პროდუქციის გამოშვებას. მოცემულ საგეგმო პერიოდში ამ საამქროებმა უნდა გამოუშვან ის ნახევარფაბრიკატები, რომლებიც დასკვნით საამქროს დასჭირდება მომდევნო პერიოდში. მეორე მხრივ საჭირო აღარაა იმ ნახევარფაბრიკატების წარმოება, რომლებიც ადრეა წარმოებული და დაუსრულებელი წარმოების მარაგშია. აღნიშნული განსხვავება მოითხოვს მომდევნო პერიოდისათვის მარაგნამეტის დაგეგმვას და საგეგმო პერიოდის დასაწყისისათვის დაუსრულებელი წარმოების მოსალოდნელი ნაშთების გათვალისწინებას;

4. ძირითადი წარმოების საამქროებს და ძირითად და დამხმარე საამქროებს შორის კოოპერირება განაპირობებს საამქროს პროგრამის განსხვავებას საწარმოს პროგრამისაგან;

5. საწარმოო პროცესის ხანგრძლივი ციკლის შემთხვევაში საამქროს პროგრამა ითვალისწინებს არა მარტო გამოსაშვებ პროდუქციას, არამედ იმ პროდუქციასაც, რომლის წარმოებაც უნდა დაიწყოს მოცემულ საამქროში, ე.ი. ითვალისწინებს წარმოებაში ჩაშვების გეგმასაც. საამქროს საწარმოო პროგრამა მოიცავს შემდეგ მაჩვენებლებს:

1. მზა პროდუქციისა და სასაქონლო პროდუქციის გამოშვებისათვის საჭირო ნახევარფაბრიკატების წარმოებას;

2. პროდუქციის მარაგნამეტის შესაქმნელად საჭირო ნახევარფაბრიკატების წარმოებას;

3. საამქროთა შორის კოოპერირების წესით შესრულებულ სამუშაოებს. მარაგნამეტის შესაქმნელად საჭირო ნახევარფაბრიკატების დასაგეგმავად მიმართავენ შემდეგი სახის გაანგარიშებას: დავუშვათ, ქარხანამ დღეში საშუალოდ უნდა გამოუშვას ორი განივსარანდი ჩარხი. თუ ერთი ჩარხის აწყობის ხანგრძლივობა უდრის ხუთ დღეს, მაშინ მომდევნო წლის პირველ ხუთ დღეში რომ უზრუნველყოფილ იქნეს ორ-ორი ჩარხის გამოშვება, საჭიროა მარაგნამეტში იმყოფებოდეს მომდევნო წლის პირველი რიცხვისათვის $2 \times 5 = 10$ განივსარანდი ჩარხი. ამრიგად მივიღეთ მზა ნაკეთობის მარაგნამეტი.

დამმუშავებელ საამქროში უნდა დავიანგარიშოთ ნახევარფაბრიკატის მარაგნამეტი. ვთქვათ, ერთ განივსარანდაც ჩარხს სჭირდ-

ება „1-01-1“ მარკის სამი დეტალი, მაშინ ყოველდღიურად ორი ჩარხის გამოშვებისათვის საჭირო იქნება, რომ მექანიკურმა საამქრომ უზრუნველყოს ამწყობი საამქრო $2 \times 3 = 6$, დეტალით. თუ დაუშვებთ, რომ დეტალის წარმოების ციკლის ხანგრძლივობა შეადგენს ორ დღეს, მაშინ მომდევნო წლის პირველ ორ დღეში რომ უზრუნველყოფილი იქნეს ექვს-ექვსი დეტალის ყოველდღიური გადაცემა ამწყობისათვის, საჭიროა მარაგნამეტში იყოს მომდევნო წლის პირველი რიცხვისათვის $6 \times 2 = 12$ დეტალი. იმ შემთხვევაში, თუ მიმდინარე წლის დასაწყისში ამ დეტალის 4 ცალი მარაგნამეტი წინა წლიდან გადმოვიდა, მაშინ მომდევნო წლის მარაგნამეტი-სათვის უნდა დამზადდეს არა 12, არამედ $12 - 4 = 8$ დეტალი.

დეტალების, კვანძების და ნაკეთობათა მარაგნამეტი არსებობს როგორც საამქროებში, ისე საწარმოო უბნებსა და სამუშაო ადგილებს შორის. მათგან ის მარაგნამეტი, რომელიც საამქროებს შორის წარმოიქმნება, წარმოადგენს ნახევარფაბრიკატების მარაგნამეტს, ხოლო, რომელიც წარმოიქმნება საწარმოო უბნებსა და სამუშაო ადგილებს შორის - დაუსრულებელი წარმოების მარაგნამეტს. ამრიგად, საამქროებისა და საწარმოო უბნების საწარმოო პროგრამები მოიცავს როგორც ნახევარფაბრიკატების, ისევე დაუსრულებელი წარმოების მარაგნამეტს. ამ მარაგნამეტის დაგეგმვა უზრუნველყოფს წარმოების უწყვეტობას, რაც ნათლად ჩანს იმ დამოკიდებულებიდან, რომელიც არსებობს მარაგნამეტსა, საწარმოო ციკლის ხანგრძლივობასა და პროდუქციის გამოსაშვებ მოცულობას შორის. სახელდობრ, მარაგნამეტის სიდიდე უდრის საწარმოო ციკლის ხანგრძლივობას დღეებში გამრავლებულს დეტალების, კვანძების ან ნაკეთობათა დღიური გამოშვების რაოდენობაზე.

ყოველივე აღნიშნული იმაზე მიუთითებს, რომ საამქროების მიხედვით საწარმოო პროგრამების შედგენა უნდა უზრუნველყოფდეს:

1. საწარმოს საწარმოო პროგრამის სრულ და გეგმაზომიერ შესრულებას;
2. პირობების შექმნას საწარმოს სწარმოო პროგრამის გადაჭარბებით შესრულებისათვის;
3. წანამძღვრების შექმნას საბრუნავი სახსრების სწრაფი ბრუნვისათვის და წარმოების რაც შეიძლება მოკლე ციკლის მიღწევისათვის.

8.12. დაუსრულებელი წარმოების ნაშთების დაგეგმვა

სამრეწველო საწარმოს ფირმის პროდუქცია მზადყოფნის მომენტის მიხედვით მოიცავს მზა ნაწარმს, ნახევარფაბრიკატსა და დაუსრულებელ წარმოებას.

ისეთ პროდუქტებს, ნაკეთობებს, დეტალებსა და კვანძებს, რომელთა წარმოების ტექნოლოგიური პროცესი დამთავრებულია ერთ საამქროში, მაგრამ შემდგომ დამუშავებას ექვემდებარება საწარმოს სხვა საამქროში, ნახევარფაბრიკატები ეწოდება.

პროდუქტებს, ნაკეთობებს, დეტალებს, კვანძებს, რომელთა დამზადებაც ცალკეულ საამქროში არ არის დამთავრებული ან არ არის მიღებული ტექნიკური კონტროლის მიერ და არც ჩაბარებულია ნაკეთობათა საწყობში, დაუსრულებული წარმოება ეწოდება.

ამ განსაზღვრის მიხედვით დაუსრულებელი წარმოება გვაქვს ყველა საამქროში და თავისი მზადყოფნის მომენტის მიხედვით შესაძლოა ნახევარფაბრიკატებზე დაბლა ან ნახევარფაბრიკატსა და მზა პროდუქციას შორის იდგეს. ამრიგად, დაუსრულებელი წარმოება პროდუქციის დამზადების სხვადასხვა სტადიაში იმყოფება. დაუსრულებელი პროდუქციის წარმოების გაერთიანება პროდუქციის საერთო მაჩვენებელში მოითხოვს მის გადაანგარიშებას ნატურალურიდან ღირებულებით გამოსახულებაში. ამ მიზნით ყოველი ნაკეთობის მარაგნამეტის საანგარიშო სიდიდეს ამრავლებენ პროდუქციის ერთეულის თვითღირებულებაზე და მზადყოფნის საშუალო კოეფიციენტზე.

დაუსრულებელი წარმოების მზადყოფნის საშუალო კოეფიციენტის მისაღებად საჭიროა პროდუქციის თვითღირებულებაში ნედლეულის სრული ღირებულების წილს მივუმატოთ თვითღირებულების დანარჩენი ელემენტების წილის ნახევარი. ეს კოეფიციენტი იანგარიშება შემდეგი ფორმულის დახმარებით:

$$\bar{k} = \left(1 - \frac{b}{c}\right) \cdot 0,5 + \frac{b}{c}$$

სადაც: \bar{k} არის - ნაკეთობათა მარაგნამეტის საშუალო მზადყოფ-

ოფნის კოეფიციენტი;

c - მოცემული პროდუქციის ერთეულის თვითღირებულება;

b პროდუქციის ერთეულზე ნედლეულისა და მასალების დანახარჯების ღირებულება;

$1 - \frac{b}{c}$ - ხელფასისა და სხვა დანახარჯების წილი (ნედლეულისა

და სხვა მასალების გარდა) პროდუქციის ერთეულის თვითღირებულებაში*.

დაუსრულებელი წარმოების თვითღირებულება (Z_m) მოითხოვს მარაგნამეტის (q_a) გამრავლებას პროდუქციის ერთეულის თვითღირებულებაზე (c) და მზადყოფნის საშუალო კოეფიციენტზე (\bar{k}). ამრიგად გაანგარიშების ფორმულას ექნება შემდეგი სახე

$$Z_m = q_a \cdot c \cdot \bar{k}$$

ამ გზით შეგვიძლია მივიღოთ დაუსრულებელი წარმოება ყოველი სტადიის მიხედვით გამოხატული თვითღირებულებით, მათი დაჯამებით კი მივიღებთ დაუსრულებელი წარმოების მთელ მოცულობას გამოხატულს თვითღირებულებით ($\sum Z_m$), რომელიც წინასწარ უნდა ჰქონდეს საწარმოს საგეგმო პერიოდის ბოლოსათვის. იმისათვის, რომ შევძლოთ საერთო და ნორმატიულ წმინდა პროდუქციაში დაუსრულებელი წარმოების ჩართვა საჭიროა მისი ნაშთების გადაანგარიშება საბითუმო ფასებში და წმინდა პროდუქციის ნორმატივებში.

საბითუმო ფასებში დაუსრულებელი წარმოების გაანგარიშება საგეგმო წლის ბოლოსათვის შემდგენიად ხდება: საგეგმო წლის ბოლოსათვის დაგეგმილი დაუსრულებელი წარმოების ნაშთის თვითღირებულება უნდა გავამრავლოთ თვითღირებულების საბითუმო ფასში ან წმინდა პროდუქციის ნორმატივში გადაყვანის კოეფიციენტზე (k_g), რომელიც მიიღება საგეგმო წლის უკანასკნელი სამი თვის სასაქონლო

* 0,5 აღებულია ორზე გაყოფის ნაცვლად გამრავლების მიზნით რაც იწვევს $1 - \frac{b}{c}$ განახევრებას

პროდუქციის გაყოფით წლის დამლევისათვის ამ პროდუქციის თვითღირებულების შემცირებით მიღწეულ ღონეზე სასაქონლო პროდუქციის ღირებულება უნდა ავიდოთ უცვლელ ფასებში ან წმინდა პროდუქციის ნორმატივებში ეს გადაანგარიშება შეგვიძლია წარმოვიდგინოთ შემდეგი ფორმულის სახით:

$$z_{\Phi}^b = z_{\Phi} \times k_{\Phi}, \quad \sum$$

სადაც z_{Φ}^b არის დაუსრულებელი წარმოების ნაშთები საგეგმო წლის ბოლოს საბითუმო ფასებში ან წმინდა პროდუქციის ნორმატივებში;

$\sum z_{\Phi}$ დაუსრულებელი წარმოების ნაშთები წლის ბოლოს თვითღირებულებით;

k_{Φ} - ფასში ან წმინდა პროდუქციის ნორმატივში თვითღირებულების გადაყვანის კოეფიციენტი*.

ამ გაანგარიშებით მივიღებთ დაუსრულებელი წარმოების ნაშთებს საგეგმო წლის ბოლოსათვის გამოხატულს საბითუმო ფასებით ან წმინდა პროდუქციის ნორმატივებით (z_{Φ}^b).

იმისათვის, რომ განვსაზღვროთ, თუ რა რაოდენობით დაუსრულებელი წარმოება უნდა დამზადდეს საგეგმო პერიოდში, საჭიროა ვიცოდეთ დაუსრულებელი წარმოების ნაშთები საგეგმო წლის პერიოდის დასაწყისისათვის საბითუმო ფასებში ან წმინდა პროდუქციის ნორმატივებში (z_{Φ}^b). ამ მაჩვენებლის მისაღებად კი უნდა ვიცოდეთ:

1. საანგარიშგებო წლის პირველი იანვრისათვის დაუსრულებელი წარმოების ნაშთი ღირებულებით ან წმინდა პროდუქციის ნორმატივებით, რაც შეგვიძლია დავადგინოთ საბუღალტრო აღრიცხვის მონაცემების მიხედვით (z_{Φ}^b).

2. ფასებით ან წმინდა პროდუქციის ნორმატივებით გამოხატული

* ე.ი. ინფლაციის შემთხვევაში k_{Φ} დაზუსტდება ინფლაციის კოეფიციენტი

სასაქონლო პროდუქციის გეგმის შესრულება პროცენტებში საანგარიშგებო წლის პირველ ნახევარში ($V_{\text{წ}}$ %);

3. საერთო ან ნორმატიული წმინდა პროდუქცია და ფასები ან წმინდა პროდუქციის ნორმატივებით გამოხატული სასაქონლო პროდუქციის გეგმა საანგარიშგებო წლის მეორე ნახევარისათვის ($W_{\text{გ}}, V_{\text{გ}}$);

4. საანგარიშგებო წლის მეორე ნახევარში ფასებში ან წმინდა პროდუქციის ნორმატივებში გამოხატული სასაქონლო პროდუქციის და პროდუქციის საერთო გამოშვების გეგმის მოსალოდნელი გადაჭარბება პროცენტებში ($V_{\text{გ}} \%, W \%$);

ამ მონაცემების საფუძველზე შეგვიძლია გავიანგარიშოთ საანგარიშო წლის მეორე ნახევარში სასაქონლო პროდუქციის მოსალოდნელი გამოშვება, ფასებში ან წმინდა პროდუქციის ნორმატივებში, რაც მიიღება შემდეგი ფორმულით:

$$V_{\text{აი}} = V_{\text{გ}} \times V_{\text{გ}} \%,$$

პროდუქციის საერთო გამოშვების გეგმის მოსალოდნელი შესრულება კი იანგარიშება შემდეგი ფორმულით:

$$W_{\text{აი}} = W_{\text{გ}} \times W_{\text{გ}} \%$$

ამის შემდეგ უკვე შეგვიძლია გავიანგარიშოთ დაუსრულებელი წარმოების მოსალოდნელი ნაშთი საგეგმო წლის დასაწყისისათვის შემდეგი ფორმულის დახმარებით:

$$E_{\text{წ}}^{\text{წ}} = E_{\text{წ}}^{\text{წ}} + (W_{\text{აი}} - V_{\text{აი}}),$$

იმისათვის, რომ განვსაზღვროთ საბითუმო ფასებში ან წმინდა პროდუქციის ნორმატივებში დაუსრულებელი წარმოების ის მოცულობა, რომელიც საგეგმო პერიოდში უნდა დამზადდეს, საჭიროა გავიანგარიშოთ მათ ნაშთებს შორის სხვაობა, სახელდობრ:

$$E_{\text{წ}}^{\text{წ}} - E_{\text{წ}}^{\text{წ}} = \pm \Delta E_{\text{წ}}$$

თუ $E_{\text{წ}}^{\text{წ}} > E_{\text{წ}}^{\text{წ}}$, მაშინ სხვაობა მიიღება + ნიშნით, ხოლო თუ $E_{\text{წ}}^{\text{წ}} < E_{\text{წ}}^{\text{წ}}$, მაშინ მიიღება (მინუსი) ნიშნით. ეს ნიშნები პირველ შემთხვევაში იმაზე მიგვითითებს, რომ საგეგმო წელს უნდა დამზადდეს ΔE

რაოდენობის დაუსრულებელი წარმოების მარაგნამეტი, ვინაიდან იგი დაემატება წლის დასაწყისში გადმოსულ გ^წ-ს და ამ გზით მოგვეცემს საგვემო წლის ბოლოსათვის გ^ბ რაოდენობის დაუსრულებელი წარმოების ნაშთს, მეორე შემთხვევაში კი (ე. ი. მინუსი) საგვემო წელს სულ არ უნდა დამზადდეს დაუსრულებელი წარმოების მარაგნამეტი, პირიქით წლის დასაწყისში გადმოსული ნაშთების გ^წ-ს Δგ ნაწილი უნდა დაიხარჯოს სასაქონლო პროდუქციის გამოსაშვებად, რაც იმას მზასწავებს, რომ წლის ბოლოსათვის დაუსრულებელი წარმოების ნაშთები (გ^ბ) წლის დასაწყისის ნაშთებზე, ე. ი. გ^წ-ზე Δგ-თი ნაკლები იქნება.

8.13. პროდუქციის ფიზიკური მოცულობის გაანგარიშება ნორმატიული წმინდა პროდუქციის მეთოდით

წმინდა პროდუქციის ნორმატივი პროდუქციის მოცემული სახეობის ერთეულზე ყალიბდება მისი საპროექტო „საგვემო“ თვითღირებულების საფუძველზე, რომელიც ფასწარმოქმნის მიერ გამოიყენება საბითუმო ფასების დადგენის ბაზად.

წმინდა პროდუქციის ნორმატივებში აისახება ცოცხალი შრომის დანახარჯები და მოგება. *ნორმატიული წმინდა პროდუქციის დადგენა, საერთო პროდუქციის მაჩვენებელთან ერთად საჭიროა, საბაზრო ეკონომიკის პირობებში პროდუქციის საერთო გამოშვების მასალატევალობის მართვისათვის.*

ნორმატიული წმინდა პროდუქციის მოცულობის გაანგარიშება ხორციელდება ყველა იმ ელემენტის მიხედვით, რომელსაც მოიცავს სამრეწველო პროდუქციის საერთო ფიზიკური მოცულობა. სახელდობრ, მზა პროდუქცია, ნახევარფაბრიკატები, რომლებიც გათვალისწინებულია საწარმოს ფარგლებს გარეთ გასაცემად სასაქონლო ნახევარფაბრიკატები, სამრეწველო ხასიათის გარეთ შესრულებადი სამუშაოები, სამუშაოები, რომლებიც ხორციელდებიან მეც-

ნიერებისა და ტექნიკის განვითარების ერთიანი ფონდის ხარჯზე, საწარმოს მუშაკთა მიერ განხორციელებული კაპიტალური რემონტისა და მოდერნიზაციის მოცულობა, დაუმთავრებელი წარმოების ნაშთების და საკუთრივ წარმოებული სპეციალური ტექნოლოგიური აღჭურვილობის ცვლილება (მატება-კლება საგეგმო პერიოდის ბოლოს დასაწყისთან შედარებით) და ა.შ. ამასთანავე, ის გამოწვევების, რომელიც დაშვებულია მრეწველობის ზოგიერთი დარგისათვის და რომლის მიხედვითაც სასაქონლო პროდუქციის მოცულობაში შეიძლება, მზა ნაკეთობათა ღირებულების გარდა საკუთარი წარმოების ის ნახევარფაბრიკატები, რომელიც იხარჯება ამავე საწარმოში მზა პროდუქციის წარმოებაზე, არ ვრცელდება ნორმატიული წმინდა პროდუქციის მაჩვენებელზე.

ნორმატიული წმინდა პროდუქციის მოცულობა წესდება პერსპექტიული გეგმით წლების მიხედვით. ნორმატიული წმინდა პროდუქციის მეტად ზუსტი განსაზღვრისათვის მისი გაანგარიშება ზორციელდება პროდუქციის რაც შეიძლება ფართო ნომენკლატურისათვის, იმის გათვალისწინებით, რომ უშუალო (პირდაპირი) გაანგარიშებით იყოს მოცული უწყების (სამინისტროს) პროდუქციის საერთო მოცულობის არანაკლებ 80-85%-ისა, გრძელვადიანი დავალება ნორმატიული წმინდა პროდუქციის მიხედვით მტკიცდება გრძელვადიან გეგმაში, ზრდის ტემპების სახით, რომლებიც განსაზღვრულია მზარდი შედეგებით. ნორმატიული წმინდა პროდუქციის მიმდინარე წლის გეგმა ითვალისწინებს მის წარმოდგენას კვარტალების მიხედვითაც.

პროდუქციის ფიზიკური მოცულობის დაგეგმვისა და აღრიცხვისათვის საჭიროა გეკონდეს წმინდა პროდუქციის ნორმატივები და წმინდა პროდუქციის ნორმატიული კოეფიციენტები. წმინდა პროდუქციის მოცემული სახეობის ერთეულის მიმართ განესაზღვროთ j მწარმოებელი ფირმების (საწარმოთა) მიხედვით ამ პროდუქციის ერთეულის თვითღირებულებაში (კალკულაცია) საწარმოო მუშების ძირითადი და დამატებითი ხელფასი სოცდაზღვევის ანარიცხებით (S_{ij}), მმართველ და მომსახურე პერსონალის ძირითადი და დამატებითი ხელფასის საწარმოო მუშების ხელფასთან შეფარდების კოეფიციენტი

$$K_i = \frac{S_i^1 - S_i^0}{S_i^0}$$

სადაც S_i^1 არის-სამრეწველო-საწარმოო პერსონალის ძირითადი და დამატებითი ხელფასი ფირმაში (საწარმოში) სულ.

S_i^0 - საწარმოო მუშების ძირითადი და დამატებითი ხელფასი ამავე (საწარმოში).

ამ ორი მონაცემით შეგვიძლია გავიანგარიშოთ წარმოების მმართველობისა და მომსახურებაზე სამრეწველო-საწარმოო პერსონალის ძირითადი და დამატებითი ხელფასი სოცდაზღვევის ანარიცხებით პროდუქციის ერთეულზე ($S_{ij} \times K_i$), რის შემდეგაც შეგვიძლია დავადგინოთ სამრეწველო საწარმოო პერსონალის ხელფასი სოცდაზღვევის ანარიცხებით პროდუქციის ერთეულის თვითღირებულებაში.

$$S_{ij} + S_{ij} \times K_i = S_{ij} \cdot (1 + K_i);$$

ფირმები (საწარმოები) უნდა განვალაგოთ $S_{ij}(1+K_i)$ მაჩვენებლის სიდიდის კლებადი თანამიმდევრობით. ეს თანამიმდევრობა აღვნიშნოთ j -ით. ამ j თანამიმდევრობიდან უნდა მოვხსნათ ის საწარმოები, რომლებიც მკვეთრად გამოირჩევიან $S_{ij}(1+K_i)$ სიდიდის მაქსიმუმით. საწარმოები, რომლებიც დარჩებიან ამ გაწმენდის შემდეგ თავისი პროდუქციის ხვედრიწონით უნდა წარმოადგენდნენ i პროდუქციის დარგობრივ მოცულობაში ძირითადი მასის მწარმოებლებს. გაანგარიშებიდან გამორიცხულ საწარმოთა რაოდენობა ანუ მათ შორის ბოლო საწარმოს რიგითი ადგილი აღვნიშნოთ m -ით.

ამ სახით გაწმენდილ თანამიმდევრობაში დარჩენილ საწარმოთა მიხედვით იანგარიშება i პროდუქციის ერთეულის თვითღირებულებაში სამრეწველო-საწარმოო პერსონალის საშუალოდარგობრივი ხელფასი სოცდაზღვევის ანარიცხებით (\bar{S}_i), როგორც ინდიკატური (მიმანიშნებელი) სიდიდე.

$$(\bar{S}_i) = \frac{\sum_{i=m+1}^n S_{ij} \cdot (1 + K_i)}{\sum_{i=m+1}^n q_{ij}}$$

სადაც n არის i თანამიმდევრობის ბოლო წევრი;

q_{ij} j საწარმოს მიერ i სახეობის პროდუქციის q რაოდენობით გამოშვება (წარმოება).

ამრიგად. მივიღებთ წმინდა პროდუქციის დარგობრივი ნორმატივების ერთ-ერთ ელემენტს (ხელფასს).

მეორე ელემენტის გაანგარიშებისათვის საჭიროა გაწმენდის შემდეგ დარჩენილ საწარმოთა (ფირმების) მიხედვით ავიღოთ მონაცემები პროდუქციის ერთეულის თვითღირებულების შესახებ პირდაპირი მატერიალური დანახარჯების გამოკლებით* (C_{ij}), ამის საფუძველზე იანგარიშება i -ური პროდუქციის ერთეულის საშუალო-დარგობრივი თვითღირებულება პირდაპირ მატერიალური დანახარჯების გამოკლებით:

$$(\bar{C}_i) = \frac{\sum_{i=m+1}^n C_{ij}^* \times q_i}{\sum_{i=m+1}^n q_{ij}}$$

საჭიროა გვექონდეს i -ური პროდუქციის რენტაბელობის ინდიკატური ნორმატივი %-ით თვითღირებულების მიმართ პირდაპირი მატერიალური დანახარჯების გამოკლებით (λ_i). ამის შემდეგ შესაძლებელი ხდება გავიანგარიშოთ ნორმატიული მიმანიშნებელი მოგება i -ური სახეობის პროდუქციის ერთეულზე (P_i).

*პირდაპირ მატერიალურ დანახარჯებს შეადგენს კალკულაციის ისეთი მუხლები, როგორცაა ნედლეული და ძირითადი მასალები დაბრუნებითი ნარჩენების გამოკლებით, ნაყიდი მაკომპლექტებელი ნაკეთობანი, ნახევარფაბრიკატები და კოოპერირებულ საწარმოთა მომსახურებანი, სათბობი და ენერჯია ტექნოლოგიური მიზნებისათვის.

სახელდობრ:

$$P_i = \frac{\bar{C}_j \times \lambda_i}{100};$$

ამრიგად, წმინდა პროდუქციის ნორმატივი i სახეობის პროდუქციის ერთეულზე იქნება:

$$q_{\bar{c}}^i = \bar{S}_i + P_i.$$

უშუალო გაანგარიშების ერთიან ფორმულას ექნება შემდეგი სახე:

$$q_{\bar{c}}^i = \frac{100 \cdot \sum_{i=m+1}^n S_{ij}(1+K_j) + \sum_{i=m+1}^n C_{ij}^* \times q_{ij}}{100 \cdot \sum_{i=m+1}^n q_{ij}}$$

იმისათვის, რომ შევძლოთ პროდუქციის ფიზიკურ მოცულობაში ჩაერთოთ დაუმთავრებელი წარმოების ნაშთები, საჭიროა განვსაზღვროთ მათ მიმართ წმინდა პროდუქციის მიმანიშნებელი ნორმატივები. იქ, სადაც პროდუქციის აღრიცხვა ხდება ნატურით, შესაძლებელია უშუალოდ გავიანგარიშოთ პროდუქციის „დაუმთავრებელი წარმოების“ ერთეულზე წმინდა პროდუქციის ნორმატივი. ხოლო იქ სადაც პროდუქცია იგეგმება და აღრიცხება არა ნატურით არამედ ღირებულებით გამოხატულებაში საჭიროა, უწინარეს ყოვლისა, განვსაზღვროთ წმინდა პროდუქციის ნორმატიული კოეფიციენტი. ღირებულებით გამოხატული ასეთი პროდუქციაა სათადარიგო ნაწილები, სამრეწველო ხასიათის სამუშაოები, დანარჩენი პროდუქცია.

პროდუქციის ასეთ სახეობათა მიხედვით უნდა გვქონდეს შემდეგი მონაცემები: პროდუქციის მოცულობა საწარმოს საბითუმო ფასებში (Q_{Σ}), საწარმოო მუშების ძირითადი და დამატებითი ხელფასი სოცდაზღვევის ანარიცხებით (S_p) და კოეფიციენტი K_i . ნორმატიული წმინდა პროდუქციის მოცულობაში შემაჯავლი სასაქონლო პროდუქციის თვითღირებულებიდან სამრეწველო-საწარმოო პერსონალის ხელფასი სოცდაზღვევის ანარიცხებით იქნება $S^i(1+K_i)$.

თუ მოგებას სასაქონლო პროდუქციის რეალიზაციიდან აღვნიშნავთ P_k -ით, მაშინ ნორმატიული წმინდა პროდუქციის მოცულობა $Q_{წა} = S^{\circ}(1 + K_i) + P_k$, წმინდა პროდუქციის ნორმატიული კოეფიციენტი კი იქნება:

$$k_{წა} = Q_{წა} : Q_{სე}$$

ასეთი გაანგარიშებით მიღებული კოეფიციენტი ექვემდებარება დამტკიცებას მართვის მაღალ ღონეზე.

ამ კოეფიციენტის დამტკიცების შემდეგ ხორციელდება დაუმთავრებელი წარმოების ნაშთების ცვლილებაში ნორმატიული წმინდა პროდუქციის გაანგარიშება.

$$\pm \Delta b_{წა} = \pm \Delta b_{სე} \times k_{წა}$$

ნორმატიული წმინდა პროდუქციის მოცულობის პირდაპირი გაანგარიშება დაუმთავრებელი წარმოების ნაშთების ცვლილებაში ხორციელდება ნატურალურ ფორმაში წარმოდგენილი პროდუქციის კონკრეტული სახეობის ერთეულზე.

ამისათვის ავიღებთ საგეგმო საანგარიშო პერიოდის დასაწყისში დაუმთავრებელი წარმოების ნაშთების თვითღირებულებაში საწარმოო მუშების ძირითად ხელფასს ($S_{აღ}^{\circ}$). ასევე ავიღებთ იგივე მაჩვენებელს საგეგმო (საანგარიშო) პერიოდის ბოლოსათვის $S_{აღ}$. ამის შემდეგ იანგარიშება დაუმთავრებელი წარმოების თვითღირებულებაში საწარმოო მუშების ძირითადი ხელფასის ცვლილება ($S_{აღ}^{\circ} - S_{აღ}$). უნდა გამოვიყენოთ მზა პროდუქციის ერთეულზე წმინდა პროდუქციის ნორმატივი ($q_{წა}^{\circ}$) და მიმდინარე პერიოდისათვის დაგეგმილი საწარმოო მუშების ძირითადი ხელფასის ოდენობა (S). მათ საფუძველზე შეგვიძლია განვსაზღვროთ მოცემულ ნაკეთობაზე (პროდუქციის მოცემული სახეობის ერთეულზე) წმინდა პროდუქციის ნორმატიული კოეფიციენტი ($q_{წა}^{\circ} : S_{აღ}^{\circ}$), რის შემდეგაც შეგვიძლია გავიანგარიშოთ ნორმატიული წმინდა პროდუქციის მოცულობა დაუმთავრებელი წარმოების ნაშთების ცვლილებაში: სახელდობრ,

$$\pm \Delta b_{\text{წა}} = (S_{\text{მ}}^{\text{ა}} - S_{\text{ლ}}) \cdot (q_{\text{წ}}^{\text{წ}} : S_{\text{ქ}}^{\text{ქ}}),$$

$$\text{ანუ } \pm \Delta b_{\text{წა}} = \frac{q_{\text{წ}}^{\text{წ}}}{S_{\text{ქ}}^{\text{ქ}}} (S_{\text{მ}}^{\text{ა}} - S_{\text{ლ}}^{\text{ა}}).$$

ამრიგად, სამრეწველო ფირმებში საწარმოებში, სადაც საქმე გვაქვს ხანგრძლივ ციკლიანი პროდუქციის დამზადებასთან, ნორმატიული წმინდა პროდუქციის საერთო ფიზიკური მოცულობა ($Q_{\text{წ}}$) იანგარიშება ფორმულით:

$$Q_{\text{წ}} = V_{\text{წ}} \pm \Delta Q_{\text{წ}},$$

სადაც $V_{\text{წ}}$ არის სასაქონლო პროდუქცია გამოხატული წმინდა პროდუქციის ნორმატივებით.

8.14. სასაქონლო, საერთო და ნორმატიული წმინდა პროდუქციის დაგეგმვა

საწარმოს (ფირმის) საწარმოო პროგრამაში პროდუქცია წარმოდგენილია არა მარტო მზა პროდუქციის სახით არამედ პროდუქციის მოცულობის ისეთი ძირითადი მაჩვენებლებითაც, როგორცაა სასაქონლო პროდუქცია, საერთო პროდუქცია და ნორმატიული წმინდა პროდუქცია.

სასაქონლო პროდუქცია გვიჩვენებს საწარმოს მიერ გარეთ გასაცემი პროდუქციისა და გარეთ შესასრულებელი სამუშაოების საერთო ღირებულებას მიმდინარე ფასებში. ამიტომ სასაქონლო პროდუქცია მოიცავს საწარმოს მიერ გამოშვებულ იმ ნაწარმსა და ნახევარფაბრიკატებს, რომელიც უნდა იქნეს რეალიზებული. აქვე შედის გარეთ შესასრულებელი სამუშაოებიც. მათი რეალიზაციით საწარმოო იბრუნებს იმ თანხას, რომელიც მან დახარჯა პროდუქციის დასამზადებლად და, გარდა ამისა, იგი იღებს მოგებასაც, ე.ი. *სასაქონლო პროდუქცია წარმოადგენს საწარმოს შემოსავლის წყაროს*. ამიტომ, აქ უაღრესად დიდი მნიშვნელობა ენიჭება ღირებულებას და იანგარიშება მიმდინარე საბითუმო ფასებით. სასაქონლო პროდუქციის დაგეგმვა

შესაძლებელია შემდეგი ფორმულის დახმარებით:

$$V_g = Q_p + (\tilde{Q}_{\text{ფ.გ.ა.}} - \tilde{Q}_{\text{ფ.ა.დ.}}) + \pi.$$

სადაც V არის საწარმოს სასაქონლო პროდუქციის გეგმა;

Q_p საკუთარი ნედლეულიდან და მასალებიდან დამზადებული მზა პროდუქცია, რომელიც სარეალიზაციოდაა განკუთვნილი. აქვე შედის დამკვეთის ნედლეულისა და მასალების გადამუშავების ღირებულება;

$\tilde{Q}_{\text{ფ.გ.ა.}}$ - მთელი გამოსაშვები ნახევარფაბრიკატები ღირებულებით;

$\tilde{Q}_{\text{ფ.ა.დ.}}$ სხვა საამქროებში გადასამუშავებელი საკუთარი წარმოების ნახევარფაბრიკატების ღირებულება;

π - გარეთ შესასრულებელი სამრეწველო ხასიათის სამუშაოთა ღირებულება, მათ შორის ითვლება საკუთარი საწარმოს მოწყობილობის კაპიტალური და სატრანსპორტო საშუალებათა რემონტი

ამ ფორმულიდან ჩანს, რომ თუ მთელ გამოსაშვებ ნახევარფაბრიკატებს ($\tilde{Q}_{\text{ფ.გ.ა.}}$) გამოვაკლებთ სხვა საამქროებში გადასამუშავებელ

ნახევარფაბრიკატებს ($\tilde{Q}_{\text{ფ.ა.დ.}}$), მაშინ დაგვრჩება ნახევარფაბრიკატების ის მოცულობა, რომელიც მოცემულ საწარმოს (ფირმის) ფარგლებში აღარ გაივლის შემდგომ დამუშავებას, ე. ი. ის, რომელიც გაიცემა სარეალიზაციოდ ($\tilde{Q}_{\text{ფ.რ.}}$).

სასაქონლო პროდუქციის და დაუსრულებელი წარმოების საგეგმო მაჩვენებელთა დადგენის შემდეგ შესაძლებელი ხდება განვსაზღვროთ საერთო და ნორმატიული წმინდა პროდუქციის საგეგმო მოცულობა, საერთო და ნორმატიული წმინდა პროდუქციის გეგმის შედგენის მიზანია საგეგმო პერიოდისათვის გამოხატოს საწარმოო საქმიანობის საბოლოო შედეგების საერთო მოცულობა, რომელიც თავის თავში აერთიანებს მზადყოფნის სხვადასხვა დონეზე მყოფ და სხვადასხვა კონკრეტული შრომის პროდუქტთა მოცულობას. მართლაც, საგეგმო პერიოდში წარმოებს სხვადასხვა სახეობის და სორტის პროდუქციის დამზადება, რაზედაც იხარჯება განსხვავებული კონკრეტული შრომა. პროდუქციის ამა თუ იმ სახეობის

დამზადების დაწყება და საწარმოო ციკლის ხანგრძლივობა განაპირობებს იმას, თუ საგეგმო პერიოდის დასასრულისათვის რა მდგომარეობას მიაღწევს შრომის პროდუქტი, იგი მოასწრებს მზა პროდუქტად, ნახევარფაბრიკატად გადაქცევას თუ ჯერ კიდევ დაუსრულებელი წარმოების სტადიაზე იქნება წარმოდგენილი. ყოველივე ამას ვლბებულობთ საგეგმო პერიოდში საწარმოო საქმიანობის საბოლოო შედეგის პროდუქციის სახით. მათი საერთო მოცულობა კი წარმოდგენილია საერთო და ნორმატიულ წმინდა პროდუქციაში. ამ მოსაზრებიდან გამომდინარე, საწარმოს საერთო და ნორმატიულ წმინდა პროდუქციამ უნდა მოიცავს სასაქონლო პროდუქცია, არასასაქონლო ნახევარფაბრიკატები და დაუსრულებელი წარმოება, რომელიც დამზადებული იქნება მოცემულ საგეგმო პერიოდში. არასასაქონლო ნახევარფაბრიკატების მოცულობა შეგვიძლია გავიანგარიშოთ ნაშთებს შორის სხვაობის სახით იმის ანალოგიურად, როგორც ეს მივიღეთ დაუსრულებელი წარმოების მიმართ.

ამრიგად, საერთო პროდუქციის დაგვეგმვის ტიპიურ ფორმულას ექნება შემდეგი სახე: $W = V_{\text{შ}} \pm \Delta\theta_{\text{შ}}$ ნორმატიული წმინდა პროდუქციის ფორმულას კი:

$$Q_{\text{წ}} = V_{\text{წ}} \pm \Delta\theta_{\text{წ}} .$$

უნდა გავითვალისწინოთ, რომ პროდუქციის საერთო გამოშვების ფიზიკურ მოცულობას გამოვხატავთ შესადარ (უცვლელ) ფასებში თუ წმინდა პროდუქციის სტაბილური ნორმატივებით სულერთია, მისი დანიშნულებაა, შექმნას იმის შესაძლებლობა, რომ სხვადასხვა კონკრეტული შრომის პროდუქტი (კარაქი, ქვანახშირი, კონსერვი და ა. შ.) დავაჯამოთ და მივიღოთ ერთი გაამართიანებული მაჩვენებელი. ამ შემთხვევაში ღირებულებას (ფასებს) და წმინდა პროდუქციის ნორმატივებს იმიტომ ვიყენებთ, რომ აბსტრაქტული შრომის მეშვეობით ისინი თანაზომადს ზღიან სხვადასხვა კონკრეტული შრომის პროდუქტებს.

პროდუქციის ფიზიკური მოცულობის განხილვა დინამიკაში არ უნდა ასახავდეს არც ღირებულების და არც წმინდა პროდუქციის, როგორც ღირებულების ნაწილის, ცვლილებას. ამის გამორიცხვა კი შესაძლებელია, თუ საერთო და ნორმატიულ წმინდა პროდუქციის მაჩვენებელს დავგვეგმავთ რომელიმე ერთ-ერთი პერიოდის ან თარიღი-

სათვის დადგენილი ფასებით და წმინდა პროდუქციის სტაბილური ნორმატივებით, რომელიც მიღებული იქნება როგორც უცვლელი მთელი ზუთწლედის მანძილზე. საჭიროა სასაქონლო პროდუქციაც ამ ფასებით და წმინდა პროდუქციის სტაბილური ნორმატივებით იქნეს შეტანილი საერთო პროდუქციის და ნორმატიული წმინდა პროდუქციის გეგმაში.

ამრიგად, საერთო პროდუქცია (W) აღემატება სასაქონლო პროდუქციას არასასაქონლო ნახევარფაბრიკატებისა და დაუსრულებელი წარმოების ნაშთების სხვაობებით, თუ ეს სხვაობა მიიღება პლუსი (+) ნიშნით და ნაკლები შეიძლება აღმოჩნდეს, თუ აღნიშნული სხვაობა მიიღება მინუსი (-) ნიშნით.

აქვე საჭიროა შევნიშნოთ, რომ საერთო პროდუქციას, როგორც პროდუქციის საერთო გამოშვების ფიზიკური მოცულობის მაჩვენებელს, აქვს გარკვეული ხარვეზები, იგი არადაამკმაყოფილებლად ასახავს საწარმოს მიერ გამომუშავებული პროდუქციის ფიზიკური მოცულობის დინამიკას. ეს გარემოება განპირობებულია შემდეგი მიზეზებით:

1. „მასალატევადობის“ მიხედვით პროდუქციის შემადგენლობის ცვლილებით;

2. საწარმოს ორგანიზაციულ-ტექნიკური სტრუქტურის ხშირი ცვლილებით, რასაც იწვევს წარმოების სპეციალიზაცია კოოპერირება და კომბინირება;

3. პროდუქციის ახალ სახეობებზე შედარებით მაღალი ფასების არსებობით;

საერთო და ნორმატიულ წმინდა პროდუქციას შორის განსხვავება წარმოგვიდგება შემდეგი სახით:

1. საერთო პროდუქცია პროდუქციის ფიზიკურ მოცულობას გამოხატავს მთელი ღირებულებით (ფასით), ნორმატიული წმინდა პროდუქცია კი ღირებულების (ფასის) ნაწილით, სახელდობრ, წმინდა პროდუქციის ნორმატივით (ხელფასი+მოგება);

2. საერთო პროდუქციაზე პროდუქციის სტრუქტურის ცვლილება, მასალატევადობის მიხედვით განსხვავებული პროდუქციის შემადგენლობის გამო, საგრძნობ გავლენას ახდენს, ნორმატიული წმინდა პროდუქცია კი გამორიცხავს ამგვარ გავლენას.

ნორმატიული წმინდა პროდუქცია პროდუქციის საერთო გამოშვების ფიზიკური მოცულობის მაჩვენებელია, რომელიც გაანგარიშე-

ბულია პროდუქციის ერთეულზე დაწესებული წმინდა პროდუქციის ნორმატივით. ეს ნორმატივი აიღება სტრატეგიული პერიოდის მანბილზე როგორც უცვლელი სიდიდე.

8.15. კოოპერირებული შიკვითების ნომენკლატურისა და მოცულობის დადგენა

საწარმოს საწარმოო პროგრამის და საამქროების საწარმოო პროგრამის დამუშავების დროს აუცილებელია გადაიტკრას შიდასაწარმოო და საწარმოთაშორისო კოოპერირების საკითხები. შიდასაწარმოო კოოპერირების დადგენის დროს საამქროებსა და საწარმოო უბნის მუშაობის შეთანხმებას გადამწყვეტი მნიშვნელობა აქვს, რაც უნდა აისახოს საამქროების საწარმოო პროგრამაში. ამ დროს ხდება ისეთი საკითხების გადაწყვეტა, როგორცაა:

1. ყოველ საამქრო და საწარმოო უბანზე დასამზადებელი ნომენკლატურის შემცირების შესაძლებლობათა მაქსიმალურად გამოყენება;
2. დასამზადებელი პროდუქციის ტექნოლოგიური ერთეულობის მიღწევის შესაძლებლობათა მაქსიმალურად გამოყენება;
3. დასაგეგმი პროდუქციის სრული შესაბამისობის უზრუნველყოფა სახეზე მყოფ საწარმოო სიმძლავრეებთან;
4. ცალკეული დეტალებისა და კვანძების გადაცემა სხვა საამქროსათვის და, ჭარბი სიმძლავრეების გამოყენების მიზნით, სხვა საამქროებისათვის ცალკეული დეტალებისა და კვანძების დამზადება კოოპერირების წესით.

საამქროებისა და საწარმოო უბნების კოოპერირების ორგანიზაციის დროს დიდი მნიშვნელობა აქვს საამქროების მიერ პროდუქციის კომპლექსურ გამოშვებას. საწარმოო საამქროები შეგვიძლია დავაჯგუფოთ მიმწოდებელ და მომხმარებელ საამქროებად. საწარმოო პროცესის წინა სტადიის მომცველი საამქრო იქნება მიმწოდებელი მომდევნო სტადიის მომცველი საამქროსათვის და, პირიქით, მომდევნო სტადიის მომცველი საამქრო-იქნება წინა სტადიის საამქროს პროდუქციის მომხმარებელი, ამიტომ მიმწოდებელი საამქროების მიერ დეტალების კომპლექტების დამზადება უზრუნველყოფს მომხმარე-

ბელი საამქროების შეუფერხებელ მუშაობას და დაუსრულებელი წარმოების მინიმუმს, თუ მათი საქმიანობა მჭიდროდაა ურთიერთშეთანხმებული სამუშაოთა შესრულების დროისა და მოცულობის მიხედვით.

ლაგევგვის პროცესში წყდება არა მარტო შიდასაწარმოო, არამედ საწარმოთაშორისო კოპერირების საკითხებიც, სახელდობრ:

1. სიმრავლეების სიჭარბისა და დეფიციტის განსაზღვრა ნახევარფაბრიკატების სახეობათა და მოწყობილობათა ჯგუფების მიხედვით;

2. საწარმოს სპეციალიზაციის შემდგომი გაღრმავებისა და წარმოების მასშტაბის გადიდების შესაძლებლობათა განსაზღვრა;

3. ამა თუ იმ დეტალის, კვანძებისა თუ ნაკეთობათა კოოპერირების წესით მიღების ეკონომიურობა, მათი მოცემულ საწარმოში დამზადებასთან შედარებით.

ამ საკითხების საფუძველზე ხდება ნახევარფაბრიკატების ბალანსის შემუშავება. ნახევარფაბრიკატების ბალანსში მოცემულია:

1. საწარმოო სიმძლავრეები ნახევარფაბრიკატების სახეობათა მიხედვით;

2. პროგრამით გათვალისწინებულ პროდუქციაზე და დაუსრულებელი წარმოების ნაშთების შექმნაზე ნახევარფაბრიკატების საჭიროება;

3. ნახევარფაბრიკატებზე მოთხოვნილების დაფარვის შესაძლებლობა, დაუსრულებელი წარმოების ნაშთების შექმნაზე ნახევარფაბრიკატების საჭიროება;

4. ნახევარფაბრიკატების საჭიროებასა და დაფარვის შესაძლებლობას შორის სხვაობა, რომელიც გვიჩვენებს ნახევარფაბრიკატების დეფიციტს ან სიჭარბეს;

5. ნახევარფაბრიკატების დეფიციტის დაფარვის საჭიროება კვარტლების მიხედვით;

6. ნახევარფაბრიკატების სიჭარბის განაწილება კვარტლების მიხედვით;

7. საწარმოო სპეციალიზაციის გაუმჯობესების მიზნით, ნახევარფაბრიკატების დამზადების პროცესის სხვა საწარმოებისათვის გადასაცემი ნომენკლატურა და მოცულობა;

8. იმ ნახევარფაბრიკატების ნომენკლატურა და მოცულობა, რომელთა მიღება კოოპერირების გზით უფრო იაფი ჯდება, ვიდრე

მათი დამზადება მოცემულ საწარმოში.

ამ მარეწებელთა მიხედვით ხდება კოოპერირებულ შეკვეთათა ნომენკლატურისა და მოცულობის დადგენა.

8.16. პროდუქციის წარმოებისა და რეალიზაციის მოცულობის გეგმის შესრულების ანალიზი

ანალიზი იწყება პროდუქციის რეალიზაციის გაყიდვათა მოცულობის გეგმის შესრულების შეფასებით. შემდეგ ზორციელდება არარეალიზებული პროდუქციის წლის ბოლოს გარდამავალი ნაშთების, მათ შორის საწყობში მყოფი, გადატვირთული და მომხმარებელთან მყოფი ნაშთების გეგმიდან არასასურველი გადახრების მიზეზების გარკვევა.

ანალიზის ერთ-ერთი მთავარი დანიშნულებაა, განსაზღვროს პროდუქციის რეალიზაციის მოცულობაზე წარმოებისა და გასაღების ფაქტორთა გავლენები ყველა პოზიციით. სახელდობრ, პროდუქციის კომპლექტურობა და მოცულობა, მიწოდებათა ვადები და ადრესატები პროდუქციის რეალიზაციის შეფერხებათა მიზეზები. იმ შემთხვევაში, თუ რომელიმე ამ პოზიციის მიხედვით დარღვეულია გეგმური ვარაუდი, მას ვერ გადაფარავს სხვა პოზიციით გეგმის „გადაჭარბება“.

ყოველივე ამის შემდეგ ზორციელდება სასაქონლო პროდუქციის მიხედვით გეგმის მორგანიზებელი როლის შესრულების ანალიზი და ბოლოს, ანალიზს ექვემდებარება საერთო და ნორმატიული წმინდა პროდუქციის თანაფარდობით წარმოების საერთო მასალატევალობა.

სასაქონლო პროდუქციის მიხედვით გეგმის მორგანიზებელი როლის შესრულების ანალიზში არსებითი მნიშვნელობა ენიჭება პროდუქციის ასორტიმენტის ანალიზს.

ასორტიმენტის მიხედვით სასაქონლო პროდუქციის მორგანიზებელი როლის ანალიზის დროს საჭიროა გავითვალისწინოთ ის გარემოება, რომ საწარმოს მიერ სასაქონლო პროდუქციის გეგმის „შესრულება“ მოხდება ერთი ნაკეთობის მიმართ გეგმის გადაჭარბების გზით სხვა ნაკეთობათა გეგმის შეუსრულებლობის ხარჯზე თუ პირიქით სულერთია. მთავარია იგი იწვევდეს უკუგების ზრდას

და არა შემცირებას, საკონტრაქტო ვალდებულებათა დაურღვევლობას.

ამგვარი გადახრის უარყოფითი შედეგები გამოიხატება თვითღირებულების ზრდაშიც. (მაგალითად, განიერი საფეიქრო დაზგებით ვიწრო

ქსოვილის გამოშვება), წარმოებათა შორის დადგენილი კავშირის დარღვევაში (მაგალითად, ლასტიკის ნაცვლად ნარმის გამოშვება) და პროდუქციის ხარისხის შემცირებაში. ამ დროს ქსოვილის ნომერი დაბლა დაიწვეს, ე.ი. ხარისხი დაეცემა და ა. შ.

სულ სხვა მდგომარეობაშია მაგალითად პირველადი გადამუშავების ფაბრიკების შავი ან მწვანე ჩაის პროდუქციის ასორტიმენტი. აქ ასორტიმენტი არის პროდუქციის ნაკრები ხარისხობრივ თანრიგების ე. ი. სორტების მიხედვით. ჩაის პროდუქციის ხარისხობრივი თანრიგები (სორტები) გამოიყოფა ბალობრივი შეფასებით. თითოეული სორტი არ მოითხოვს სპეციალურ ტექნოლოგიას, სპეციალურ ტექნოლოგიურ დანადგარს და შრომის სპეციალურ ორგანიზაციას. ტექნოლოგიური რეჟიმის გაუმჯობესება და შეცვლა, უფრო რაციონალური ტექნოლოგიურ დანადგართა რეკონსტრუქცია, მოდერნიზაცია და ახალი ტექნიკის დანერგვა, შრომის ორგანიზაციის რაციონალიზაცია და ა.შ. ერთდროულად მოქმედებს პროდუქციის ყველა სორტის ხარისხის ზრდაზე და უფრო მაღალი ასორტიმენტის პროდუქციის გამოშვებაზე. ამავე მიმართულებით უმჯობესდება ნედლეულის ხარისხობრივი შემადგენლობა. ამიტომ პირველად გადამუშავების შავი ან მწვანე ბაიხის, ჩაის პროდუქციის ასორტიმენტის გავლენა სასაქონლო პროდუქციაზე იანგარიშება პროდუქციის სორტულობის მაჩვენებლის მიხედვით. მაღალხარისხოვანი სორტის პროდუქციის ზრდა დაბალხარისხოვანი სორტის შემცირების ხარჯზე იმას ნიშნავს, რომ პროდუქციის ხარისხის გაუმჯობესების გზით საწარმოს გაუზრდია მაღალხარისხოვანი სორტის პროდუქციის გამოშვება, რაც დადებით მოვლენად ჩაითვლება, ამრიგად, პროდუქციის სორტულობის ზრდის გზით მოხდება სასაქონლო პროდუქციის გადიდება.

უნდა აღინიშნოს ის გარემოებაც, რომ მაღალი სორტების შემცირება შესაძლოა დაფაროს დაბალი სორტების დიდი გადაჭარბებით გამოშვებამ.

ანალიზმა უნდა გამოავლინოს ასორტიმენტის მოძრაობის მიზეზები.

დიდი მნიშვნელობა აქვს კოოპერირებულ საწარმოთა შეკვეთების შესრულებას; შეკვეთების თუნდაც უმცირესი ნაწილის შეუსრულებლობას შეუძლია გამოიწვიოს კოოპერირებულ საწარმოთა მუშაობის ჩაშლა, ამიტომ საწარმოო პროგრამის ამ განყოფილების შესრულება დიდი ყურადღებით მოწმდება. ნომენკლატურის მიხედვით კონტრაქტის შესრულების შეფასების დროს კოოპერირებული

შეკვეთები შეაქვთ ძირითად ნაკეთობათა რიცხვში.

ნომენკლატურის ნაერთ მაჩვენებელთა გარდა, დიდი მნიშვნელობა აქვს დაუმთავრებელი წარმოების კომპლექსურობის გამოვლენას, ე.ი. რამდენად შეესაბამება დაუსრულებელი წარმოების ნაშთები მზა ნაკეთობათა გამოშვების მოთხოვნებს.

8.17. სამრეწველო შირმის (საწარმოს) აღბილი საბაზრო ურთიერთობათა სისტემაში

გაუჯერებელი ბაზრის სახელმწიფოებრივი რეგულირების დროსაც კი მწარმოებელი ბაზარზე უნდა ასაღებდეს თავის პროდუქციას და ამით ახორციელებდეს მომხმარებლის მოთხოვნათა დაკმაყოფილებას. ამ საფუძველზე წარმოების საშუალებათა მიმოქცევის ერთიანი პროცესი ორგანულ ურთიერთკავშირში წარმოგვიდგენს მომარაგებისა და გასაღების პროცესს. ამიტომ საბაზრო ურთიერთობათა მექანიზმი ორივე ფუნქციას ასრულებს.

მომარაგება-გასაღების ერთიანი პროცესი იწყება შეკვეთების გაფორმებით მიმწოდებელ-მწარმოებელსა და მომმარაგებელ-მომხმარებელს შორის (ორმხრივი ხელშეკრულება*), შემდეგ კი ხორციელდება წარმოებული პროდუქციის გასაღება-შესყიდვის ერთიანი აქტი, რომელიც მიმწოდებელსა და მომხმარებელს შორის ურთიერთდამაკავშირებელ რგოლად გვევლინება. ეს პროცესი მათ ჰკრავს ერთიან სისტემად. იგი იწყება წარმოებით, მისი დამთავრების შემდეგ კი გრძელდება საწარმოო, ან პირადი მოხმარების დაწყებით. მწარმოებელ გამყიდველის და მომხმარებელ-მყიდველის დამაკავშირებელი ხდება საბაზრო მექანიზმი თუ ყიდვა - გაყიდვის აქტი არ გამოირიცხავს საქონელთა თავისუფალ მოძრაობას და არაა შეზღუდული ზემოდან სახელმწიფო ღირეპტივით წინასწარ ნაკარნახევი განაწილება-გადანაწილებით, თუ თავისუფალია საწარმო-მყიდველი საწარმო-გამყიდველის შერჩევაში, თუ ყიდვა-გაყიდვის აქტი ხორციელდება გარიგებითი ფასებით. წინააღმდეგ შემთხვევა —

*კონტრაქტი (თავისუფალი ხელშეკრულება).

ში როდესაც დაკანონებულია ნორმატიული ფასები, მაშინ ფასები არ განიცდიან მერყეობას მოთხოვნა-მიწოდებათა შორის თანაფარდობის მიხედვით ე. ი. არ ფუნქციონირებს საბაზრო მექანიზმი. ამის გამო, გაუჯერებელი ბაზრის პირობებში საქონელზე გარიგებითი ფასები მაინც უნდა ფუნქციონირებდნენ, თუმცა სოციალურად სამართლიანი ფასების ჭერის ფარგლებში. ამ პირობებში გარიგებითი ფასების მარეგულირებელი საბაზრო მექანიზმი სათანადო გავლენას მოახდენს წარმოებაზე საქონლით გაუჯერებელი ბაზრის პირობებშიც კი. იგი წარმოშობს წარმოების გაძლოლის საჭიროებას მმართველობითი რაციონალიზმითა და პროდუქციის წარმოების დეფიციტის შემცირება-ლიკვიდაციის მისამართით. აქ ფასების ჭერი შეასრულებს კონკურენტის მიერ ნაკარნახევი ფასების ზედა ზღვარის მაგვირობას.

წარმოების პროცესი მომხმარებელს აქცევს მყიდველად. ამიტომ, მოცემული საწარმოს, როგორც მყიდველისა და წარმოებული პროდუქციის გამყიდველს შორის დევს სასაქონლო წარმოების მთელი ციკლი. ამის გამო სამრეწველო ფირმების საწარმოების მომარაგებისა და გასაღების (მარკეტინგის) სამსახურები ფუნქციონირებენ ერთმანეთისაგან განუყოფლად აერთიანებენ რა მეურნეობრიობის მოცემულ სტრატეგიულ ზონაში სასაქონლო წარმოების ციკლის დაწყებასა და დამთავრებას.

გაუჯერებელი საბაზრო ეკონომიკის პირობებში, ისევე, როგორც გაჯერებული ბაზრისას, საწარმოს მატერიალურ-ტექნიკური თვითმომარაგება (თვითუზრუნველყოფა) ისევე აუსცილებელია, როგორც თვითმმართველობა, პროდუქციის თვითრეალიზაცია და საკუთარი ეკონომიკური-საფინანსო „ბედის“ თვითგანმგებლობა.

ამგვარი დამოუკიდებლობა გზას უხსნის საწარმოს დამოუკიდებელ კომერციული საქმიანობისაკენ და თვითდაფინანსებაც პოულობს რეალურ ნიადაგს.

იმისათვის, რომ მიმართულებით განვითარდეს სამმართველო საქმიანობა, არსებითი მნიშვნელობა ენიჭება იმას, რომ მასზე ზემოქმედების მექანიზმს კარნახობდეს ბაზარი (საბაზრო მექანიზმი) და ამ გზით წარმოიშვას სამერნეო-კომერციული მოსაზრებებით წარმოებისა და ყიდვა-გაყიდვის პროცესების მართვა (მენეჯმენტი), ეს კი შესაძლებელია, თუ ამ მექანიზმის ფუნქციონირება

მოტივირებული იქნება მმართველობითი რაციონალიზმით და არა საბჭოური ტიპის მმართველობითი ბიუროკრატიზმით.

ფირმის საერთო შემოსავალში, განსაკუთრებით კი, მის წმინდა შემოსავალში (მოგებაში), ადმინისტრაციულ-სამმართველო აპარატის წვლილის მიხედვით მათი შრომის ანაზღაურების ორგანიზაცია ისეთი უნდა იყოს, რომ უკეთესი მმართველობითი მიღწევებისათვის შრომის ანაზღაურება მატულობდეს შეუზღუდავად. ეს კი მმართველობით ბიუროკრატიზმს გამოაცლის ნიადაგს.

მართლაც, ადმინისტრაციულ-სამმართველო აპარატისათვის მთავარი გახდება შემოსავალი და არა თანამდებობით „განცხრომა“. თანამდებობა იმდენად იქცევა შემოსავლის წყაროდ, რამდენაც უკეთ ართმევს თავს მართველი (მენეჯერი) თანამდებობრივი ფუნქციების შესრულებას. მან უნდა გამოიწვიოს შრომითი კოლექტივის შრომითი აქტივიზაცია, მათი მაღალორგანიზებული რაციონალური შრომისათვის დარაზმვა. მაშინ მონდომება, შემართება, ინიციატივა, ინტერესი, განწყობა და შემოქმედებითობა გახდება მმართველობის ატრიბუტები.

მუშაობის ამგვარი სტილი შიგასაფირმო ადმინისტრაციული ზემოქმედების მექანიზმს ათავსებს მმართველობითი რაციონალიზმის არხში. ამიტომ, ამგვარი ზემოქმედებით განხორციელებული პროდუქციის გასაღების ორგანიზაცია, მისი ასორტიმენტის განსაზღვრა და ა. შ. საქონლით გაუჯერებელი ბაზრისათვისაც აუცილებელია.

სამრეწველო საწარმოში (ფირმაში) პროდუქციის გასაღების დაგეგმვა ხორციელდება კონტრაქტების საფუძველზე. იგი მოიცავს: მიწოდების გეგმის და რეალიზაციის გეგმის შემუშავებას, ამ გეგმების ვადების მიხედვით შესრულების კონტროლს, პროდუქციის საამქროებიდან მიღებას, მათი გადატვირთვის ორგანიზაციას და სხვა ფუნქციებს.

თავის მხრივ, პროდუქციის მიწოდებისა და რეალიზაციის დაგეგმვა მოიცავს პროდუქციის მარაგების დაგეგმვას, მიწოდების გეგმის შეთანხმებას გადატვირთვის გეგმასთან, მზა პროდუქციის დაკომპლექტებას და ა. შ.

პროდუქციის მიწოდების გეგმა წარმოადგენს საგეგმო-საანგარიშო დოკუმენტების ერთობლიობას, რომლითაც განსაზღვრულია

მისაწოდებელი პროდუქციის ნომენკლატურა, მოთხოვნები მისი ხარისხის მიმართ, მიწოდების მოცულობა და ვადები ადრესატების მიხედვით.

მიწოდების გეგმა დგება კონტრაქტებზე დაფუძნებული პორტფელის, ხელშეკრულებების და კონრეტულ მომხმარებლისათვის მიწოდების განაწესთა საფუძველზე. პროდუქციის მიწოდების გეგმის საფუძველზე ხორციელდება პროდუქციის რეალიზაციის დაგეგმვა, რომელიც შემუშავდება არა მარტო ნატურალური, არამედ ღირებულებითი მაჩვენებლებითაც.

პროდუქციის გასაღების (გაყიდვათა მოცულობის) დაგეგმვის დროს საწარმოებში გაითვალისწინება საგეგმო პერიოდის დასაწყისა და ბოლოში პროდუქციის ნაშთების ოდენობა, მისი ის რაოდენობა, რომელიც მოიხმარება საკუთარი საჭიროებისათვის, გადასატვირთი პროდუქციის დაკომპლექტებაში კოოპერირების წესით სხვა საწარმოთა მონაწილეობა. აქვე აუცილებელია გათვალისწინებულ იქნეს შეკვეთების შესრულების და პროდუქციის გადატვირთვის რიგითობა, რომელიც ძირითადად განისაზღვრება მომხმარებლის მიმართ სახელშეკრულებო (საკონტრაქტო) ვალდებულებებით. პირველ რიგში, გადატვირთვას ექვემდებარება ის პროდუქცია, რომლის გადატვირთვაც ხორციელდება კონტრაქტებით დაფიქსირებული მთავრობის, მინიშნებით და ასევე, საექსპორტო პროდუქცია.

მიწოდების (ან პროდუქციის-რეალიზაციის) საერთო მოცულობა საგეგმო პერიოდში (ღირებულებითი ან ნატურალური გამოხატულებით) შეგვიძლია განვსაზღვროთ შემდეგი ფორმულით:

$$Q_{\text{ჟ}} = Q_{\text{ნაშ}} + Q_{\text{წ}} + Q_{\text{საქ}} - Q_{\text{წა}}$$

სადაც $Q_{\text{ნაშ}}$ არის სასაქონლო პროდუქციის ნაშთები (მარაგი) საგეგმო პერიოდის დასაწყისში;

$Q_{\text{წ}}$ - წარმოებიდან შემოსული სასაქონლო პროდუქციის რაოდენობა;

$Q_{\text{საქ}}$ საკუთარი საჭიროებისათვის წარმოების მიერ გამოშვებული პროდუქცია;

$Q_{\text{წა}}$ საგეგმო წლის ბოლოსათვის სასაქონლო პროდუქციის

ნორმატიული მარაგი (ნაშთები).

საგეგმო პერიოდის დასაწყისსა და დასარულს სასაქონლო პროდუქციის მარაგებს განსაზღვრავს საწარმოს მარკეტინგის სამსახური. სასაქონლო-მატერიალურ ფასეულობათა მარაგები შედგება საწარმოო და სასაქონლო (გასაღების) მარაგებისაგან.

გასაღების მარაგს შეადგენს პროდუქცია, რომელიც გამზადებულია მიწოდებისათვის და საწარმო-მიმწოდებლის საწყობში დევს, იმყოფება გზაში მიმწოდებლიდან მომხმარებელამდე (პროდუქცია მომხმარებელთან, რომლის ღირებულებაც ჯერ არ აუნაზღაურებიათ, გეგმურ მარაგში არ შეიტანება, ვინაიდან იგი არ იგეგმება).

რეალიზაციის გეგმის შესრულების აუცილებელი პირობაა მიმწოდებელი საწარმოს ანგარიშსწორების ანგარიშზე საგეგმო პერიოდში მომხმარებლის მიერ ფულადი სახსრების ჩარიცხვა. ამის გამო პროდუქციის გადატვირთვის საგეგმო ვადები უნდა დაწესდეს: მყიდველთა სიშორის, განაღების დოკუმენტების, გარბენის ვადების, აქცეპტის და მიმწოდებლის და მომხმარებლის ბანკებში დოკუმენტების დამუშავების დროის გათვალისწინებით.

მიწოდების და პროდუქციის რეალიზაციის საერთო მოცულობისა და ასორტიმენტის ვადებისა და ადრესატების მიხედვით, დაგეგმვის გარდა, საჭიროა საგეგმო განყოფილების მეშვეობით დაიგეგმოს ამ პროდუქციის განაწილება საამქროების მიხედვით, მიწოდების გეგმა მჭიდროდ უნდა დაეუკავშიროთ წარმოების შესაძლებლობებს.

მეურნეობრიობის საბაზრო მექანიზმის პირობებში წარმოების გეგმის ხარისხის შეფასება უნდა ხორციელდებოდეს პროდუქციის რეალიზაციის მოცულობის მიხედვით მიწოდებების სახელშეკრულებო ვალდებულებათა დაცვისა და შეკვეთების შესრულების გათვალისწინებით.

საწარმოთა, ფირმების მიერ საკონტრაქტო ვალდებულებათა შესრულება იანგარიშება ნაზარდი ჯამის მიხედვით წლის დაწყებიდან. ამიტომ, მიწოდებათა გეგმის შესრულებაც უნდა შეფასდეს ნაზარდი ჯამის მიხედვით წლის დაწყებიდან. ამასთანავე ასეთი მარვენებელი საბაზრო ეკონომიკის პირობებში უნდა ასახავდეს არა მარტო არსებულ დარღვევებს, არამედ მათი გამოსწორების დაუყოვნებლობასა და ოდენობასაც.

ამ მოთხოვნათა გათვალისწინებით მიწოდებათა გეგმის შეს-

რულების კოეფიციენტი შეგვიძლია ვიანგარიშოთ ფორმულით:

$$K_{\text{აფ}} = \frac{\min \left\{ \sum_{\ell=1}^{\gamma} V'_{\text{ფ},\text{ა}}{}^{\ell}; \sum_{\ell=1}^{\gamma} V'_{\text{ა},\text{ფ}}{}^{\ell} \right\}}{\sum_{i=1}^{\gamma} V'_{\text{ა},\text{ფ}}{}^{\ell} + \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m \sum_{t \in T_{ij}^{\gamma-1}} \left| -\Delta q_{ij}^t \right| \cdot \varphi_i}$$

სადაც n არის პროდუქციის რაოდენობა;

m - ადრესატების რაოდენობა;

t პროდუქციის მიწოდების დაწესებული ვადა;

ℓ - წლის დაწყებიდან კვარტალების (თვეების) ქრონოლოგიური თანამიმდევრობა;

γ კვარტალის (თვის) ნომერი გადათვლილი წლის დაწყებიდან;

$t \in T_{ij}^{\gamma-1}$ i - ური სახეობის პროდუქციის j - ურ ადრესატი-სათვის წლის დასაწყისის წინა კვარტლის (თვის) ჩათვლით მიწოდების ვადების სიმრავლე;

$V'_{\text{ფ},\text{ა}} \dots V'_{\text{ა},\text{ფ}}$ ℓ კვარტალში (თვეში) პროდუქციის მიწოდების ფაქტობრივი და გეგმიური მოცულობის ღირებულება;

$-\Delta q_{ij}^t$ i - ური სახეობის პროდუქციის მიწოდებელი და ხარისხისა და კომპლექტურობის დარღვევით მიწოდებული ნაწილი j - ურ ადრესატისადმი დაწესებულ t ვადაში. აქ $i=1, 2, \dots, n$; $j=1, 2, \dots, m$;

φ_i საწარმოს საბითუმო ფასი (მიმდინარე ფასი) პროდუქციის i - ურ სახეობაზე.

ზემოთ მოყვანილი ფორმულის მნიშვნელში წარმოდგენილი სიდიდე

$$\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m \sum_{t \in T_{ij}^{\gamma-1}} \left| -\Delta q_{ij}^t \right| \cdot \varphi_i$$

გვიჩვენებს წლის დაწყებიდან გასულ $\gamma-1$ პერიოდში i, j, t პოზიციების მიხედვით მიუწოდებელი პროდუქციის ჯამს, გამოხატულს მიმდინარე ფასებში. ამ სიდიდეში t -ს მიკუთვნება $T_{ij}^{\gamma-1}$ სიმრავლისადმი ჩაწერილია ასე: $t \in T_{ij}^{\gamma-1}$, სადაც \in მიკუთვნების სიმბოლოა;

ამავე ფორმულის მრიცხველში მოცემული სიდიდე

$$\min \left\{ \sum_{\lambda=1}^{\gamma} V_{\Phi\lambda}^{\lambda}; \sum_{\lambda=1}^{\gamma} V_{\lambda\Phi}^{\lambda} \right\}$$

წარმოადგენს მიწოდებათა ფაქტიური და გეგმიური ჯამების შორის მინიმუმს, ე. ი. პროდუქციის მიწოდების ფაქტობრივ მოცულობას გეგმიურის ფარგლებში. მაგალითად, დავუშვათ ფაქტობრივად მიწოდებული (რეალიზებული) პროდუქციის მოცულობამ 1980წ. 1/

X-მდე მოცემულ საწარმოში შეადგინა 51993 ათ. ლარი $\left(\sum_{\lambda=1}^{\Phi} V_{\Phi\lambda}^{\lambda} \right)$

გეგმით კი გათვალისწინებული იყო 51000 ათ. ლარი $\left(\sum_{\lambda=1}^{\Phi} V_{\lambda\Phi}^{\lambda} \right)$.

მათ შორის ნაკლებია. ე. ი. მინიმუმია გეგმიური მოცულობა 51000 ათ. ლარი ეს რიცხვი მოთავსდება ზემოთ მოყვანილი ფორმულის მრიცხველში.

მიწოდებული (რეალიზებული) პროდუქციის ფაქტიური მოცულობა 8 თვეშიც რომ აღემატებოდეს გეგმურს, მაინც შესაძლოა ჰქონდეს ადგილი განვლილ პერიოდში შემთხვევებს, როდესაც დაირღვა ან მიწოდების ვადა (t) ან i -ური სახეობის პროდუქციის მიწოდების მოცულობა, ან კიდევ ნაცვლად დაგეგმილისა, სხვა ადრესატს მიაწოდეს პროდუქცია. შესაძლოა სამივეს, ან ორ მათგანს მაინც ჰქონდა ადგილი. ყველა ამ შემთხვევის მიხედვით i -ური სახეობის j -ურ ადრესატისათვის t დაწესებულ ვადაში მიუწოდებელ პროდუქციის Φ ფასებში გამოხატულ მოცულობის

ჯამმა წლის დაწყებიდან (9-1) თვის მანძილზე ($\gamma-1$) დავუშვათ შეადგინა - 998 ათ. ლარი, დანარჩენ შემთხვევებში კი გადაჭარბებით იქნა მიწოდებული + 1991 ათ. ლარის პროდუქცია. ამიტომ ფაქტიურად მიწოდებული პროდუქციის საერთო მოცულობამ შეადგინა (გეგმა-51000, მიუწოდებლობა - 998 ათ.ლარი მიწოდების გადაჭარბება + 1991 ათ.ლარი = 51993 ათ.ლარი).

ამ მონაცემებს შორის 998 ათ.ლარი შეადგინა i -ური სახეობათა j -ურ ადრესატებისათვის t დაწესებულ ვადებში 8 თვის ($\gamma-1 = 9-1 = 8$) მანძილზე მიუწოდებული პროდუქციის საერთო მოცულობას გამოხატულმა ფი ფასებით.

ზემოთ მოყვანილი ფორმულის მნიშვნელში გვექნება 51000 ათ. ლარი (როგორც გეგმა და არა ფაქტი. გეგმის ფარგლებში, რომელიც მრიცხველშია მოცემული) (პლუს) - 998 ათ. ლარი) ე. ი. აბსოლუტური მნიშვნელობა 998 ათ.ლარისა. ამრიგად, პროდუქციის მიწოდებათა გეგმის შესრულების კოეფიციენტი წლის დაწყებიდან 9 თვის მანძილზე იქნება:

$$K_{აფ} = \frac{51000}{51000+998} = 0,98.$$

ღირექტიული გეგმა წარმოადგენს უპირობო დაპირებას, სტრატეგიული გეგმა კი პირობიან დაპირებას.

სახელდობრ, იმ შემთხვევაში თუ გარემო პირობებმა არ გვაძულა გეგმა უცვლელი დარჩება, და თუ გვაძულა, მაშინ მოხდება სათანადო ნაწილში გეგმის კორექტირება, რომელმაც უნდა გაითვალისწინოს ფაქტიურ შესაძლებლობათა ასპროცენტიანი გამოყენება, ვინაიდან სტრატეგიული გეგმა გარემო პირობებთან მიმართებაში დგება, სულერთია ის იქნება გრძელვადიანი თუ მოკლევადიანი სტრატეგია. უკანასკნელი წარმოადგენს ტაქტიკურ მანევრს.

მარკეტინგის სისტემის პრინციპული სქემა

I. მარკეტინგი ემსახურება წარმოებას, ე. ი. მარკეტინგული მმართველობა ორიენტირებულია წარმოებაზე;

1. წარმოებისათვის ბაზრის კონიუნქტურის მორგება ე. ი. აგრესიული გასაღება;

2. საწარმოო გაერთიანება (საწარმო, ფირმა);

3. საწარმოო რესურსებით მომარაგების ბაზრის სტრუქტურის გავლენა;

4. ნედლეულის, მასალების, ენერჯისა და ტექნიკის ბაზრების მეშვეობით (ბირჟების მეშვეობით) მატერიალურ-ტექნიკური უზრუნველყოფა;

5. საწარმოო რესურსების ბაზრის სეგმენტი:

y_1 ბაზარი,

y_2 - ბაზარი,

y_3 ბაზარი.

6. მტბ - საწარმოს (ფირმის) მატერიალურ-ტექნიკური ბაზა;

7. წარმოების პროცესი;

8. $Q_{სგ}$ - პროდუქციის საერთო გამოშვება;

9. სმ - პროდუქციის სტრატეგიული მარაგები;

10. $Q_{ს}$ სასაქონლო პროდუქცია;

11. R - პროდუქციის რეალიზაცია;

12. მტბ-ცვლლებების გავლენა საწარმოო რესურსების მოთხოვნილებაზე;

13. წარმოებაზე დანახარჯების სტრუქტურის გავლენა საწარმოო რესურსების მოთხოვნილებაზე;

14. საწარმოო რესურსების აუცილებელი სტრატეგიული მარაგების გავლენა საწარმოო რესურსების მოთხოვნილებაზე.

II. წარმოება ემსახურება მარკეტინგს, ე. ი. მარკეტინგული მმართველობა ორიენტირებულია გასაღებაზე.

15. ბაზრის კონიუნქტურის გავლენა პროდუქციის სტრატეგიულ მარაგებზე;

16. ბაზრის კონიუნქტურის გავლენა წარმოების ორგანიზაციაზე;
17. ბაზრის კონიუნქტურის გავლენა „მტბ“-ზე.

III. ბაზრის კონიუნქტურისათვის წარმოების მორგება.

18. პროდუქციის გასაღების ბაზრის სეგმენტები:

X_1 - ბაზარი,

X_2 - ბაზარი,

X_3 - ბაზარი.

19. შზა პროდუქციის სახეობები:

A სახეობა,

B - სახეობა,

C - სახეობა,

D - სახეობა.

20. შზა პროდუქციის სორტები:

A_1 ; B_1 , B_2 , B_3 ; C_1 , C_2 , C_3 ; D_1 , D_2 , D_3 .

21. პროდუქციის სახეობათა, სორტების და ბაზრის სეგმენტების მიხედვით რეალიზაციის მართვა.

THE RESUME

The two-volume edition professor Giorgi Papava the academican of Academy of Sciences of Georgia is dedicated to contemporary problems of govern and organization of the industrial firm.

The Market mechanism of economy and the managerial methodology of leading tfe may of firm (concern) are elucidated in the first volume. The work is dividend into eight chapters and fifty-five paragrafs. The individual chapters are dedicated to souch fundamental questions as the economical mechanism and strategical govern, the foundations of switching the concerns over the market system, the indicated mechanism govern of the last results of the production and economic analysis, the govern of the industrial firm, the administrative rationalism in the production and realization of the output.

In the second volume the author, in detail, examines the intrafirm organization, the planning and the characters of the firms functionate. The book is intended as a training text-book for the managers, the marketologs, the businessmen, the professor, the teachers and the students with economic type in firms, concerns and other economical objects.

+РЕЗЮМЕ

Двухтомный труд академика академии экон. наук, профессора Г. Павава, посвящен современным проблемам организации и управления производственными фирмами.

В первом томе освещается рыночный механизм экономики менеджментной методологии управления фирмами. В отдельных главах рассмариваются фундаментальные вопросы хозяйственного механизма, стратегического управления, основы перехода предприятия на рыночную систему, индикативный механизм управления, экономического анализа и методология маркетингового управления конечными результатами производства, управлений промышленными фирмами, управленческого рационализма по производству продукции и реализации.

Во втором томе автор подробно рассматрывает вопросы внутрифирменного планирования деятельности.

Книга является практическим пособием для менеджеров, маркетологов, бизнесменов, лекторов и студентов Вуз-а экономического профиля.



მირქთა
სუბის პირა

აღება

ანალოზი
(მაზის, შუაქულების,)

ფორმას (ხაწარვენი)

აღება
ანალოზი
ფორმას (ხაწარვენი)

ვ.ო. შაღ