

ISSN 1512 - 4649

ეკონომიკის

სამეცნიერო-პრაქტიკული ჟურნალი

591
2008

№2, 2008 წელი

ეკონომიკური პოლიტიკა (მთავრობის, ბიზნესმენთა და მეცნიერთა პოზიციები)

ბადასახადები, გულჯალტრული აღრიცხვა, აუდიტი

საბანკო საქმე (ბანკირი, ბიზნესმენი, სტუდენტი)

საბანკო-მედიკალური სიახლენი (სამედიკალური მართვა), კომენტარები

საქართველოში ბიზნესი და კორუფციონალიზაცია

მ

ეკონომისტი



სამეცნიერო-პრაქტიკული ჟურნალი №2(11), 2008

მთავარი რედაქტორი:
ლელი ქარჩავა

მთავარი რედაქტორის მოადგილე: პროფესორი, იოსებ მახუტაშვილი
სამეცნიერო ნაწილის რედაქტორი: თემურ შანგულია -

პ. შვენ. დოქტორი, პროფესორი:

სარქვაძევილი კოლეგია

ს. შვენ. აკადემიის წევრ კორესპონდენტები:
ანტონილი სილაბაძე, ლეო ნიძაძე,

პ. შვენ. დოქტორები, პროფესორები:

გივი ბამსახუტაძე, სიმონ ბეჟაშვილი, რევაზ გველეხიანი, ვასილ გორბანუში (კიევი, უკრაინა), ვოლგბანგ ვინბი (ბერლინი, გერმანია), შოთა შიგაძე, ნუზარ თოფჩი, გორა თუთუბიძე, შირაზ ბაბუია, რევაზ ბაბუია, პარლელ გუნცი (ბრანდენბურგი, გერმანია), რევაზ მანგილაძე, იაკობ მუსხიანი, ულუჯა მამაგაძე, შირინ ტუხაშვილი, სვანა შატალია, მირიამ ლაბიანი, ლარისა ყორღანაშვილი, მიხეილ ნიჭილაძე, **ბიორბი ყვარცხელი** ნოზარ ზაღური, ულუჯ ხარაბაძე, იემილ ხარაბაძე, შირაზ ხეილაძე, ზამელა ჯანაშვილი, ჯემელ კოხჩი (მასტრიხტი, პოლანდია).

ბიორბი შინაშვილი (თბილისის სასულიერო აკადემიისა და სემინარიის დოქტორი), ლაშო ნარსიაძე (საქართველოს ახალგაზრდა ეკონომისტთა ასოციაციის ვარკეთილის ოფისის დირექტორი, პ. შვენ. კანდიდატი, პროფესორი), ზინადა ტოვაძე (იურისტი).

შანი 3 ლარი

მისამართი: ჯორჯაძის ქ. №5
ტელ: 990-576
ფაქსი: 855-277-554
ელ-ფოსტა: karehava-1@myoffice.ge
ვებ-გვერდი: www.economist.ge



რედაქცია შეიძლება არ იზიარებდეს ავტორის აზრს. ინფორმაციის სიზუსტეზე პასუხისმგებელია ავტორი. რედაქციასთან შეუთანხმებლად ჟურნალში გამოქვეყნებული მასალების ვადებზე და ან სხვა რაიმე სახით გამოყენება დაუშვებელია.

ახალი ეკონომისტი

akhali EKONOMISTI



SCIENTIFIC-PRACTICAL MAGAZINE №2(11), 2008

Editor-in-Chief:

LOID KARCHAVA

Deputy of Editor-in-Chief: **JOSEB MASURASHVILI** - Profesor

Edotor of the Scientific part: **TEMUR SHENGELIA** - *Dr. Prof. of Economics*

EDITORIAL BOARD

Corresponding-members of Academy of Science of Georgia:

AVTANDIL SILAGADZE, LEO CHIKAVA,

Dr. Prof. of Economics:

GIVI GAMSAKHURDIA, SIMON GELASHVILI, REVAZ GVELESIANI, VASYL GORBACHUK (Kiev, Ukraine), **WOLFGANG WENG** (Berlin, Germany), **SHOTA VESHAPIDZE, NUGZAR TODUA, GOCHA TUTBERIDZE, MERAB KAKULIA, REVAZ KAKULIA, HARALD KUNZ** (Brandenburg, Germany), **REVAZ MANVELIDZE, JAKOB MESKHIA, ELGUJA MEQVABISHVILI, MIRIAN TUKHASHVILI, SLAVA FETELAVA, MZIA QEBURIA, LARISA KORGANASHVILI, MICHAEL CHIKVILADZE, GIORGI TSERETELI, NODAR KHADURI, ELENE KHARABADZE, ETER KHARAISHVILI, MERAB XMALADZE, JAMLET JANJGAVA, JEANNETTE HOMMES** (Maastricht, Netherlands).

GIORGISHIKHASHVILI (Lecturer of Tbilisi Academy and Seminary), **DAVID NARMANIA** (Chairman of Board of Association of Young Economists of Georgia, *Dr. Prof.*), **ZVIAD ROGAVA** (Lawyer).

UDC(უკ) 33+338.22

ს - 984

© ეურნალი „ახალი ეკონომისტი“, 2008 წ.

© გამომცემლობა „ლო“

რედაქციისაგან

მილოცვა 4

მეცნიერება

იოსებ მასუბაშვილი - ინოვაციების ბაზრის ძირითადი მიმართულებები ბიზნესში. 6

შვანბი სამაღაშვილი - საკუთარი საწარმოს ჩამოყალიბების გზები. . . 15

ჯემალ ხარიტონაშვილი - ეკონომიკის ეფექტიანობისა და სოციალური სამართლიანობის პრობლემა თანამედროვე ეტაპზე 20

დავით სინარულიძე - ეფექტიანობის ძირითადი მაჩვენებლები და მათი კავშირი ფირმის სტრატეგიასთან 25

ინეზა ზოიძე - მდგრადი განვითარება და ტურისტული სერვისის პერსპექტივები აჭარაში 31

ნონა გელიტაშვილი - საქართველოს ისტორიული სწრაფვა ევროპისაკენ. 36

გივი პარკაძე - მრავალფაქტორიანი მოდელების გამოყენება საქონელბრუნვის მოცულობის პროგნოზირებისათვის 42

გაბა მათუშელი, ნონა მათუშელი - ოპტიმიზაცია სინთეზის ფორმატში 47

გაბა მათუშელი, ნონა მათუშელი - განუზღვრელობის პირობებში გადაწყვეტილებათა მიღების კონცეფცია 50

თბა მუნჯიშვილი - სცენარების მეთოდით საწარმოს ფინანსური მდგომარეობის შეფასების ლოგიკურ-ალბათურის მოდელის პროგრამული რეალიზაცია. 56

მანანა ხარხელი - მართვის ფუნქციები და მართვის სისტემები . . 62

ლოიჯ ძარჩავა - ბიზნეს-კომუნიკაციის არსი და როლი ბიზნესში 68

ახალი ეკონომისტი

საქართველოს
პარლამენტის
ეროვნული
ბიბლიოთეკა



მოგავალი ეკონომიკის გვირგი

ელვა ტოროლოვი, თამთა სოფრობაძე – მოტივაცია და მისი თანამედროვე პრობლემები 74

ბელა ჩაჩიბაია, ბაია ჩაჩიბაია – სარისკო ალტერნატივების შეფასება და დაზღვევის როლი რისკების შემცირებაში 79

ჟეთევან აღაიუშვილი – მოტივაცია, მოტივაციის თეორიები 82

ნატო მუშლაძე, ანა ნეზიშვილი – სადაზღვევო ბაზრის ანალიზის მიკროეკონომიკური ასპექტები 90

დავით ბოციშვილი, ლევან კუპატაძე – სიღარიბის დაძლევის ეროვნული პროგრამის ძირითადი ორიენტირები 94

ნინო უჩანაიშვილი, თინათინ კვიციანი – ფოთის თავისუფალი ინდუსტრიული ზონა: მითი თუ რეალობა? 99

ნინო მახარაძე, თინათინ ბიორბაძე, ჟეთევან ლაბაძე – ტურიზმის ბიზნესი, როგორც საქართველოს ეკონომიკური განვითარების პრიორიტეტი 101

SUMMARIES 104

გამოსათხოვარი 112

ახალი ეკონომიკისტი

მ ი ლ ო ც ვ ა

2008 წლის 3 ივნისს სადოქტორო დისერტაცია, თემაზე – „კონკურენციის თეორიის ევოლუცია და ანტიმონოპოლიური რეგულირება საქართველოში“ - დაიცვა საქართველოს თავისუფალი ვაჭრობისა და კონკურენციის სააგენტოს კონკურენციის კანონმდებლობის დაცვის სამმართველოს უფროსმა **სლავა შატალავამ**.

გრივოლ რობაქიძის სახელობის უნივერსიტეტის ბიზნესისა და მართვის ფაკულტეტის დოქტორის აკადემიური ხარისხის მიმნიჭებული სადისერტაციო საბჭოს ეკონომიკის მიმართულების სადისერტაციო კომისიამ, ე.მ.დ. ასოცირებულ პროფესორ **ლ. ჩაგელიშვილის** თავმჯდომარეობითა და შემდეგი შემადგენლობით: თსუ-ს სრული პროფესორი **რ. გველესიანი**, თსუ-ს სრული პროფესორი **ს. გელაშვილი**, თსუ-ს სრული პროფესორი **ი. ანანიაშვილი**, თსუ-ს სრული პროფესორი **ნ. ხადური**, ასოცირებული პროფესორი **მ. კვიციანი**, თსუ-ს ასოცირებული პროფესორი **თ. გამსახურდია**, ასოცირებული პროფესორი **ა. ცომაია**, თსუ-ს ასოცირებული პროფესორი **ე. ჯგერენია**, თსუ-ს ასოცირებული პროფესორი **ლ. ქისტაური**, ე.მ.დ. პროფესორი **მ. ჯიბუტი** და ასოცირებული პროფესორი (სწავლული მდივანი) **ე.სარჯველაძე** – მაღალი (პირველი კატეგორიის) შეფასება მისცა **ს. ფეტელავას** ნაშრომს (98 ქულა).

სარედაქციო კოლეგიისა და ჟურნალის კოლექტივის სახელით ვულოცავთ ბატონ სლავას ამ დიდ წარმატებას და ვუსურვებთ ყოველივე კარგს პირად, სამეცნიერო და საზოგადოებრივ, მათ შორის, უკვე დღეიდან ჟურნალ „ახალი ეკონომისტი“-ს სარედაქციო (რედაქოლეგიის) საქმიანობაში.

ლოიდ ქარჩავა
25 ივნისი, 2008 წელი.

ახალი ეკონომისტი

სოსო მასპრაშვილი

თსუ ეკონომიკისა და ბიზნესის ფაკულტეტის
ასოცირებული პროფესორი,

ეკონომიკის აკადემიური დოქტორი

ინოვაციური ბიზნესის სექციფიკა მდგომარეობს იმაში, რომ ის ასრულებს ეკონომიკურ ფუნქციას: ეროვნულ და საერთაშორისო დონეზე საწარმოო გამოცდილების გავრცელების ხელშეწყობით კომერციულ და არაკომერციულ გაცვლაში ჩართავს მეცნიერულ-ტექნიკურ ძაღწეებს. არაკომერციული გაცვლის საშუალებით ხდება სამეცნიერო-ტექნიკური, საინფორმაციო, სარეკლამო-ტექნიკური ხასიათის ცოდნის გადაცემა, რაც განუთქვნილია წარმოების განახლებურულ დარგებში სპეციალისტთა მომზადებისა და სწავლებისათვის, და რაც მეცნიერების, ტექნიკისა და წარმოების განვითარების მდგომარეობისა და პერსპექტივების გაანალიზების საშუალებას გვაძლევს. არაკომერციულ გაცვლაში მონაწილეობს საყოველთაოდ ხელმისაწვდომი ხასიათის ცნობები, მასალები და პუბლიკაციები; კანონზომიერებათა და მეცნიერების ახალი თეორიული პრინციპების გამოსწვლილი მეცნიერული აღმოჩენებია, რომელთა გადაცემა არ შეიძლება კერძო საკუთრებაში, რადგან წარმოადგენს ზოგადსაკუთრებო მონაპოვარს. ზოგადი ფორმით მეცნიერულ-ტექნიკური ძაღწეებისა და ტექნოლოგიური სიახლეების ცვლა სორციელდება სამეცნიერო-ტექნიკური პუბლიკაციების (წიგნები, იმიზილებები, რეფერატები, სტატიები, საბატენტო ფონდები და სხვ.), გამოფენების, ბაზრობების, კონფერენციების, სიმპოზიუმების, სემინარების მეშვეობით; კადრების გადამზადებისა და განათლების სისტემაში ტექნიკური სწავლების ორგანიზაციის, დაკვირვების, ინფორმაციის შეკრებისა და გაცვლისათვის. გამოყენებული მეცნიერებისა და სპეციალისტების ურთიერთიზიიტებისა და საქმიანი კონტაქტების საშუალებით. გაცვლის კომერციული მეთოდების გამოყენებას იმ დარგებში, სადაც ამაჟამად გამოიყენება არაკომერციული მეთოდები, შექმნილი ტექნიკური პროგრესისა და განათლების შეყვრსება საზოგადოებაში. ცოდნის გადაცემისა და დავროვების პროცესების ვართულება.

ახალი ეკონომიკის

ინოვაციური პროდუქტის სხვადასხვა ობიექტების კომერციული გაცვლა სორციელდება ინოვაციების ბაზარზე. ინოვაციების ბაზარი წარმოადგენს ორგანიზაციულ-ეკონომიკურ ურთიერთობათა ერთობლიობას, რომლებიც წარმოიქმნება ინოვაციური საქმიანობის შედეგების გაცვლისა და მისი მონაწილეების ინტერესთა (ასეთი გაცვლის მასშტაბების, ვადებისა და ფასების) შეთანხმების პროცესში.

ინოვაციათა ბაზრის კლასიფიცირება შეიძლება ინოვაციათა ხასიათის (კონტრაქტული სამეცნიერო-კვლევითი და საცდელ-საკონსტრუქტორი სამუშაოების-სესის ბაზარი, ლიცენზიების ბაზარი, ტექნოლოგიების ბაზარი), შედეგითა ტიპის (საწარმოები და ორგანიზაციები), საკუთრების ფორმების, ინოვაციათა რელიზაციის ადგილის მიხედვით. კონტრაქტული სესის ბაზარზე სორციელდება სესის შედეგთა ყიდვა-გაყიდვა, რომლებიც შესრულებულია დანტრესებული სუბიექტების შეკვეთის მიხედვით მათი პრაქტიკული დანერგვის, ან შემდგომი კვლევისა და შემუშავებების ჩატარების მიზნით. ლიცენზიათა ბაზარზე გაცვლის საგანი ხდება



ინტელექტუალური პრილექტების, აგრეთვე, აპრობირებული ტექნოლოგიების გამოყენებაზე არსებული უფლება. ამ ბაზრის საშუალებით ხდება იმ ტექნოლოგიური პროცესებისა და წარმოების პროდუქტების ფიდეა-გაყიდვა, რომლებმაც უკვე დამატკიცეს თავიანთი ეფექტურობა პრაქტიკაში.

საკუთრების ფორმების მიხედვით ინოვაციათა ბაზრის სტრუქტურა, რომელიც ასახავს სიახლეთა ნაკადებს საკუთრების სხვადასხვა ფორმას შორის, წინასწარ განსაზღვრავს სახელმწიფო ინოვაციური პოლიტიკის მრავალ მამართლებას, ისეთებს, როგორებიცაა ვნჩურული კაპიტალის მცირე ინოვაციური საწარმოებისა და ორგანიზაციების სახელმწიფო მხარდაჭერის ღონისძიებები, ტექნოლოგიური ტრანსფერის პირობები სახელმწიფო სექტორიდან კერძოში, ნორმატიულ-სამართლებრივი რეგულირება და სხვ.

განასხვავებენ ინოვაციათა შიდა და საგარეო ბაზრებს. გარკვეულ ქვეყნებში მოძველებული ტექნოლოგიები შეიძლება გადაეცეს ქვეყანა-რეციპიენტებს, რომლებისთვისაც აღნიშნული ტექნოლოგიები შეიძლება დარჩეს საკმაოდ ახლებად, ანუ ინოვაციებად.

XX საუკუნის მეორე ნახევარში ეკონომიკურად განვითარებულ ქვეყნებში ჩამოყალიბებული ინოვაციების (ინოვაციური პროდუქტების) ბაზარა რაღაც მასისათვის უკმაყოფილებელი შეესაბამება საქონლის ბაზრებს. ინოვაციური პროდუქტის ობიექტებს, რომლებზეც უფლების შემოთავაზება სდება ბაზარზე, გააჩნიათ სამომხმარებლო ღირებულების საერთო ნიშნები (სიახლე, რისკიანობა, სამრეწველო გარვისობა), რაც საშუალებას აძლევს მათ მომხმარებლებს, მიიღონ დამატებითი შიგნითი. ეს ობიექტური ნიშნები, მიუხედავად ინოვაციური პროდუქტის კონკრეტულ ობიექტთა მრავალფეროვნებისა, იმ ბაზარში გაერთიანების საშუალებას იძლევიან, რომელიც წარმოადგენს ეკონომიკურ ურთიერთობათა სისტემას გამყიდველებსა (ინოვაციური პროდუქტის ობიექტთა შემქმნელებს) და მას მომხმარებლებს (მყიდველებს) შორის.

ინოვაციათა ბაზარი მოიცავს სამეცნიერო-ტექნიკური პროდუქციის მწარმოებელთა, ინოვაციური პროდუქტის მწარმოებელთა ბაზრებისა და მათი მომხმარებლების ერთობლიობას. ინოვაციური საქმიანობის სპეციფიკა განსაზღვრავს მისი სუბიექტების ორმაგ როლს, რომლებიც მომხმარებლებთან გარეგნებში გამოდიან სამეცნიერო-ტექნიკური პროდუქციის მწარმოებელთა ბაზარზე სამეცნიერო-ტექნიკურ პროდუქციის მომხმარებლებად (მყიდველებად) და ინოვაციური პროდუქტის მწარმოებლებად (გამყიდველებად). უკანასკნელებს შორის კონკურენტული ბრძოლა უბიძგებს მათ წარმოების (მომსახურების) ტექნიკური ღონის ზარისხის გაუმჯობესების, წარმოების დანახარჯების შემცირების, ეფექტიანობის ამაღლებისკენ. კონკურენცია, ახდენს რა ინოვაციათა ბაზრის ინიცირებას, ასტიმულირებს მის განვითარებას. ინოვაციათა ბაზარზე კონკრეტულ ურთიერთობათა უშუალო და ირიოთად სუბიექტად გამოდის ინოვაციური ფირმა, რომელიც გარეგნებს დებს სამეცნიერო ორგანიზაციებთან, დროებით სამეცნიერო კოლექტივებთან, უმაღლეს სასწავლებლებთან სამეცნიერო-ტექნიკურ პროდუქციის მწარმოებელთა ბაზარზე. ამ უკანასკნელის თავისებურებას წარმოადგენს ის, რომ მასში უარყოფილია სიახლე, დიდი სამეცნიერო-პრაქტიკული ღირებულების მქონე კი, თუ ის არ პასუხობს საბოლოო მომხმარებლების - საქონლის (მომსახურების) მწარმოებელი ფირმების (საწარმოების) მოთხოვნებს.

ამრიგად, ინოვაციური ფირმების საქმიანობის შესაძლებლობები და, აქედან გამომდინარე, მათ მერ შესაძენი სამეცნიერო-ტექნიკური პროდუქციის მოცულობებაც შეზღუდულია იმ ინოვაციური პროდუქტის მომხმარებელთა გადახდისუნარიანი მოთხოვნის მოცულობით, რომლებიც შეიძენს კონკრეტულ ბრძოლას მათთვის მასწავლო ბაზრის სეგმენტებზე.

ახალი მემონისტო



საბაზრო ეკონომიკაში კონკურენცია საშუალებას აძლევს მეწარმეს, აირჩიოს ობიექტიური მომხმარებელი კონკრეტულ მონაწილეებს შორის ურთიერთიხელსაყრელი ტექნოლოგიური კავშირის საფუძველზე. ინტელექტუალური და სამრეწველო დარბულების შემცველ სატინელზე, ინოვაციური პროდუქტის ობიექტებზე შედგინად ცვლადი ფასების, კრედიტზე საპროცენტო განაკვეთის საშუალებით, ბაზარი გეთავაზობს ობიექტურ ინფორმაციას ჩამოყალიბებული ეკონომიკური სიტუაციის შესახებ, რომელიც ასახავს თანაფარდობას მოთხოვნასა და მიწოდებას, ფასთა დონესა და სხვ. შორის; ე.ი. კონტენტურის შესახებ, რაც ბაზრის მონაწილეებს რესურსების მწარმოებლებზე ან პროდუქციის მომხმარებლებზე ორიენტირების საშუალებას აძლევს. ბაზარი ავლენს როგორც სამეცნიერო ტექნიკური, ისე ინოვაციური პროდუქტის წარმოების დანახარჯებს, რაც საშუალებას გვაძლევს განვსაზღვროთ მათი საბაზრო ღირებულება, რომლის საფუძველზეც ყალიბდება ფასები.

ინოვაციური პროდუქტის, როგორც საქონლის, განუყოფელ მხარეს წარმოადგენს ღირებულება. ე.ი. ბაზარზე შეფასებული მისი სამომხმარებლო ღირებულება. ინოვაციური პროდუქტის სამომხმარებლო ღირებულების სპეციფიკა ზეგავლენას ახდენს ფასწარმოქმნის მეოთხდისა და მისი ღირებულების განსაზღვრაზე.

ინოვაციურ პროდუქტზე ფასწარმოქმნის სირთულე დაკავშირებულია იმასთან, რომ მის ობიექტებს წარმოადგენს არა მარტო მატერიალური, არამედ იდეალური სუბსტანციებიც. რომლებმაც ვერ პოვნეს სრული მატერიალური განსახიერება და არ გამოაკლანეს ღირებულება მატერიალური წარმოებით შეზღვეული ღირებულების შრომითი თეორიის ჩარჩოებში.

ამევე დროს, ინოვაციური პროდუქტის ობიექტთა თავისებურებას წარმოადგენს ის, რომ ისინი, როგორც წესი, იქმნება ერთეულედა და არ ხდება მათი კლავწარმოება სხვა მეწარმეების მიერ, რაც არ გვაძლევს საშუალო დროით ინოვაციური საქმიანობის კონკრეტული სუბიექტის საზოგადოებრივად აუცილებელი შრომის გაზომვის საშუალებას, რადგან მის მიერ შექმნილი უნიკალური სამომხმარებლო ღირებულება არ განმეორდება სხვა ობიექტების საზოგადოებრივ შრომაში. გაცვლის სფეროში შრომის შეფასება, ფაქტორი ინდივიდუალური დროის მიხედვით, ეწინააღმდეგება თვით საქონლის ღირებულების ცნებას და არ ითვალისწინებს ინოვაციურ პროდუქტის სამომხმარებლო ღირებულებას თავისებურებას, რომლის ფასეულობა განისაზღვრება არა მისი შექმნის დროით, არამედ მისი გამოყენებისაგან მისაღები მოგების კომპრეტული მნიშვნელობითა და ოდენობით.

რადგან ინოვაციური პროდუქტის ობიექტები განსხვავდება სიასლით და ატარებს ინდივიდუალურ ხასიათს, მათზე შეუძლებელია მყარი ფასების დადგენა, რომლებიც მიმბულია სიასლეთა შექმნის დანახარჯების სიდიდესთან, რადგან ინოვაციურ სფეროში ხშირად არ არის პირდაპირი დამოკიდებულება მოგების ოდენობასა და დანახარჯების ფაქტორი ოდენობის სიდიდეს შორის.

გარდა ამისა, ფასი ინოვაციურ პროდუქტიაზე განისაზღვრება მრავალი ფაქტორის ზეგავლენით. ამიტომ საბაზო ფასის განსაზღვრისათვის შეიძლება ინოვაციურ პროდუქტზე ფასთა მრეკების ზედა და ქვედა ზღვარის ანალიზის გამოყენება, რომელიც მისაღები მყიდველისა (ზედა ზღვარი) და მფლობელისთვის (ქვედა ზღვარი).

ინოვაციური პროდუქტის მფლობელისთვის ფასი ყალიბდება მუშაობა შრომის ანაზღაურებაზე დანახარჯებისა და მატერიალური დანახარჯების ოდენობიდან, აგრეთვე ინოვაციური ხასიათის პროდუქტიაზე ჩვეულებრივი მოგებიდან. მყიდველის ფასი წარმოიქმნება, როგორც სწავიან შემოსავლებს, რომლებიც მიღებულია წარმოებაში ინოვაციური პროდუქტის გამოყენებისაგან

ახალი ეპონომისტი

მისი გამოყენების მთელი პერიოდის განმავლობაში, და დანახარჯებს შორის, რომლებიც დაკავშირებულია ინოვაციური პროდუქტის გამოყენებასთან.

სიახლეა გამოყენებისაგან ეკონომიკური დიდი ეფექტის მიღება შეიძლება მის შექმნაზე გაწეული შედარებით მცირე დანახარჯებისას. ადგილი ჰქონდა ისეთ შემთხვევებსაც, როდესაც წარმოებულმა დანახარჯებმა ინოვაციური პროდუქტის შექმნის ცალკეულ სტადიებზე არ მოიტანა რეალური ეკონომიკური შედეგები, ხოლო თვით შექმნილი ობიექტების გამოყენება შეეფარა სტადიებზე არ შეიძლება. ამრიგად, ინოვაციურ პროცესებში დანახარჯებსა და შედეგებს გააჩნია ნაკლები ურთიერთშეკავალენა, ვიდრე მატერიალური წარმოების სფეროში.

უფრო მართებულიად ვგეგვანება ინოვაციურ სფეროზე იმ მიდგომის გაგრძელება, რომელიც ფორმულირებულია ზღვრული სარგებლიანობის თეორიაში და რომლის თანახმადაც ინოვაციათა ღირებულება განისაზღვრება მისი სარგებლობიდან გამომდინარე, ე.ი. - მისი უნარიდან, დააკმაყოფილოს ეკონომიკური სუბიექტის მოთხოვნილებები.

მწარმოებლისთვის ინოვაციური პროდუქტის ღირებულება დამოკიდებულია იმ დამატებით მოგებაზე, რომელსაც ის იღებს. საბოლოო ვაშში, მომხმარებლისთვის ინოვაციური პროდუქტის ღირებულება განისაზღვრება აგრეთვე დამატებითი მოგებით, რომლის მინიმალური ოდენობა დამოკიდებულია კაპიტალის გამოყენების ფასზე. ე.ი. დამატებითი მოგების ოდენობა უნდა იყოს დეპოზიტის პროცენტებზე მეტი, თუ მომხმარებელი ინოვაციური პროდუქტის შექმნაზე იყენებს საკუთარ სახსრებს, და კრედიტის პროცენტებზე მეტი, თუ გამოიყენება სასესხო სახსრები. ამრიგად, სიახლეა გამოყენება უნდა მოიტანოს მაქსიმალური საერთო მოგება, ე.ი. დამატებითი მოგება, რომელიც აღემატება კაპიტალის გამოყენების საშუალო-დარგობრივ ეფექტიანობას, და რომელიც სრულყოფილ საბაზრო ეკონომიკაში ყველა დარგში ერთნაირად და ტოლია იმ პროცენტისა, რომლითაც ბანკები იხიდავენ დეპოზიტებს.

ინოვაციური პროცესის სხვადასხვა სტადიაზე ინოვაციური პროდუქტის ობიექტთა ჩამოყალიბების თავისებურებები გულისხმობს ცალკეულ ობიექტებზე ფასწარმოქმნის დიფერენცირებული მეთოდების გამოყენებას. პატენტების შექმნისას, ზშირად გამოიყენება შერეული ტიპის ფასები: წინასწარ აღნიშნული ეფექტისა და მისი რეალიზაციის ვადების წინამატებით, რადგან საბაზო გამოგონების რეალური ეფექტი განსხვავდება მოსალოდნელისაგან არა მარტო განუსაზღვრელობის მაღალი ხარისხის გამო, არამედ მრავალი ფაქტორის გამო. რომლებიც მასზე მოქმედებს სხვადასხვა ტექნოლოგიურ სტადიაზე. დამოლოს, გამოგონებიდან მიღებული ეფექტის რეალიზება შეიძლება დროის ხანგრძლივი მონაკვეთის შედეგად, რასაც ასუსობს მყიდველის სწრაფვა "როიალტის" ტიპის ფასის გამოყენებისადმი.

ინოვაციური პროდუქტის ფასის ზღვრული ოდენობები რეგულირდება საბაზრო კონკურენციის კანონებით. ასე მაგალითად, მწარმოებლებს არა აქვთ შესაძლებლობა დააწესონ ეკონომიკურად დღესასწაულებელი ფასები ღირებულების კანონის მიუხედავად. ღირებულების ზღვარი განპირობებულია იმ გარემოებით, რომ ინოვაციური პროდუქტის მყიდველს (მომხმარებელს) მისადმი ინტერესი უჩნდება მხოლოდ მაშინ, როდესაც სიახლეს მოაქვს დამატებითი შემოსავალი, უფრო მეტი, ვიდრე მიიღებდა მომხმარებელი, თუკი თვითონ განახორციელებდა სიახლეთა დასრულებასა და შექმნას.

კონკურენცია ავლენს სამეცნიერო-ტექნიკური და ინოვაციური საქმიანობის იმ სახეებს, სადაც დანახარჯები შეიძლება შეცვირდეს იქნეს, განსაზღვრავს როგორც სამეცნიერო-ტექნიკურა, ისე ინოვაციური პროდუქტის სამომხმარებლო პარამეტრთა ნაკრებს, ავლენს მოქმედ და პოტენციურ კონკურენტებს, მათ სასუტყებსა და საქმიანობის ძლიერ მხარეებს.



კონკურენტის ანალიზი ხორციელდება ბაზარზე მოქმედი ინფორმაციის შეკრებისა და მოპოვების ზოგადი სისტემის ფარგლებში, მის წყაროებს წარმოადგენს გამოყენები, ფირმის ხელმძღვანელები მოხსენების ტექსტები და ყოველწლიური ანგარიშები, მიმოსხლეები პერიოდულად და სამაგრი აგრეთვე, სახელმწიფო სამართლებრივი და კონომიკური დაწესებულებების მიერ შემოთავაზებული ცნობებისა და ინფორმაციის ოპერატიული წყაროები. კონკურენტთა საქმიანობის შესახებ ინფორმაციის მისაღებად, გამოიყენება მომხმარებლისა და მათი დილერების გამოკითხვები.

ინოვაციური საწარმოებისთვის მნიშვნელოვანია საქმიანობა, შემაჯავებელ საქონელზე (მომსახურებაზე) საქონლის (მომსახურების) უშუალო წარმოებულთა მოთხოვნილებების დასაკმაყოფილებლად. მომხმარებელთა "ასოციაციური" გამოკითხვები საშუალებას გვაძლევს გამოვავლინოთ მოხმარების პირობები და სასარგებლო თვისებები, რომლებთანაც მომხმარებელი აკავშირებს ბაზარზე ცნობილი კონკურენტის საქონელს. ინოვაციური ფირმებისთვის უმნიშვნელოვანესია ინფორმაცია კომპანიების ორიენტაციის შესახებ, რომლებიც აწარმოებენ საქონელს (მომსახურებას) მათი პროდუქციის, ფასთა პოლიტიკისა და ხარისხის პოლიტიკის დარგში მათი სტრატეგიების, აგრეთვე ტექნოლოგიის დარგში სტრატეგიების ბაზრებზე ექსპანისიათებს.

ინოვაციური საქმიანობის არასაკმარის კონსენქტურულ კვლევებსა და ხარვეზებს იმ წარმოებათა პერსპექტივის პროგნოზირებაში, რომლებშიც ისინი გამოიყენება, მაკრუთ საწარმოები ბაზარზე მათი პოზიციების დაკარგვამდე, მაშინ, როდესაც ინოვაციათა დრმა შესწავლა მათი გამოყენების პერსპექტივების რეალური პროგნოზის საფუძველზე, საშუალებას აძლევს საწარმოს, დაცვაოს ბაზარზე მტკაცე პოზიციები და უზრუნველყოს დიდი მოცუბის მიღება.

ამერიკული ფირმების 90%-ზე მეტი დაცვაებული ტექნოლოგიური პროგნოზირების საკითხებია, სარჯავენ რა ამ მიზნებზე სკსს-ზე გამოყოფილი მთელი თანხის არანაკლებ 1%-ისა. კონკრეტულ ინოვაციურ პროდუქტებზე კონსენქტურული კვლევების ჩატარება და საწარმოს კონკრეტულ წარმოებებში მათი გამოყენების პროგნოზირება საშუალებას აძლევს მათ, განაზოხრციელონ სხვა ფირმების მიერ შემოთავაზებული საკუთარი ინოვაციებისა და საახლეების შედარებითი შეფასება, მიიღონ გადაწყვეტილება დამოუკიდებლად ინოვაციური საქმიანობის ჩატარების ან მისთვის სპეკიალიზებული ფირმების მოწვევის აუცილებლობის შესახებ. ასეთი კვლევების აქტუალობა იზრდება ეწ. მეცნიერულ-ტექნიკური ნაშტომების პერიოდში, როდესაც მკვეთრად იცვლება ტრადიციული საქონლის წარმოების დანახარჯთა დინამიკა. ასეთი ნაშტომი ახდებს საქონლის ახალი სახეობების, ხერხების, ტექნოლოგიების გამოვლენის პროცესის ინტენსიფიცირებას და საწარმოო სიმძლავრეების გაფართოებასა და რეკონსტრუქციაზე მოთხოვნილებას ზრდის.

მრეწველობაგანვითარებული ქვეყნების უმსხვილესი ფირმები სშირად იყენებენ სხვა ფირმების სახსლებს, რაც მათ საშუალებას აძლევს, მუდმივად დაუჭირონ მხარი მსოფლიო ბაზრებზე საკუთარი საქონლის მაღალ კონკურენტუნარიანობას. ამავე დროს იაპონური კომპანიები ფართოდ აზოიციელებენ ლიცენზიით შეძენილი სამეცნიერო-ტექნიკური საახლეების ბოლომდე დამუშავებასა და დანერგვას, რაზეც ხარჯავენ სკსს-ზე საკუთარი დანახარჯების დაზოლობით მესამედს ლიცენზიის გამცემზე უფრო სრულყოფილი პროდუქციის საწარმოებლად.

ინოვაციური საქმიანობის ობიექტთა გამოყენების პირობების ანალიზი და პროგნოზირება საშუალებას აძლევს ინოვაციური პროდუქტის მყიდველს, განსაზოვროს ახალი საწარმოების შექმნის ან მის საწარმოზე ტექნოლოგიათა რადიკალური გარდაქმნის მიზანშეწონილობა. ინოვაციური პროდუქტის შექმნის შედეგები შეიძლება აისახოს საწარმოს მთელ საქმიანობაზე.

ახალი პერიოდისტი

საქართველოს
საგარეო
საგაერო
საგაერო

ამტომ მისი გამოყენების პირობათა გამოვლენა დაკავშირებულია წარმოების მარკეტინგის, სპეციალიზაციისა და კოოპერირების საკითხების გადაჭრასთან.

ინოვაციური პროდუქტის ყიდვა-გაყიდვის კონსტრუქტურა-წარმოქმნულ ფაქტორებს მიეკუთვნება გარიგების კომერციული პირობები, შეთანხმებით მიღებული უფლებების მოცულობა, ინოვაციური საქმიანობის განხორციელების ვადები, ტექნიკური დახმარება, უნსაკლური მოწყობალობისა და სხვა მატერიალურ-ტექნიკური რესურსების საკითხებია, გარანტიები და სხვ.

ბაზარზე კონსტრუქციის გაძლიერებასა და მეცნიერულ ტექნიკური პროგრესის დაჩქარებას მიყვართ წარმოებაში შექმნა და გამოყენებადი სასაღებების რაოდენობათა შორის გარდევითა წრდამდე შემოთავაზება ინოვაციურ პროდუქტის ობიექტთა გაყიდვის შესახებ შეიძლება შემოვლეს სხვადასხვა წყაროებიდან - მრავალრიცხოვანი წერილი ფირმებიდან, ცალკეული გამოძიებულებისაგან, როდლებსაც არ გამჩნათ მატერიალური და ფინანსური შესაძლებლობები გამოვლენათა ბოლომდე დაშეშვებისა და საწარმოო გამოყენებისთვის.

სასაქონლო ბაზრის კონსტრუქციის გაუარესება იმ პროდუქციისთვის, რომელთა გამოშვება ხდება ინოვაციების გამოყენებით, როგორც წესი, განსაზღვრავს სიახლეთა გაყიდვის მიზანშეწონილობას. მაღლიანობაში სასაქონლო ბაზარზე რეალიზაციის პრობლების გამწვავებას მიყვართ შემოთავაზებათა რაოდენობის მატებამდე და ინოვაციათა ბაზარზე ოპერაციითა ზრდამდე. ამასთანავე, ინოვაციური საქმიანობის ცალკეულ ობიექტებს შეიძლება ჰქონდეთ კარგი მოთხოვნა, მაღლიანობაში, არახელსაყრელი კონსტრუქციისას, საქონელთა და ინოვაციათა ბაზარზეც.

კომერციალიზაციის პროცესის მართვის ამოცანები იყოფა სტრატეგიულად (ინოვაციითა წინსვლის მიმართულებათა არჩევა ათითოეული ეტაპის დასრულების შემდეგ, პარტნიორებისა და დაფინანსების წყაროთა ძებნა, ფინანსურა უზრუნველყოფის გეგმის შექმნა) და ტაქტიკურად (მარკეტინგი, რეკლამა, გაყიდვითა განხორციელება, ინოვაციური საკუთრების მართვა გაყიდვისას). ინოვაციითა კომერციალიზაციის სფეროს წარმოადგენს ინოვაციური პროდუქტის შემშვებისა და ბაზარზე გატანის ეტაპები.

ინოვაციური პროდუქტის კომერციალიზაციის მართვის სტადიები კრატეგიულია იმასთან დაკავშირებით, რომ თითოეულ მათგანზე გადაწყვეტილების მიღება შეიძლება ბაზარზე ამ სტადიაზე მიღებული შედეგის (ინოვაციური პროდუქტის ცალკეული ობიექტის) გატანის შესახებ საქონლის სახით, რომელიც გარდის არა საბოლოო პროდუქტის სახით, არამედ - გაფორმებულია შესაბამისი ბაზრის სტანდარტებით - იღება, სეს შედეგები, პროექტები და ა.შ.

საბაზრო პირობებში, ინოვაციურა საქმიანობა ორიენტირებულია ეკონომიკურ მიზანშეწონილობაზე, მიმგებინობაზე, სიახლის ეკონომიკური შეფასების ძირითად შედეგს წარმოადგენს ეკონომიკური ეფექტი. ეკონომიკური ეფექტი - ესაა სახლთა (ინოვაციითა) გამოყენებისაგან მიღებული პოტენციური მოგება.

ეკონომიკური შეფასების შედეგების მიხედვით ხორციელდება სტრატეგიული დაგეგმვა, ვლილდება ბიზნეს-გეგმა, გაითვალისწინება საწარმოს მომავალი მოგება. ამრიგად, ეკონომიკური ეფექტი - ეს ზარალის ან მოგების ეკონომიკური შეფასების განმარტოვადებული მაჩვენებელია.

ახალი ნაწარმის წარმოების მოცულობა დამოკიდებულია ხელშეკრულებებზე ამ ნაწარმის შემკეთთან, ან გასაღების ბაზარზე ამ ნაწარმის შემოთავაზებისა და მოთხოვნის მდომარყობაზე.

ინოვაციური პროდუქტის მიმჩმარებულს აუცილებლად სჭირდება იმის გამოვლენა, თუ რა დაშვება მას სიახლეთა არა მარტო შექმნა, არამედ გამოყენებაც. სასარგებლო ეფექტის რეალურზე ინოვაციური პროდუქტის ფასის შემცირებაზე გავლენას ახდენს ინოვაციური

თავი
სახელი
პროფესორი



მეცნიერება

პროდუქტის გამოყენებისას შესრულებული სამუშაოების ერთეულის, ან მისი პარამეტრის (ფუნქციის) ერთეულის ღირებულების კუთრი შემცირება; ანალოგიურებთან შედარებით სასხლელო დახურვაზე კაპიტალურ დახარჯებათა შემცირება, რომლებიც საჭიროა ბაზისური ტექნოლოგიების მუშა მდგომარეობაში შენარჩუნებისათვის, აგრეთვე ინოვაციათა მომსახურებაზე მამდინარე ხარჯების შემცირება ბაზისური ტექნიკის ფუნქციონირებაზე დახარჯების მიმართ.

საინფორმაციო ტექნოლოგიებისა და ინოვაციათა ბაზრის ფორმირების გარეშე, ერთნაირი პროდუქციის კონკურენტუნარიანობის პრობლემას გადაჭრა არ შეიძლება მრეწველობის მსხვილ საწარმოებში მნიშვნელოვანი თავისუფალი სამშაფრეების არსებობის, მათში წარმოების ნაშაბტის მოუხედავად, მთხოვნის სახელშეიფო სტიმულირების პოლიტიკის ჩატარებისას, სპეციალური საბაზრო შეღავათების შთავაზებითა და სოციალური გადასახადების გაზრდით.

ახალი ბაზრის ათვისება ახალი საკონსლის (მომსახურების) წარმოების შედეგად, მათზე კონტროლის დადგენა, რომლებიც საშაალებას ევაძლევენ, დაეაწესონ, მონიპოლოურად მაღალი ფასება და მივილი მონოპოლიურად მაღალი მოცება, რაც მოითხოვენ დიდ დანახარჯებს მსხვილი საწარმოებისთვის. ერთი პროდუქტის სწრაფი ცვლა მეორეთი მოითხოვენ დიდ ფინანსურ სახსრებს მასობრივი წარმოების პირობებში. ამიტომ ახალი პროდუქციის წარმოების ათვისება ხშირად ხორციელდება წერილი და საშაალო მეწარმეების მიერ, რომლებიც მიისწრაფვიან ახალ ნაწარმათა კომერციალიზაციის ხარჯზე ბაზრის გარკვეული წილის მიღებისაკენ, რადგან საფოველთაო ტენდენციას წარმოადგენს ის, რომ სახელთა რაოდენობის შეფარდება დანახარჯებისაში სასეცხიერი კვლევებზე მცირე და საშაალო ფირმებში 3-4-ჯერ უფრო მაღალია, ვიდრე მსხვილ ფირმებში. სწორად სახლეება, რომლებსაც იყენებენ მსხვილი საწარმოები, არის წერილი და საშაალო და, მათ შორის, ვეწნურული, იტყინინგულა და დამერგავი ფირმების ინოვაციური საქმანობის შედეგი. ვეწნურული საქმანობის შედეგს წარმოადგენს ისეთი პროდუქტები, როგორცაა: ცელოფანი, ბურთულეებანი ატეკოკლამი, ვერტმურენა, ტურბორეაქტიული ძრავი, კინესკოპი, ინსულინი, ფერადი ფოტოგადაღება და ფოტობეჭდვა, მაკროპროცესორი და სხვ.

პროგრესი ტექნოლოგიურ საფოველებზე მცირე მეწარმეობის ინვესტირება მოითხოვენ ნაკლებ რესურსებს კერძო კაპიტალის მოზიდვის ვათავლისწინებით და ახალი სამაშალო ტექნოლოგიების დახერგვაზე ამ სუბიექტთა გადაჭარბებული ორიენტაციით. პრიორიტეტული თანამშევერბობა: მისანშეწილილი მცირე მეწარმეობის განვითარების სტიმულირება წარმოებაში დასანერგად მომხარბული იმ ტექნოლოგიების სამაქალაქო გამოყენების დარგში, რომლებიც შემოშავებულია თავდაცვით საწარმოებში.

საქართველოში ჩამოყალიბებულ ინოვაციათა ბაზარს გააჩნა რავი თავისებურებები, რომლებიც დაკვეშირებულია ეკონომიკის კრიზისულ მდგომარეობასთან კარდინალური საბაზრო გარდაქმნის განხორციელების პერიოდში. მათ რიცხვს უნდა მივაკუთვნოთ ის, რომ:

- მეცნიერულ-ტექნიკურმა სფერომ ჩამოაყალიბა ვასული წლების დამოშავებული სკასს საკმაო მარავი, მაგრამ მომსარბებულ-შემკვეთებს მათი რეალიზაციისათვის და ახალი კვლევების და შემოშავებების ჩატარებისათვის არა აქვთ საკმარისი სახსრები;
- ინოვაციური ბაზარი შედგება არა თვით პროდუქციისაკენ, არამედ ორგანიზაციების, კოლექტივების, ცალკეული სპეციალისტების ნაკრებისაკენ, რომლებსაც პოტენციურად შესწაშ ინოვაციური საქმანობის განხორციელების უნარი;

ახალი ეპონომისტი



- ამჟამად ინოვაციურ ორგანიზაციებს უძრავლეს შემთხვევაში არ შეუძლიათ განახორციელონ საინიციატივო სამუშაოები, ვეჩიურული კაპიტალის ორგანიზაციათა გარეშად რომელთა დახმარებითაც სასწრაფოს ხარჯზე.

საქართველოში ჩამოყალიბდა ძალზე სპეციფიკური სიტუაცია, რომელიც არ ჰგავს მსოფლიოში არსებულ სიტუაციას, დაგროვების დარგში: სავაჭრო, საბანკო და სადაზღვევო სექტორებში აკუმულირებული კაპიტალი არ შედის საწარმოო და ინოვაციურ სფეროში. საჭიროა, რომ უახლოეს წლებში ეს კაპიტალი იქცეს ინოვაციური საქმიანობის დაფინანსების ხერხულ წყაროდ.

ინოვაციური პროდუქტის მწარმოებლებისა და მომხმარებლების პროდუქტიული ურთიერთობისთვის საჭიროა ინოვაციური საქმიანობის კომერციალიზაციის სუბიექტთა ერთობლივი ინტერესების მდგრადი მაკროსტრუქტურული დარგის ჩამოყალიბება, შესაბამისი ინფრასტრუქტურის შექმნის საშუალებათა, რომელიც ასტიმულირებს ინოვაციური საქმიანობის სუბიექტთა, ინვესტორების ინტერესთა დაახლოებას და განსაზღვრავს მართვადი სუბიექტების საბაზრო მოთხოვნას.

საქართველოს სიტუაციურ თავისებურებას წარმოადგენს ის, რომ ინოვაციური ბაზარი ქვეყანაში მხოლოდ ფაქტობრივად, თანაც კომერციალიზაციისათვის არსებულ სიახლეოა უმრავლესობის შესახებ მომხმარებელს არა აქვს წარმოდგენა და არ არის მზად ჩამოაყალიბოს მათი მოთხოვნა. ინფრასტრუქტურულმა ცვლილებებმა, რომლებიც გამოწვეულია სასკლმწიფო ინოვაციური პოლიტიკის რეალიზაციით, არ შეიძლება დააჩქარონ ბაზარზე ინოვაციათა კომერციალიზაციის პროცესი.

ინოვაციათა ბაზრის გამოვლენილი თავისებურებები უნდა გავითვალისწინოთ სახელმწიფო ინოვაციური პოლიტიკის შემუშავებისას. მაკროინოვაციურ (საერთო) დონისდახმარებით რიცხვს დეკუთნება სახელმწიფოს მონაწილეობა ინოვაციაზე მოთხოვნის ჩამოყალიბებაში. პრიორიტეტულ ტექნოლოგიათა დარგში მოთხოვნის ინიციაციის მაგალითს წარმოადგენს სელიკონის ველი, რომელიც გაჩნდა ნახევარგამტარების დარგში შემუშავებაზე, ხოლო შემდეგ ნახევარგამტარი მრეწველობის პროდუქტებზე აშშ თავდაცვის სამინისტროს შეკვეთის შედეგად. შემდეგ თავდაცვითმა ტექნოლოგიებმა გამოიყენება პპოვა სამოქალაქო სფეროში.

ინოვაციათა ბაზრის განვითარების ხასიათი მჭიდროდ დაა დაკავშირებული კონკურენტუნარიანობის სტადიასთან, რომელშიც იმყოფება ქვეყანა. კონკურენტუნარიანობის სტადიასზე სტადიებისათვის იმანტრუქურია ექსპორტ-იმპორტის ოპერაციათა სხვადასხვა წილი პროდუქტებისა და ტექნოლოგიურ ნაკადთა სფეროში. წარმოების უაქტიურთა სტადია სასადადება ტექნოლოგიებისა და პროდუქტების იმპორტით. ამ სტადიაზე ძირითად ამოცანას წარმოადგენს პროდუქტების ექსპორტაციის პროცესთა ათვისება. შემდეგ სტადიაზე, იმპორტულ ტექნოლოგიათა საფუძველზე, საქონელთა იმპორტთან ერთად ხორციელდება პროდუქტების დამოკიდებული წარმოება. ნაწარმის ხარისხის ამაღლებისა და საწარმოო გამოცდილების შექმნის მიხედვით ხორციელდება მათი ექსპორტი. ინვესტიციათა სტადია დაკავშირებულია წარმოების უნართან, დამოუკიდებლად შეიძინოს ტექნოლოგიები შიდა გამოყენებისთვის. საიხლოთა სტადიაში ქვეყანა შედის, შეუძლება რა ტექნოლოგიათა ექსპორტსა და საქონელთა წარმოების სხვა ქვეყნებში გადატანას იმისათვის, რომ გადაანაწილოს შიდა რესურსები უფრო მაღალი ტექნოლოგიური ცოდნის საქონელთა დამზადებისათვის. მაკროტექნოლოგია მოიცავს მთელი ტექნოლოგიური პროცესების ერთობლიობას მოცემული პარამეტრების მქონე გარკვეული ტექნოლოგიის შექმნის თაობაზე. სინგაურის, ტაივანის, ჰონკონგის სწრაფი ეკონომიკური განვითარების პროდუქტის შექმნის თაობაზე.

ბიზნესი ეკონომიკა

განვითარება დაკავშირებულია იმასთან, რომ ამ ქვეყნებში დანიერგა 1-2 მაკროტექნოლოგია. ასე, მაგალითად, სინგაპურის მიერ მხოლოდ ერთი მაკროტექნოლოგიის – მაკროლექტრონიკის გამოყენებას ამ ქვეყნისთვის მიაქვს 7 მლრდ. დოლარი ყოველწლიურად. 46 მაკროტექნოლოგიიდან, რომლებსაც ფლობენ დიდი "შიდეულის" ქვეყნები, აშშ-ის წილად მიღის 22, რომლის მიხედვითაც ისინი ინარჩუნებენ ლიდერობას, გერმანიის წილად – 10-მდე, იაპონიაზე – 7, ინგლისსა და საფრანგეთზე – 5-მდე, იტალიასა და კანადაზე – 1-2. მეცნიერებატექნოლოგიური პროდუქციის წილის გაზრდას მიეყვართ შრომის ანაზღაურების ზრდამდე საქონლის ღირებულებაში, მაშასადამე – ქვეყნის შიგნით გადახდისუნარიანი მოთხოვნის ზრდამდე. იმასთან დაკავშირებით, რომ საბრვეტლო წარმოებისათვის კონტექტურა ჯერ კიდევ დაბალია, სახელმწიფომ უნდა მოახდინოს მეცნიერებატექნოლოგიის პროდუქციის წარმოების ორიენტირება ექსპორტზე. კონსერვტიუნარიან მაკროტექნოლოგიათა ათვისებისა და გაზრდის შექანაში გულისხმობს ქვეყანაში კრიტიკულ ტექნოლოგიათა ჩამოყალიბებას, რომელთა არარსებობა მაკროტექნოლოგიის რეალიზების საშუალებას არ გვაძლევს. მაღალგანვითარებულ ქვეყნებში ჩამოყალიბდა ორი მიდგომა კრიტიკულ ტექნოლოგიათა ჩამოყალიბებისადმი. თუ ქვეყანას უკვე დაკავებული აქვს მეცნიერებატექნოლოგიის პროდუქციის ბაზრის მდგრადი სექტორთა, მან სახელმწიფო, ჩვეულებრივ, ეზმარება საწარმოებს, შენარჩუნონ ეს ნიშა. სამეცნიერო ფორმებისა და ორგანიზაციების გამოკითხვის შედეგად ხელმისაწვდომი ხდება ინფორმაცია, რომელიც პრიორიტეტების განსაზღვრის საფუძველს ქნის, რომელთა მიხედვითაც სახელმწიფო მხარს უჭერს საწარმოებს. უკანასკნელნი მიუთითებენ, თუ რომელი ტექნოლოგიები ითამაშებენ მრეწველობაში მოწინავე როლს შემდგომ 5-10 წელიწადში. იმ ქვეყნებისაგან განსხვავებით, სადაც კრიტიკული ტექნოლოგიების შესახებ პროგნოზის ფორმირება ხდება "ქვევიდან", იაპონიაში თავდაპირველად ასორციელებენ ახალი ტექნოლოგიების პროგნოზს, რომელიც უზრუნველყოფს ახალი პროდუქციის გასვლას შიდა და საგარეო ბაზრებზე. ჩვენი აზრით, საქართველოში სახელმწიფოებრივ დონეზე უნდა განისაზღვროს პროდუქციის კონკრეტული სახეები და მათი საშუალებით გამოვიზინდეს კრიტიკულ ტექნოლოგიათა ჩამონათვალი.

ლიტერატურა:

- 1) Debresson Christian. Economic Interdependence and Innovative Activity: An Input-output Analysis. 1996.
- 2) Birgitte Andersen, Jeremy Howells, Richard Hull, Ian Miles, Joanne Roberts. Knowledge and Innovation in the New Service Economy. 2000.
- 3) Small Country Innovation Systems. Globalization, Change and Policy in Asia and Europe. 2008.

ახალი მკონომისტი

უსანგი სამაღაშვილი
ეკონომიკურ მეცნიერებათა დოქტორი
თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის პროფესორი

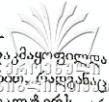
ვიდრე საკუთარი საწარმოს ჩამოყალიბების გზების ანალიზზე გადავიდოდეთ ლოგიკურია გავარკვიოთ პოტენციური ბიზნესის ეკონომიკური მიზანშეწონილობა და ის - რა სჯობია პასიური თუ აქტიური მესაკუთრეობა. საკუთარი ბიზნესის ჩამოყალიბება ეკონომიკურად მიზანშეწონილია იმ შემთხვევაში, როდესაც იგი იძლევა არა მხოლოდ ნორმალურ მოგებას (ხელფასი ბიზნესის ორგანიზებისათვის), არამედ ეკონომიკურ მოგებასაც. თუ წამოწყებული საქმიდან ნორმალულ მოგებასაც ვერ დებულობთ, მაშინ დაკავებული ხართ არამომგებიანი საქმით. მაგალითად, პედაგოგი ბრძანდებით და გაქვთ 300 ლარი ხელფასი, ხოლო თქვენი პოტენციური მეწარმეობიდან ნორმალური მოგება 300 ლარზე ნაკლებია. ცხადია, ასეთი ბიზნესი ეკონომიკურად მიზანშეუწონელია, რადგანაც ნორმალური მოგება არ იქნება საქმარისი თქვენი პირადი საჭიროებების დაკმაყოფილებისა და ბიზნესის განვითარებისათვის, რის გამოც იძულებული გახდებით მიმართოთ სესხს. ნასესხი ფული კი უფრო ძვირია, ვიდრე საკუთარი, რადგანაც მასზე პროცენტის გადახდაა საჭირო. ხოლო თუ ნორმალურ მოგებასთან ერთად გაქვთ ეკონომიკურიც, მაშინ ეს სერიოზული განაცხადია თქვენი პირადი კეთილდღეობის, ბიზნესის პერსპექტიულობისა და კონკურენციაში გამარჯვებისა.

საკუთარი საქმის წამოწყებამდე, ასევე, გასარკვევია კუთვნილ სიმდიდრეზე პასიური მესაკუთრეობიდან (ფიქტიური ინვესტირება) მეტი შემოსავლის მიღება შესაძლებელი, თუ აქტიური მესაკუთრეობიდან ანუ სამეწარმეო საქმიანობიდან (რეალური ინვესტირება). რეალური ინვესტირებისას ფული ბანდდება წარმოებაში, ხოლო ფიქტიური ინვესტირებისას - ფასიან ქაღალდებში, ანაბრებში (ფინანსურ სექტორში). რეალურ ინვესტირებას უნდა მიმართოთ იმ შემთხვევაში, როდესაც ინვესტირების ობიექტიდან მოსალოდნელი მოგების ნორმა აღემატება საბანკო ანაბარზე პროცენტს.

დავუშვათ, "თი-ბი-სი" ბანკის თანამშრომელმა, რომელსაც თვეში 2000 ლარი ხელფასი აქვს, გადაწყვიტა თანამდებობიდან წასვლა და პურის საცხობის ორგანიზება კოვკორში, საკუთარ საბაღე ნაკვეთში არსებულ პატარა სახლში. იგი ამ სახლში მაინც არ ცხოვრობს, მხოლოდ ზაფხულობით აქირავებს და დებულობს 1000 ლარის შემოსავალს. უფრო მა ბანკირმა კუთვნილი დახაზოგი 10000 ლარის ოდენობით პურის საცხობის მოწყობაში დააბანდა. საბანკო ანაბარზე კი დაწესებულია წლიური 20 პროცენტი.

საქმიანობის პირველი წლის დამლევს, პურის საცხობი ფირმის მეგატრონეს მისმა მფლობელმა წარუდგინა შემდეგი ანგარიში (ყოველგვარი გადასახადების გადახდის გათვალისწინებით): წლიური შემოსავალი პროდუქციის რეალიზაციიდან: 155000 ლარი; პროდუქციის წარმოების წლიური ხარჯი: 130000 ლარი; მოგება: 25 000 ლარი.

ახალი ეკონომიკა



მაგრამ ბანკირი, რომელიც ეკონომიკურად განათლებული ადმიანია, არ დაკმაყოფილდა ამგვარი სასიხარულო შეტყობინებით – ფირმის მიერ მოგებული 25000 ლარით, რადგან მან საკუთარი, შიდა ანუ არაცხადი ხარჯებიც გაიღო, რაც ბუღალტერს არ გაუთვალისწინებია (ბუღალტერს აინტერესებს ბუღალტრული და არა ეკონომიკური მოგება). სწორედ ამიტომ, მეპატრონე დაინტერესდა თუ რა დაუჯდა ფირმას საქმიანობა რეალურად. ამისათვის მან შიდა (არაცხადი) ხარჯები ანუ პასიური შესაკუთრებიდან შემოსავლები ასეთნაირად დაიანგარიშა: 1. დაკარგული ხელფასი ბანკში შრომის გაქირავებიდან: 24000 ლარი (2000X12); 2. დაკარგული შემოსავალი სახლის გაქირავებიდან: 1000 ლარი; 3. დაკარგული შემოსავალი დანაშოვის ბანკში შენახვიდან: 2000 ლარი.

ამრიგად, პასიური შესაკუთრებიდან შემოსავალმა ანუ შიდა ხარჯებმა შეადგინა: $24000+1000+2000=27000$ ლარი. როგორც ხედავთ, ბანკირის პასიური შესაკუთრებიდან შემოსავალი 2000 ლარით აღემატება აქტიური შესაკუთრებიდან (მეწარმეობიდან) შემოსავალს (27000–25000). ვ.ი. ბანკირმა სერიოზულად უნდა იფიქროს საკუთარი ფირმის ლიკვიდაციაზე და ბანკში დაბრუნებაზე. გასარკვევია, ასევე, მომავალი მოგების (ფულის) დღევანდელი და მომავალი ღირებულებაც, ანუ გასათვალისწინებელია ინფლაციაც.

ყოველივე ზემოთქმლის შემდეგ დღის წესრიგში დგება საწარმოს (ფირმის) ჩამოყალიბების გზების ძიება.

არსებობს საკუთარი საწარმოს (ფირმის) ჩამოყალიბების სამი გზა: ა) უკვე არსებული საწარმოს (მზა ბიზნესის) შესყიდვა; ბ) ახალი საწარმოს ცარიელ ნიადაგზე შექმნა, ასე ვთქვათ, საქმის ნულიდან დაწყება; გ) ვარკვეული თანხის (150–200 ათასი აშშ დოლარი) საფასურად ფრანჩაიზის შექმნა.

თითოეულ მეთოდს საკუთარი უპირატესობანი და შეზღუდულობანი აქვს. ასე მაგალითად, უკვე არსებული, მზა ბიზნესის შექმნა შესაძლებელია უფრო ძვირი დაჯდეს, რამეთუ ყველაფერი „მზა“ უფრო ძვირი ღირს. სამაგიეროდ, მზა ბიზნესის ყიდვა არ მოითხოვს დაფუძნებისა და ლიცენზირების ხარჯებს, ადგილის შეჩვენებას, მომხმარებლების, მომწოდებლებისა და პერსონალის მოძიებას, საგადასახადო და საკრედიტო დაწესებულებებთან ურთიერთობების დალაგებას, გარემოსადმი ადაპტირებას დიდ დროსა და რისკს, ასევე რეკლამის ხარჯებს და დადებითი იმიჯისათვის საგანგებო ზრუნვას. ამიტომაცაა, რომ იურიისტები და ბანკირები ურჩევენ მეწარმეებს იყიდონ მზა ბიზნესი და არა ცარიელ ნიადაგზე ჩამოყალიბონ იგი.

მზა ბიზნესის შექმნას აქვს ნაკლოვანებაც. კერძოდ, კარგი და გამართული ბიზნესი იშვიათად იყიდება. სწორედ ამიტომ, შესაძენი საწარმოს გულდასმით შეუსწავლულობის შემთხვევაში მომგებიანი საწარმოს მაგიერ შესაძლებელია ხელში შეგვრეთ მოძველებული ტექნოლოგია, ბაზარზე არახელსაყრელი პოზიცია, გადაუხადელი ვალდებულებები, სასამართლოში გაუთავებელი დავები, არაკეთილსინდისიერი პერსონალი და მრავალი სხვა. ამგვარად, მზა ბიზნესის შექმნა მიზანშეწონილია იმ შემთხვევაში, როდესაც გაქვთ მსხვილი კაპიტალი და არ გსურთ ყველაფერი თქვენი შეზღუდულებისამებრ მოაწყვით.

ახალი ეკონომისტი

შმა საწარმოს შექმნისათვის უნდა მიმართოთ ბიზნეს-საბროკერო ფირმებს და გარკვეულთ საყიდი ობიექტის ბაზარზე არსებული მდგომარეობა, გამოცდელის მოტრეპობა, გასაყიდი საწარმოს მომგებიანობა, ღირებულება და საბაზრო ფასი.

არსებული საწარმოს ფასის განსაზღვრისათვის პერსპექტიულ მყიდველს შეუძლია გამოიყენოს წმინდა მოგების, ან აქტივების შეფასების მეთოდი. მოგების შეფასების მეთოდი უფრო ზუსტია, რამდენადაც მიზანმიმართულაა მომავალ მოგებაზე; აქტივების შეფასების მეთოდი კი განიხილავს მხოლოდ აქტივებს, მათი მომგებიანობის გათვალისწინების გარეშე. საწარმოს შექმნამდე არსებითი მნიშვნელობა ენიჭება გამოცდელის ბუღალტრული წიგნების აუდიტის ჩატარებას.

მყიდველები შეიძლება პირობითად დაიყოს „პროფესიონალებად“ (პირები, რომელთაც შესაძენ ბიზნესში გარკვეული გამოცდილება აქვთ) და „არაპროფესიონალებად“. სტრატეგია პირველი, რომელშიც უკლიან: წარმატებული მეწარმენი, რომლიც სხვა კომპანიების „შთანთქმის“ ხარჯზე აფართოებენ თავიანთ ბიზნესს, ასევე, საშუალო და მაღალი რგოლის მენეჯერები, რომლებიც უარს ამბობენ დაქირავებით მუშაობაზე და იწყებენ დამოუკიდებელ ბიზნესს. ჩვეულებრივ, „პროფესიონალები“ იმ დარგში იძენენ საწარმოებს, რომელშიც უკვე აქვთ მნიშვნელოვანი ცოდნა-გამოცდილება. კაპიტალის მფლობელი „არაპროფესიონალი“ მყიდველების მიერ კი, შესაძენ საწარმოთა მართვა განიხილება, როგორც მარტივი და გასაგები პროცესი, რომელიც ოითქასდა არ მოითხოვს სპეციალურ ცოდნას. ამ ჯგუფს მიეკუთვნებიან კაპიტალის მქონე დამწყები მეწარმენი, ასევე, მდიდარი პირები, რომლებიც თავიანთი მუშაობისათვის ყიდულობენ ბიზნესს.

გამოცდელის მამომრავებელი მოტივი შეიძლება იყოს: პირადი და კარიერული. მაგალითად, მეპატრონეს შეიძლება სურდეს საოჯახო საწარმოში კუთვნილი წილის ნაღდ ფულად გადაქცევა; მართვაში მემკვიდრეობითობა. მეპატრონეს შეიძლება ეჭვი შეეპაროს იმ ახალგაზრდა ადამიანების უხარ-შესაძლებლობებში, რომლებმაც უნდა მართონ საწარმო მომავალში; ერთპიროვნული მმართველობა. მეპატრონემ შეიძლება ჩათვალოს, რომ მისი საწარმო ერთობ იზრდება და საკუთარი მმართველური ცოდნის უკმარისობის გამო, ვერ შეძლებს მის დინამიურ განავითარებას. თუმცა, გამოცდელები ხშირად მალავენ გაყიდვის ნამდვილ მოტივებს. ასე მაგალითად, ზოგი მეპატრონე გრძნობს, რომ ტექნოლოგიის პროგრესში შეიძლება დაბეჭდოს მისი საქონელი და მოსაშურება, ამიტომ იგი აცხადებს, რომ მან ვადაწყვიტა დაისვენოს, ან მცირე ბიზნესის მართვა ასწავლოს ადგილობრივ კოლეჯში. რეალურად კი გაყიდვის მიზეზი არის საწარმოს უპერსპექტივობა, ოჯახის ფინანსური მდგომარეობის გაუარესების შში და სხვა.

დამწყებ მეწარმეთა დიდი ნაწილისათვის საწარმოს ახლად შექმნა უფრო მიმზიდველია, ვიდრე უკვე არსებულის შექმნა, რადგანაც ისინი დამოუკიდებელივ ქმნიან საკუთარი თავამის წესებს, ირჩევენ პოლუქციას და მომსახურებას, ადგილ-მდებარეობას, პერსონალსა და მომწოდებლებს. მათ არ უწყევთ ფრანჩაიზერისათვის გადასახდელის გადახდა და არა აქვთ შში ხელშეკრულების ვადის გასვლის შემდეგ ფრანჩაიზერის მხრიდან მისი გაუგრძელებლობისა. მოკლედ, საწარმოს ახლად, ცარიელ ნიადაგზე ჩამოყალიბებას უნდა მიმართოთ იმ შემთხვევაში, როდესაც არ გაქვთ

თბილისის მშენებლის

საქართველოს
პარლამენტის
მკვლევართა
კავშირთა



მსხვილი კაპიტალი, მაგრამ გსურთ გქონდეთ დამოუკიდებლობის მაღალი ხარისხი.

ახლად ჩამოყალიბებული ბიზნესის ნაკლოვანებებია: არაკითარი მხარდაჭერის მოლოდინი გარედან და მხოლოდ საკუთარი თავის იმედად ყოფნა; თქვენი და თქვენი თანამშრომლების სწავლება მხოლოდ საკუთარი ძალებით; რადგანაც თქვენი ბრენდი არავისთვის არ არის ცნობილი, ამდენად დაგვირდებით დიდი დრო და ძალისხმევა დადებითი იმიჯის მოპოვებისათვის.

თუ არც მსხვილი კაპიტალის პატრონი ბრძანდებით და არც დამოუკიდებლობის მაღალი ხარისხი გამოძრავებთ, მაშინ მიზანშეწონილია ფრანჩაიზინგი, რომელიც მცირე საწარმოების შექმნის ერთ-ერთი წესი და სტარტზევე სწრაფი ზრდის კარგი საშუალებაა. ფრანჩაიზინგის დროს სწრაფ ზრდას განაპირობებს ის, რომ მასში პირადი მცოდნეობის ძლიერი სტიმული შესამკველია მსხვილი ბრენდის მმართველურ და ტექნიკურ ოსტატობასთან. ფრანჩაიზის შექმნა ანუ კაპიტალის ჩადება ლიცენზიაში, საშუალებას იძლევა გამოყენებული იქნას შედარებით მსხვილი და ცნობილი კომპანიების საჯაჭრო მარკა და მუშაობის მდიდარი გამოცდილება, რაც შევეთრად ამცირებს რისკს. ფრანჩაიზინგი დამწყებ მეწარმეებს ანიჭებს რიგ უპირატესობებს. კერძოდ, წვრილი შესაკუთრებები, რომელთაც არ გააჩნიათ დამატებითი საშუალებების მოზიდვის წყაროები და საშუალება გამოცდილება, მსხვილი ფირმის ვეილის ქვეშ დებულაზრნ შესაძლებლობას მიიღონ დახმარება და კონსულტაციები, ნაკლები ხარჯებით წამოიწყონ საკუთარი საქმე, ეკონომია გასწონ რეკლამაზე ორგანიზაციულ და სხვა ხარჯებზე, რომლის დიდ ნაწილს საკუთარ თავზე იღებს მეთაური საწარმო. ასევე, მომხმარებლისათვის კარგად ცნობილი საჯაჭრო მარკა მცირე საწარმოებს საშუალებას აძლევს დამკვიდრდნენ იმ ბაზარზე, სადაც არც ისე დიდ და დამოუკიდებელ ფირმებს შესვლა და დამკვიდრება გაუჭირდებოდათ, ამიტომ შემთხვევითი არ არის ის, რომ ფრანჩაიზის გავრცელების ტემპები, აშშ-ი 5-ჯერ აღემატება მთლიანი შიდა პროდუქტის ზრდის ტემპებს.

სხალი ეპონიმი

ამასთან, გასათვალისწინებელია ნაკლოვანებებიც. კერძოდ ის, რომ მუშაობა მოგიწევთ ფრანჩაიზერის მიერ დადგენილი წესებით; შესაძლებელია ფრანჩაიზერმა არ გაავრცელოთ ნელშეკრულება ეადის გასვლის შემდეგ, დამოუკიდებლიც ვერ შეარჩევთ ნელაულის და მოწყობილობების მომწოდებლებს და სხვა. განხილული ღირსება-ნაკლოვანებების საკუთარი სურვილების, შესაძლებლობებისა და რისკების ცოდნის საფუძველზე შეგიძლიათ გონიერული არჩევანის გაკეთება.

თქვენი ბიზნესისათვის შეგიძლიათ შეარჩიოთ შემდეგი დარგები და საწარმოები: კვებისა და მსუბუქი მრეწველობის საწარმო; საამშენებლო და სარანსპორტო მომსახურება; საზოგადოებრივი კვებისა და საჯაჭრო საწარმო; მეცხოველეობა; მებუღება; მყვავილეობა; საგანმანათლებლო მომსახურება; საგამომცემლო საქმე; სააუდიტო-საკონსულტაციო ფირმა; ქიმიკების პუნქტი; ინდივიდუალური ატელიე; სილაშის სალონი; ფეხსაცმლების შემკეთებელი სახელოსნო; აბანო; აფთიაქი; სტომატოლოგიური და ვეტერინარული მომსახურება; ავტოსადგომი; ავტოსარემონტო; ბენზინგასამართი სადგური; ფოტოსალონი; პურის საცხობი; ტურისტული მომსახურება; სასტუმრო; რესტორანი; კაფე-ბარი; კომპიუტერული სტუდია; ეროვნული სუვენირების დამამზადებელი

სახელოსნო; სალომბარდო მომსახურებისა და ვალუტის გადამცვლელი პუნქტი; დასასვენებელი და ვასართობი დაწესებულება; სათამაშო ბიზნესი და სხვა.

ეკონომიკა წარმოდგენილია მცირე, საშუალო და მსხვილი საწარმოებით. მცირე ბიზნესი არის მცირე საწარმოების ერთობლიობა, რომელსაც შედარებით მცირე კაპიტალდაბანდებით შეუძლია სწრაფად გაზარდოს ეკონომიკაში საქონელმწარმოებელთა რაოდენობა და ოპერატიულად დააკმაყოფილოს საქონელზე და მოსახურებაზე მოსახლეობის გაზრდილი და მრავალფეროვანი მოთხოვნილებანი. უმრავლეს კვებებში სახელმწიფო ეხმარება მცირე ბიზნესს ზრდა-განვითარებაში.

მცირე ბიზნესის სუსტი მხარეებია: წარუმატებლობის მაღალი მაჩვენებელი. მართველური გამოცდილების უქონლობა; მასში ერთგულ უმცირესობათა სუსტი წარმომადგენლობა; საზოგადოებაში წინასწარ შექმნილი ცუდი აზრი.

მსხვილი კომპანიებისადმი სახელმწიფოს დამოკიდებულება ორადია: ერთი მხრივ, სახელმწიფო მათ ზღუდავს ანტიმონოპოლიური პოლიტიკით, და, მეორეს მხრივ, ეხმარება მათ, როგორც მეცნიერებატექნოლოგიური და კაპიტალტექნოლოგიური დარგების დედაბოსს.

მცირე ბიზნესის საწარმოების სახესხვაობაა ვენჩერული ფირმა, რომელიც მისდევს ნოვატორულ წამოწყებათა რეალიზაციას - ტექნიკურ სიანსლეთა დანერგვას, პროდუქციის ახალ სახეობათა გამოშვებას, ახალი სახეობის მომსახურების გაწევას. როგორც წესი, ისინი მსხვილი ფირმების დაკვეთით მოქმედებენ.

მეწარმეობის ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმებია: 1. ინდივიდუალური საწარმო (იხ); 2. სოლიდარული პასუხისმგებლობის საზოგადოება (სპს); 3. კომანდიტური საზოგადოება (კს); 4. შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოება (შპს); აქციონერული საზოგადოება (ას) ანუ სააქციო საზოგადოება; 6. კოოპერატივი (კ). ჩამოთვლილი ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმების გამაერთიანებელი განმაზოგადებელი ტერმინია ფირმა.

ფირმა დამოუკიდებელი ეკონომიკური აგენტია, ხოლო საწარმო-არის საწარმოო ერთეული, რომელსაც ფლობს ფირმა. ფირმა და საწარმო იგივეურია მცირე ფირმებთან მიმართებაში. დიდ ფირმებს კი, ჩვეულებრივ, აქვთ არა ერთი საწარმო, თანაც არცთუიშვიათად სხვადასხვა დარგში და ქვეყანაში, რის გამოც ფირმისა და საწარმოს ცნება შეიძლება ერთმანეთს არ დაეთხვას.

ორგანიზაციულ-სამართლებრივ ფორმათაგან შევიძლიათ აირჩიოთ ნებისმიერი, ოღონდ: ა) სპს, კს და კის შესაქმნელად აუცილებელია მინიმუმ ორი წევრი (ვინაიდან პირთა გაერთიანებაა); ბ) შპს-ის, ას-ის და კოოპერატივის დასაარსებლად საჭიროა შესაბამისად 200 ლარი, 15 ათასი ლარი და 100 ლარის მინიმალური საწესდებო კაპიტალი; გ) კომპლემენტარი შეიძლება იყოს მხოლოდ ფიზიკური პირი; დ) შპს-ის დაარსება შეუძლია ერთ პირსაც.

საქართველოს
საგარეო
საგარეო
საგარეო



ჯემალ ხარბონაშვილი
ეკონომიკის დოქტორი,
თსუ ასოცირებული პროფესორი

დღესდღეობით საქართველოში საზოგადოებრივი განვითარების ერთ-ერთ პრიორიტეტად მიიჩნეულია სოციალური წინგების შეზღუდვა - სოციალური თანასწორობისკენ სწრაფვა. ასეთ სიტუაციაში ურთუ არ იქნება ფიქრი საბაზრო ეკონომიკის ავტორიტეტულ მოდელებზე. შეიძლება შეჩვენულ იქნას სოციალურად ორიენტირებული საბაზრო ეკონომიკის მოდელი. ასეთი მოდელები საკმაოდ დღევანდელ მსოფლიოში (გერმანული, შვედური, ეგვიპტური, ჩინური და ა.შ.).

მსოფლიო გამოცდილება გვიჩვენებს, რომ საბაზრო ეკონომიკაზე კვლავარმოებითი სისტემის გადაყვანა შეიძლება გამოიწვიოს არა მარტო პროგრესი, არამედ ქვეყანა მთმე კრიზისამდე და ანარქიამდე მიიყვანოს. ამიტომ გარდაამავალ პერიოდში საჭიროა დიდი სიფრთხილე, რათა თავიდან ავიცილოთ საბაზრო სუბიექტების მხოლოდ პირადი ინტერესებიდან გამომდინარე სტიქიური მიდრეკილება.

თანამედროვე საბაზრო ეკონომიკის გამოცდილება გვიჩვენებს, რომ კერძო მეწარმეობა არ გულისხმობს სოციალური სამართლიანობის დაცვას, სოციალურ გარანტიებს და ადამიანთა სოციალური დაცვის ღონისძიებებს. ბაზარი უზრუნველყოფს საჭირო საქონელითა და მომსახურებით მხოლოდ მას, ვისაც ფული აქვთ და მათი შექენა შეუძლია.

საბაზრო ეკონომიკა ტრანსფორმაციის პერიოდში არასრულყოფილია. იგი შორსაა მიწერილი პარმონიისაგან და უნარსაგან ყველაფერი არეგულიროს. ბაზარი უზრუნველყოფს, გულგრილი მექანიზმია. მას არ გააჩნია სინდისი, არ ცნობს მორალურ ნორმებს, რაც განაპირობებს შემოსავლების უთანასწორობას გარდაამავალ პერიოდში თვითორგანიზაციის გაფუტეშება და ორგანიზაციულ მოწინგის იგნორირება არასწორია, უერს პროფესორი ე. მექვაბიშვილი (სახელმწიფოს და ეკონომიკა, თბ., 1995: 30).

საბაზრო სისტემას ბევრი ხაკლოვანებები აქვს, რაც მწვავედ და ნუგატურად გამოყვლინდება ეკონომიკაში რაოდენობრივად და ხარისხობრივად. საბაზრო სისტემა ხასიათდება გაჯერებით და მკაცრი მამართულებით მყიდველთა განსახდურული ვჯუფის მოთხოვნილებების დაკმაყოფილებაზე. მისთვის ჩვეულია, ერთი მხრივ, მოქნილი ადაპტური წარმოება, რომელსაც შეუძლია უპასუხოს მომხმარებელთა ყველაზე რთულ მოთხოვნილებებს, მეორე მხრივ ის თავს ვერ ართმევს სასიცოცხლოდ მნიშვნელოვან პრობლემებს, რომლებიც საზოგადოების წინაშე წარმოიშობა.

ახალი ეკონომიკის

აღნიშნული პრობლემა ობექტურად განაპირობებს საბაზრო სისტემაში სახელმწიფოს ჩარევის განსაკუთრებულ აუცილებლობას. რადგან თავისუფალი ბაზარი მხოლოდ და მხოლოდ თეორიული კონსტრუქციაა, ამიტომ საბაზრო თანასწორობა იდეალური ბაზრის პირობებში ის იდეალური მდგომარეობაა, საითგენაც უნდა ისწრაფოდეს ბაზრის სახელმწიფო რეგულირება - წერს პროფესორი ვ. პაპავა (საბაზრო თანასწორობის დოქტრინა, თბ., 1999: 8).

სახელმწიფო საჭიროა იქ და მაშინ, სადაც და როდესაც საბაზრო მექანიზმი შედეგს ვერ იძლევა. ეკონომიკაში სახელმწიფოს მონაწილეობა განპირობებულია ბაზრისთვის დამახასიათებელი მერყეობის არსებობით. იგი წარმოშობილია საბაზრო მექანიზმის არასრულყოფილებით, მისი უუნარობით წარმატებით გაართვას თავი სოციალურ-ეკონომიკურ განვითარების ყველა პრობლემას.

გარდამავალ პერიოდში ორგანიზაციული გამოცდილებისა და კაპიტალის უპირისობის დროს ეკონომიკურად დაბალანსებული მეურნეობის მისაღწევად, აუცილებელია საბაზრო სტრუქტურებზე მკაცრი სახელმწიფოებრივი იძულებითი ზემოქმედება. რამდენადმე უნდა გადანაწილდეს მიუღებელი შემოსავლები და შეთანხმდეს საზოგადოებრივი და კერძო ინტერესები. ასეთი მექანიზმების გამოყენებას ბუკერი განვითარებული ქვეყანა ახორციელებს დაბალი გადასახადების დაწესებით, შედავათიანი კრედიტების გაცემით, ფასების შემცირებით და სხვა.

სოციალურ-ეკონომიური განვითარების თანამედროვე ეტაპზე დღის წესრიგში დგას ეკონომიკურ უკვეტიანობასა და სოციალურ სამართლიანობას შორის მიღწეულ იქნას გარკვეული კომპრომისები. სახელმწიფოებრივი პროტექციონიზმისა და ეკონომიკური ლიბერალიზმის "ზილული" და "უბილაგი" ხელის ძირითადი პრინციპების ლოგიკური გამოყენება.

ულტრალიბერალიზმის გამოდევნება მაქსიმალისზმად უნდა ჩაითვალოს. როგორც კ. კალეცკი აღნიშნავს, ოდესღაც რეიგან-ტეტჩერის იდეალისტური თეზისი - "თავისუფალი საბაზრო ეკონომიკა ქმნის თავისუფალ საზოგადოებას" - რეალურად რიტორიკის ფარგლებს არ გასცდენია (შეუიღბოთ დემოკრატია - მოგესალმებით კეთილდღეობაჲ, გაზ. 24 საათი, 9/X, 2007, №229: A7). ეკონომიკურ და პოლიტიკურ ლიბერალიზმს შორის კავშირი პირდაპირპროპორციული კავშირისაგან განსხვავდება. სახელმწიფო სექტორში კონკურენტუნარიანი ცენტრების შექმნა ეკონომიკური თავისუფლების ბუნებრივი შედეგია დაბალანსებული ეკონომიკის მისაღწევად საჭიროა სრულყოფილი კონკურენციის ბაზრის ჩამოყალიბება. მანამდე კი უნდა დაიძლიოს არასრულყოფილი კონკურენციის სიტუაცია. არასრულყოფილი კონკურენციის ბაზრის ეკონომიკური ნაკლოვანებაა შემოსავლის ისე განაწილება, რომელიც არაჩელსაყრელია პოლიტიკური ან ეთიკური თვალსაზრისით. ასეთი ბაზარი იწვევს ისეთ სოციალურ დაავადებებს, როგორცაა უმუშევრობა და საზოგადოების შენებად, დარიბებად და მდიდრებად დაყოფა.

არასრულყოფილ კონკურენციას ადგილი აქვს მაშინ, როდესაც მყიდველებს განვიდევლებს შეუძლიათ ზეგავლენა მოახდინონ საბაზრო ფასებზე.



არასრულყოფილი კონკურენციის არსებობისას ბაზრებს არ შეუძლია რესურსების ეფექტიანი განთავსება. მოცემულ ეტაპზე სახელმწიფო შეიძლება ამოქმედდეს და დაიწყოს რეგულირება.

თანამედროვე პერიოდში სახელმწიფო სექტორის პრობლემას ზოგიერთი ეკონომისტი ეკონომიკური თეორიის უმნიშვნელოვანეს საკითხად განიხილავს.

საერთაშორისო გამოცდილება ცხადყოფს, რომ ეკონომიკური ურთიერთობის ნებისმიერ სისტემაში უნდა არსებობდეს სახელმწიფო საკუთრება და აქედან გამომდინარე, სახელმწიფო რეგულირების სისტემა. განვითარებული ქვეყნების უმრავლესობაშიც კი თითქმის აღარ ეგნებდება სახელმწიფოს ჩაურეველი ბაზარი. წმინდა ფორმით საბაზრო და არასაბაზრო თითქმის არსად არ არის. ძირითადად წარმოდგენილია საბაზრო და არასაბაზრო ურთიერთობების კონგლიმერატები, სადაც მეტწილად ზომით შეხამებულია სახელმწიფო და გუგამისა და საბაზრო მექანიზმები მარეგულირებელი სოციალური, სამართლებრივი და ადმინისტრაციული ინსტიტუტების ურთიერთდაკავშირებული მოქმედების საფუძველზე.

წმიდა სახით საბაზრო სისტემა დიდი მასშტაბებით ხელს უწყობს მოსახლეობის შემოსავლების პოლარიზაციის პროცესს, ინფლაციის მაღალ ტემპებს და უმუშევრობას, რაც სოციალური დაძაბულობისა და კონფლიქტების მიზეზი ხდება.

საბაზრო ეკონომიკის ციკლურმა განვითარებამ შეიძლება გამოიწვიოს სოციალური და ეკონომიკური დაძაბულობა, სახელმწიფომ უნდა მოახდინოს დარღვეული წონასწორობის სტაბილიზაცია.

სახელმწიფომ უნდა შეძლოს ეკონომიკურად წარმართოს თავისი საშინაო და საგარეო პოლიტიკა და დამოკიდებული არ იყოს სხვის ეკონომიკურ სიძლიერეზე, მას უნდა პქონდეს თავისი წარმოება. ამით სახელმწიფო თვით უნდა გახდეს ეკონომიკის სუბიექტი.

ვინაიდან მტკიცდება საერთაშორისო ეკონომიკური კავშირები, ეს საჭიროებს ისეთ კაპიტალურ დაბანდებებს, რომლებსაც ვერ შეძლებენ ცალკეული ყმულაზე მსხვილი საწარმოებიც კი. ამის გარდა, არსებობს ისეთი საწარმოები, რომელთა მინდობა კერძო ბიზნესისათვის არ შეიძლება. ეს უნდა გააკეთოს სახელმწიფომ.

მონოპოლიზაციის აღმოსაფხვრელად სახელმწიფომ უნდა შეიმუშაოს ანტიტრესტული კანონმდებლობა და განასორციელოს ანტიმონოპოლიური რეგულირება.

სახელმწიფომ უნდა იზრუნოს ეკალიტარიზმის პრობლემებზე XX საუკუნის 60-იანი წლების შუახანებიდან განვითარებულ ქვეყნებში ფართო გაქანება პროგრამებმა. კერძოვ, მათ მიეკუთვნება სოციალური უზრუნველყოფა, უფასო საშუალებით მომსახურების სახელმწიფო პროგრამა, სახელმწიფო საბინაო მშენებლობა და ა.შ.

სახელმწიფომ უნდა არეგულიროს მატერიალური დოვლათის განაწილება და განსაკუთრებით გადაანაწილება, უზრუნველყოს მოქალაქეთა თანასწორობა კანონის წინაშე, მათი პირადი და ეკონომიკური თავისუფლება.

საქართველოს ეკონომიკა



სახელმწიფომ უნდა გააბაროს მოქნილი საბაჟო პოლიტიკა დაბალი საბაჟო
კო გადასახადები დააწესოს საექსპორტო მზა პროდუქციაზე იმავდროულად
უნდა მოხდეს მაღალი ტარიფებისა და ქვოტების დაწესება ისეთი სახეობის
იმპორტულ საქონელზე, რომლის წარმოების ალტერნატივა არსებობს ქვეყანა-
ში. სამაგუროდ, დაბალი ბაჟი უნდა დაეღოს ნედლეულის და მასალების
შემოტანას. ამით მოხდება სამამულო წარმოების სტიმულირება.

სახელმწიფომ უნდა შექმნას ეკონომიკის ფუნქციონირების საერთო კლი-
მატი, ნებისმიერი სამეურნეო სისტემაში განსაზღვროს ეკონომიკური აგენტებ-
ის თამაშის წესები.

სახელმწიფო ადგენს საქმიანობის წესებს. მისი ფუნქციებია: ეფექტიანობა,
სამართლიანობა, სტაბილურობა. სახელმწიფოს საქმიანობის ეფექტიანობა
მდგომარეობს ბაზრის ისეთი "შეცდომების" გამოსწორებაში, როგორცაა მა-
გალითად, მონოპოლია, სამართლიანობის დაცვის მიზნით სახელმწიფოებრივი
პროგრამები თვალისწინებენ შემოსავლების განაწილებას ღარიბებსა და
ულარიბესთა სასარგებლოდ. მასტაბილიზირებული პოლიტიკა, მდგომარეობს
საქმიანი ციკლის რეგულირებაში, უმუშევრობისა და ინფლაციის შეკავებაში,
ეკონომიკური ზრდის ხელის შეწყობაში, - მიიხვევს ამერიკელი ეკონომისტები
პ. სამუელსონი და უ. ნორდჰაუსი.

ნებისმიერი ეკონომიკის რეგულირების უმნიშვნელოვანესი თვისებია სო-
ციალური სფერო. სახელმწიფოს ეს სოციალური ფუნქცია ავალდებულებს
მას თავისი ძალისხმევა მიმართოს მოსახლეობის, მასობრივი გადატაკების და
აისი კვალობაზე ეროვნული გენოფონდის დეგრადაცია-გადაგვარების თავიდან
აცილებაზე, შემოსავლების დონეებისა და დინამიკის რეგულირებაზე.

სახელმწიფო, როგორც მაკროეკონომიკის სუბიექტი არეგულირებს დასაქმე-
ბულობის დონეს, რათა მან არ გადააჭარბოს სოციალურად საშიშო ზომებს.
მასობრივი უმუშევრობის პირობებში სახელმწიფო ძალისხმევას მიმარ-
თავს უმუშევრობის და მათი ოჯახის წევრების სოციალური დახმარებაზე,
ცენტრალური, რეგიონული და ადგილობრივი ბიუჯეტების ხარჯზე.
პოლიტიკა შემოსავლების სფეროში - ესაა გარდამავალი ეკონომიკის
მეორე უმნიშვნელოვანესი ასპექტი.

შემოსავლების რეგულირება ახლა ყველა განვითარებული ქვეყანაში ხდე-
ბა. მით უმეტეს ასეთი რეგულირება აუცილებელია პოსტსოციალისტურ ქვეყ-
ნებში, სადაც სოციალური თანასწორობა სოციალისტის ეპოქაში გამოდიოდა
სოციალური იდეოლოგიის ერთ-ერთ პოსტულატად და განიხილებოდა სო-
ციალისტის ერთ-ერთ უდიდეს მიღწევად. სოციალური თანასწორობის პრინ-
ციპზე იზრდებოდა საბჭოთა ადამიანობის მოკალი თაობები, რომლებიც არ
აპირებენ მისგან გადაიხვევას. ახალ ეკონომიკურ სისტემაზე გადასვლა არ
შეუძლებს ამ პრინციპის მნიშვნელობას. სახელმწიფო უნდა დამყარებული მის
დაცვაზე პასუხისმგებლობა რეფორმირების პერიოდში.

საჭიროა დაჩქარდეს დიფერენცირებული საგადასახადო სისტემა. მინი-
მალური თვითური ხელფასი საჭიროა მიუახლოვდეს სასიცოხლო მინიმუმს.
სოციალური გასავლები განხილული არ უნდა იქნეს როგორც მძიმე ტვირ-
თი სახელმწიფო ბიუჯეტისთვის. თვით სოციალური პოლიტიკა უნდა ატარებ-

თავისუფალი ეკონომიკა



დეს აქტიურ ხასიათს. იგი გამოდის როგორც სოციალური სტაბილურობის ფაქტორი, რომელიც წარმოადგენს აუცილებელ წინამძღვრს ეკონომიკურ აღმავლობისათვის.

სახელმწიფო ბუნების დაცვითი საქმიანობა შედარებით ახალი ფუნქციაა, რომელიც უკანასკნელ ხანს წარმოიშვა ეკოლოგიურ კრიზისთან კავშირში. ეს პრობლემა მწვავედ დგას ჩვენში, სადაც წინგაუხედავად ხდება ბუნების ექსპლუატაცია, რის გამოც ეკოლოგიური კრიზისი გადახლართა ეკონომიკურს. ეკონომიკაში სახელმწიფოს ჩარევის მნიშვნელოვან იარაღს წარმოადგენს სახელმწიფო საკუთრება. საკუთრებითი ურთიერთობები საზოგადოებაში წარმოადგენს ფუნდამენტურს, რადგან ისინი ეხება უწინარეს ყოვლისა, წარმოების სასიცოცხლოდ მნიშვნელოვან ფაქტორებს. ისინი მუდმივად ვითარდებიან, ევოლუციას განიცდიან.

საკუთრების საკუთარი ბაზის გარეშე სახელმწიფო ეწე შეძლებს მოხსნა-ღეობის ნაკლებუზრუნველყოფილი ფენების სოციალურ დაცვას. თანამედროვე საბაზრო ეკონომიკაში საკუთრების სხვადასხვა ფორმებს შორის წარმოდგენილია სახელმწიფო საკუთრებაც. მაგალითად, აშშ-ში 10 მილიონზე მეტი კაცი მუშაობს საწარმოებში, რომლებიც მთლიანად ან ნაწილობრივ სახელმწიფოს ეკუთვნის.

ჩვენში სახელმწიფო საკუთრების პრივატიზაციამ არსებითად შეამცირა სახელმწიფო სექტორი. მაგრამ იგი სრულად არ დასულა ნულამდე. სახელმწიფო შევიწროებულია სფეროებში, სადაც კერძო სექტორი უზრუნველყოფს ეფექტიანობის უფრო მაღალ დონეს. მაგრამ საბაზრო ეკონომიკის თანამედროვე მოდელის შექმნის ფარგლებშიც სახელმწიფო საკუთრებას არსებობის უფლება აქვს. სახელმწიფოს მეწარმეობრივი საქმიანობა წარმოადგენს თანამედროვე საბაზრო ეკონომიკის ფუნქციონირების ობიექტურ პირობას. როდესაც სამეურნეო სუბიექტიდან სახელმწიფო გამორიცხულია და ბაზარი წყვეტს ყველაფერს, ეს უკვე დიბერალიზმი კი არა ფსევდოლიბერალიზმია. რამეთუ დიბერალიზმი გულისხმობს სამეურნეო საბიექტების თანასწორობას.

არაბები პრივატიზაციას გამოხატავენ ტერმინით "სასხასა". ჩვენში ამ სიტყვას სხვა დატვირთვა აქვს (მაგალითად, სასხასა ბალახი), მაგრამ ჩვენთან "სასხასა" კაპიტალიზმი არც თუ ისე შთამბეჭდავი აღმოჩნდა.

თანამედროვე ვითარებაში აუცილებელია სათანადო სიბრტყეზე დადგეს საზოგადოებრივი წარმოების, მისი სტაბილიზაციის ინტერესები. ამ მიზანს დაექვემდებაროს საერთო ეკონომიკური პოლიტიკა და მისი ყველა კონკურენტული კომპონენტები: საინვესტიციო, საგადასახადო, საბიუჯეტო, ფულად-საკრედიტო, ინფლაციური პოლიტიკა და ა.შ.

ლიტერატურა:

1. ე. მექვაბიშვილი, სახელმწიფო და ეკონომიკა, თბ., 1995.
2. ვ. პაპავა, საბაზრო თანასწორობის დოქტრინა, თბ., 1999.
3. ა. კალეცი, მშვიდობით დემოკრატია - მოგესალმებით კეთილდღეობაე, გაზ. 24 საათი, 9/X, 2007, №229.

ახალი მეცნიერება

ეფექტიანობის ძირითადი მაჩვენებლები და მათი კავშირი ფირმის სტრატეგიასთან

საქართველო
საბუნებისმეტყველო მეცნიერებანი

დავით სიხარულიძე
ეკონომიკის აკადემიური დოქტორი,
თსუ ასისტენტ-პროფესორი

ფირმის მუშაობის შედეგების შეფასება შესაძლებელია მხოლოდ იმ შემთხვევაში, თუ აქციონერების მიერ ბიზნისის სტრატეგიული მიზნები მკაფიოდ არის ფორმულირებული, შემუშავებულია საქმიანობის ძირითადი მაჩვენებლების სისტემა და განსაზღვრულია ცალკეული მაჩვენებლების მიზნობრივი მიიშვნილობა.

შესაბამისად, აუცილებელია დასაბუთებული პასუხი გაეცეს ისეთ კითხვებს როგორცაა: არსებობს თუ არა ეფექტიანობის ძირითადი მაჩვენებლების ტიპური ნაკრები ცალკეული დარგისა და მმართველობითი დონისათვის? უმარავი მაჩვენებლებიდან რომელს მივანიჭოთ უპირატესობა, ანუ რომელი უნდა იყოს „ძირითადი“? ეფექტიანობის ძირითადი მაჩვენებლები როგორ მივუსადაგოთ კომპანიისა და ცალკეული სტრუქტურული ქვეგანყოფილებების ბიზნესს?

ტოპ-მენეჯერი ნათლად აცნობიერებს განვითარების ფორმალური სტრატეგიის არსებობის აუცილებლობას და ხედება, რომ სტრატეგიული ორიენტაციას გარეშე რთულია დადგინდეს ტაქტიკური და ოპერატიული ამოცანები. ფირმის საქმიანობის შესწავლისას ძირითადი მაჩვენებლების სისტემის შექმნისათვის აუცილებელია, ვერ ერთი, გამოარკვევით მოცემულ ორგანიზაციაში ფორმალიზებული მიზნების და ამოცანების არსებობა, და მეორე, ფირმაში უნდა ფიგურირებდეს თანამდებობის პირები, რომლებიც შემდეგინ გარკვევით ახსნან რამდენად შეესაბამება მიზნები და ამოცანები არსებულ რეალობას. ამის გაკეთება აუცილებელია პროექტის დასაწყისში, წინააღმდეგ შემთხვევაში ამოცანები და ფირმის მიზანიც განუხორციელებელი დარჩება.

მიზნების და ეფექტიანობის ძირითადი მაჩვენებლების განსაზღვრა დამოკიდებულია პირველ რიგში ფირმის სტრატეგიაზე. ფირმაში არსებული სტრატეგია კი მიმდინარეობს განაპირობებს თანამშრომლების მუშაობის სპეციფიკას – ასევე ბიზნესსა და ეფექტიანობის ძირითად მაჩვენებლებს.

მათი პორტური თავის ნაშრომში ხაზს უსვამს ბიზნის-სტრატეგიას სამ შესაძლო ტიპს: „ლიდერობა დანახარჯების მიხედვით“, „დავერსიფიკაცია“ და „ონკენტრაცია“¹. ლოგო მარტივია: რაც მეტ ფასეულობას ფლობს მომხმარებლისათვის პროდუქტი კონკურენტებთან მიმართებით და რაც დაბალია მის წარმოებაზე გაწეული ხარჯები კონკურენტებთან შედარებით შორის, მით მაღალი იქნება ბიზნისის ეკონომიკური მაჩვენებლები ანუ ფირმამ კონკურენტული უპირატესობის მიღწევისათვის უნდა გაზარდოს პროდუქტის საერთო ფასეულობა ან შეამციროს საერთო დანახარჯები. პირველი მითითოვს პროდუქტის, მომსახურების და პერსონალის კვალიფიკაციის დონის და კორპორაციული ინიციატის ამაღლებას. მეორე, ითვალისწინებს ფასის შემცირებას, შეკვეთის და პროდუქტის მიწოდების პროცესების გამარტივებას.

ახალი მემონისტი

¹Свен Холленсон., Глобальный Маркетинг., Минск. Оо., новое здание” 2005. с. 127-135.



ახალი ამონაგონები

მ. ტრეისმა და ფ. ვირსემმა ბიზნესის სტრატეგიის სტრუქტურის ცვლილებას გამოიყენეს „ფასეულობათა დისციპლინის“ ცნება, რომელიც დაფუძნებულია „მედიკალიზაციაზე“: „ოპერაციული სრულყოფილება“, „ლიდერობა პროდუქტის მიხედვით“ და „კლიენტთან სიახლოვე“. ფირმა, რომელიც მუშაობს „ოპერაციული სრულყოფილების“ მოდელის მიხედვით კლიენტს სთავაზობს იაფ, უბრალო სტანდარტულ შედარებით დაბალი ხარისხის პროდუქტს, შეზღუდული ასორტიმენტით და სერვისით. ასეთი ფირმები დიდ ყურადღებას აქცევენ საწარმოო და ლოჯისტიკურ პროცესებს. ფირმები, რომლებიც მისდევენ „პროდუქტის მიხედვით ლიდერობის სტრატეგიას, ცდილობენ მომხმარებელს შესთავაზონ მაღალი ხარისხის, ინოვაციური პროდუქტი. სამეცნიერო-ტექნიკური და საცდელ-საკონსტრუქტორო პროცესებში მნიშვნელოვანი ინვესტიციების განხორციელება არის მათთვის დამახასიათებელი თვისება. ისინი ფოკუსირებულნი არიან არამატერიალური აქტივების (დოზინი, ბრენდი, სერვისული მოსამსახურება) და გასაღების ქსელის განვითარებაზე.

„კლიენტთან სიახლოვის“ მოდელის მიხედვით, ფირმის მიზანია მყიდველთან გრძელვადიანი მომუშაობის ურთიერთობის აგება. ამ მოდელის თანახმად ფირმები უპირატესობას ანიჭებენ ბიზნესის წარმოებას ბაზრის ვიწრო სეგმენტზე და ქმნიან მომხმარებელთა კონკრეტული მიზნობრივ ფოკუსს მთხოვნილებებთან მაქსიმალურად ადაპტირებულ პროდუქტს. განსაკუთრებულ როლს აქ თამაშობს კლიენტთან მჭიდრო კავშირის დამყარებას და კომპლექსური გადაწყვეტილების შეთავაზებას (პროდუქტი + დამატებითი ფასეულობა).

მოლიანობაში შეიძლება ვთქვათ, რომ სტრატეგიის სტრუქტურა პორტერის მიხედვით მსგავსია მ. ტრეისის და ფ. ვირსემის მიდგომის. „ლიდერობა დანახარჯების მიხედვით“ ბევრად ჩამოკავს „ოპერაციულ სრულყოფილებას“, „ლიდერენციცია“ – „პროდუქტის მიხედვით ლიდერობას“, ხოლო კონცენტრაცია – „კლიენტთან სიახლოვის“.

რა თქმა უნდა ბიზნესის სამყარო არც ისე მარტივია, როგორც ზემოთ აღწერილი მოდელები, ხოლო კონკრეტული კომპანიები პრაქტიკაში სტრატეგიის განვითარების სხვადასხვა მიდგომას ერთმანეთს უთავსებენ. ამ მიდგომათა შორის ცალკეული გუჰმარება კრიტიკულად მნიშვნელოვანი საკითხების გააზრებაში, მაგრამ პასუხს არცერთი არ იძლევა. პასუხი წარმოიშობა ანალიზის პროცესში.

„დანახარჯების მიხედვით ლიდერობა/ოპერაციული სრულყოფილება“ ხშირად გვხვდა ისეთ დარგებში, როგორიცაა სოფლის მეურნეობა, ავიაციისა და საყოფაცხოვრებო ტექნიკის წარმოება, ტრანსპორტი. ისეთი წარმატებული კომპანიების, როგორიცაა Toyota, McDonald's-ის რესტორნების და საცალო ვაჭრობის ქსელი Wall-Mart-ი და ავეჯის მწარმოებელი გიგანტი IKEA-ის ბიზნეს საქმიანობა დაფუძნებულია მცდეულ სტრატეგიაზე.

საკვები პროდუქტები, მანქანათმშენებლობა, ტანსაცმლისა და ფარმაცევტული პრეპარატების წარმოება ეს ის დარგებია, რომლებშიც იყენებენ დიფერენციაცია/პროდუქტის მიხედვით ლიდერობის სტრატეგიას. ამ სტრატეგიის უპირობო კანდიდატია Microsoft-ი IT სფეროში, ისევე როგორც Sony საყოფაცხოვრებო ტექნიკის ბაზარზე Mercedes-ი და Harley Davidson-ი – ტრანსპორტის საშუალებების, Nike და Levi's – ტანსაცმლის, Coca-Cola – სასმელების, Nokia – მობილური ტელეფონების ბაზარზე.

ახალი ეკონომიკა

სტრატეგიის ტიპი	ლიდერობა დანახარების მასშტაბით	ლიდერობა	კონტრაქტა
კლიენტები	თვითდასრულებული	პროდუქტის მიწოდების დაგეგმვა	კლიენტთან სიახლოვე
ინფ	სიმარტივე, სტანდარტიზაცია, სიჩქარე	ინოვაციურობა, ფუნქციონალურობა, ემოცია	კონსტიტუცია, პაროქიული უნიფორმობა, ვიწრო სექტორზე ორიენტაცია
ფინანსები	<ul style="list-style-type: none"> EVA აქტივების რენტაბელობა აქტივების ბრუნვა ქრთმული ხარჯები 	<ul style="list-style-type: none"> EVA აქტივების რენტაბელობა 	<ul style="list-style-type: none"> EVA აქტივების რენტაბელობა ვაფდელების რენტაბელობა
კლიენტები	<ul style="list-style-type: none"> ახალი კლიენტების რაოდენობა ბრუნვის ცნობადობის პროექტი ბაზრის წილი 	<ul style="list-style-type: none"> ახალი პროდუქტების რაოდენობა ახალი კლიენტების რაოდენობა ბრუნვის ცნობადობის პროექტი კლიენტის დაკმაყოფილების ინდექსი 	<ul style="list-style-type: none"> მუდმივი კლიენტების რაოდენობა კლიენტის დაკმაყოფილების ინდექსი მარკეტინგზე გაწეული ხარჯები
ბიზნეს-პროცესები	<ul style="list-style-type: none"> პროცესების ავტომატიზაციის პროცენტული რაოდენობა შედეგების შეზღუდვის სიჩქარე შეყოფილების ხისტემაში დევეტის რაოდენობა 	<ul style="list-style-type: none"> ახალი პროდუქტების შექმნის სისწრავე წინის წილი ბაზრის კვლევაზე გაწეული ხარჯები ხარჯები გაწეული შეცნობულ კოლეფი და სკდელო სკონსტრუქციური სამუშაოებზე გაწეული ხარჯები 	<ul style="list-style-type: none"> რეკლამაციის რაოდენობა წინის წილი ასორტიმენტში რაოდენობა შედეგების შეარულების სისწრავე რეკლამაციის აღმოფხვრის სისწრავე
ინფრასტრუქტურა	შრომის შერეობიანობა	<ul style="list-style-type: none"> პერსონალის ხელფასზე გაწეული ხარჯები კადრების დანახარება პერსონალის დაკმაყოფილების ინდექსი 	<ul style="list-style-type: none"> კადრების დანახარება პერსონალის დაკმაყოფილების ინდექსი პერსონალის უზრუნველყოფის პროცენტუ

“კონტრაქტა/კლიენტთან სიახლოვის” სტრატეგიის შემოხვევაში ფირმები თავი-
საქმიანობას როგორც წესი ახორციელებენ ვიწრო სექტორზე (ნიშნზე). მარკე-

ტოლოგები ამ სტრატეგიას იყენებენ მაშინ, როდესაც ფირმა დაინტერესებულია დიდ ბაზარზე მცირე წილის ნაცვლად ერთ ან რამოდენიმე სექტორზე (ნიშაზე) დიდი წილის ფლობით. ასეთ კომპანიას მიეკუთვნება მაგალითად, Ferrari, რომელსაც ჰყავს კლიენტები მყიდველი, აწესებს ძალზედ დიდ ფასს თავის ავტომობილზე, ისე რომ დარწმუნებულია სხვა ვერ შესთავაზებს სარგებლის ისეთ ნაკრებს საქონლის და მომსახურების სახით, როგორცაა Ferrari-ის კლუბის წევრობა. ამ სტრატეგიას მისდევს ასევე ისეთი წარმატებული კომპანიები, როგორცაა აეროპორტის სამაშველო მანქანების და ბეტონის ასარევი მანქანების მსოფლიო უმსხვილესი მწარმოებელი Oshkosh Truck-ი; Tetra, რომელიც მსოფლიოს ტროპიკული თევზულის 80%-ს ყიდის;

რა თქმა უნდა სტრატეგია განსაზღვრულ გავლენას ახდენს როგორც ეფექტიანობის ძირითად მაჩვენებლებს ნაკრებზე, ასევე ამ მაჩვენებლების გამოთვლის სისწორეზე. ფირმის ტოპ-მენეჯერი, რომელიც მისდევს „ლიდერობა/ობიექტიული სრულყოფის“ სტრატეგიას მუდმივად და მკაცრად გააკონტროლებს სარგებს ფასეულობათა ჯაჭვის ყველა ეტაპზე. თვალყურს მიაღწევს ძირითად პროცესების სინქარეს და მათი ავტომატიზაციის ხარისხს, შეაფასებს აქტივების ბრუნვაობას და ბრენდის ცნობადობას.

„ლიდერენციცია/პროდუქტის“ მიხედვით ლიდერობის სტრატეგიის სპეციფიური მაჩვენებლები შეიძლება იყოს ახალი პროდუქტების გაყიდვების მოცულობა, გაყიდვების რენტაბელობა, რეკლამაციის რეაგნობა და წუნის წილი.

ფირმა, რომელიც ირჩევს „კონცენტრაცია/კლიენტთან სიახლოვის“ მოდელს, ძირითად ყურადღებას აქცევს მუდმივ კლიენტებთან გაყიდვების მოცულობის ზრდას, მათი დაკმაყოფილების ინდექსს, ინდივიდუალური შეკვეთების სინქარეს და პერსონალის ურთიერთშეზავლების კოეფიციენტს.

გარდა ამისა აუცილებელია განვიხილოთ მწვენიებელთა სტანდარტული ნაკრები, რომელიც პირდაპირ არ არის დაკავშირებული ფირმის მიერ არჩეულ სტრატეგიასთან. მაგალითად, ამონაგები, მოგება, კაპიტალის რენტაბელობა, ბიზნესის ღირებულება, სიმძლავრეების დატვირთვის ხარისხი, კადრების ღირებულება – ყველა ეს მაჩვენებელი აქტუალურია მრავალი ფირმისათვის, მიუხედავად რა სტრატეგიას აირჩევს ამ მაჩვენებლების განხილვა მიზანშეწონილია გათვლების სისწორის პოზიციის მნიშვნელობიდან გამომდინარე. მაგალითად, ფულადი სახსრების მოძრაობას როგორც წესი თვალყური უნდა მივადევნოთ ყოველდღიურად. პერსონალის კმაყოფილების ინდექსს შევასება ხდება წელიწადში ერთხელ.

ფინანსური მაჩვენებელი EVA (Economic value added) ეკონომიკური დამატებული ღირებულება, რომელიც მომხმარებელს ფირმის ღირებულების შესახებ აწვდის ინფორმაციას – ბიზნესის შეფასების უნივერსალური მაჩვენებელია. (განურჩევლად დარგის, ფირმის სიდიდის და არჩეული სტრატეგიის ტიპისა). ფორმულის არსი მარტივია: ფირმის ღირებულება იზრდება იმ შემთხვევაში, თუ გამოუმუშავებელი მოგება (ყველა სარჯის დაფარვის შემდეგ) საკმარისი იქნება დივიდენდების და პროცენტის (სასესხო კაპიტალის მომსახურების) გადახდისათვის. სხვაგვარად რომ ვთქვათ ფირმა დამატებულ ღირებულებას იღებს იმ შემთხვევაში თუ მისი აქტივების რენტაბელობა (Return on Assets, ROA) მეტია კაპიტალის საშუალო შეწონილ ღირებულებაზე (Weighted Average Cost of Capital). ანუ ფირმის ღირებულება იზრდება თუ $ROA > WACC$ მცირდება თუ $ROA < WACC$.

¹ Филиппов Л.А., Оценка бизнеса, Москва, „КНОРУС“, 2006, с.662-670.

ახალი ეკონომისტი



გვაქვს საფუძველი ვამტკიცოთ, რომ ეს მაჩვენებელი თანაბრად საინტერესოა როგორც მსხვილი ფირმებისათვის ასევე საშუალო ზომის ფირმების და ინდივიდუალური საწარმოებისათვის. ენაიდან ვგეგმა ისინი მუშაობენ განსაზღვრული ზომის აქტივებით, გამოიმუშავენ მთავრებს და მიასწრაფიან, რომ მისი სიდიდე საკმარისი იყოს კაპიტალის გამოყენებასთან დაკავშირებულ ხარჯების დასაფარავად.

თუმცა, დღევანდელი ეკონომიკის სპეციფიკა მდგომარეობს იმაში, რომ ფირმის ღირებულებას გადიდებაში დად მნიშვნელობას იძენს არამატერიალური აქტივები. მათ მიეკუთვნება თანამშრომელთა კომპეტენცია, კორპორაციული კულტურა, IT-სისტემები, წარსხის მენეჯმენტი, CRM, ბრენდის ცნობადობა.

არამატერიალური აქტივების კატეგორიაში ერთ-ერთი პოპულარული მაჩვენებელია ბრენდის ცნობადობა. ენაიდან ბრძოლა ბაზარზე მიმდინარეობს „მეხსიერების წილისათვის“, (მეხსიერების წილი - მომხმარებელთა პროცენტული რაიადენობა, რომლებიც პასუხს სცემენ კითხვაზე: დასახელებო კომპანია, რომლის სახელწოდება პირველად წნდება თქვენს გონებაში მოცემული დარგის ხსენებისას- ასახელებენ თქვენს კონკურენტების) ზეც უნდა გავზომოთ მომხმარებლის აღქმას, შთაბეჭდილებისა და გრძნობის ერთობლიობა, რომელიც მომხმარებელს სწვა კონკურენტ ბრენდებთან შედარებით ამ ბრენდზე ჩაბთუყალიბდა. მეთოდის გულისხმობს სოციოლოგიური კვლევის პერიოდულ ჩატარებას მიზნობრივ ჯგუფებს შორის. ეს არის პოზიცია, რომელიც მოცემულ ბრენდს შედეგად თავში კონკურენტ ბრენდებთან მიმარაფებით უჭირავს, რაც გულისხმობს მომხმარებლის გონებაში ბრენდის უნიკალური სარგებლისა და განმასხვავებელი მახასიათებლების ჩაბეჭდვას.

თანამედროვე ფირმაში ეფექტიანობას ძირითადი მაჩვენებლების სისტემა წარმოადგენს მატერიალური და არამატერიალური მაჩვენებლების სისტემათა ერთობლიობას. მათი ერთი ნაწილი დაკავშირებული ფირმის სტრატეგიასთან, მეორე ნაწილს კი უშუალო კავშირი არა აქვს. ეს სიტუაცია (მაგალითად - „ლიდერობა პროდუქტის მიხედვით“) შეიძლება წარმოვიდგინოთ მატრიცის სახსა (იხ. ცხრილი 2).

ეფექტიანობის ძირითადი მაჩვენებლების კავშირი სტრატეგიასთან (მოდელი - „ლიდერობა პროდუქტის მიხედვით“) ცხრილი 2

<p>მაჩვენებლები რომლებიც პირდაპირ დაკავშირებულია სტრატეგიასთან</p>	<p>მიზნობრივ ჯგუფებზე გაყიდვების მოცულობა; რეკლამაზე გაყეული ხარჯები დიდურებისათვის პროცენტი გაყიდვების მოცულობიდან</p>	<p>ბრენდის ცნობადობა ახალი პროდუქტების შექმნის სახსარე</p>
<p>მაჩვენებლები რომლებიც პირდაპირ არ არის დაკავშირებული სტრატეგიასთან</p>	<p>სოცება EVA</p>	<p>წუნის წილი სიმპლავრების დატვირთვა</p>
<p>ღირებულებითი მაჩვენებლები</p>		<p>არაღირებულებითი მაჩვენებლები</p>

Котлер Ф. Маркетинг Менеджмент. (Анализ, планирование, внедрение, контроль), Санкт-Петербург, 2000. с.303-305.



პრაქტიკულად კომპანიის ცალკეული სტრუქტურული ქვედანყოფილები სათვის ეფექტიანობის ძირითადი მაჩვენებლების სისტემა შეიცავს როგორც ღირებულებების მასშტაბურ აღიარებულებით მაჩვენებლებს, ამასთან მათი ნაწილი უშუალოდ დაკავშირებულია კომპანიის სტრატეგიასთან. ეფექტიანობის ძირითადი მაჩვენებლების ფორმირებისას ამა თუ იმ თანამდებობისათვის უნდა გაეთვალისწინოს როგორც მიმდინარე რუტინული ამოცანები, რომელსაც თანამშრომელი ასრულებს კონკრეტულ პოზიციაზე ნებისმიერ კომპანიაში (მ. პორტერი მას უწოდებს „ოპერაციულ ეფექტიანობას“¹), ასევე ის სპეციფიკა, რომელიც პირდაპირ დაკავშირებულია კომპანიის სტრატეგიასთან. სტრატეგია განსაზღვრავს პრიორიტეტებს და უბიძგებს კომპრომისისაკენ. ჩვენ არ შეგვიძლია ერთნაირი ყურადღება მივაპყროთ ყველა კლიენტს; ყველა პროდუქტს და შევასრულოთ საქმიანობის ყველა შესაძლო სახე ერთნაირი ხარისხით. ყველა ეს ქმედება მიმართულია იმისკენ, რომ კომპანია დაიპყროს ბაზრის მიზნობრივი სეგმენტი და მოიმკოს ნაყოფი ბიზნესის ღირებულების ზრდის სახით. მაგრამ არჩეული სტრატეგიის რეალიზაციის წარმატება მნიშვნელოვნად დამოკიდებულია იმაზე, რამდენად სრულად ასახულია ის კომპანიის ცალკეული თანამშრომლის მაჩვენებელთა სისტემაში.

ახალი მკონომისტი

¹ Свен Холлелсон., Глобальный Маркетинг., Минск. Оо., новое издание” 2005 с. 135-137.

მღვრალი განვითარება და ტურისტული სერვისის
პერსპექტივები აჭარაში

საქართველო
გეოგრაფიკა

ინეზა ზოიძე

ბათუმის შოთა რუსთაველის
სახელმწიფო უნივერსიტეტის პროფესორი,
აკადემიური დოქტორი

დღევანდელი მხარე მნიშვნელოვან როლს ასრულებს სოფლის მეურნეობის განვითარების პრინციპების რეალიზაციას რაც განაპირობებს მოსახლეობის ეკონომიკურ გაჯანსაღებას მდგრადი განვითარება გულისხმობს თანამედროვე მათხოვნების უზრუნველყოფას რისთვის ფაქტორის გარეშე მდგრადობის კონცეფცია ორიენტირებულია ადამიანის მოთხოვნებს რაც გულისხმობს ბუნებრივ რესურსებში ძირითადი საწარმოო კაპიტალის დარღვევების შეზღუდვას იმ დონით, რომელიც მომავალი თაობის ცხოვრების დონეს უზრუნველყოფს უკეთესად ვიდრე ცხოვრობს დღევანდელი თაობა. მდგრად წარმოებად ითვლება ის დონე როდესაც დინამიურად მრავლდება მოსახლეობა სასურსათო პროდუქტებით და ამავე დროს შეარჩევნებულა სოფლის მეურნეობის ეკონომიკური სტაბილურობა. სოფლის მეურნეობა განვითარებაში წევნ მოუახურებთ წარმოების მართვის ტრადიციულ მეთოდებს რომელიც შეესაბამება ტექნოლოგიურ და ტექნიკურ მანუალებს, თანამედროვე მენეჯმენტს.

სოფლის მეურნეობა დღეული საჭიროებს და მომსახურებას სხვა სფეროებთან, ასევე მათთან პროდუქციას მოხატოსავე და მათთან დაკავშირებულ დარგებს რეგიონის შიგნით და მის გარეთ, აწარმოებს მომსახურებას, მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს სხვა სფეროს მეშვეობით, დიდ როლს ასრულებს სოციალური და კულტურული განვითარების საქმეში. უფრობთ, აღნიშნულიდან დამოძღვრებულ სოფლის მეურნეობის მდგრადი განვითარების ტრადიციული ეფუძნება სამ ძირითად ხედვას-ეკონომიკურს, სოციალურს და ეკოლოგიურს.

მდგრადი განვითარებისა და ეკოლოგიური უსაფრთხოების დონისთვისაა აქტუალური შესახებ საპროგრამო დოკუმენტები და რეკომენდაციები შექმნილია გაერთიანებული ერების ორგანიზაციის 1992 წლის რიოდეჟენიოსის კონფერენციამ. კონფერენციის საპროგრამო მოთხოვნებს შესრულების მიზნით რაც ქვეყნებში შემავდება სპეციალური დებულებები მდგრადი განვითარების პრინციპების ექსპორტირება რეალიზაციის თაობაზე. უზრუნველყოფს სოციალურ-ეკონომიკური ადვილების დახვედრას სპეციალურად შექმნილი სტრატეგიის რაციონალურ გამოყენებას ახლანდელი და მომავალი თაობების მოთხოვნების დაკმაყოფილებას სასურსათო და ეკოლოგიური უსაფრთხოების უზრუნველყოფით.

გაფულ სოკუნეში მსოფლიო საზოგადოების სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების დახვედრება ძირითადი ორიენტირებული იყო ეკონომიკური ზრდის მაღალ ტემპებზე რამაც მნიშვნელოვანი ზიანი მიაყენა ბუნებრივ გარემოს კაცობრიობა შეხვდა წინააღმდეგობას ერთი მხრივ მხარე მოთხოვნისა და მეორე მხრივ ბოსფეროს შესაძლებლობის ხედვას ამ მოთხოვნების დაკმაყოფილების საქმეში ცივილიზაციას, რომელიც გამოყენებს მსოფლიო ტექნოლოგიებს, ვერ კიდევ არ შეუთავაზებია საზოგადოებისათვის ბოსფეროს უსაფრთხოების წინასწარობის ადგილის მექანიზმი.

სწორედ მდგრადი განვითარების სისტემისა და პრინციპების გამოყენება უზრუნველყოფს გარემოს ოპტიმალურ რეგულაციას და მისი საყრდენი გლობალური ცვლილებების გარეშე.

ინეზა ზოიძე

ბისაგან სწორედ აქვთკენ მიმართავს იგი საზოგადოების მენტალიტეტს და სულიერ
სამყაროს ის ასრულებს ეკოლოგიურად ჯანსაღი ძალების მობილიზაციას, სახელმწიფო-
ბრივი პრიორიტეტებისა და პერსპექტიული სოციალურ-ეკონომიკური გარდაქმნის სა-
თორღინებელ როლს.

გარდაამავალი ეკონომიკის ქვეყნებში მიმდინარე რეფორმები საწყის ფაზაში იწვევენ
მოქმედი სტრუქტურების დეფორმაციას და ეროვნულ მეურნეობაზე მოქმედებენ არაერთ-
ტურად ისინი ასევე ნეკატორად მოქმედებენ ბუნებაზე, ეკოლოგიაზე, დამახები სასიციო-
ლო ღონის შენარჩუნებისათვის საარსებო საშუალებების მოსაპოვებლად მკაცრ ექს-
პლოატაციას უწევს ბუნებრივ რესურსებს. სახელმწიფო სელისფულებას კი, როგორც
წესი მთავარი ვერადლება გადატანილი აქვს პოლიტიკური სტაბილიზაციის დამკვიდრებაზე
და გარდაამავალი პერიოდის გატანურების შემთხვევაში ათუელ წლობით ვერ შეეძლება
უსაფრთხოების დამკვიდრების კანონებს ვერ ქმის შესაბამის ადმინისტრაციულ მექანიზმს.

მდგრადი განვითარების პრინციპებზე გადასვლა ითვალისწინებს როც ამოცანებს,
რომლებიც სოფლებში უნდა გადაწყდეს ეტაპობრივად მათ შორის ძირითადად მკაცრია:

- სოფლის მეურნეობის კრიზისიდან გამოსვლის პარალელურად უნდა შექმნაღვს
ეკოლოგიური სტაბილიზაციის ღონისძიებები;
- გარემო ბუნების მდგრადობის რადიკალური გაუმჯობესება ეკონომიკის ეკოლოგ-
ზაციის ღონისძიებების განხორციელებით;
- ფერმერული მეურნეობის სტაბილიზება წარმოიშობა უნარჩენო, რესურსდამზოვი
ტექნოლოგიების დანერგვით, მეურნეობის მიხანმხმარებელი სტრუქტურული სრულყოფით
ბუნებრივი რესურსების ადღგენის ითვალისწინებით.
- ტურისტული დარგების შექარჩუნება და ახალი დარგების წახალისება.

მდგრად განვითარებაზე გადასვლის პირველ ეტაპზე აუცილებელია ხელისუფლებამ
მოავაროს სოციალურ-ეკონომიკური პრობლემები, შეამციროს უმუშევრობა, აამღლოს
საარსებო მინიმუმი, ხელი შეუწყოს ეროვნული ეკონომიკის ტრადიციული დარგების პოტენ-
ციალის გამოყენებას.

შემდგომი ეტაპის მთავარ მიმართულებად მოგვანია სოფლის ეკონომიკის სტრუქტურუ-
ლო, ტექნიკური და ტექნოლოგიური სრულყოფა-მოღერნისაცია.

აუცილებელია თანდათანობით მიღწეული იქნას ბუნებრივი რესურსებით სარგებლობის
რაციონალური მეთოდებისა და ტექნოლოგიების გამოყენების პრიორიტეტული მენტალტე-
ტი საზოგადოებაში.

აღნიშნული მიმართულების პარალელურად მიზანშეწონილია ქვეყნის შესაბამისი ინ-
სტიტუტები ჩაერთონ ბუნებასთან პარმონოული თანამშრომლობის მსოფლიო საზოგადო-
ბრივ მოძრაობაში.

სოფლის მდგრადი განვითარების ხელშეწყობის მოსალოდნელი ეფექტი ძირითადად
სოციალურ-ეკონომიკური ხასიათისაა განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია სოფლის მეურ-
ნეობის მხარდაჭერა და სასურსათო უსაფრთხოების აამღლება-გერმერული მეურნეობის
დამკვიდრება-განმტკიცება კერძოდ:

- ბრუნვიდან გამოსული ან დეგრადირებული სახნავ-სათესი მიწების ინტენსიფიკაცია
- მოსავლიანობის ზრდა
- რეცხოველობის პროდუქციის ზრდა
- შინამეურნეობაში დასაქმებულია ზრდა ძირითადად შრომისუნარაანთა სამეშაო
დროის იპტიმალური გამოყენებით;

ახალი ეკონომიკისტი

საქართველოს
საგარეო ურთიერთობების
მინისტროს

- ქვეყნის მიერ სოციალურ-ეკონომიკურ ცხოვრებაზე დადებითი გავლენა შემოსავლების გაზრდით, იმპორტის შემცირებით და ექსპორტის გაზრდით;
- სოფლის მეურნეობის პროდუქციის წარმოების გაძლიერება და გაიყვება გამოიყვანოს იმპორტული უხარისხო პროდუქციის განდევნას სასურსათო ბაზრიდან;
- შინამეურნეობის დანახარჯების შემცირება იმ რესურსებზე, რომელიც შექნავს მათ ადრე უსაღებლად გარედან და ამ შემთხვევაში მათ მეტ წილს თუთიან დაამსახდენ;
- სოფლის მოსახლეობის რეალურ შემოსავლების ზრდასთან დაკავშირებით, ფერმერთა სხვადასხვა დანაკარგზე გავლენა ერთობლივი მოთხოვნისა და წარმოების სტიმულირების სახით.

დღეისათვის მთავარი სამოქმედო პრიორიტეტია ფერმერებზე ფულადი და კონკრეტული მატერიალური დახმარება, რათა მათი ძალისხმევა წარმართის უმუშაოდ პროდუქციის წარმოებაზე ახსთან მოსალოდნელია შეფერხდეს ფინანსურ საშუალებათა უკან დაბრუნება შესაბამისად, აუცილებელია პროგრამის სწორი ადმინისტრირება, რათა გაზარდეს სამუშაოები იმ მიმართულებით, რომ მოსახლეობამ გააქვნიბოროს მოსაღდნელი ეკონომიკური ეფექტი და ასეთი დანხარების განმეორებითი საჭიროება.

აჭარაში სასოფლო-სამეურნეო სავარგულების სიმცირე, დასახლების მცალი სიმკვრივე არ იძლევა მსხვილი ფერმერული მეურნეობის განვითარების შესაღებლობას დარგი მეტწილად წარმოდგენილია წვრილი ფერმერული მეურნეობების სახით 0.1-დან 10-მდე სავარგულით, რაც იმაზე მიუთითებს, რომ ფაქტურად მიმდინარეობს შრომისუნარიანი მოსახლეობის თუთიდასაქება.

2007 წელს დარგში წარმოებულ იქნა 75 მილიონ ლარამდე ღირებულების პროდუქცია, საიდანაც 92-95 % მოდის ფერმერულ მეურნეობებზე დასაქმებული (ძირითადად თუთი-დასაქმებული) იყო 81200 კაცი რომელთაგან დაქარაგებული პირბებით დასაქმებული იყო 3000 კაცი.საშუალოდ ერთი დასაქმებულის მიერ შექმნილი ღირებულების მოცულობა 820 ლარს არ აღემატება.

აგრარული წარმოების პოტენციალის ეფექტური გამოყენებისა და სასურსათო ბაზრის ფორირების მნიშვნელოვან ღონისძიებებს წარმოადგენს ფერმერული მეურნეობის ორგანიზაციული და სტრუქტურული სრულყოფის სტიმულირება, ტექნოლოგიური და ტექნიკური უზრუნველყოფის წახალისება, პროდუქციის დამზადების,პირველადი სასაქონლო გადაშენების სფეროებში ინვესტირების კონცენტრირება, ფერმერებისა და შემარბების მომარგების სახელმწიფოებრივი რეგულირება.

გარდა ტრადიციული დარგებისა, აჭარაში მნიშვნელოვანი შესაღებლობებია ტურისმის განვითარებისათვის ტურიზმში, როგორც მოღიანად ქვეყნის ასევე რეგიონის ეკონომიკის პროორიტეტულ მიმართულებას წარმოადგენს. მისი არაღი მრავალგანშტობალია, რომელიც მოიცავს ვაჭრობას, უზრუნველყოფას, ტრანსპორტს, ვზებს, კომუნიკაციებს, კვების პროდუქტებს, სასმელის წარმოებას, კულტურას, სპორტს, ე. ა. ტურიზმში ბიძგს აძლევს მათთან დაკავშირებულ საქმანობას და ამათ მიერ ეკონომიკას ტურისტული ინფესტრია ფლობს სოღილურ მატერიალურ-ტექნიკურ ბაზას, უზრუნველყოფს მოსახლეობის დიდი ნაწილის დასაქმებას და ურთიერთმიქედებს ეკონომიკური კომპლექსის ყველა დარგთან ტურიზმის განვითარება ოქვეს ზოგადად, მოსახლეობის სოციალურ-ეკონომიკური დინის ამაღლებას, რამდენადაც ტურისტულ ბიზნესში ერთი სამუქაო ადგილის შექმნას ოან სდევს სხვა დარგში ორზე მეტი სამუქაო ადგილის შექმნა, რადგანაც ერთი მსროე ჩნდება პირდაპირი დასაქმების

საგარეო ურთიერთობების მინისტროს

საშუალება ტურისტულ საქარმოებში და ნეორე მხრივ, ირიბი დასაქმების საშუალება კრძალვ, მსედელობაშია ის საქუშაო ადგილები, რომლებიც ექნება მიწოდებულ სუქტორში დღეს მსოფლიოში მიღებულია მისასზრება, რომ ტურიზმის პოლიტიკასა და დაგეგმვის საფუძვლად უნდა დაედოს მდგრადი განვითარების კონცეფცია, რაც დაკავშირებულია ექვიტური მარკეტინგული კვლევის განხორციელებასთან და ტურისტული რესურსის გამოყენებასა და რაციონალურ გამოყენებასთან.

ტურისტული რესურსს შეიძლება მიგაუთუნოთ ყველაფერი ის, რაც ქვეყნის ისტორიულ, ეროვნულ, გეოგრაფიულ პოტენციალის წარმოადგენს თუ კი, რაიქმუნდა თითოეულს მენიჭება ეკონომიკური დატვირთვა და ტურიზმის პროორიტეტად განისზღვრება. ამ თვალსაზრისით აჭარა ერთ-ერთი რეგიონია საქართველოში, სადაც ტურისტული რესურსების მრავალფეროვნების გათვალისწინებით შესაძლებელია თითქმის ყველა ტურისტული მიმართულების

(სამთი-სათხილამურო, ხმირტულ-გამზავნასაქებელი, კულტურული, ეკოლოგიური, აფარული და სხვა) მიმართულების დაგეგმარება და განვითარება აჭარის ბუნებრივ-გეოგრაფიული და კლიმატური პირობები, ისტორიული ძეგლების სიმრავლე და მრავალფეროვნება, დაცული ტერიტორიების, ფლორისა და ფაუნის სიდიდრე, საკურორტო ზონების პროვალის მრავალფეროვნება ტურისტული ბაზრის სეგმენტის მათხოვნელებათა სრული დაკმაყოფილების საშუალებას იძლევა. ტურისტული ბაზრის ასალი სეგმენტები განსაკუთრებით მიზიდავლი ექნება უცხოელი ტურისტებისათვის.

ტურისტული რესურსების მაქსიმალური გამოყენება და ტურისტული სერვისის განვითარება დამოკიდებულია ასევე საინვესტიციო პოლიტიკის ლიბერალიზაციაზე, რეკლამისა და მარკეტინგის მაღალ დონეზე, მოწესრიგებულ ტურისტულ ინფრასტრუქტურაზე, დარგის კვალიფიკაციო კადრებით უზრუნველყოფაზე და ზოგადად ქვეყნის დიდებით ტურისტულ იმუჯზე. თითოეული ამ მოთხოვნის უზრუნველსაყოფად ბოლო წლების განმავლობაში რეგიონში საკმაოდ მნიშვნელოვანი ღონისძიებები ჩატარდა, რამაც თვის მხრივ დადებითი როლი ითამაშა დარგის განვითარებაზე და თანამედროვე მოთხოვნების დინის შესაბამისობაზე.

რეგიონში ტურიზმის განვითარების კონცეფციის თანახმად, რომელიც შემუშავდა უცხოელი სპეციალისტების დასმრებით, აჭარაში მომდევნო რამოდენიმე წლის განმავლობაში ტურისტთა რიცხვი მნიშვნელოვნად გაიზრდება, კრძოდ, თუ წინა წელთან შედარებით 2007 წლის გაიზარდა 100% ათასი კაცით, 2008 წელს გაიზრდება 235% ათასი კაცით, 2009 წელს 115% ათასი კაცით, 2010 წელს -150% ათასი კაცით, 2011 წელს კი 100% ათასი კაცით, ხოლო 2007-2008 წლებში ტურიზმის შესაბამისი ინფრასტრუქტურის შექმნისათვის განხორციელდა სულ ცოტა 6643 მილიონი ლარის ინვესტიციები. (იხ. ცხრილი № 1)

აჭარაში 2004 წელს ფუნქციონირებდა 20 სასტუმრო, სადაც საწოლთა რიცხვი შეადგენდა 1 500 ადგილს დღვისათვის კი უკვე ფუნქციონირებს სხვადასხვა ტიპის 66-მდე სასტუმრო, სადაც საწოლ ადგილების რაოდენობა 3 000 ერთეულია, მათი რიცხვი მუდმივად იზრდება. ამასთანავე, 2006 წელს ჩამოსული ტურისტების რაოდენობა 1420 ათასი კაცით გაიზარდა და შეადგინა 2500 ათასი კაცი.

ტურისტულ ბიზნესში ჩაერთული მოსახლეობის ხარჯზე ტურისტთა საწოლ ადგილებს ის რიცხვი, 2004 წელთან შედარებით, 2006 წელს ორჯერ გაიზარდა და შეადგინა 24 000 საწოლ-ადგილი. დარგის განვითარების ტემპებიდან გამომდინარე, 2011 წლისათვის ის გაიზარდება 10 000 საწოლ-ადგილით.

ახალი ეპონომისტი

აჭარაში ტურისტთა განთავსების ობიექტების ინფრასტრუქტურის პროექციალი მაღაწვეს 124 მილიონ კაცადღეს, მომსახურება გაეწევა მაღლირბაშე ტურისტს, მათ შორის უცხოელი იქნება თითქმის ნახევარი. შესაბამისად, გაიზრდება ტურისტების მიერ გაწეული ხარჯებიც და მაღაწვეს დაახლოებით 1000 ლარს წელიწადში.

საჭარბული მარკეტინგული კვლევებიდან გამომდინარე, 2006 წელს ტურისტის საშუალო სავაჭრო ხანგრძლივობა შეადგენდა 4-დან 5 დღემდე ხოლო საშუალო დღიური ხარჯი 736 ლარსსასატურისტოებისა და ინფრასტრუქტურის განვითარების შედეგად მომხმარებლის საშუალო დღიური ხარჯები 2011 წელს გაიზრდება 150 ლარამდე რაც უპირატესად გამოწვეული იქნება უცხოელი ტურისტების ჩაკადის ზრდითა და შესაბამისად საშუალო და მკაფალი კლასის მომხმარებლის წილის ზრდით.

ტურისტების ზრდა კიდევ უფრო მნიშვნელოვნად გაზრდის მოთხოვნას მაკალი დონის მომსახურებაზე და ინფრასტრუქტურაზე 2006 წელს აჭარაში სასტუმროებსა და რესტორნებში დასაქმებული იყო 2450 კაცი, ინფრასტრუქტურის განვითარებიდან გამომდინარე 2011 წლის ბოლოსათვის ინვესტიციების შედეგად შექმნილ ახალ სამუშაო ადგილებში დასაქმებულია რიცხვი გაზრდილია 7000 კაცს, ხოლო დასაქმებულთა საერთო რიცხვი მაღაწვეს 95 ათას კაცს. ყოველივე ეს კი დადებითად იმოქმედებს არა მარტო უშუალოდ მოსახლეობის სოციალურ მდგომარეობაზე არამედ ზოგადად რეგიონის კონომიკაზეც რდგანაც გაიზრდება საბიუჯეტო შემოსავლებიც.

ცხრილი № 1

ტურისტების განვითარების ტენდენციები აჭარაში 2008-2011 წლებში

№	მნიშვნელობა	2006 წელი	2007 წელი	2008 წელი	2009 წელი	2010 წელი	2011 წელი
1	ტურისტების რაოდენობა (ათასი კაცი)	250	330	600	800	900	1 000
2	ტურისტთა რაოდენობის ზრდა წინა წელიწადის მიხარბებაში (ათასი კაცი)	-	100	235	115	150	100
3	კაცადღები	1062000	1700000	2 900000	3400000	4 400 000	4900000
4	გაწეული ხარჯები (მაკალი) მათ შორის	78.6	154.7	313.2	388.3	558.8	900.0
5	სასტუმროებისა და რესტორნების მომსახურება (მაკალი)	55.0	108.3	219.2	276.1	391.2	630.0
6	სხვა მომსახურება (მაკალი)	23.6	46.4	94.0	112.2	167.6	270.0
7	საშუალო ხარჯი დღეში (ლარი)	74	91	108	116	127	150

წყარო: აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკის ტურისტებისა და კურორტების დეპარტამენტი

კახალი მეცნიერება



ნონა ბელიძე

თსუ ეკონომიკისა და ბიზნესის ფაკულტეტის
ასისტენტ-პროფესორი

საქართველო თავისი ისტორიული არსით ევროპის განუყოფელი ნაწილია. მდებარეობა ევროპისა და აზიის გასაყარზე ოდითგანვე დიდ გეოსტრატეგიულ მნიშვნელობას ანიჭებდა მას აქ იყრიდა თავს მრავალფეროვანი ევროპული და აზიური კულტურული თუ ფილოსოფიური შენაძრები, თუმცა ეს საინტერესო შემთხვევებით სინთეზი ვერაფერს აკლებდა თვითმყოფად ქართულ კულტურას უფრო მეტიც, საქართველო თავად იყო იმპერის მიმცემი გარემოცველი სამყაროსთვის.

მეტწილად ცნობილი ფაქტია, რომ სწორედ აქ, საქართველოში, დაიწყო რენესანსის აკვანი, რაც გამოიხატა ცხოვრების ყველა სფეროს გამოვლინებასა და აღორძინებაში. თამარ მეფის ეპოქა მთელი თავისი სილიადათ წარმოიხნდა მსოფლიოს წინაშე ჯერ კიდევ დავით აღმაშენებლის დროს გაძლიანებულია და გაძლიერებულმა საქართველომ, XII ს-ში კიდევ უფრო განიმტკიცა და გაიფართოვა საზღვრები: ქვეყნის შიგნით დამპყრობულმა წესრიგმა, თავის მხრივ, საგარეო კავშირების განმტკიცებას, შესობელ ქვეყნებთან ვაჭრობის გაცხოველებასა და საქართველოს საერთაშორისო მნიშვნელობის ზრდას შეუწყო ხელი. რენესანსი, როგორც წესი, მხოლოდ ხელაყნებაში არ ვლინდება. ქვეყნის კულტურული, ეკონომიკური, პოლიტიკური და ა.შ. აღმაშენებელი საფუძველი საფუძველია რენესანსისა, რომელსაც, მეცნიერთა აზრით, ადგილი ჰქონდა შუა საუკუნეების ევროპაში, კერძოდ, XIII-XIV საუკუნეებში; თუმცა გამოიხილი ქართული მეცნიერება - შალვა ნუცუბიძე - თავის გამოკვლევებში იმ დასკვნამდე მივიდა, რომ რენესანსის გაცხოველებით ადრე დაედო სათავე, - XII ს-ის დასაწყისიდან, და მისი პირველი ნიშნები სწორედაც რომ საქართველოში აღმოაჩინა ცხდია, ეს მეტწილად არ უნდა ჩაეთვალოს, რამდენადაც ბევრი უცხოელი მეცნიერი გამოეხმარა ამ გამოკვლევას და დაადასტურა კიდევ ზოგიერთმა მათგანმა ეს ფაქტი. შალვა ნუცუბიძის გამოკვლევაში ნახსენებია რამდენიმე საბჭოთა მეცნიერი, რომელნიც იმ დროს აღმოსავლური რენესანსის ასექტებს იმ მიზნით, რომ მსოფლიოსთვის ეჩვენებინათ, საიდან მოდიოდა შუა საუკუნეების ევროპაში აღმოცენებული უმანისობისა და აღორძინების სათავე, მაგრამ ისინი აქვენიც რატომღაც დიდ და ძლიერ სახელმწიფოებზე აკეთებდნენ, საქართველოსადმი პატივს ქვეყნის როლს კი რატომღაც ივიწყებდნენ. ერთადერთი აღმაშანი, ვინც მხარი დაუჭირა შუა საუკუნეებს, გახლდათ რუსი მეწიერი - ალექსეი ტოლსტოი, რომელმაც დაადასტურა, რომ რუსთაველის პოეზია ზუსტ ფაქტურ საფუძველს უქმნიდა აღმოსავლურ რენესანსს, და ამიტომაც შუა საუკუნეების მეცნიერული დაკვირვებანი და დასკვნები პირველი და გადაწყვეტი ნაბიჯი იყო ამ მიმართულებით და სწორ ორიენტაციას ვეძიებდა რენესანსის ძირებთან მიმართებაში.

ახალი ეპოქისი

სამწუხაროდ, ჩვენ არ გვაქვს დაზუსტებული ინფორმაცია იმ მეცნიერთა შესახებ რომელთაც წვლილი მიუძღვით რენესანსის ფორმირების თვალსაზრისით საქართველოს როლის წარმოჩენაში. არავისთვის წარმოადგენს სახალეს რომ საბჭოთა პერიოდში უცხოელ მეცნიერთა მხრიდან ყველა ანალოგიური მცდელობის შეგნებული ჩასმობა ხდებოდა; ქართველ მეცნიერებს, ცალკეული გამოკვლევების გარდა, უმეტეს



გრეთად არ ჰქონდათ უცხოელებთან ურთიერთობის და აზრთა გაზიარების საშუალება. ამიტომაც სავარაუდოა, რომ ბევრი საინტერესო დასკვნა ქართულ რენესანსთან დაკავშირებით ისეა მიმობნეული უცხოურ წყაროებში, რომ მის შესწავლას სურათილი ექსპედიციები და შეკვლევართა რამდენიმე ჯგუფის მუშაობა დასჭირდებოდა.

ზეიად გამსახურდია ქართველთა ეთნოგენეზისზე საუბრისას აღნიშნავს, რომ საბჭოთა იდეოლოგიური დოქტრინის მრავალწლიანი ბატონობის პირობებში, მრავალი რამ ქართული კულტურის ისტორიაში იყო მიჩქალებული, დამახინჯებული და ტაბუირებული. მეოცე საუკუნეში ჩვენი მეცნიერების დიდი კორიფების აკადემიკოს იაჩე ჯავახიშვილისა და ნიკო მარრის მიერ გამოკვლეულ იქნა ვენეტური ძირები ქართული მიჯგმისა, ქართველი ერისა და გამოტანილ იქნა შესაბამისი დასკვნები, რასაც სასტიკად ეწინააღმდეგებოდა ორთოდოქსული საბჭოთა მეცნიერება. ამჟღად დღეს, მიჩქალებული იყო დიდი გერმანული მეცნიერის ვილჰელმ ჰუმბოლდტის გამოკვლევები. საქმე ის გახლავდა, რომ ვილჰელმ ჰუმბოლდტი მისმა განიკვლევებმა ბასკური ერის სფეროში და პირენეის ნახევარკუნძულის კვლევის სფეროში მიიქცია ამ დასკვნადგომი, რომ სამხრეთ ევროპის პირინეების, იტალიის, სმელთაშუა ზღვის კერძოების პირველადი ავტოქთონური მოსახლეობა იყო იბერიული მოსახლეობა. ამ მოსახლეობას უწოდებენ პროტოაზურებს, ჩათვან მომდინარეობს გვიანდელი ევროპული მოსახლეობა. ვეტიარეშეა, რომ ამგვარი გამოკვლევები ასაბუთებს და საფუძვლს უწყარებს ევროპის ერთიანი ოჯახიდან ქართველთა განუყოფლობის არგუმენტს.

საყოველთაოდ ცნობილია შალვა ნუცუბიძის პიპოთეზა პეტრე იბერისა და ფსევდო-ილირიუსე არქოპაგელის პირობებთანა იდენტურობის შესახებ. ნუცუბიძის მიერ გამოთქმულ ვარაუდს იმის შესახებ, რომ არქოპაგიტულ წიგნთა ავტორია V საუკუნის ქართველი მთავრობე პეტრე იბერი, 10 წლის შექვედ მთლიანად დაუტყარა მხარი ზღაგუელმა აკადემიკოსმა ერნესტ პონიგმანმა. ამ ორი მეცნიერის კვლევის მეთოდი და არგუმენტაციის ხერხები იმდენად აბლოს იყო ერთმანეთთან, რომ დასავლელმა მეცნიერებმა ჩათვირებულა მათ მიერ შემოთავაზებულ კონკრეტუიას ნუცუბიძე-პონიგმანის თეორია. უწოდეს არქოპაგიტული თხზულებები აღიარებულა დასავლური რენესანსის პირველსაწყისად, ამიტომაც განსაკუთრებით საინტერესოა ის ვარემოება, რომ რუსთაველის მიერ პოემა ვეფხისტყაოსანი არქოპაგიტულ მხოფელაგებაზეა აკყბული.

XII საუკუნის საქართველო იმდროინდელი მასლობელი აღმოსავლეთის ერთ-ერთი უძლიერესი სახელმწიფო იყო. XII საუკუნეში საქართველო მხოფლი პოლიტიკის ასპარეზზე გამოვიდა. თამარის დროშა დაეთიანი. ეს არ იყო მხოლოდ, არამედ აღექსანდრიან-იგლუსტახიც. აღექსანდრე მაკედონელისა და აფგუსტუს კეისარის შემკვდრობის მითვისებით ქართველები არა მარტო თურქთა მიერ მიტაცებულ მასლობელ აღმოსავლეთის კულტურული ქვეყნების გაზიარესუფლებას იქმეზდენ, არამედ დასავლეთის კულტურული საგანძურის დაცვა-გავრცელების მისასაც თავს იღებდნენ. საქართველოს ასეთი როდს ახლო აღმოსავლეთის კულტურულს თუ პოლიტიკურ სარბიელზე მამის არა მარტო ქართველები სცნობდნენ, ამას აღიარებდნენ თურქული თუ ახლობელი მეზობლები. XI-XII სს დასაწყისის საქართველოს ახლო კულტურული ურთიერთობა ჰქონდა, უპირველეს ყოფილსა, ბიზანტიასთან, მის კულტურასთან და მწერლობასთან. თამამად შეიძლება ითქვას, რომ საქართველომ თითქმის მთლიანად აითვისა დასავლეთის ბერძნულ-ქრისტიანული სიბრძნე და კულტურით მიტყველ ბიზანტიას დონსკუილად გაუსწორა თვლი. აქვე ხაზგასმით უნდა აღინიშნოს, რომ ქართულ-ბიზანტიური კულტურული ურთიერთობა ცალმხრივი არ ყოფილა. ქართულმა მწერლობამ ბევრი რამ საყურადღებო მისცა ბიზანტიურ მწერლობას და თვისი წვლილი შეიტანა მის ისტორიაში. აღსანიშნავია ისიც, რომ აღორძინების

იპოვებულია

გაოქმად ქართული კულტურისა და ხელოვნების კეთილდღეობისათვის გააღწეა შეინიშნებოდა ასევე დასავლეთ ევროპის ქვეყნებსა და ძველი რუსეთის სამხატვრო-მეცნიერებათა საკავშირო აკადემიის მიერ გამოცემულ რუსული ლიტერატურის ისტორიაში ხაზგასმით იყო აღნიშნული, რომ მისი მოსაზრებები საქართველოს ნაწილის – აფხაზეთის გავლით მათთან აღწევდა ქართული ხელოვნების ინტენსიური გავლენის ნაკადები, რომელთა კვლიდა კიევისა და ჩერნოვოცის არქიტექტურაში, ნოვგოროდის მხატვრობასა და რუსული ხელნაწერების სრულმეტყველებაში იქნდა თავს.

მოუხედავად ამგვარი ღიადობისა ევროპაში, რომელიც აღბათისცე და ისევე ჩვენი გეოსტრატეგიული მდებარეობის გამო და ასევე ჩვენი სიმდიდრისა და მტრების მრავალრიცხოვნების მიხედვით ვერ შეეხებოდა, მრავალი საუკუნის შემდეგ, ქართველებს კვლავ საოცნებოდ გადაგვიკვირება ერთიანი ევროპული ოჯახის წევრობა თუმცა ამას ჩვენი დიდებული წინაპრები სცემებოდნენ ჯერ კიდევ საუკუნეების წინ. რად ღირს თუნდაც სულხან-საბა ორბელიანის გახსენება, რომელსაც დღევანდელი XIV-ს კარზე დიდხანს აღოდიანეს და თუმც კი მოუსმინეს, სასუკეშოს ვერაფერს შეჰპირდნენ.

ამგვარი ღიადობა ევროპისაკენ არ იყო განპირობებული მარტოაღწე თავადღვის საკითხებში ძლიერი პარტნიორისა და დამხმარე მეგობრის ძებნით, მაგრამ ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ფაქტორი კი გახლდათ. ეს ღიადობა უფრო საკუთარ ძირებთან მობრუნებას ჰგავდა. ჩვენი ბევრი რამ წავგვართვეს მტრებმა, ბევრჯერ ეცადნენ ჩვენს გამაძლიანებასა და გადაგვარებას, ბევრი ქართველი გადაასახლეს კიდევ ირანში, ანდა ოსმალეთში გაჟიდაეს, ამიტომ გამოსავალი ევროპაში – ქრისტიანულ სამყაროში – უნდა გვეძებნა. თუმცა მათ ვერ შევხლეს ამ მისიის საკუთარ თავზე აღება. სამაგიეროდ, ეს მისია „კარგად იტვირთა“ ერთმორწმუნე რუსეთმა და შემდგომ უკვე სხვაგვარად დატრიალდა ბედის ბორბალი.

ამის მერე იყო მევის რუსეთი და მისი გუბერნია – საქართველო, მოციანებით კი – საბჭოთა საქართველო, ერთიანი და განუყოფელი საბჭოთა იმპერიის ნაწილი. ოცნება ევროპაში დაბრუნებაზე დროებით წარსულს ჩაბარდა. თუმცა ეს „დროებით“ თითქმის 200 წელს გაგრძელდა. XX საუკუნის ბოლოს კვლავ გამაძლიანებლის სხევი, როცა საქართველოში პირველი პრეზიდენტი აირჩია და ნანატრი დამოუკიდებლობაც მოიპოვა. თუმცა ეს ნაპერწკალიც ძალიან ჩაქრა და კიდევ ერთ ათეულ წელზე მეტი დასტირდა იმას, რომ საბჭოთა იმპერიის ნანგრევებში მოყოლილ ერთ-ერთ უმშვენიერეს ქვეყანას მტვერი და ნაგავი გადაეწმინდა თავისი სხეულიდან და სულიდან და დაზარალებული მკედრით აღმდგარყო.

ამგვარი ისტორიული ექსკურსი სულაც არ გახლავთ შემთხვევითი და ჩემი დრამატიზმი, – არც უადგილო. წინამდებარე ნაშრომი არ არის დროსა და სივრცის მოწყობილი, ის რეალობის სრული შეგრძნების გამოხატველია, მაგრამ ამჟამინდელი რეალობა, ანუ აწმყო, ხომ წარსულისა და მომავლის დამაკავშირებელი ხილია; ამიტომ საქართველოს მომავალზე, მის სამომავლო პერსპექტივებზე ვერ ვისაუბრებთ წარსულის მნიშვნელოვანი ასპექტების უკუაღებულობის ფონზე და აწმყოს შეუღამაზუ ბლად წარმოჩენის გარეშე!

დღეს, როდესაც მოვლმა მსოფლიომ ფაქტობრივად ხელახლა გააცნო საქართველო „ვარდების რევოლუციის“ წყალობით, ჩვენს ქვეყანას უამრავი, ძალიან საინტერესო და საოცნებო პერსპექტივა ეშლება თვალწინ. აქამდეც იყო საუბარი ისეთ მნიშვნელოვან სტრუქტურაში ინტეგრირებაზე, როგორც ევროკავშირში, მაგრამ რეალური ნათევების გადადგმა ამ მიმართულებით მხოლოდ ახლო წარსულში დაიწყო.

რატომ ხიბლავს ასე ჩვენს სმენას ტერმინი „ევროკავშირი“, და რატომ ექსპროვაციით ამ ორგანიზაციაში გაწევრიანებისაკენ.

ახალი ეპოქისთვის



ცნება "ევროპის კავშირი" 1972 წელს პარიზში გაბართულ ევროკავშირთან (რომლის შექმნასაც მომდევნო თავში ვისაუბრებთ) ქვეყნებისა და მთავრობის მეთაურთა მხარეზე დადებული კონვენციის საფუძველზე პირველად ოფიციალურ დოკუმენტად გამოცემულა. როგორც მინდობრივი კატეგორია ევროპული თანამეგობრობის შექმნის განვითარების აღსაწერად იმ დროისათვის არანაირი სხვა შინაარსი ამ ცნებას არ შეუძლია. შედეგში მკვლელობები იმისა, რომ ცნების განმარტების მოცემული ნიშნები მეტი სუსტანითი შეეცნათ, პოლიტიკური მიზნებიდან გამომდინარე წარუმტყებელი აღმოჩნდა. შედეგულად თავის არიდება სუსტი მნიშვნელობის დადგენისგან იმის მიუწყებელი იყო, რომ არანაირი გაერთიანება, საერთო ევროპული საქმის კეთების თვალსაზრისით, თავდაპირველად განსახდებულ საბოლოო მიზანში არ ითვლებოდა.

მიუხედავად იმისა, რომ 1992 წელს გაფორმებულ მასტრიხტის ხელშეკრულებაში თავიდანვე ჩადებული იყო ინტეგრაციის შემდგომი გაყვართობის სურვილი, ევროკავშირის წევრქვეყნების მანაც არ გამოხდებოდათ ევროპის გაერთიანების პროცესის საბოლოო მიზნის, ანუ "უნიონის", შესახებ თავიანთი განსხვავებული წარმოდგენების საერთო მნიშვნელობაზე დაყვანა. თვით კონკრეტული მიზანი ინტეგრაციისა, რომელსაც ევროპული ფედერაციის შექმნის ხედვებთან სახეობოდ მიეწერა ხელს, დღემდე მიუღწევლად ითვლება.

ამიტომ ბუნებრივად იმის კითხვა: რას წარმოადგენს ევროკავშირი? და ეს კითხვა ხდებოდაც ხუსტი პასუხის გარეშე რჩება. ევროკავშირი არ არის ევროპის ერთიანი სახელმწიფო, და არც პირველი ნაბიჯია აქტიურად ყოველ შემთხვევაში ჯერჯერობით ევროპის სახელმწიფოსა შიგნით კავშირისა და არა გაერთიანება სუბერსახელმწიფოდ. თუმცა ის განხლავთ გაცილებით უფრო მეტ, ვიდრე ქვეყნების ტრადიციული კავშირი; ის ქვეყანათა შეკავშირების განსაკუთრებული სახეობაა.

ხელშეკრულებამ ევროკავშირის შესახებ, რომელიც გაფორმდა 1992 წლის თებერვლის და ძალიაში შეყვდა 1993 წლის 1 ნოემბერს, წყვირ სახელმწიფოებისთვის ძალზე ამბიციური ვეგმა დასახა: საერთო ევროპული ვალუტა 1999 წლისათვის, ახალი ერთიანი პოლიტიკა, ევროპის მოქალაქეობა, საერთო საგარეო და უსაფრთხოების პოლიტიკა და შიდა უსაფრთხოება. იმის გამო, რომ წყვირმა ქვეყნებმა "მასტრიხტის" შედეგები არასაკმარისად შეფასეს, მთავრობათა კონვენციისაზე გადაწყდა მასტრიხტის ხელშეკრულების შექმნის შემდეგ გადაამუშავება 1996 წლისთვის მოლაპარაკებათა ამ რაუნდის დასრულებისთანავე, 1997 წლის 2 ოქტომბერს ხელი მიეწერა ამსტერდამის ხელშეკრულებას. ამ ხელშეკრულების საფუძველზე მეტი ძალია შეთანა ევროკავშირის პოლიტიკამ და გაყვართობა მისი უფლებები, განსაკუთრებით, კანონის დაცვის სფეროში თანამშრომლობის, ადამიანების თავისუფალი გადაადგილების, საგარეო პოლიტიკისა და საზოგადოებრივი ჯანდაცვის მხრივ ევროპარლამენტს ევროკავშირის დემოკრატიულ რეჟორს, ახალი უფლებამოსილებანი მიენიჭა, რმაც დაადასტურა მისი, როგორც კანონმდებლის, როლი. ამსტერდამის ხელშეკრულება ძალიაში შეყვიდა 1999 წლის 1 მაისიდან.

1998 წლის მარტისთვის დაიწყო მოლაპარაკებები ესტონეთთან, პოლონეთთან, სლოვენეთთან, უნგრეთთან, ჩეხეთსა და კვიპროსთან, გაწვევრიანებასთან დაკავშირებით მოლაპარაკებათა მომდევნო რაუნდი კი 2000 წლის თებერვალში შედგა. ევროკავშირის გაფართოების ალბათობამ საბოლოოდ 28 წევრამდე თავისთავად დააყენა ევროპული ინსტიტუციური რეფორმების აუცილებლობა. 2000 წლის დეკემბერში, რომელშიც ევროსაბჭოს სხდომისზე გამოცხადდა ევროკავშირის ბირითადი კანონი ანუ

თარგმანი

ვერობის ქარტიის“ მიღების შესახებ. ნიცაშივე მოხდა შეთანხმება ევროკავშირისა და ევროგაერთიანების ხელშეკრულებათა ზომიერი რეფორმირების თაობაზე. ნიცის ხელშეკრულებით გამოისახა საბოლოო მცდელობა იმისა, რომ არსებულნი კონსაქტორების გაბათილება მოეხდინათ და ევროკავშირი უფრო ქმედითუნარიანი და გაფართოებადი (გაფართოების უნარის მქონე) გაეხადათ.

მართლაც, უკანასკნელი 10 წლის განმავლობაში ევრობის ინტეგრაციამ არსებით გაღრმავება-გაფართოებას მიადგინა. მიღწეულ იქნა ერთობლივი ვალუტის შექმნა დაიწყო კარის გახსნა აღმოსავლეთისაკენ, ხოლო ამსტერდამისა და ნიცის ხელშეკრულებებმა გააფართოვეს პოლიტიკური ინტეგრაცია (თუმცა, ცხადია, ძალიან ნელი ნაბიჯებით). განსაკუთრებით უნდა გაესვას ხაზი იმას, რომ კონტინენტის ისტორიაში არცერთი თავისუფალი კონსტიტუცია (კონიუნქტურა) არ ყოფილა ისეთი სტაბილური, როგორც ევროკავშირისა; იმგვარი მშვიდობიანი კონპრომისებითა და პროდუქტიული კონკურენციით არავინაა შეკავშირებული, როგორც თავ ადინშნული ინტეგრაცია.

2002 წლის 12 და 13 დეკემბერს ევრობის საბჭო კომენსავენში შეიკრიბა. სხდომაზე მოისმინეს თავმჯდომარის – კალერი ფისკარდ დესტენის მოხსენება კონფენსის მეშობის მიღწევათა შესახებ. კერძოდ, მან აღნიშნა, რომ საქმე ჰქონდათ უარევე დენტო ისტორიულ მოვლენასთან, როცა დასრულდა 10 ქვეყნის გაწევრიანებასთან დაკავშირებული მოლაპარაკებები. ეს ქვეყნები გახლდათ: ესტონეთი, ლიტვა, ლატვია, პოლონეთი, სლოვაკეთი, სლოვენია, ჩეხეთის რესპუბლიკა, უნგრეთი, მაღტა და კვიპროსი. მოლაპარაკებათა წარმატებით დასრულებას შემდეგ, როგორც დადგომილი იყო, 2004 წლის 1 მაისს ევროკავშირის წევრთა რიცხვი 10-ით გაიზარდა და მოლაინობაში 25 შეადგინა. ამის შემდეგ, ახალი წევრი-სახელმწიფოები მთავრობათა-შორის ყველა კონფერენციაზე შეუზღუდავად მიიღებენ მონაწილეობას. აღნიშნული გაფართოება, შეიძლება ითქვას, კიდევ ერთი აგურია ისეთ კავშირის მშენებლობის საქმეში, რომელსაც საუკეთესო პერსპექტივაში უწყვეტ ეკონომიკურ ზრდას უზრუნველყოფს და, სტაბილურობის, თავისუფლებისა და დემოკრატიის სახელით კონსოლიდირების გამო, ევროპასა და მის ფარგლებს გარეთაც მნიშვნელოვანი როლის შესრულებას შეძლებს.

კომენსავენის შეხვედრაზე გადაწყდა ბულგარეთისა და რუმინეთის საკითხიც რომელთაც 1995 წელს წარადგინეს განაცხადი ევროკავშირში გაწევრიანებაზე. გარკვეული კრიტერიუმების დაკმაყოფილების შემდეგ, 2007 წლისთვის ამ 2 ქვეყნის ევროკავშირში შესვლა დაიგეგმა. მართლაც, მიმდინარე წლის 1 იანვრიდან ისინი უკვე აღნიშნული სტრუქტურის სრულყოფილიაინი წევრები არიან.

გაფართოების ახალი რაუნდი ითვალისწინებდა აგრეთვე ახალ სამეზობლო პოლიტიკას, რამდენადაც ევროკავშირის პოლიტიკური რუკა მკვეთრად შეიცვალა თუ გადახედოთ კომენსავენში 2002 წლის 12 და 19 დეკემბერს ჩატარებულ ევროსაბჭოს სხდომის შესახებ თავმჯდომარის დასკვნით მოხსენებას. შეგინძნაოთ, რომ ახალ სამეზობლო ინიციატივაში არხად არ ფიგურირებს საქართველო და სავთლოდ, – კავკასიის რეგიონი. სამაგიეროდ, საუბარია რუსეთთან ურთიერთობების გაუმჯობესებასა და ინტელსურობის გაზრდაზე, ასევე – უკრაინასთან, მოდლოვასთან ბელარუსთან და ხმელთაშუა ზღვისპირეთის ქვეყნებთან; პრიორიტეტად დასახელდა გრძელვადიან პერსპექტივაში დემოკრატიული და ეკონომიკური რეფორმების გატარების გზით, მდგრადი განვითარებისა და სავაჭრო ურთიერთობების ჩამოყალიბება ამ ქვეყნებთან, რაც ახალი ინიციატივების გამოუმუშავებას შეუწყობდა ხელს.

ახალი ევროპისთვის

თუმცა უნდა აღინიშნოს, რომ "ქარდების რევოლუციის" შემდეგ სურათი რადიკალურად შეიცვალა. საქართველოში მომხდარმა პოლიტიკურმა მოვლენებმა ფაქტობრივად შეცვალა ევროკავშირის ქვეყნის "ახალ სამეზობლო ინციატივასთან" დაკავშირებული დადებითი ან ინიციატივაში საქართველოს და მასთან ერთად, აგრეთვე სომხეთისა და აზერბაიჯანის ჩართვის საკითხი. კერძოდ, 2004 წლის 14 თვისის ევროკავშირის მინისტროს საბჭომ მიიღო გადაწყვეტილება ამერკავკასიის ამ სამი ქვეყნის ევროპის სამეზობლო პოლიტიკაში ჩართვის შესახებ. ეს ფაქტი, ცხადია, არ ნიშნავს იმას, რომ ჩვენ უახლოეს მომავალში ინტეგრაციის სრულყოფილებიანი წყურები გავხდებით, ან თუნდაც კანდიდატის სტატუსს მივაღწევთ, მაგრამ ევროკავშირისაკენ მიმავალ გზაზე ეს მიხვც საკმაოდ სერიოზული წინააღმდეგობები ნიშნავს. ამ დროიდან საქართველოს ურთიერთობები ევროკავშირთან ახალ ფაზაში შევიდა და კიდევ უფრო ინტენსიური ხასიათი მიიღო. ევროკავშირის "სამეზობლო ინციატივა" ითვალისწინებს თავისი პრობლემების ამ ქვეყნებთან, რომელთაც გაწევრიანების პერსპექტივა ვერ არ გააჩნიათ, მაგრამ ვაფარითოების უკანასკნელი რაუნდის დასრულების შემდეგ ევროკავშირთან უშუალო გეოგრაფიული საზღვარი აქვთ. ევროკავშირის მამხინდელმა პრეზიდენტმა - რომანო პროდიმ გააცხადა: "გლობალიზაციის ფონზე ტრანსეივროპული სამოქალაქო საზოგადოების არსებობის პირობებში, ევროკავშირის საგარეო ურთიერთობები, მისი უშუალო სამეზობლოს გათვალისწინების გარეშე წარმოუდგენელია. ე.წ. "გამყოფი საზღვრების" შექმნის ნაცვლად, ევროკავშირსა და მის მეგობართა სარტყელს" შორის ინტეგრაციული პროცესების გაღრმავება დააჩქარებს ჩვენი პოლიტიკური, ეკონომიკური და კულტურული ურთიერთდაახლოების პროცესს."

ევროკავშირის ახალი სამეზობლო პოლიტიკის განხორციელება ევროკავშირის მიერ ხორციელდება, ქვეყნის ან რეგიონის მიმართ შემუშავებული სტრატეგიული სამოქმედო გეგმების საფუძველზე. ევროკავშირსა განსაკუთრებით იმ პოლიტიკურ და ეკონომიკურ პარამეტრებს, რომელთა ასფუქციუს ახდენს ამა თუ იმ ქვეყნის მიერ მიღწეული პროგრესის შეფასებას. საყურადღებო ფაქტია, რომ ადრე მოქმედ ერთიან სტრატეგიებს (Common Strategies) ჩაენაცვლა ე.წ. სამეზობლო შეთანხმებები (Neighborhood Agreement), რაც გულისხმობს განსხვავებულ მიდგომებს თითოეული ქვეყნისადმი და უფრო იმპლემენტაციებს ხდის ჩვენს სამომავლო პერსპექტივებს.

ლიტერატურა:

1. ნ. ნუცუბიძე - შრომები, ტომი IV, რუსთაველი და ადმინისტრაციული რეინსანსი. თბილისი, 1975წ.
 2. იქვე გვ. 450.
 3. ნ. გამსახურდია - საქართველოს სულური მისხია, თბილისი, 1990. გვ.7-8.
 4. ნ. ნუცუბიძე - შრომები, ტომი V, პეტრე იბერი და ანტიკური ფილოსოფიური მემკვიდრეობა. თბილისი, 1975წ. გვ.9.
 5. იქვე გვ. 574.
 6. საქართველოს ისტორიის ნარკვევები - ტ. III, თბილისი, 1970წ. გვ. 371-372.
 7. იქვე გვ. 373.
 8. Schlussfolgerungen des Vorsitzes - Europäischer Rat (Kopenhagen).
 12. und 13. Dezember 2002.
 9. <http://www.eu-integration.gov.ge/geo/ea-program.php>
 - საქართველოს სახელმწიფო მინისტრი ევროპულ და ევროატლანტიკურ სტრუქტურებში ინტეგრაციის საკითხებში: საქართველოს მთავრობის პროგრამა (2004-2009 წლებისათვის).

თსუ ეკონომიკის და ბიზნესის ფაკულტეტის ასოცირებული პროფესორი

ერთფაქტორიანი მოდელების გამოყენება საწარმოს საქმიანობის დაგეგმვის პროცესში ყოველთვის არ იძლევა სასურველ შედეგს. ასეთ შემთხვევაში იყენებენ მრავალფაქტორიან რეგრესიის მოდელებს.

წრფივი მოდელის გამოყენება. ორფაქტორიანი რეგრესიის მოდელი, რომელიც ხშირად გამოიყენება მანქანებლების ანალიზის დროს გამოისახება შემდეგი სახით:

$$Y = A_0 + A_1 X_1 + A_2 X_2$$

ეს მოდელი ორ ფაქტორზეა დამოკიდებული. X_1, X_2 ფაქტორული ნიშნებია, Y რეზულტატური ნიშანია. მაგალითად, თუ გვინდა ანალიზი ჩავატაროთ როგორ არის დამოკიდებული დღიური გამომუშავება შრომის მექანიზაციის დონეზე და მუშის საკვალიფიკაციო თანრიგზე, შეიძლება აღნიშნული დამოკიდებულება გამოვიყენოთ. გაანგარიშებების ჩასატარებლად უნდა მოვახდინოთ სტატისტიკური მონაცემების მომზადება ცხრილის სახით. ცხრილს შეიძლება ჰქონდეს ქვემოთ მოყვანილი სახე:

დაკვირვების ნომერი	მუშის თანრიგი X_2	შრომის მექანიზაციის დონე % X_1	მუშის დღიური გამომუშავება Y
1	2	35	3,0
2	3	59	6,5
3	3	44	4,8
4	3	55	5,7
5	2	39	2,8
50	3	57	5,9

ორფაქტორიანი დამოკიდებულებების პარამეტრების საპოვნელად უმცირეს კვადრატთა მეთოდი გვაძლევს განტოლებათა სისტემას, რომელსაც აქვს ქვემოთმოყვანილი სახე:

საბალო ეკონომიკი



$$A_0 N + A_1 \sum X_1 + A_2 \sum X_2 = \sum Y$$

$$A_0 \sum X_1 + A_1 \sum X_1^2 + A_2 \sum X_1 X_2 = \sum Y X_1$$

$$A_0 \sum X_2 + A_1 \sum X_1 X_2 + A_2 \sum X_2^2 = \sum Y X_2$$

აღნიშნულ განტოლებებში X_1 არის შრომის მექანიზაციის დონის მაჩვენებელი პროცენტებში, X_2 არის მუშის თანრიგის მაჩვენებელი, Y დღიური გამომუშავების მოცულობა მეტრკუბებში. ცხრილში მოყვანილი მაჩვენებლების მიხედვით დაფორმირდა მიმდევრობითი ფაილი, გადაამუშავდა საწყისი მონაცემება და მიღებული იქნა ჯამური სიდიდეები. მონაცემების ჩასმის შედეგად მივიღეთ კონკრეტული განტოლებათა სისტემა. მის აქვს ქვემოთმოყვანილი სახე:

$$50A_0 + 2800A_1 + 150A_2 = 250$$

$$2800A_0 + 171536A_1 + 8672A_2 = 14752$$

$$150A_0 + 8672A_1 + 476A_2 = 781,4$$

პერსონალურ კომპიუტერზე გაანგარიშების ჩასატარებლად შემუშავდა პროგრამა ალგორითმულ ენა VBA-ზე ამოსხნის შედეგად მიღებული იქნა მნიშვნელობები კოეფიციენტებისათვის. $A_0=0,5002$, $A_1=0,0356$, $A_2=0,8351$. რეგრესიის განტოლება კოეფიციენტების გათვალისწინებით ჩაიწერება შემდეგი სახით:

$$Y=0,5002 + 0,0356X_1 + 0,8351X_2$$

აღნიშნულ რეგრესიის განტოლებაში A_1 გვიჩვენებს, რომ მექანიზაციის დონის 1%-ით გაზრდა გამოიწვევს დღიური გამომუშავების გაზრდას 0,0356 მ³-ით, (სტატარეო თანრიგის მუდმივობის შემთხვევაში. A_2 -გვიჩვენებს, რომ მუშის კვალიფიკაციის ერთი თანრიგით გაზრდა გამოიწვევს გამომუშავების გაზრდას 0,8351 მ³-ით.

საწარმო ფუნქციები. ეკონომიკურ გამოკვლევებში იყენებენ ე.წ. საწარმოო ფუნქციებს. საწარმოო ფუნქციის ქვეშ იგულისხმება მათემატიკური მოდელი, სადაც მოცემულია მათემატიკური დამოკიდებულება პროდუქციის მოცულობასა და მატერიალურ დანახარჯებს შორის. სახელწოდებიდან გამომდინარეობს, რომ ფუნქციამ უნდა აღწეროს საწარმოს მოდელის განვიხილოთ საწარმოო ფუნქციის გამოყენება საჯარო ორგანიზაციის შევალთზე საქონელბრუნვის მოცულობის დაგეგმვისათვის საინტერესოა საწარმოო ფუნქციის გამოყენება. მისი გამოყენება ვააუმჯობესებს საწარმოო პროცესის ფორმირებას კვალიფიციურ დონეზე. გაანგარიშების მონაცემები

ახალი პერიოდის

შეიძლება გამოვიყენოთ არამარტო საქონელბრუნვის მოცულობის განსაზღვრისათვის არამედ მუშაკების რაოდენობის და სავაჭრო ფართის განსაზღვრისათვის. საწარმოო ფუნქცია ვაჭრობაში შეიძლება გამოვიყენოთ შემდეგი სახით:

$$Y = A_0 L^{A_1} K^{A_2}$$

სადაც Y საქონელბრუნვის მოცულობაა;
L შრომითი რესურსები, K საწარმოო(სავაჭრო ფართი) ფართი. გათვლების გამარტივებისათვის L და K-ს მაგივრად გამოვიყენოთ შესაბამისად X_1 და X_2 აღნიშვნა. ფორმულა მიიღებს სახეს:

$$Y = A_0 X_1^{A_1} X_2^{A_2}$$

ასეთი მოდელის მიხედვით დამოკიდებულების დასადგენად გავალოგარიტმით მოცემული გამოსახულება. მივიღებთ შემდეგ გამოსახულებას:

$$\lg Y = \lg A_0 + A_1 \lg X_1 + A_2 \lg X_2$$

გამოთვლებმა, რომ ნორმალურად ჩაიაროს X_1 და X_2 უნდა დაედოს გარკვეული შეზღუდვები $X_1 \geq B_1$ და $X_2 \geq B_2$ ე.ი. X_1 არ უნდა იყოს ნულის ტოლი, ან X_2 პარამეტრების განსაზღვრისათვის უმცირეს კვადრატო მეთოდი ვეაძლევს განტოლებათა სისტემას:

$$N A_0 + A_1 \sum \lg X_1 + A_2 \sum \lg X_2 = \sum \lg Y$$

$$A_0 \sum \lg X_1 + A_1 \sum (\lg X_1)^2 + A_2 \sum \lg X_1 \lg X_2 = \sum \lg Y \lg X_1$$

$$A_0 \sum \lg X_2 + A_1 \sum \lg X_1 \lg X_2 + A_2 \sum (\lg X_2)^2 = \sum \lg Y \lg X_2$$

გამოთვლებისათვის გამოვიყენოთ, ცხრილი 1, რომელშიც ჩაწერილია სავაჭრო ორგანიზაციის საქონელბრუნვის მონაცემები. მაჩვენებლები წარმოადგენს ოთხმოცდაათიანი წლების მონაცემებს.

წლები	საჯალო საქონელბრუნვა	მუშაკთა რიცხოვნობა ათასებში	სავაჭრო ფართი	საქონელბრ. ზრდის ტემპი Y %	მუშ. რიცხ. ზ.ტ. X ₁ %	სავაჭ. ფართ. ზ.ტ. X ₂ %
2001	778,8	11,46	132,9	100,0	100,0	100,0
2002	826,4	11,76	138,6	106,1	102,6	104,3
2003	865,7	11,98	142,0	111,2	104,5	106,8
2004	904,8	12,22	148,6	116,2	106,6	111,8
2005	950,2	12,56	155,6	122,0	109,6	117,1
2006	984,8	12,9	161,0	126,5	112,6	121,1

მოცემულ ცხრილში გაანგარიშებულია ზრდის ტემპები საქონელბრუნვის, მუშაკთა რიცხოვნობის და სავაჭრო ფართის მიხედვით. აღნიშნული სიდიდეები მონაწილეობენ მოდელის კოეფიციენტების განსაზღვრისათვის. ცხრილი 2 მოყვანილია ქვემოთ:

წ	lgY	lgX ₁	(lgX ₁) ²	lgYlgX ₁	lgX ₂	(lgX ₂) ²	lgYlgX ₂	lgX ₁ lgX ₂
2	2,02572	2,01115	4,04472	4,07403	2,01828	4,07345	4,08847	4,05906
3	2,04610	2,01912	4,07685	4,13132	2,02857	4,11510	4,15066	4,09593
4	2,06521	2,02776	4,11181	4,18775	2,04844	4,12611	4,23046	4,15374
5	2,08636	2,03981	4,16082	4,25578	2,06856	4,27894	4,31576	4,21947
6	2,10209	2,05154	4,20882	4,31252	2,08314	4,33947	4,37895	4,27364
?	10,32548	10,14937	20,60302	20,96140	10,24699	21,00307	21,16429	20,8018

ცხრილი 2. შეიცავს ცალკეულ მანკენებლის ლოგარითმებს. შევიტანოთ გამოთვლილი სიდიდეები ზოგად განტოლებათა სისტემაში. მივიღებთ კონკრეტულ განტოლებათა სისტემას, რომელსაც აქვს სახე:

$$\begin{aligned}
 &SA_0 + 10,14937A_1 + 10,24699A_2 = 10,32548 \\
 &10,14937A_0 + 20,60302A_1 + 20,80185A_2 = 20,96140 \\
 &10,24699A_0 + 20,80185A_1 + 21,00307A_2 = 21,16429
 \end{aligned}$$

ახალი პერიოდიკი

განტოლებათა სისტემის ამოსხნის შემდეგ მივიღებთ მნაშენელობებს
A₂
A₀ სათვის. რის შემდეგ მოდელი მიიღებს სახეს:

$$\lg Y = -0,825625 + 0,739725 \lg X_1 + 0,677844 \lg X_2$$

პოტენციურების შემდეგ რეგრესიის განტოლება მიიღებს სახეს:

$$Y = 0,14941 * X_1^{0,739725} * X_2^{0,677844}$$

ეს მოდელი შეიძლება გამოვიყენოთ საქონელბრუნვის პროგნოზირებისათვის.
მაგ., 2007 წელს გეგმით გათვალისწინებული იყო საშუალო წლიური
სავაჭრო ფართის გაზრდა 166,6 ათას შ მდე. ეს სიდიდე შეადგენს 2001
წლის მანვენებელთან შედარებით 125,4 %-ს. მუშაკების რიცხოვნების
გაზრდა გათვალისწინებულია 13,23 ათასით, რაც შეადგენს 115,4 %-ს
პირველი წლის მანვენებელთან შედარებით.

საცალო საქონელბრუნვის გეგმის პროექტი ასეთი პირობების
გათვალისწინებით მიიღებს სახეს:

$$\lg Y = -0,825625 + 0,739725 \lg 115,4 + 0,677844 \lg 125,4 = 2,122158.$$

პოტენციურების შემდეგ $y = 132,5$ % ე.ი. საქონელბრუნვის მოცულობა
2007 წლისათვის იქნება $778,8 * 132,5 / 100 = 1031,9$ მილ. ლ.

როგორც აღწერიდან ჩანს საწარმოო ფუნქციის პარამეტრების
განსაზღვრა ემსგავსება წინა მაგალითში პარამეტრების განსაზღვრას და
ანალოგიურად გამოყენებული იქნა პროგრამა წრფივ განტოლებათა
სისტემის ამოსხნისათვის..

ლიტერატურა:

1. Льюис И. Д. Методы прогнозирования экономических показателей. Москва, "Финансы и Статистика", 1996.
2. Сьован Новалис. ACCESS-2000. Руководство по VBA. М., Издат. "лори", 2001.
3. Деитель Х. М. Деитель П. Дж. Как программировать на С++. М., БИНОМ, 2006.

ახალი ეკონომისტი

მაია მათუშაძე
ოსუ ასოცირებული პროფესორი
ნილო მათუშაძე
მაგისტრი

ოპტიმალური მართვის ამოცანის დასმის დროს ისეთი მისი ელემენტები, როგორებიცაა საწყისი მოდგომარეობა და დროის საწყისი მომენტი, როგორც წესი, ფიქსირებული სიდიდეებია. მაგრამ პრაქტიკაში ეს ყოველთვის არ სრულდება. ამიტომ კონკრეტული ამოცანის გადაწყვეტისას მისაღები და ხელსაყრელია განვიხილოთ იქნას იგი თვისობრივად ერთნაირი ტიპის ამოცანების სიმრავლის შემადგენლობაში, რომლებიც პროცესის იგივე განტოლებებით, მაგრამ აღნიშნული პარამეტრების სხვადასხვა მნიშვნელობებით აღიწერებიან. ვსაზღვრავთ რა ოპტიმალურ მართვას მთელი სიმრავლისათვის, ვიღებთ გადაწყვეტილებას სინთეზის ფორმით – ოპტიმალურ მართვას, როგორც სისტემის მოდგომარეობაზე და დროზე დამოკიდებულ ფუნქციას. თუ ამოცანის ამონახსნი ამ ფორმით გვექნება, მაშინ არ იქნება რთული მიღებულ იქნას ამოცანის ამონახსნი ნებისმიერი ფიქსირებული საწყისი მნიშვნელობებისათვის ჩვეულებრივ ფორმატში, ე.ი. მოქებნილ იქნას ოპტიმალური მართვა როგორც დროის ფუნქცია.

განვიხილოთ ამოცანა:

$$I = \int_0^T F(\bar{x}, \bar{u}, t) dt + \varphi[x(T)]$$

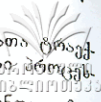
$$\dot{\bar{x}} = f(\bar{x}, \bar{u}, t)$$

$$\bar{x}(0) = \bar{x}_0$$

$$\bar{u} \in W$$

ამოცანის ამგვარი დასმის დროს მოდგომარეობაზე შეზღუდვები არ გვაქვს, ხოლო დასაშვები მმართველი ზემოქმედებების დასაშვები სიმრავლე W არ არის დამოკიდებული \bar{x} მოდგომარეობაზე; სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, მმართველი ზემოქმედებების სიმრავლე ყველა $t \in [0; T]$ ემთხვევა W -ს მთელ სივრცეს, ხოლო $t=0$ დროს მოცემულია საწყისი პირობა – ფიქსირებული \bar{x}_0 წერტილი. შეზღუდვები ფაზურ კოორდინატებზე $t-T$

ახალი ეპონომისტ



მომენტში არა გვაქვს, ე.ი. განიხილება ამოცანა მდგომარეობათა ტრაექტორიის თავისუფალი მარჯვენა ბოლოს პირობებში. დასაშვებია ტრაექტორიის სიმრავლე - ეს არის $\{x(t), u(t)\}$ სიმრავლე, რომელიც უნდა აკმაყოფილებდეს ამოცანის პირობებს. ეს სიმრავლე დამოკიდებულია t_0 და x_0 არგუმენტებზე. ამ არგუმენტების ცვლილების შემთხვევაში მივიღებთ დასაშვები პროცესების ახალ სიმრავლეს, თუ ამოცანის ამოხსნა ჩვეულებრივად t_0, x_0 პარამეტრების სხვადასხვა მნიშვნელობების პირობებში და ამოცანის სხვა პირობებს უცვლელად დავტოვებთ, მაშინ მივიღებთ ოპტიმიზაციური ამოცანების ერთობლიობას.

ჩავეწეროთ მმართველი ზემოქმედება (მართვა) შემდეგი ფუნქციის სახით:

$$\bar{u} = \bar{u}^*(t, \bar{x})$$

თუ ამ ფუნქციას განვიხილავთ საწყისი მდგომარეობის დროს, ე.ი. t_0, x_0 მდგომარეობის დროს, ჩავსვათ მას $\bar{x} = f(x, u, t)$ განტოლება.

ში და ამოვხსნით კოშის ამოცანას, მივიღებთ \bar{x} მდგომარეობის ვექტორს, რომელიც შეესაბამება მართვის მოცემულ კანონს. ეს ამოხსნა იქნება დასაშვები, ვინაიდან სისტემის მდგომარეობაზე შეზღუდვა, ამოცანის პირობების თანახმად, არა გვაქვს. თუ მიღებულ ტრაექტორიას ჩავსვათ $\bar{u} = \bar{u}^*(t, \bar{x})$ გამოსახულებაში, მივიღებთ ამ ტრაექტორიის შესაბამის მართვას დროის ფუნქციის სახით:

$$\bar{u}^*(t, t_0, x_0) = \bar{u}^*(t, \bar{x}),$$

ანუ მმართველ ზემოქმედებას (მართვას) მდგომარეობის ტრაექტორიის ფუნქციის გასწვრივ. ვექტორ-ფუნქცია $\bar{u}^*(x, t)$ წარმოადგენს ოპტიმალური მართვის სინთეზს, თუ პროცესი

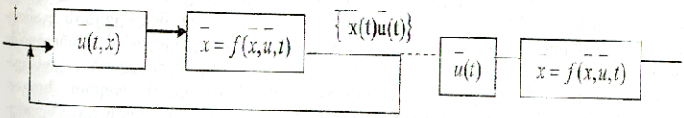
$\{x(t, t_0, x_0), u(t, t_0, x_0)\}$ არის ამოცანის ამონახსნი ნებისმიერი t_0, x_0 -სათვის. ფორმალურ დონეზე ეს ნიშნავს, რომ როგორც კი განსაზღვრულ იქნება ვექტორ-ფუნქცია $\bar{x} = x(t, x_0)$ და ჩავსვათ მას პროცესის განტოლებაში

ნებისმიერი t_0, x_0 მნიშვნელობებისათვის, მიღებული პროცესი ხდება ოპტიმალური.

ანალიზი

ამრიგად, ვიცით რა ფუნქცია $\bar{u}^*(x, t)$ ვიღებთ არა ერთი ოპტიმალური ამოცანის ამოხსნას, არამედ ამოცანების ერთობლიობას სხვადასხვა \bar{x}_0 საწყისი პირობების დროს. ეს ნიშნავს, რომ ოპტიმალური ამოხსნა იძებნება არა $\bar{u}(t)$ პროგრამის სახით, არამედ ოპტიმალური მართვის სინთეზის ფორმით, ე.ი. $\bar{u}^*(t, x)$ ფორმით. სინთეზის რეალიზაციისათვის, ვარდა t -ს მნიშვნელობისა, საჭიროა ვიცოდეთ სისტემის მდგომარეობა დროის ყოველ მომენტში.

ავტომატური რეგულირების თეორიაში $\bar{u}^*(t, x)$ -ს უწოდებენ მართავს, უკუკავშირით, ხოლო $\bar{u}(t)$ -ს - მართვის პროგრამას. ქვემოთ მოყვანილ ნახაზებში ხაზგეხება, თუ როგორ ხდება ამ შემთხვევებში სისტემის ტრაექტორიის ფორმირება. პირველ ნახაზზე ნახვენება, რომ სისტემის $\bar{x}(t)$ ტრაექტორიის ფორმირებისათვის საჭიროა გვექონდეს ინფორმაცია სისტემის მდგომარეობის შესახებ. მდგომარეობა, რომელშიაც სისტემა გადავიდა მართველი ზემოქმედების შედეგად, თავის მხრის, მონაწილეობს თავისიონ მართველი ზემოქმედების ფორმირებაში. ამრიგად, ჩნდება კავშირი მდგომარეობასა და მართვას შორის, რომელსაც უკუკავშირი ეწოდება.



კონომიკურ ამოცანებში მართვა $\bar{u}(t)$ პროგრამის სახით შეესაბამება ხომღებს შორეული პერსპექტივებზე, ხოლო მართვა სინთეზის ფორმით კონომიკურ რეგულირებას (გვერდის კორექტირებას). მართვა $\bar{u}(t, x)$, რომელიც წარმოადგენს ოპტიმალურ ზემოქმედებას ნებისმიერი \bar{x}_0 -სათვის მდგომარეობიდან სისტემის ტრაექტორიის გადახრის შემთხვევაში, ხოლო მდგომარეობის დროსაც პროგრამული მართვა ეს ამ დროს კარგავს ოპტიმალურობის თვისებას იძლევა ოპტიმალურ ამონაჩხნს სისტემის ახალი მდგომარეობის დროსაც.

აბალი მკონომიკური



ვაჟა მათუხელი
თსუ ასოცირებული პროფესორი
ნილო მათუხელი
მაგისტრი

ახალი პერიოდისტი

გადაწყვეტილებათა მიღების ამოცანები განუზღვრელობის პირობებში, როგორც წესი, უშუალოდ არიან დაკავშირებული მენეჯერულ გადაწყვეტილებებთან. ამ ამოცანებისათვის დამახასიათებელია არასრული და არასაიმედო ინფორმაციის დიდ რაოდენობა, მრავალსახეობა და სოციალური, ეკონომიკური, პოლიტიკური, ტექნიკური და სხვა ხასიათის სხვადასხვა ფაქტორების რთული ზემოქმედება. ეს გარემოება საშუალებას იძლევა, ყოველ შემთხვევაში ამჟამად, ამოცანის რეალიზაციისათვის აკებულ იქნას ადეკვატური მათემატიკური მოდელები ოპტიმალური ამონახსნის განსაზღვრის მიზნით. ამიტომ ოპტიმალური ან საუკეთესო გადაწყვეტილებების მოძებნაში აქტიურ როლს ასრულებს ადამიანი. ფორმალური მეთოდები და ტექნიკური საშუალებები ადამიანის მიერ გამოიყენება გადაწყვეტილებების ფორმირების პროცესში როგორც დამხმარე ინსტრუმენტარები. ძირითად ფუნქციებს კი ასრულებს ლოგიკური აზროვნება და ინტუიცია. ამ კლასის ამოცანების რეალიზაციისათვის საჭიროა კომპლექსური მიდგომა - ჩისტეშიური ანალიზის, ფსიქოლოგიის, სოციოლოგიის, მათემატიკის და სხვა დისციპლინების თანამედროვე მიღწევების გამოყენება. გადაწყვეტილებათა მიღების ამოცანა განუზღვრელობის პირობებში (სტარტეგიული განუზღვრელობა, "ბუნებრივი" განუზღვრელობა, კონცეპტუალური განუზღვრელობა) წარმოადგენს ამოცანების უფრო სოფდ კატეგორიას და შეიცავს, როგორც კერძო შემთხვევას, ამოცანებს განსაზღვრულობის და ალბათური განსაზღვრულობის პირობებში.

ამოცანის დასმა

გადაწყვეტილებათა მიღების ამოცანების დასმა კომპაქტურად ინდივიდუალურ რეჟიმში შეიძლება წარმოადგენილ იქნას შემდეგ სიმბოლურ ფორმატში

$\langle S_0, T, R \rangle S, II, I, Y, f, k \rangle$

აქ S_0 - საწყისი პრობლემური სიტუაციაა, აღწერილი შინაარსობრივად და, შესაძლოა, რაოდენობრივი მახასიათებლების ერთობლიობით; T - გადაწყვეტილების მიღებისათვის საჭირო დრო; R - გადაწყვეტილების მიღებისათვის საჭირო რესურსები. ეს სიდიდეები, როგორც წესი, ცნობილი ხდებიან იდეებია ხოლმე. თუ დრო და რესურსები ცნობილი არ არის და ისინი უნდა განისაზღვრონ, მაშინ T და R სიმბოლოები ზემოთმოყვანილ ფორმატში

ში გადატანილ უნდა იქნენ ვერტიკალური გამყოფი ხაზის მარჯვენა მხარეს; S_j ($j = \overline{1, n}$) პრობლემური S_0 სიტუაციის შემესები პიპტორტორ სიტუაციებია;

$\Pi(\Pi_1, \Pi_2, \dots, \Pi_k)$ - მიზნების სიმრავლეა; $r(r_1, r_2, \dots, r_k)$ - შეზღუდვები; γ - გადაწყვეტილებათა სიმრავლე, რომელთაგანაც ერთადერთი ოპტიმალური გადაწყვეტილება უნდა იქნეს შერჩეული. გადაწყვეტილება y ; აღიწერება შინაარსობრივად და მახასიათებლების ერთობლიობით; f - უპირატესობის ფუნქცია გადაწყვეტილებების შედარებითი შეფასებისთვის $f = f(\Pi_k, S_j, \gamma)$; k - გადაწყვეტილებების ამორჩევის კრიტერიუმი. ამოცანა მდგომარეობს შემდეგში: პრობლემური S_0 სიტუაციის, მოცემული T დროისა და R რესურსების პირობებში შეივსოს S_0 სიტუაცია S სიტუაციების სიმრავლით, ფორმულირებულ იქნას მიზნების სიმრავლე Π , შეზღუდვები r , გადაწყვეტილებები γ , ჩატარებულ იქნას უპირატესობების შეფასება და განსაზღვრულ იქნას ოპტიმალური γ გადაწყვეტილება k კრიტერიუმის მიხედვით.

ამოცანის დასმა ჯგუფური რეჟიმის დროს ასე ჩაიწერება:

$\langle S_0, T, R | S, \Pi, r, \gamma, f, k \rangle$

აქ ჯგუფის თითოეულ წევრს აქვს თავისი უპირატესობების ფუნქცია

$f_j(S-1, d)$, ხადაც d ჯგუფში წევრების რაოდენობაა. ამიტომ აღნიშვნა $f = (f_1, f_2, \dots, f_k)$ იმდივიდუალურ უპირატესობათა სიმრავლეა. ამასთან დაკავშირებით აუცილებელი ხდება ინდივიდუალურ უპირატესობათა ურთიერთშეთანხმება ჯგუფურ უპირატესობათა ფუნქციის აგების გზით. ჯგუფურ უპირატესობათა ფუნქციის აგება სორციელდება ჯგუფური ამორჩევის პრინციპის განსაზღვრის საფუძველზე. ეს პრინციპი განსაზღვრავს ჯგუფურ უპირატესობაში ინდივიდუალურ უპირატესობათა საუკეთესო ან მისაღები ურთიერთანხმობის ცნებას.

ამოცანა ამ რეჟიმში ასე შეიძლება იქნას ჩამოყალიბებული:

საწყისი S_0 პრობლემური სიტუაციის, მოცემული T და R ხიდიდების პირობებში შევსებულ იქნას S_0 სიტუაცია S სიტუაციების სიმრავლით, ფორმულირებულ იქნას მიზნების, შეზღუდვების და გადაწყვეტილებების სიმრავლე, ჩატარებულ იქნეს გადაწყვეტილებათა უპირატესობების ინდივიდუალური შეფასება, აგებულ უნდა იქნას უპირატესობათა ჯგუფური შეფასება $F(f)$ ჯგუფური თანხმობის Π პრინციპიდან გამომდინარე და განსაზღვროს ოპტიმალური გადაწყვეტილება, რომელიც უზრუნველყოფს ჯგუფური 'უპირატესობის' ფუნქციის ექსტრემუმს.

გადაწყვეტილებათა მიღების კონცეფციის განხილვის დროს ძირითადი ურთიდეება ეთმობა გადაწყვეტილების მიმღები პირისა და ექსპერტების როლს, გადაწყვეტილებათა ვარიანტების შეფასების პრინციპებს, ერთადერთი გადაწყვეტილების არსებობისა და განუსაზღვრელობის შემცირების მუშაებს (ფაზებს). ჩამოყალიბოთ გადაწყვეტილებათა მიღების კონცეფციის ძირითადი პრინციპები:

თბილისის ინჟინერული სკოლა



1. გადაწყვეტილებათა მიღების ამოცანაში გადაწყვეტილების მიმღები პირი (ოპერაციის ხელმძღვანელი) თამაშობს ძირითად როლს თავისი უპირატესობის ფუნქციის საფუძველზე იღებს გადაწყვეტილებას და პასუხს აგებს მასზე.

2. ექსპერტები გამოდიან დამხმარე როლში ასრულებენ რა განუზღვრელობის შემცირების მიზნით ინფორმაციულ-ანალიტიკურ ხანუშაოებს. ისინი პასუხს აგებენ მათ მიერ გაცემულ რეკომენდაციებზე.

3. გადაწყვეტილებათა ხარისხის გაზომვა ხორციელდება ალტერნატიული ვარიანტების ფორმირებისა და მათი შედარებითი შეფასებების საფუძველზე.

4. კონცეპტუალური განუზღვრელობის პირობებში შეიძლება ერთადერთი ოპტიმალური გადაწყვეტილება არ არსებობდეს. გადაწყვეტილებათა მიმღები პირებისათვის, რომელთაც აქვთ სხვადასხვა უპირატესობები, გადაწყვეტილებები სხვადასხვა იქნება.

5. განუზღვრელობის შემცირება გადაწყვეტილებათა მიღების ამოცანაში ხდება თანმიმდევრული ეტაპებით: სტრუქტურისაცია, მახასიათებლების სისტემის ფორმირება, ოპტიმიზაცია.

განვიხილოთ გადაწყვეტილებათა მიღების კონცეფციის ზემოთ ფორმულირებული დებულებები უფრო დაწვრილებით.

მტკიცება იმის შესახებ, რომ ოპერაციის ხელმძღვანელი იღებს გადაწყვეტილებას თავისი "უპირატესობების" საფუძველზე, ბუნებრივია, მის გადაწყვეტილებაში იქნება სუბიექტურობის განსაზღვრული დონე, რომელიც განპირობებულია, ერთი მხრივ, ამოცანის განუზღვრელობით, ხოლო მეორე მხრივ, აზროვნების ფსიქოლოგიით.

ამ მტკიცების ნათელსაყოფად განვიხილოთ შესჯეულება გადაწყვეტილების ფორმირებისა და ამორჩევის შესახებ.

ოპერაციის ხელმძღვანელი გადაწყვეტილებათა მიღების პროცესში ასრულებს აზრობრივ საქმიანობას და ქმნის თავის ნების გამომხატველ აქტს. აზრობრივი საქმიანობა მდგომარეობს გადაწყვეტილებათა ვარიანტების გენერაციაში და მათ ანალიზში. ასეთი საქმიანობის შედეგია ინტელექტუალური გადაწყვეტილება, რომელიც წარმოადგენს რაციონალურ გადაწყვეტილებას და მის დასაბუთებას. ინტელექტუალური გადაწყვეტილება შეიძლება მიღებულ იქნას შეგნებული ლოგიკური აზროვნების შედეგად (შესაძლებელია დამატებით გათვლებითა და ექსპერიმენტებით), ან აზროვნება-ინტუიციის ქვეცნობიერი პროცესის შედეგად. თვითონ ინტუიცია ცოდნისა და გამოცდილების პროდუქტია. ინტუიციის დამახასიათებელ თავისებურებას წარმოადგენს დასკვნების ფარული წარმოსახვა და საბოლოო შედეგი - გადაწყვეტილების არსებობა. აღნიშნავთ, რომ შეუძლია ასხნას როგორ არის მიღებული გადაწყვეტილება ინტუიციის საფუძველზე. ინტუიცია დიდ როლს თამაშობს განუზღვრელობის პირობებში გადაწყვეტილების ფორმირებისა და ამორჩევის დროს, აგრეთვე გადაწყვეტილებისათვის დროის მკაცრი ლიმიტის პირობებში.

სხვალი კოორდინატი

ინტელექტუალური გადაწყვეტილება ჯერ კიდევ არ არის მისი რეალ-
 იზაციისათვის ფაქტიური სტიმული. ეს თუ ასე იქნებოდა, მაშინ აზროვნებას
 და ნებას შორის არ იქნებოდა არავითარი განსხვავება. ოპერაციის ხე-
 ლმძღვანელი ინტელექტუალური გადაწყვეტილების ფორმირების შემდეგ
 ახორციელებს მოტივაციის სტადიას, რომლის შენაარს წარმოადგენს
 გადაწყვეტილებათა ვარიანტების შეფასება თავისი ქცევის (მოქმედების)
 მოტივების თვალსაზრისით. მოტივი ასახავს პიროვნების მოთხოვნილებებ-
 ს და ინტერესებს და წარმოადგენს სოციალური აღზრდის, საქმიანობისა
 და ქცევის მიზნების გაცნობიერებული ამორჩევის პროდუქტს. მოტივაციის
 სტადიაზე ხდება ყოველი გადაწყვეტილების შეფასება ყველა მოტივის
 პოზიციებიდან.

მოტივაციის სტადია მთავრდება განსაზღვრული აქტიურობისათვის
 მზადყოფნის მდგომარეობის ფორმირებით, უფრო ზუსტად, მითითებით
 აღნიშნული მდგომარეობის ფორმირებისათვის. ასეთი მითითებების ერ-
 თობლიობა ქმნის ორიენტაციას - პიროვნების მოქმედების მიმართულე-
 პას. მითითებებისა და ორიენტაციის საფუძველზე ხორციელდება გადაწყ-
 ვეტილებათა მიღების ნების გამოხატველი აქტი.

ინტელექტუალური გადაწყვეტილება და მოტივაციის შედეგები პოუ-
 ლობენ თავიანთ ასახვას გადაწყვეტილებათა მიმღები პირის 'უპირატე-
 სობებში'. ეს ნიშნავს, რომ გადაწყვეტილებათა მიმღები პირის 'უპირატე-
 სობები' - ეს არის გადაწყვეტილებათა რაციონალური ვარიანტებისა და
 პიროვნების ქცევის მოტივების სინთეზური შერწყმა. გადაწყვეტილების
 მიმღები პირის 'უპირატესობათა' აღწერა უპირატესობის ფუნქციის სახით
 ასახავს გადაწყვეტილებების არა მხოლოდ ობიექტურ რაციონალურ მახ-
 ასიათებელს, არამედ გადაწყვეტილების მიმღები პირის აზროვნების ფსიქო-
 ლოგიას, მის შეხედულებას (აღქმას) გადაწყვეტილების ვარგისიანობასთან
 მიმართებაში. ვინაიდან უპირატესობის ფუნქცია გამოიყენება გადაწყ-
 ვეტილების ამორჩევისათვის, ამიტომ მიღებული გადაწყვეტილება, ბუნე-
 ბრივია, ყოველთვის შეიცავს სუბიექტიურობის ელემენტს.

ოპერაციის ხელმძღვანელის მიერ გადაწყვეტილებების მიღება თავისი
 'უპირატესობების' საფუძველზე და სუბიექტურობის განსაზღვრული დონე,
 რასაკვირველია, არ ნიშნავს იმას, რომ დასაშვებია ნებისმიერი თვითნებო-
 ბა. ამის გარანტიაა პიროვნების შერჩევა და მათ საქმიანობაზე კონტრო-
 ლის დაწესება.

განვიხილოთ გადაწყვეტილებათა მიღების კონცეფციის მეორე დებულება.
 გადაწყვეტილების მიღების პროცესში ექსპერტები ახდენენ სიტუაციების,
 მიზნების, გადაწყვეტილებების გენერაციას, ფორმირებას უკეთებენ შეზღუდ-
 ვებს და გამოიმუშავენ რეკომენდაციებს სასურველი ან ოპტიმალური
 გადაწყვეტილებების ამორჩევისათვის. ზოგადად ექსპერტების არჩევანი
 შეიძლება არ დაეთხვეს ხელმძღვანელის არჩევანს. ეს სიტუაცია ამ უკან-
 ნასენელს ეხმარება იმაში, რომ კრიტიკულად გაანალიზოს სხვადასხვა
 შეხედულებები და კიდევ ერთხელ შეაფასოს ყველა შესაძლო მოსალოდ-
 ნელი შედეგი.



ახალი ამონაგონი

კონცეფციის მესამე დებულება გვეუბნება, რომ გადაწყვეტილების ხარისხის გაზომვის საფუძველს დასახული მიზნების მიღწევის თვალსაზრისით წარმოადგენს გადაწყვეტილებათა უპირატესობების შედარებითი შეფასებები. უპირატესობების შედარებითი შეფასებების განხორციელებისათვის აუცილებელია გადაწყვეტილებების ალტერნატიული ვარიანტების გენერაცია და ფორმირება. ყოველთვის შესაძლებელია ჩამოყალიბებულ იქნას ორი გადაწყვეტილება მაინც, რომელთაგანაც ერთ-ერთი მდგომარეობს იმაში, რომ არ არის საჭირო რაიმე გადაწყვეტილების მიღება - ეს არის გადაწყვეტილება უმოქმედობის შესახებ. გადაწყვეტილებების შედარებითი შეფასება უპირატესობის გაზომვის ერთადერთ საშუალებას წარმოადგენს ეტალონების არარსებობის პირობებში. თუ გადაწყვეტილებების ვარიანტები არა ვეაქვს, ცხადია, არ იქნება იმის საფუძველიც, რომ დასმულ იქნეს საკითხი საუკეთესო გადაწყვეტილების ამორჩევის მიზნით.

ვარიანტების სიმრავლე, ბევრ შემთხვევაში, გააძლიერებს იმის საშუალებას, რომ მნიშვნელოვნად იქნას გაუმჯობესებული გადაწყვეტილებების ეფექტურობა.

გადაწყვეტილებების უპირატესობათა გაზომვა განუზღვრელობის პირობებში ხორციელდება ექსპერტული შეფასებების საფუძველზე, რომელიც ითვალისწინებს როგორც ექსპერტების, ასევე გადაწყვეტილებების მიმღები პირის ქმედებებს. ექსპერტული შეფასების დროს ცალკეული მოსახრებები და მსჯელობები გამოსახული უნდა იქნეს რიცხვებში თვისობრივი და რაოდენობრივი სკალების გამოყენებით. ექსპერტიზის შედეგების წარმოდგენა რიცხვით ფორმატში საშუალებას იძლევა განვახორციელოთ მათი ფორმალური დამუშავება ახალი ინფორმაციის მიღების მიზნით, რომელიც ექსპერტების მსჯელობებში და შეფასებებში ცხადი სახით არ არის წარმოდგენილი. გადაწყვეტილებების შეფასებისათვის აუცილებელია ჩამოყალიბებულ იქნას მაჩვენებლების სისტემა, რომელიც ასახავს ამ გადაწყვეტილებების ხარისხს და, რაც მთავარია, მკაფიოდ განსაზღვარავს ფორმულირებული მიზნების მიღწევის და რესურსების ხარჯვის დონეს.

კონცეფციის მეოთხე დებულების თანახმად, განუზღვრელობის პირობებში, ე.ი. არასრული და დაუდასტურებელი ინფორმაციის დროს, შეიძლება ერთადერთი ოპტიმალური გადაწყვეტილება არ არსებობდეს. დაუდასტურებელი ინფორმაცია აძლიერებს სუბიექტური ფაქტორების ზემოქმედებას გადაწყვეტილების მიღებაზე. ამიტომ გადაწყვეტილების მიმღები პირისათვის, რომელთაც გააჩნიათ განსხვავებული "უპირატესობები", ოპტიმალური გადაწყვეტილებებიც განსხვავებული იქნება.

კონცეფციის მეხუთე დებულება გვეუბნება გადაწყვეტილების მიღების პროცედურის დამახასიათებელ თავისებურებებისა და განსხვავების შესახებ განუზღვრელობის პირობებში. ეს თავისებურება - განუზღვრელობის შემცირების თანმიმდევრული პროცესია. განსზღვრულობისა და ალბათური განსაზღვრულობის პირობებში გადაწყვეტილებების მიღება ხდება ერთ ფაზაში, ვინაიდან ამოცანა ამ შემთხვევაში დაიყვანება სტანდარტულ ფორმალურებულ მოდელებად.

განუზღვრელობის პირობებში პირველ ფაზაზე უნდა განხორციელდეს სტრუქტურისა და ძირითადი ელემენტების გამოყოფა და მათ შემდგომ კომუნიკაციების განსაზღვრა, ანუ უნდა შეიქმნას ლოგიკურად მოწესრიგებული სისტემა.

განუზღვრელობის შემცირების მეორე ფაზაში ხდება მახასიათებლების სისტემის განსაზღვრა (პარამეტრები, მაჩვენებლები, ფუნქციები), ამოცანის სტრუქტურის რადიკალური იდენტიფიკაცია.

ოპტიმიზაციის ფაზა მდგომარეობს რაღაცა ახრით ამოცანის საუკეთესო ამონახსნის მოძებნაში. სწორედ ამ ფაზაში მთელი არსებული ინფორმაცია გარდაიქმნება და იღებს საბოლოო ფორმას – გადაწყვეტილების ფორმას. ოპტიმიზაციის ჩატარებას მიუყვებათ ამოცანის ამონახსნის სრულ განსაზღვრელობამდე. განუზღვრელობის პირობებში ყოველთვის არ არის შესაძლებელი ოპტიმიზაციის ფაზის შესრულება მკაცრ ფორმალურ ფორმატში. ბევრ შემთხვევაში გადაწყვეტილების მიძღები პირი ახორციელებს ოპტიმიზაციის პროცესს არაცხადი ფორმით რომელიმე ზოგადი პრინციპებისა და თავისი "უპირატესობებიდან" გამომდინარე.



კონცეფციის შესამე დებულება გვეუბნება, რომ გადაწყვეტილების ხარისხის გაზომვის საფუძველს დასახული მიზნების მიღწევის თვალსაზრისით წარმოადგენს გადაწყვეტილებათა უპირატესობების შედარებითი შეფასებები. უპირატესობების შედარებითი შეფასებების განხორციელებისათვის აუცილებელია გადაწყვეტილებების ალტერნატიული ვარიანტების გენერაცია და ფორმირება. ყოველთვის შესაძლებელია ჩამოყალიბებულ იქნას ორი გადაწყვეტილება მაინც, რომელთაგანაც ერთ-ერთი მდგომარეობს იმაში, რომ არ არის საჭირო რაიმე გადაწყვეტილების მიღება – ეს არის გადაწყვეტილება უმოქმედობის შესახებ. გადაწყვეტილებების შედარებითი შეფასება უპირატესობის გაზომვის ერთადერთ საშუალებას წარმოადგენს ეტალონების არარსებობის პირობებში. თუ გადაწყვეტილებების ვარიანტები არა გვაქვს, ცხადია, არ იქნება იმის საფუძველიც, რომ დასმულ იქნეს საკითხი საუკეთესო გადაწყვეტილების ამოჩვენების მიზნით.

ვარიანტების სიმრავლე, ბევრ შემთხვევაში, გვაძლევს იმის საშუალებას, რომ მნიშვნელოვნად იქნას გაუმჯობესებული გადაწყვეტილებების ეფექტურობა.

გადაწყვეტილებების უპირატესობათა გაზომვა განუხდევრედობის პირობებში ხორციელდება ექსპერტული შეფასებების საფუძველზე, რომელიც ითვალისწინებს როგორც ექსპერტების, ასევე გადაწყვეტილებების მიმღები პირის ქმედებებს. ექსპერტული შეფასების დროს ცალკეული მოსახრებები და მსჯელობები გამოსახული უნდა იქნეს რიცხვებში თვისობრივი და რაოდენობრივი სკალების გამოყენებით. ექსპერტის შედეგების წარმოდგენა რიცხვით ფორმატში საშუალებას იძლევა განვახორციელოთ მათი ფორმალური დამუშავება ახალი ინფორმაციის მიღების მიზნით, რომელიც ექსპერტების მსჯელობებში და შეფასებებში ცხადი სახით არ არის წარმოდგენილი. გადაწყვეტილებების შეფასებისათვის აუცილებელია ჩამოყალიბებულ იქნას მანევრებლების სისტემა, რომელიც ასახავს ამ გადაწყვეტილებების ხარისხს და, რაც მთავარია, მკაფიოდ განსაზღვრავს ფორმულირებული მიზნების მიღწევის და რესურსების ხარჯვის დონეს.

კონცეფციის მეოთხე დებულების თანახმად, განუხდევრედობის პირობებში, ე.ი. არასრული და დაუდასტურებელი ინფორმაციის დროს, შეიძლება ერთად-ერთი ოპტიმალური გადაწყვეტილება არ არსებობდეს. დაუდასტურებელი ინფორმაცია აძლიერებს სუბიექტური ფაქტორების ზემოქმედებას გადაწყვეტილების მიღებაზე. ამიტომ გადაწყვეტილების მიმღები პირი ბისათვის, რომელთაც გააჩნიათ განსხვავებული "უპირატესობები", ოპტიმალური გადაწყვეტილებებიც განსხვავებული იქნება.

კონცეფციის მეხუთე დებულება გვეუბნება გადაწყვეტილების მიღების პროცედურის დამახასიათებელ თავისებურებებისა და განსხვავების შესახებ განუხაზღვრედობის პირობებში. ეს თავისებურება – განუხდევრედობის შემცირების თანმიმდევრული პროცესია. განსხდევრედობისა და ალბათური განსაზღვრედობის პირობებში გადაწყვეტილებების მიღება ხდება ერთ ფაზაში, ვინაიდან ამოცანა ამ შემთხვევაში დაიყვანება სტანდარტულ ფორმალურებულ მოდელებად.

ბუნალი ეკონომისტი

განუზღვრელობის პირობებში პირველ ფაზაზე უნდა განხორციელდეს სტრუქტურისზაცია – ძირითადი ელემენტების გამოყოფა და მათ შორის კომუნიკაციების განსაზღვრა, ანუ უნდა შეიქმნას ლოგიკურად მოწყობილი სისტემა.

განუზღვრელობის შემცირების მეორე ფაზაში ხდება მახასიათებლების სისტემის განსაზღვრა (პარამეტრები, მანველებლები, ფუნქციები), ამოცანის სტრუქტურის რაოდენობრივი იდენტიფიკაცია.

ოპტიმიზაციის ფაზა მდგომარეობს რაღაცა აზრით ამოცანის საუკეთესო ამონახსნის მოძებნაში. სწორედ ამ ფაზაში მთელი არსებული ინფორმაცია გარდაიქმნება და იღებს საბოლოო ფორმას – გადაწყვეტილების ფორმას. ოპტიმიზაციის ჩატარებას მიჰყვართ ამოცანის ამონახსნის სრულ განსაზღვრულობამდე. განუზღვრელობის პირობებში ყოველთვის არ არის შესაძლებელი ოპტიმიზაციის ფაზის შესრულება მკაცრ ფორმალურ ფორმატში. ბევრ შემთხვევაში გადაწყვეტილების მიმღები პირი ახორციელებს ოპტიმიზაციის პროცესს არაცხადი ფორმით რომელიღაც ზოგადი პრინციპებისა და თავისი "უპირატესობებიდან" გამომდინარე.



კონცეფციის შესამე დებულება გვეუბნება, რომ გადაწყვეტილების ხარისხის გაზომვის საფუძველს დასახული მიზნების მიღწევის თვალსაზრისით წარმოადგენს გადაწყვეტილებათა უპირატესობების შედარებითი შეფასებები. უპირატესობების შედარებითი შეფასებების განხორციელებისათვის აუცილებელია გადაწყვეტილებების ალტერნატიული ვარიანტების გენერაცია და ფორმირება. ყოველთვის შესაძლებელია ჩამოყალიბებულ იქნას ორი გადაწყვეტილება მაინც, რომელთაგანაც ერთ-ერთი მდგომარეობს იმაში, რომ არ არის საჭირო რაიმე გადაწყვეტილების მიღება - ეს არის გადაწყვეტილება უმოქმედობის შესახებ. გადაწყვეტილებების შედარებითი შეფასება უპირატესობის გაზომვის ერთადერთ საშუალებას წარმოადგენს ეტალონების არარსებობის პირობებში. თუ გადაწყვეტილებების ვარიანტები არა ვეაქვს, ცხადია, არ იქნება იმის საფუძველიც, რომ დასმულ იქნეს საკითხი საუკეთესო გადაწყვეტილების ამორჩევის მიზნით.

ვარიანტების სიმრავლე ბევრ შემთხვევაში, გვაძლევს იმის საშუალებას, რომ მნიშვნელოვნად იქნას გაუმჯობესებული გადაწყვეტილებების ვიქტორება.

გადაწყვეტილებების უპირატესობათა გაზომვა განუზღვრელობის პირობებში ხორციელდება ექსპერტული შეფასებების საფუძველზე, რომელიც ითვალისწინებს როგორც ექსპერტების, ასევე გადაწყვეტილებების მიმღები პირის ქმედებებს. ექსპერტული შეფასების დროს ცალკეული მოსახრებები და მსჯელობები გამოსახული უნდა იქნეს რიცხვებში თვისობრივი და რაოდენობრივი სკალების გამოყენებით. ექსპერტის შედეგების წარმოდგენა რიცხვით ფორმატში საშუალებას იძლევა განვახორციელოთ მათი ფორმალური დამუშავება ახალი ინფორმაციის მიღების მიზნით, რომელიც ექსპერტების მსჯელობებში და შეფასებებში ცხადი სახით არ არის წარმოდგენილი. გადაწყვეტილებების შეფასებისათვის აუცილებელია ჩამოყალიბებულ იქნას მაჩვენებლების სისტემა, რომელიც ახახავს ამ გადაწყვეტილებების ხარისხს და, რაც მთავარია, მკაფიოდ განსაზღვარავს ფორმულირებული მიზნების მიღწევის და რესურსების ხარჯვის დონეს.

კონცეფციის მეოთხე დებულების თანახმად, განუზღვრელობის პირობებში, ე.ი. არასრული და დაუდასტურებელი ინფორმაციის დროს, შეიძლება ერთად-ერთი ოპტიმალური გადაწყვეტილება არ არსებობდეს. დაუდასტურებელი ინფორმაცია ამლიერებს სუბიექტური ფაქტორების ზემოქმედებას გადაწყვეტილების მიღებაზე. ამიტომ გადაწყვეტილების მიმღები პირისათვის, რომელთაც გააჩნიათ განსხვავებული "უპირატესობები", ოპტიმალური გადაწყვეტილებებიც განსხვავებული იქნება.

კონცეფციის მეხუთე დებულება გვეუბნება გადაწყვეტილების მიღების პროცედურის დამახასიათებელ თავისებურებებისა და განსხვავების შესახებ განუზღვრელობის პირობებში. ეს თავისებურება - განუზღვრელობის შემცირების თანმიმდევრული პროცესია. განსზღვრელობისა და ალბათური განსაზღვრელობის პირობებში გადაწყვეტილებების მიღება ხდება ერთ ფაზაში, ვინაიდან ამოცანა ამ შემთხვევაში დაიყვანება სტანდარტულ ფორმალისებულ მოდელებად.

ახალი ეკონომისტი

განუზღვრელობის პირობებში პირველ ფაზაზე უნდა განხორციელდეს სტრუქტურისა და ძირითადი ელემენტების გამოყოფა და მათ შორის კომუნიკაციების განსაზღვრა, ანუ უნდა შეიქმნას ლოგიკურად მოწესრიგებული სისტემა.

განუზღვრელობის შემცირების მეორე ფაზაში ხდება მახასიათებლების სისტემის განსაზღვრა (პარამეტრები, მანუალებები, ფუნქციები), ამოცანის სტრუქტურის რადენობრივი იდენტიფიკაცია.

ოპტიმიზაციის ფაზა მდგომარეობს რაღაცა ახრით ამოცანის საუკეთესო ამონახსნის მოძებნაში. სწორედ ამ ფაზაში მთელი არსებული ინფორმაცია გარდაიქმნება და იღებს საბოლოო ფორმას – გადაწყვეტილების ფორმას. ოპტიმიზაციის ჩატარებას მიუხედავად ამოცანის ამონახსნის სრულ განსაზღვრულობამდე. განუზღვრელობის პირობებში ყოველთვის არ არის შესაძლებელი ოპტიმიზაციის ფაზის შესრულება მკაცრ ფორმალურ ფორმატში. ბევრ შემთხვევაში გადაწყვეტილების მიმღები პირი ახორციელებს ოპტიმიზაციის პროცესს არაცხადი ფორმით რომელიღაც ზოგადი პრინციპებისა და თავისი "უპირატესობებიდან" გამომდინარე.

ბიომედიცინის ეკონომიკა



თბა მუნიციპალიტეტი
ეკონომიკურ მეცნიერებათა
აკადემიური დოქტორი

ჩვენს მიერ შემუშავებული საწარმოს ფინანსური მდგრადობის შეფასების ლობიკურ-ალბათური მოდელის პროგრამული რეალიზაციისას უზრუნველყოფილ უნდა იქნეს/1,2,3/:

1. საწარმოს ფინანსური მდგრადობის შეფასების კომპლექსურ მანქვებელში შემაჯავალი თითოეული ეკონომიკური პარამეტრების დასაშვებ მნიშვნელობათა ხდომილებების ალბათობის გაანგარიშება;
2. საწარმოს ფინანსურ მდგომარეობაზე თითოეული ეკონომიკური მანქვებლის დასაშვებ მნიშვნელობათა ცდომილებების ალბათობის ზემოქმედების გაანგარიშება;
3. საწარმოს ფინანსურად მდგრადად ფუნქციონირების დადგენა;
4. საწარმოს ფინანსური მდგომარეობის მოდელირება;
5. ეკონომიკური მანქვებლების ფაქტიური მნიშვნელობების მიხედვით საწარმოს ფინანსური მდგომარეობის შეფასება;
6. საწარმოს ფინანსური მდგომარეობის პროგნოზი ეკონომიკური მანქვებლების ფაქტობრივი მნიშვნელობების გათვალისწინებით;

1-4 ამოცანების რეალიზაცია საწარმოს ფინანსური საქმიანობის დაგეგმვის ეტაპზე ხორციელდება, ხოლო ბოლო ორი ამოცანის ამოხსნა საწარმოს ფაქტიური მონაცემების მიხედვით წარმოებს, ამიტომ რეალიზაცია დროის რეალურ მასშტაბში ხორციელდება. პირველი სამი ამოცანა დამხმარე, მაგრამ აუცილებელია. მათი ამოხსნის შედეგები გამოიყენება კვლევის მთავარი მიზნის მქონაზე ამოცანის "საწარმოს ფინანსური მდგომარეობის მოდელირება"-ის რეალიზაციისთვის. ამოცანის "საწარმოს ფინანსური მდგომარეობის მოდელირება" შედეგების მიხედვით შეგვიძლია შევიმოქმედოთ საწარმოს შესაძლო განვითარების სტრატეგიები და მოვახდინოთ მათი შეფასება გარკვეული კრიტერიუმით, დაგსახოთ ღონისძიებები საწარმოს ფინანსური გაჯანსაღების მიზნით. საშუალება გვქვია შევამოქმედოთ საწარმოს ფინანსური მდგომარეობის განვითარების სხვადასხვა პირობებზე, ანუ ვაჩვენოთ საწარმოს შესაძლო ფინანსური მდგომარეობები საწარმოს საფინანსო-ეკონომიკური გავითარების სხვადასხვა სცენარების დროს. მეხუთე და მეექვსე ამოცანების შედეგები ფაქტიური მნიშვნელობების მიხედვით საწარმოს ფინანსური მდგომარეობის შეფასება და პროგნოზია.

ახალი ეკონომისტი

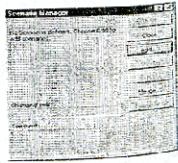
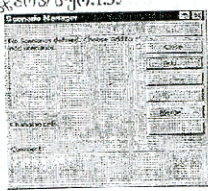
საწარმოს ფინანსურად მდგრადად ფუნქციონირების აუცილებელი და საკმარისი პირობების დადგენის შემდეგ შესაძლებელია განხორციელდეს საწარმოს ფინანსური მდგომარეობის მოდელირება სხვადასხვა დამატებით (პიპოთეზების) შემთხვევაში. შეფასდეს თითოეული პიპოთეზის შედეგი, შეიარჩეს, მათ შორის, ექსპერტის თვალსაზრისით, მისაღები ვარიანტი და შემუშავდეს ორგანიზაციულ-ტექნიკური ღონისძიებების კომპლექსი დასახული მიზნის მისაღწევად. მოდელირება ხორციელდება სცენარების მეთოდით.

სცენარების მეთოდით მოდელირების უნივერსალური პროგრამული პაკეტი სახელით **Scenarios Excel**-ში არის ჩაშენებული. საჭიროა მისი ადაპტაცია კონკრეტული ამოცანის პირობების მხედველობაში მიღებით და პროგრამის შედგენისას მისი გამოძახების უზრუნველყოფა.

სცენარების პრინციპით საგეგმო გადაწყვეტილებათა მოდელირება ცენტრალიზებული დაგეგმვის და მართვის სისტემის ადეკვატური ასახვაა. დაგეგმვის პროცესის ეს მექანიზმი კომპიუტერების გარეშე იყო დახვეწილი და ათეული წლების განმავლობაში ფუნქციონირებდა სახალხო მეურნეობის მართვის სხვადასხვა დონეზე (საწარმო, დარგი, სახალხო მეურნეობა) ყოფილ სსრკ-ში. ხველ-ში რეალიზებული გეგმის ფორმირების ეს მექანიზმი ეფექტიანად გამოიყენება ფირმის, კომპანიის სტრატეგიული, მიმდინარე გეგმების ფორმირებისას.

სცენარების მეთოდით საწარმოს ფინანსური მდგომარეობის მოდელირების არსი შემდეგია. ამოცანის ამოხსნა მიზანშეწონილია განხორციელდეს პროგრამულად, მაგრამ შეიძლება აგრეთვე წინასწარ შედგენილი პროგრამის გარეშეც. ამ შემთხვევაში ამოცანის ამოხსნა ნახევრადავტომატურად შესრულდება. განვიხილოთ ორივე ვარიანტი. ორივე ვარიანტში საწარმოს ფინანსური მდგრადობის სხვადასხვა ვარიანტების გაანგარიშებისთვის ეყენებთ ჩვენს მიერ მიღებულ მრავალწევრის ფორმულას. პირველი ვარიანტში პროგრამული პაკეტით სცენარიოს მრავალგარიანტული გაანგარიშებების შესასრულებლად Excel-ის წინასწარ გამოყოფილ უჯრებში იწერება საწყისი მნიშვნელობები. უჯრაში, სადაც გაანგარიშების შედეგი უნდა მივიღოთ, იწერება გაანგარიშების ფორმულა. ჩვენ შემთხვევაში ფურცელზე სახელით "gverdi" უნდა მოინშნოს დიაპაზონი, სადაც საწყისი მონაცემებია ჩაწერილი და მიეცეს ბრძანება Tools/Scenarios. გამოვა დიალოგური ფანჯარა/სურ.13/

ახალი ეპონომოსტი

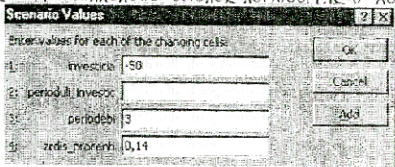


სურ. 13. დიალოგური ფანჯარა ბრძანების Tools/Scenarios მიცემის შემდეგ

დიალოგურ ფანჯარაში ლილაკზე ADD დაწკაპუნების შემდეგ გამოვა დიალოგური ფანჯარა/სურ.14/. დიალოგური ფანჯრის ველში Scenario name შეივსება ჩაწეროს გეგმის ვარიანტის სახელი. ველში Changing cells სისტემის მიერ ჩაწერილია ჩვენს მიერ მონიშნული დიაპაზონის მისამართი, რომელშიც იწერება ცვლადი მაჩვენებლების მნიშვნელობები.



OK ლილაკზე დაჭერის შემდეგ გამოვა დიალოგური ფანჯარა/სურ.15/, რომელშიც იწერება ცვლადების სავარაუდო მნიშვნელობები და ADD ლილაკზე დაწკაპუნების შემდეგ განმეორებით გამოვა დიალოგური ფანჯარა Scenario Manager. ჩაწერეთ გეგმის ვარიანტის სახელი, დააჭირეთ ლილაკს OK. დიალოგურ ფანჯარაში Scenario Values ჩაწერეთ ცვლადების ახალი მნიშვნელობები და ა.შ. გეგმის ვარიანტების ფორმირების შემდეგ დააჭირეთ ლილაკს Summary. შეიქმნება ფურცელი სახელით "Scenario Summary", რომელშიც ნაჩვენებია მრავალვარიანტული გაანგარიშებების შედეგები.



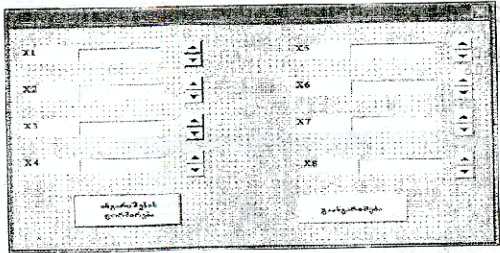
სურ. 15. დიალოგური ფანჯარა ცვლადების მნიშვნელობების ჩასაწერად დიალოგურ ფანჯარაში Scenario Manager, უჯრების მისამართების ნაცვლად, სახელებია ჩაწერილი. სახელი იმ შემთხვევაში იწერება, თუ უჯრებს სახელი აქვთ დარქმეული. უჯრისთვის, დიაპაზონისთვის სახელის დასარქმევად მიეცით ბრძანება Insert/Name/Define და გამოსულ დიალოგურ ფანჯარაში ჩაწერეთ სახელი.

ქვემოთ მოტანილია ჩვენს მიერ დაწერილი პროგრამა, რომლითაც ხორციელდება მრავალვარიანტული გაანგარიშება Scenarios პროგრამული პაკეტის გამოყენებით. პრო-გრამაში სიმბოლის ცენტრი გადატანილია

	A	B	C	D	E

ცხრ. 1.1. A2:D2 დიაპაზონში ჩაწერილია ცვლადების საწყისი მნიშვნელობები, ხოლო E2 უჯრაში – გაანგარიშების ფორმულა. დაავაროქტოთ ფორმა, რომლის საშუალებითაც ჩაწერილი იქნება საწყისი მნიშვნელობები. მნიშვნელობის გარკვეული ბიჯით ცვლილების ჩასაწერად გამოყენებულია მართვის ელემენტი SpinButton/სურ. 1.6/.

თბილისის მშენებლობის ინსტიტუტი



სურ. 16. დიალოგური ფანჯარა მნიშვნელობების ჩასაწერად

ცხრ. 12.-ში ნაჩვენებია ფორმაზე დატანილი მართვის ელემენტები და მათი დანიშნულება

ცხრილი 12

მართვის ელემენტი	სახელი პროგრამაში	დანიშნულება
SpinButton	SpinButton1	X_1 -ის აღბათობების მნიშვნელობების ცვლილება
SpinButton	SpinButton2	X_2 -ის აღბათობების მნიშვნელობების ცვლილება
SpinButton	SpinButton3	X_3 -ის აღბათობების მნიშვნელობების ცვლილება
SpinButton	SpinButton4	X_4 -ის აღბათობების მნიშვნელობების ცვლილება
SpinButton	SpinButton5	X_5 -ის აღბათობების მნიშვნელობების ცვლილება
SpinButton	SpinButton6	X_6 -ის აღბათობების მნიშვნელობების ცვლილება
SpinButton	SpinButton7	X_7 -ის აღბათობების მნიშვნელობების ცვლილება
SpinButton	SpinButton8	X_8 -ის აღბათობების მნიშვნელობების ცვლილება
CommandButton	CommandButton1	პროგრამის გამოძახება
Label		წარწერების გაკეთება

პროგრამები ჩაწერილია ფორმის პროგრამათა მოდულში. მოდულის დეკლარაციულ ნაწილში გამოცხადებულია ცვლადები, რომლებსაც იყენებს ამ მოდულში არსებული სხვადასხვა პროგრამა. მოვიყვანოთ პროგრამის მცირე მონაკვეთი.

```
Public i As Integer
Public geg As String
    ფორმის ინიციალიზაციასას სრულდება პროგრამა:
Private Sub UserForm_Initialize()
Worksheets("gverdi").Select
Vsawtanxa = Range("a2").Value
Vpersen = Range("b2").Value
Vperra0 = Range("c2").Value
```

ახალი ეპონომოსტი



```

Vprocenti = Range("d2").Value
On Error GoTo gad ' შეცდომების დამმუშავებელი. თუ ფურცელი სახელითუა
"angariSi" არ არის, მაშინ გადასვლა მოხდება ჭდეზე სახელით gad
Application.DisplayAlerts = False
ActiveWorkbook.Worksheets("angarisi").Delete ' ფურცლის ამოხევა
gad: If Worksheets("gverdi").Scenarios.Count > 0 Then ' თუ მიღებულია წინა
განგარიშების შედეგად გეგმის ვარიანტები, მაშინ წარმოებს მათი ამოშლა
Worksheets("gverdi").Scenarios("gegma").Delete
For k = 1 To Range("h1").Value
geg = "gegma" & k
Worksheets("gverdi").Scenarios(geg).Delete
Next k
End If
ActiveSheet.Scenarios.Add Name:="gegma", ChangingCells:=Range("a2:d2"),
ChangingCells:=Range("a2:d2"), Values:=Array(Format(Vsawtan-xa),
Format(Vpersen), Format(Vperra), Format(Val(Vprocenti)))
geg = "gegma"
i = 0 ' გეგმის ვარიანტების მრიცხველის განულება
End Sub
    
```

ლიტერატურა

1. თვა მუნჯიშვილი, საწარმოს ფინანსური მდგომარეობის შეფასების ლოგიკურ-ალბათური მოდელი, თბილისის უნივერსიტეტის შრომები, გამოყენებითი მათემატიკა და კომპიუტერული მეცნიერებები, №364 (24), გვ. 216-229. 2005
2. თამარ გამსახურდია, თვა მუნჯიშვილი, კომერციული ბანკების რისკების მართვის სტრუქტურის და რისკების მართვის სისტემის შექმნა. ჟურნალი 'საქართველოს ეკონომიკა' №6, 2008
3. თვა მუნჯიშვილი, საწარმოს ფინანსური ანალიზი ლოგიკურ-ალბათური მოდელით, სადოქტორო დისერტაცია, საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი, 2008 (ხელნაწერის უფლებით)

ოსუ ეკონომიკისა და ბიზნესის ფაკულტეტის
ასისტენტ პროფესორი

მენეჯერის საქმიანობა ორგანიზაციაში მისთვის მინდობილი ქვედანაყოფის საბოლოო შედეგების მისაღებად ბუნებრივად იყოფა ორ ნაწილად: მენეჯერი მართავს სხვების მუშაობას და ოვითონაც ასრულებს გარკვეულ სამუშაოებს. მართვა შედეგა მენეჯერის მიერ შემუშავებულ მმართველურ ზემოქმედებებისაგან, აქ მენეჯერის ამოცანაა მიიღოს გარკვეული შედეგი „სხვისი ხელებით“. შესრულება კი ითვალისწინებს მენეჯერის იმ მოქმედებების, რომელთა საშუალებითაც მან პირადად უნდა მიიღოს კონკრეტული შედეგი.

მართვასა და შესრულებას შორის თანაფარდობის ცვლა შესაძლებელია ფართო საზღვრებში; ეს დამოკიდებულია მენეჯერის პირად თვისებებზე, მმართველურ იერარქიაში მის ადგილზე, მის მიერ მართული სამუშაოების ხასიათზე და გარემომცველი მართვის სისტემის თავისებურებებზე. ამასთანავე, აუცილებელია დავძინოთ, რომ მენეჯერის მუშაობის არსი მართვაა. ყოველმა მენეჯერმა კარგად უნდა გაიაზროს, რომ როდესაც იგი „შესრულებით არის დაკავებული, ზარალდება მისი ძირითადი საქმე – მართვა, და მას უნდა შეეძლოს მოსალოდნელი შედეგების შეფასება.

განვიხილოთ შემდეგი მაგალითი: ძირითადი დამკვეთის წარმომადგენელი მთავარი კონსტრუქტორისაგან ითხოვს ინფორმაციას დამუშავების პროცესში მყოფი კვანძის ტექნიკურ თავისებურებათა შესახებ. როგორ უნდა მოიქცეს ასეთ შემთხვევაში მთავარი კონსტრუქტორი? პირადად უნდა მისცეს საჭირო ახსნა-განმარტება და ამით აჩვენოს, თუ რამდენად ღრმად და შინაარსიანად ესმის პროექტის ყველა დეტალი, თუ დაავადოს კონსულტაციის გაწევა პროექტის მთავარ ინჟინერს? ჩვენი აზრით, პასუხის მეორე ვარიანტი დამახასიათებელი იმ მენეჯერისათვის, რომელიც კარგად არის დაუფლებული მართვის ხელოვნებას, თუ საწარმოს მმართველი იმდენად სრულყოფილად ერკვევა ტექნიკურ დეტალებში, რომ დაუყოვნებლივ შეუძლია ამომწურავი პასუხის გაცემა, ეს ნიშნავს, რომ მან, თავის გაათვითცნობიერებას მიაღწია მართვის ხარჯზე (დახარჯა რა „ზედმეტი“ ენერჯია და დრო), ანუ იმის ხარჯზე რისთვისაც მას ფულს უხდიან.

მიუხედავად ამისა, მენეჯერები, ჩვეულებრივ, საკმარისზე მეტ პრიორიტეტს ანიჭებენ შესრულებას. ლ. ალენმა ამ მოვლენას შესრულების პრიორიტეტის პრინციპი უწოდა:

ახალი ეკონომისტი



როდესაც მენეჯერის წინაშე ერთდროულად დგას მართვისა და შესრულების ამოცანები, იგი უპირატესობას ანიჭებს შესრულებას

ამას სამი მიზეზი განაპირობებს:

1. სამუშაოს შესრულებას მენეჯერი სარგებლობს კარგად ათვისებული მეთოდებით. შესაძლებელია, რომ სწავლისა და შემდგომ პრაქტიკის პერიოდშიც იგი ტექნიკურ საკითხებზე მუშაობდა და არა მართვის სისტემაში. და რომ სწორედ მისმა ტექნიკურმა კომპეტენტობამ განაპირობა მისი დაწინაურება მართვის სფეროში.

2. სამუშაოს შესრულება მენეჯერს უფრო მეტ კმაყოფილებას ანიჭებს იმიტომ, რომ მართვა ადამიანისაგან მოითხოვს იმის კეთებას, რაც არაგის უყვარს: ფიქრს, წერას, მოწესრიგებული პროცედურებით სარგებლობას.

3. ზოგიერთ ფირმაში მენეჯერის ნიჭის მანვენებლად ითვლება როდესაც ტექნიკური ამოცანების გადაწყვეტის უნარი. ბევრმა მიაღწია მაღალ თანამდებობას „ხანძრის ჩაქრობის“ ნიჭის წყალობით. თუმცა თანამედროვე ეკონომიკის პირობებშიც არ კეარგაეს აქტიულობის ძველი წესი: ავადმყოფობის თავიდან აცილება უფრო ადვილია, ვიდრე მისი მკურნალობა. თანამედროვე მენეჯერი შორსმჭვრეტელი უნდა იყოს, მან უნდა წახადისოს ხელქვეითები არა პრობლემების მოსაგვარებლად (რდესაც ისინი უკვე სახეზეა) არამედ იმისათვის, რომ გამოავლინონ გაცილებით იშვიათი უნარი ერთდროულად განჭვრიტონ და აციილონ შესაძლო სერიოზული პრობლემები.

ზუსტით თქმულსა და გასაგები ხდება, რომ თავისი სამუშაოსადმი პროფესიონალი მენეჯერის მიდგომა გარუგნულად ნაკლებ შთაბეჭდავია „მენეჯერ-მეხანძრესთან“ შედარებით. მაგრამ პირველს ყოველთვის უკეთესი შედეგები აქვს, რაც უნდა იყოს კიდევ ორგანიზაციაში მენეჯერის მუშაობის ეფექტიანობის ტესტირება. მართვასა და შესრულებას შორის სწორი პროპორციების შერჩევის უნარი არის პროფესიონალი მენეჯერის ერთ-ერთი ძირითადი დამახასიათებელი ნიშანი.

დაწვრილებით განვიხილოთ თვით მართვის პროცესი. მართვის თანამედროვე მეთოდების მთელი სპექტრი შეიძლება მოთავსდეს რეაქტიულ და მიზნობრივ მართვებს შორის.

სპექტრის ერთ ბოლოს მდებარეობს რეაქტიული მართვა, რომლის ძირითადი თავისებურებაცაა რეაგირება მიმდინარე მოვლენებზე რეაქტიული მართვის ეფექტიანობა მენეჯერის ინტუიციაზე დაყრდნობით და მოითხოვს აქტიურობას, ენერჯიულ, სწრაფ და ზუსტ მოქმედებებს, რაც ხშირად ხელქვეითებზე მეტისმეტ „დაწოდებს“ იწყვეს. როგორ ფიქრობთ რატომ? დაბნელება ხორციელდება უშუალოდ მოქმედების დაწყებამდე ანდა თვითონ მოქმედების პროცესში მიმდინარეობს.

თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი



მეცნიერება

საექტრის მეორე ბოლოში მიზნობრივი მართვის მეთოდების გამოყენების გულისხმობენ მოქმედების საბოლოო შედეგების წინასწარ განსაზღვრასა და მათ მისაღწევად საჭირო სამუშაო პროგრამების შედგენას. მართვისადმი ასეთ მიდგომას პრობლემის გადაჭრის გეგმის არსებობა ახასიათებს. ნებისმიერი პრობლემის გადასაწყვეტად მუშავენება შესაბამისი გეგმა, რომელიც საზღვრავს ამ პრობლემის გადაწყვეტის მეთოდს და შესაბამისი მოქმედებების თანმიმდევრობას.

პრაქტიკაში არცერთი ამ უკიდურეს შემთხვევათაგანი წმინდა სახით არ გვხვდება. არც ერთი მენეჯერი არაა დაზღვეული იმისაგან, რომ მოუხდება მართვა მოულოდნელ მოვლენებზე რეაგირების გზით. მეორეს მხრივ, მენეჯერთა მცირე ნაწილი შეძლება თავისი ადგილის შენარჩუნებას მძაფრი კონკურენციის პირობებში, თუ ისინი მხოლოდ დღევანდელი მოთხოვნებით იხელმძღვანელებენ, ყოველივე ეს გვაძლევს უფლებას ვილაპარაკოთ რეაქტიულ და მიზნობრივ მართვებს შორის მეთოდების უწყვეტ სპექტრზე. მათი გააზრებული შეხამების აუცილებლობაზე.

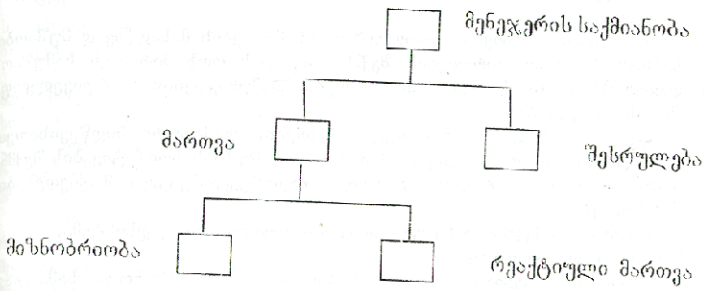
მართვა მაშინაა უფრო ეფექტიანი, როცა მენეჯერის ძალისხმევა მიმართულია მიზნებისა და შედეგების ნიღვევისაკენ. ამასთან, მართვის ეფექტიანობა იზრდება, როდესაც მართვის მეთოდები, დროის და რესურსების ღირებულების გათვალისწინებით, მოქმედებათა პროგრამირების საშუალებას იძლევიან, და პირიქით: მცირდება, როდესაც სამუშაოები იწყება პროგრამირების დასრულებამდე, რაც ხშირად შემდგომში ძვირადღირებულ კორექტირებას მოითხოვს. მიზნობრივი მართვა ორიენტირებულია საბოლოო შედეგებზე. აქ მიზანი და საბოლოო შედეგი განუყოფელი არიან. მიზნის მისაღწევად წინასწარ დადგენილი მოქმედებების მართვის როცესში საჭიროა მიღწეული შუალედური შედეგების მუდმივი გათვალისწინება.

“გაცილებით უფრო ადვილია მიზნების დასახვა, ვიდრე მათი გათვალისწინებით მართვა, როგორც უფრო ადვილია საუბარი მიზნების შესახებ, ვიდრე მათი დასახვა.”

მიზნობრივი მართვა - ესაა მართვისადმი პროფესიონალური მიდგომა, რომელიც იძლევა საშუალებას დაკადგინოთ:

1. რა უნდა გაკეთდეს (იმის დაწვრილებითი ანალიზის შემდეგ თუ რატომ უნდა გაკეთდეს). ამასთან, საჭირო სამუშაოები უნდა დაეაღაგოთ პრიორიტეტების მიხედვით;
2. როგორ უნდა გაკეთდეს (სასურველი შედეგის მიღწევის გეგმა);
3. როდის უნდა გაკეთდეს;
4. რა დაჯდება;
5. სამუშაოთა პარამეტრების რა მნიშვნელობები უნდა ჩაითვლოს დამაკმაყოფილებლად;
6. რა არის უკვე გაკეთებული მიზნის მისაღწევად;
7. როდის და როგორ მაკორექტირებელი მოქმედებები უნდა იქნან განხორციელებული.

ახალი მკონომისტი



მიზნობრივი მართვის კონცეფციიდან გამომდინარე ბუნებრივია ვიფიქროთ მენეჯერის მმართველობის არეს ფუნქციონალურ ქვეარებად დაყოფაზე. თითოეული ასეთ ქვეარეში გავაერთიანოთ ის მართველური შემოქმედებები რომლებიც მართვის ერთი რომელიმე ფუნქციის შესრულებას ემსახურებიან. ჯერ ერთი, მენეჯერი წინასწარ: „ქადაღლზე“, იღებს გადაწყვეტილებებს თუ რა, როგორ და როდის უნდა გაკეთდეს მომავალში და ადგენს საკუთარი მართვის ობიექტის საქმიანობის გეგმას (ფუნქცია „დაგეგმვა“). გარდა ამისა, მენეჯერი საზღვრავს სად და რომელი სამუშაო უნდა შესრულდეს (ფუნქცია „ორგანიზება“), ვინ იქნება კონკრეტული შემსრულებელი (ფუნქცია „კადრების შერჩევა და განლაგება“) და ზრუნავს მონავალი და მიმდინარე სამუშაოების შეთანხმებულობაზე, შემსრულებელთა მოტივირებაზე და მათ შორის საჭირო კომუნიკაციების არსებობაზე (ფუნქცია „კოორდინირება“). ბოლოს, მენეჯერმა უნდა გადაწყვიტოს თუ როგორ შემოქმედება დაგეგმვათა შესრულების პროცესი (ფუნქცია „კონტროლი“). მაშასადამე, სულ გამოიყოფა მმართველობის არეს ხუთი ფუნქციონალური ქვეარე და შესაბამისად, მართვის ხუთი ფუნქცია: დაგეგმვა, ორგანიზება, კადრების შერჩევა და განლაგება, კოორდინირება და კონტროლი.

- 1) დაგეგმვა - იმის განსაზღვრა, თუ რა, როგორ და როდის უნდა გაკეთდეს. შეიცავს ხუთ ძირითად სამუშაოს: პროგნოზირება, მიზნების დასახვა, პროგრამირება, გრაფიკის შემუშავება და ბიუჯეტის შედგენა.
- 2) ორგანიზება - შესასრულებელი მოქმედებების კლასიფიკაცია და მართვისათვის ხელსაყრელი ელემენტებათ წარმოდგენა. შეიცავს ორ ძირითად სამუშაოს: სტრუქტურირება და ინტეგრირება.

ახალი ეკონომისტი



3) კადრების შერჩევა და განლაგება - საჭირო შემსრულებლებში მოთხოვნილების განსაზღვრა და კვალიფიციური კადრებით უზრუნველყოფა. შეიცავს სამ ძირითად სამუშაოს: შემსრულებელთა მიმართ მოთხოვნილებების განსაზღვრა, შემსრულებელთა გამოვლინება და მოძებნა კვალიფიციაციის ამაღლება.

4) კოორდინირება - ორგანიზაციის მიზნების მისაღწევად მუშაობის საჭირო სამუშაო პირობების შექმნა. შეიცავს ოთხ ძირითად სამუშაოს: დეველპებათა განაწილება, მოტივირება, კომუნიკაციის უზრუნველყოფა, შეთანხმებულობა.

5) კონტროლი - დასახული მიზნების ფაქტიური მიღწევისათვის გარანტიების შექმნა. შეიცავს სამ ძირითად სამუშაოს: ნორმატივების შექმნა, სამუშაოთა პარამეტრების გაზომვა; მაკორექტირებელი მოქმედებების შესრულება.

მართვის სისტემაში ჩვეულებრივ გამოიყოფა ორი ქვესისტემა, მმართველი დასამართავი.

მმართველი სისტემა ახორციელებს მართვის ფუნქციებს, ხოლო სამართავი წარმოადგენს მართვის ობიექტს. იმ შემთხვევაში, როდესაც მართვა გააზრებულ ხასიათს ატარებს, მმართველი სისტემა გაიგივებულია მართვის სუბიექტთან. მართვის სუბიექტის ფუნქციაში შედის აგრეთვე მართვის მიზნების ჩამოყალიბება. აუცილებელია მმართველი და სამართავი სისტემებს შორის დამაკავშირებელი არხების არსებობა. მმართველი სისტემა უკუკავშირის არხის საშუალებით იღებს ინფორმაციას სამართავი სისტემის მდგომარეობის შესახებ. უფრო ზუსტად - უკუკავშირის არხით გადაიცემა მართვის ობიექტის არსებით ცვლილებათა მიმდინარე მნიშვნელობები. ხოლო პირდაპირი კავშირის არხით მმართველი სისტემიდან სამართავი სისტემაში გადაიცემა მმართველი ინფორმაცია, ან როგორც უწოდებენ მმართველი ზემოქმედება.

დროის გარკვეულ მომენტში მართვის ობიექტის მდგომარეობას განაპირობებს წინა პერიოდის მდგომარეობა, გარე სამყაროს გავლენა და მმართველი სისტემის მხრიდან მმართველი ზემოქმედება. მმართველი სისტემა არა მარტო აღწესდის მართვის ობიექტის მდგომარეობას, არამედ თვალყურს ადევნებს გარემოს ცვლილებადობას, საჭირო ზომების დროულად მიღების მიზნით აკეთებს ამ ცვლილებებზე ობიექტის მხრიდან მოსალოდნელი რეაქციის პროგნოზს. მმართველი სისტემის ძირითადი ამოცანაა სისტემაში შემავალი ინფორმაციის საფუძველზე ისეთი ზემოქმედების შემუშავება, რომელიც უზრუნველყოფს მართვის მიზნების მიღწევას.

მმართველი ზემოქმედებათა ერთობლიობას, რომელიც შეესაბამება გარე სამყაროსა და მართვის ობიექტის მდგომარეობის შესახებ არსებულ ინფორმაციას და მიმართულია მართვის მიზნის მისაღწევად, ეწოდება მმართველური გადაწყვეტილება ან, უბრალოდ, გადაწყვეტილება; თუ დასახული მიზანი რამოდენიმე ერთმანეთისაგან განსხვავებული გადაწყვეტილების მიღების შედეგად მიიღწევა, მაშინ მართვის სუბიექტი

ახალი ეპოქისთვის

დგება ერთ-ერთი გადაწყვეტილების არჩევანის წინაშე, ასეთ შემთხვევაში წამოიჭრება გადაწყვეტილების მიღების ამოცანა.

ეროვნული
ბიბლიოთეკა

მართვის ეკონომიკური სისტემის ძირითადი თავისებურებაა მართვა და სამართავ სისტემებს შორის ურთიერთკავშირის სირთულე. საკულისხმოა ის ფაქტი, რომ რეცეპტორის როლში გვევლინება სპეციალურად შექმნილი ექსპერტთა ჯგუფი, რომელიც თვალჯერს ადევნებს ეკონომიკის მდგომარეობას. გარდა ამისა, ეს პირველი შემთხვევაა, როცა მმართველი სისტემა გათვითებულია მართვის სუბიექტთან.

ამ თვალსაზრისით თითოეული ორგანიზაცია მართვის ეკონომიკური სისტემაა. ამასთან, ორგანიზაციაში შემავალი მოქმედებებიდან გამომდინარე მმართველური ზემოქმედებები.

მმართველური ზემოქმედება ფაქტურად წარმოადგენს დაგეგმვას, რომელიც თავის თავში შეიცავს ინსტრუქციას თუ რა ახლა როგორ უნდა შესრულდეს. ამავ დროს ის არ არის შესრულებასთან დაკავშირებული მოქმედება და არ გულისხმობს მატერიალური რესურსების უშუალო გარდაქმნას, მაგრამ, როგორც წესია, მიმართულია ისეთი გარდაქმნის პროცესის სრულყოფილად ორგანიზებისაკენ ის (გაიხსენეთ მართვის ჯ. მორისეის განმარტება) გულისხმობს „სხვისი ხელების“ ეფექტიან ამოქმედებას წინასწარ დაგეგმილი შედეგის მისაღწევად. თითოეული მმართველური ზემოქმედება სავსებით გარკვეული აღამიანებისთვისაა განკუთვნილი, რომლებსაც ევალებათ მისი შესრულება, ანდა უფრო ზუსტად, შესრულების ორგანიზება ყოველ მენეჯერს საკუთარი „მართვადობის არე“ გააჩნია, რომელშიც ბუნებრივია მოვალეობით ვეღვა მოქმედება რომლის შესრულებას ის უზრუნველყოფს ორგანიზაციაში საკუთარი მმართველური გადაწყვეტილებებით. სწორედ ეს მმართველობის არე არის ამ შემთხვევაში მენეჯერის, როგორც მართვის სუბიექტის, შესაბამისი მართვის ობიექტი.

ბიბლიოთეკის
აბსტრაქტი

ლოილ ძარჩავა
ეკონომიკის მაგისტრი

„ბიზნესში კომუნიკაცია არის ყველაფერი“
რობერტ კენტი

„ბიზნესი“-ს არსისა და მნიშვნელობის შესახებ მრავალი ლიტერატურა არსებობს არა მარტო უცხოურ, არამედ ქართულ ენაზეც. ამიტომ, მის განმარტებაზე დიდ დროს არ წავიღებთ. მოკლედ და მარტივად რომ ვთქვათ, ბიზნესი ესაა კერძო პირის ეკონომიკური საქმიანობა შემოსავლის, მოგების მიღების მიზნით. ბიზნესი შეიძლება იყოს, როგორც ერთი პირის, ასევე კოლექტიური საკუთრება, ერთი პირისაგან შემდგარი და მრავალი ათასი ადამიანით დასაქმებული. შესაბამისად განასხვავებენ ბიზნესის სამართლებრივ და ორგანიზაციულ ფორმებს, დასაქმებულთა რაოდენობისა და საქონლებრუნვის სიდიდის კრიტერიუმებით ყოფენ მცირე, საშუალო და მსხვილ ბიზნესად და ა.შ. თუმცა, როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, ამ სტატიის მიზანი არ არის ამ საკითხების განხილვა. ჩვენ ვცდილობთ ცალ-ცალკე განვმარტოთ „ბიზნესი“ და „კომუნიკაცია“, მერე კი - „ბიზნეს-კომუნიკაცია“, მისი არსი და როლი ბიზნესში.

„კომუნიკაციის“ არსი. „კომუნიკაცია“ [ლათინურად communicatio] ნიშნავს 1. ერთი ადგილის მეორესთან დაბაკავშირებელ გზა ან კავშირგაბმულობის საშუალებას. მაგ., ქალაქის კომუნიკაციები, ფონების კომუნიკაციები. 2. (ლინგვისტიკაში) ეხის საშუალებით აზრების გადაცემა, ურთიერთობას!

„კომუნიკაცია, ურთიერთობა, განისაზღვრება როგორც ადამიანის მიერ ადამიანისათვის „ინფორმაციის გადაცემა“. ხორციელდება ყოველგვარი საქმიანობის პროცესში მეტყველების ან სხვა ისეთი აქტების მეშვეობით, რომლებიც ნიშნებს იყენებს. მაგალითად ცხოველები კომუნიკაციისას იყენებენ არა ბგერით, არამედ უფრო მარტივ - ხასივნალო საშუალებებს.“²

„კომუნიკაცია - ფართო გაგებით - ესაა ინფორმაციის გაცემა ინდივიდებს შორის სიმბოლოთა საერთო სისტემების საშუალებით.“

¹უცხო სიტყვათა ლექსიკონი, „განათლება“, თბ., 1973, გვ.213.

²ქართული საბჭოთა ენციკლოპედია, ტ.5. თბ., 1980, გვ.618.

ახალი ეკონომისტი

კომუნიკაცია შეიძლება განხორციელდეს ვერბალური და არა-
ვერბალური საშუალებით. განასხვავებენ მექანიკურ და საქმიანობით
მიდგომებს კომუნიკაციის მიმართ. კომუნიკაცია - მექანიკურ
მიდგომაში - ესაა კოდირების ერთმიმართული პროცესი და
ინფორმაციის გადაცემა წყაროდან და ინფორმაციის მიღება
შეტყობინების მიმღების მიერ. კომუნიკაცია - საქმიანობით
მიდგომაში - ესაა კომუნიკაციაში მონაწილეთა (კომუნიკანტების)
ერთობლივი მონაწილეობა, რომლის მსვლელობაშიც შემუშავდება რაიმე
საკითხზე და მასზე ზემოქმედების შესახებ საერთო (გარკვეულ
ზღვარამდე) შეხედულება.“

„კომუნიკაცია; კონტაქტი; ინფორმაციის გადაცემა; ინფორმაციის
გაცვლა; ურთიერთობის ქონა. 2. კავშირი; კავშირის სისტემა (მაგ.
ტელეფონი).“

დღეისათვის „კომუნიკაცია“ უფრო ფართო მნიშვნელობით
გამოიყენება. ინგლისურ-რუსულ ლექსიკონში - Lingvo-10,
„კომუნიკაცია“ განმარტებულია შემდეგნაირად:

„კომუნიკაცია“ (communication) ბიზნესის სფეროში შეიძლება
შეგვადეს შემდეგი მნიშვნელობით:

1. ა) ინფორმაცია, რომელიც გადაიცემა ურთიერთობის პროცესში;
(ინგლისურში არის ასეთი გამოთქმაც, communication gap, რაც ნიშნავს
ორ განსხვავებულ სუბიექტს შორის ურთიერთგაგების არარსებობას);
ბ) ინფორმაციის გადაცემის პროცესი; გ) შეტყობინება, რომელიც
გადაიცემა ზეპირი ან წერილობითი ფორმით;

2. ა) კომუნიკაცია; კავშირი; შეტყობინების საშუალება (რკინიგზა,
ტელეფონი, ტელეგრაფი და ა.შ.). კავშირგაბმულობის სამსახური;
სატელეტურს (თანამგზავრული) კავშირგაბმულობა. ბ) კომუნიკაციის
სახეები.

3. ა) ურთიერთობა; ნაცნობობა, კონტაქტები, კავშირები. ბ)
ურთიერთობის საშუალება.

აღაბიანი, სხვა ყველა ცოცხალი არსებისგან განსხვავებით, სხვა
აღაბიანებზე ზემოქმედების მოსახდენად ისეთ უნიკალურ ინსტრუმენტს
შეუძლია და იყენებს, როგორცაა ენა. ჩვენთვის ხომ წარმოუდგენელია
ცხოვრება მეტყველების გარეშე. ამასთან, დროთა განმავლობაში,
სხვადასხვა გარემო-პირობების ზეგავლენით ჩამოყალიბდა მრავალი
სატელეტურა ეთნიკური, ენობრივი და რასობრივი და სხვა ნიშნებით.
მაგრამ არც ერთი კულტურა არ არსებობს იზოლირებულად. თავისი
სოციალურ-ეკონომიკური პირობების პროცესში ის იძულებულია მუდმივად

ახალი ეპონომისტი

www.glossary.ru

ინგლისურ-ქართული ეკონომიკური ლექსიკონი/ENGLISH-GEORGIAN
ECONOMIC DICTIONARY, „განათლება“, თბ. 1994. გვ. 123

მეცნიერება



ახალი ეპონომიკა

(ქკონდეს ურთიერთობა) მიმართოს თავის წარსულს ან სხვა კულტურის გამოცდილებას. ამ მიმართვამ სხვა კულტურასთან „კულტურათა ურთიერთშემოქმედების“ სახელწოდება მიიღო. ამ ურთიერთქმედებაში ნათელია კულტურათა ურთიერთობა სხვადასხვა ენაზე. საქმე იმაშია, რომ თითოეული კულტურა თავისი განვითარების პროცესში ქმნის ნიშანთა სხვადასხვა სისტემებს, რომელიც მისი მატარებლის თავისებურებას წარმოადგენს. ნიშანთა შექმნა (ჩამოყალიბება) – ორმაგად ადამიანური თავისებურებაა. ცხოველებში არსებული ნიშნები და სიგნალები დაკავშირებულია ცხოვრების ამა თუ იმ სახის ქცევასთან და თავისებურებასთან. ეს ნიშნები ცხოველებში სპეციალურად არ შექმნილა, ისინი ჩამოყალიბდნენ სახეობის ევოლუციის პროცესში და გადაეცემით გენეტიკურად. მხოლოდ ადამიანი ქმნის შეგნებულად თავის ნიშნებს, ის მისთვის არ არის თანდაყოლილი, რამდენადაც კაცობრიობის კულტურის არსებობის ფორმას წარმოადგენს. თუმცა ადამიანის ეს შესაძლებლობა ერთდოულად უცხო კულტურის გაგებისა და მიღების პრობლემას ქმნის.

ბიზნეს-კომუნიკაციის არსის შესაცნობად საჭიროა დავადგინოთ კომუნიკაციის ადგილი და როლი ბიზნესში. მაშინაც კი, როცა ბიზნესი ერთი პიროვნების საკუთრებაა, თვითონ ეწევა პროდუქციის (მომსახურების) წარმოებასა და რეალიზებას, მას ურთიერთობა აქვს ნედლეულისა და მასალების მომწოდებელთან, შეიძლება გამოიყენოს საკუთარი ან დაქირავებული ტრანსპორტი, ის აუცილებლად გაიტანს თავის პროდუქტს (მომსახურებას) ბაზარზე, ანუ მიჰყიდის მომხმარებელს, გარკვეულ გადასახადს იხდის სახელმწიფო და/ან ადგილობრივ ბიუჯეტში და შესაბამის ინფორმაციას აწვდის საგადასახადო და/ან სხვა ორგანიზაციებს, შეიძლება აკეთებს სხვადასხვა სახის რეკლამებს და ა. შ. ეს ყველაფერი კი კომუნიკაციის გარეშე შეუძლებელია. რაც უფრო დიდია ბიზნესის მოცულობა დასაქმებულთა რაოდენობით, საქონელ-ბრუნვით, ფილიალების ქსელით და სხვა ორგანიზაციულ-ფუნქციური სტრუქტურით მით მეტია კომუნიკაციის როლი და ადგილი ამ ორგანიზაციაში.

კომუნიკაციის როლი ბიზნესში ძალიან დიდია და ის მუდმივად იზრდება. როგორც გამოკვლევებმა აჩვენეს, წარმატებული მენეჯერები თავიანთი სამუშაო დროის 50-70 პროცენტს ხარჯავენ კომუნიკაციებზე ანუ მიმდინარე ინფორმაციების მიღებასა და გადაცემაზე.

ამდენი დრო მას სჭირდება თავისი როლის განხორციელებისათვის ისეთი მიმართულებებით, როგორცაა პიროვნებათა შორის ურთიერთობა, ინფორმაციის გაცვლა და გადაწყვეტილების მიღების პროცესი, რომ არაფერი ვთქვათ მმართველობით ფუნქციებზე; დაგეგმვა, ორგანიზება, მოტივაცია და კონტროლი. იმის გამო, რომ ინფორმაციათა გაცვლა აუცილებელია მმართველობითი საქმიანობის ყველა ძირითადი სახეების

შესასრულებლად, კომუნიკაციებს შეიძლება ეწოდოს დამაკავშირებელი კროცესები.

გამოკითხვებმა აჩვენეს, რომ ამერიკელი ხელმძღვანელების 70%, ინგლისელების - 63% და იაპონელების - 85%, თავიანთი ორგანიზაციების წარმატების მიღწევის გზაზე მთავარ დაბრკოლებად კომუნიკაციას თვლიან. წარმატებული ხელმძღვანელები არიან ისინი, ვინც ეფექტურები არიან კომუნიკაციებში.

პარვარდის ბიზნესის სკოლის ყოფილი დეკანის, რობერტ კენტის თქმით: "ბიზნესში კომუნიკაცია არის ყველაფერი".

ბიზნესმენი თავის საქმიანობაში იყენებს საკომუნიკაციო საშუალებებს, კომუნიკაციის ყველა საჭირო ფორმასა და სახეს, მაგრამ ეს ყველაფერი ფუჭი იქნება, თუ ისინი გამოყენებული არ იქნება კომუნიკაბელურად, ანუ ისე რომ ინფორმაციის მიმღები კმაყოფილი იყოს მიღებული ინფორმაციით. კომუნიკაციის საშუალებები ამცირებენ დროსა და ხარჯებს ინფორმაციის გადასაცემად, მაგრამ ინფორმაციის გადაცემის შეუძლია იგი გამოიყენოს, როგორც დადებითად, ასევე უარყოფითად.

ორგანიზაციის (ფირმის) კომუნიკაციური მთხსოვნები დამოკიდებულია ორგანიზაციის საქმიანობაზე მოქმედი გარეგანი გარემოს ფაქტორებზე. ორგანიზაციები სარგებლობენ სხვადასხვანაირი საშუალებებით თავის გარემოცვასთან კომუნიკაციისათვის. ისინი მომხმარებლებთან ურთიერთობას ამყარებენ რეკლამისა და ბაზარზე საქონლის დაწინაურების სხვა პროგრამებით. საზოგადოებასთან ურთიერთობაში პირველხარისხოვანი ყურადღება ეთმობა ორგანიზაციის განსაზღვრულ სახეს, - „იმიჯს“. ორგანიზაციებს ასევე, კავშირი აქვთ სახელმწიფო სტრუქტურებთან, პროფკავშირებთან და საზოგადოებრივ ორგანიზაციებთან.

ბიზნეს-კომუნიკაცია, როგორც საგანი, შეისწავლის ყველა ფაქტორსა და მოვლენას, რომელიც დაკავშირებულია ბიზნესის ფუნქციონირების ყველა ეტაპზე, დაგეგმიიდან დაწყებული და მოგების (ნემოსავლის) მიღებით დამთავრებული, სადაც მასში მონაწილე ადამიანებს ურთიერთობენ, სხვადასხვა ფორმითა და საშუალებებით, რათა მიიღონ და გადასცენ ინფორმაციები შესაბამის ადამიანებს სასურველი მიზნის მიხედვით.

მენეჯერთა სამუშაო დროის უმეტესი ნაწილი ხმარდება საზოგადოებასთან ურთიერთობებს, მოლაპარაკებებს, ინტერვიუებსა და რეზენტაციებს. ესენი კი ინფორმაციის მიღების, გაცვლისა და გავრცელების საუკეთესო საშუალებებია. ყოველივე ზემოთ აღნიშნული მოთხოვნის კოორდინირებას, კოორდინირება კი - კომუნიკაციას, ეს უნდა ემსახურება ორგანიზაციის ძირითადი მიზნების მიღწევას. თუ

ბიზნეს-კომუნიკაცია



როგორი იქნება კომუნიკაცია ეს დამოკიდებულია ინფორმაციის გადაცემისა და მიმღებს შორის ურთიერთობაზე.

ხშირად მეჩვენება უხდებოთ მუშაობა განსხვავებული ინტერესების, მისწრაფებებისა და მოთხოვნილებების მქონე ადამიანებთან. აქედან გამომდინარე შეიძლება ადგილი ქონდეს კონფლიქტურ სიტუაციებს, რაც ხელს უშლის კომპანიის მიზნის ეფექტურად შესრულებას. ამიტომ აუცილებელია მეჩვენება იცოდეს, რომ თითოეული ადამიანი დამოუკიდებელი ინდივიდია, რომელსაც გააჩნია საკუთარი დამოკიდებულება და აღქმა ნებისმიერი სიტუაციისადმი.

ხოგჯერ ღიდერს ახალი მიმართულებით შეიძლება მოუწიოს კომპანიის წაყვანა, რაც გარკვეული ცვლილებების განხორციელებას საჭიროებს. ცვლილებებს კი ადამიანები მაშინ ეწინააღმდეგებიან, როცა არ ესმით რა, რატომ, სად, როგორ და როდის აკეთონ. წარმატების გარანტი ცვლილებების განხორციელებისას თანამშრომელთა სუსტი ინფორმირება და ამ პროცესში მათი ჩართვაა.

კარგი კომუნიკაციის უნარი წარმატების მყარი გარანტია, რადგან ეს საშუალებას აძლევს მეჩვენებს დაამყაროს სასურველი ურთიერთობა კოლეგასთან, მიაღწიოს მისაღებ შედეგს მოლაპარაკების პროცესში, ადვილად დაარწმუნოს სხვები საკუთარი აზრის სისწორეში.

როგორც წესი მაღალი დონის მეჩვენებები რამდენჯერმე შეტანაზრატურებას იღებენ, ვიდრე რიგითი ან დაბალი დონის მეჩვენებები. ისმება კითხვა: რატომ? პასუხი კი მარტივია: თუ რიგითი თანამშრომლისთვის განსაზღვრულია სამუშაო საათები და სხვა სამუშაო პირობები, მეჩვენებრი, ყოველ შემთხვევაში წარმატებული მეჩვენებრი საქმეზე ფიქრობს მაშინაც კი, როცა სეირნობს, როცა ჭამს და როგორც მარჯინ სმოლი ამბობს – „იღწიაკ კი“. ხანდახან მიზნის მიხედვით უფრო მოზანშეწოლილია შეხვედრა არასამუშაო დროსა და/ან არასამუშაო გარემოში.

ინფორმაციის გადაცემა ისე უნდა გადასცეს აღნიშნული, რომ მიმღებისგან სასურველი პასუხი მიიღოს. ეს კი მეცნიერებაც არის და ხელსაყენებაც.

სოკრატე, ძველი ბერძენი ფილოსოფოსი, რომელსაც „ათენელ კრაზანას“ ეძახდნენ. შესანიშნავი ადამიანი იყო, მიუხედავად იმისა, რომ ჩვეუად ჰქონდა ფეხშიშველა სიარული და თანაც 40 წლისამ, ერთიანად გამელოტებულმა, ცოლად მთიყვანა 19 წლის ქალიშვილი. მან გააკეთა ის, რისი გაკეთებაც კაცობრიობის ისტორიაში სულ რამდენიმე კაცმა შეძლო – ძირეულად შეცვალა ადამიანის აზროვნების პროცესი. იღეს, მისი გარდაცვალებიდან 23 საუკუნის შემდეგ, მან ერთ-ერთი უბრძენესი ფილოსოფოსის ადგილი დაიმკვიდრა მათ შორის, ვისაც კი დარწმუნების ხელსაყენებით ოდესმე რაიმე გავლენა მოუხდენია კამათის სენით შეპყრობილ სამყაროზე.

სახელი ეპონომოსტი

მისი მიდგომა, დღეს „სოკრატესულ მეთოდად“ რომ იწოდება, ეფუძნებოდა დადებითი პასუხის მიღებას; ის ისეთ კითხვებს იძლეოდა რომელიც ოპონენტს აიძულებდა მხოლოდ „დიახ“ ეთქვა; ასე, თანდათან ახერხებდა საკუთარი სიმართლის სხვისგან აღიარებას.

„კაცს, რომელსაც სურს ვინმეს რამე გააკეთებინოს, . . . შეიძლება ერთი რჩევა მისცე: პირველ რიგში საჭიროა თვითონ იმას აღუძრათ სურვილი, დააინტერესოთ იგი. ვინც ამას შეძლებს დაიპყრობს მთელ ქვეყანას.“ ამბობს პროფესორი პარი ლევესტრიტი.

ყოველივე ზემოთ თქმული, ეს კომუნიკაციაა, როგორც საზოგადოებაში, ისე ბიზნესში.

ლიტერატურა:

1. უცხო სიტყვათა ლექსიკონი, „განათლება“, თბ., 1973,
2. ქართული საბჭოთა ენციკლოპედია, ტ.5. თბ., 1980,
3. www.glossary.ru
4. ინგლისურ-ქართული ეკონომიკური ლექსიკონი / ENGLISH-GEORGIAN ECONOMIC DICTIONARY, „განათლება“, თბ. 1994
5. Lingvo, 10-ე ვერსია.
6. Покровская Е. А., Лобанов И. Б., БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИИ, М. 2006.
7. დეილ კარნეგი, როგორ მოვიპოვოთ მეგობრები და როგორ ვიმოქმედოთ ადამიანზე, თბ., 1992.
8. Marty Blalock, Why Good Communication Is Good Business, B., 2002.
9. Грушевицкая Т. Г., Попков В. Д., Салохин А. П., Основы межкультурной коммуникации, М. «СНИТИ-ДАНА», 2002.

საქალი ეკონომისტი

თსუ ეკონომიკისა და ბიზნესის ფაკულტეტის
II კურსის სტუდენტები

ხელმძღვანელი: პროფესორი
სოსო მასუზაშვილი

მენეჯმენტის სხვადასხვა სფეროს სპეციალისტებს შორის ალბათ არასოდეს დასრულდება დავა იმის შესახებ, თუ რომელი დისციპლინაა მთავარი ორგანიზაციის მმართველობით საქმიანობაში. მარკეტოლოგთა აზრით ორგანიზაციის წარმატების საიდუმლო მომხმარებლის შესწავლასა და ბრენდის განმტკიცებაში უნდა ვეძებოთ, თავის მხრივ ზოგიერთები აქცენტს კომუნიკაციური ტექნოლოგიების განვითარებაზე და ბიზნესში მის დიდ როლზე აკეთებენ. სინამდვილეში აღმასრულებელ და ფინანსურ დირექტორებს, მარკეტინგისა და საინფორმაციო ტექნოლოგიების მენეჯერებს ერთი რამ აერთიანებთ, ისინი ადამიანები არიან, ადამიანები კი ყველაზე უკეთ მუშაობენ მაშინ, როცა მათ ამის სტიმული გააჩნიათ.

უახლესი გამოკვლევები აჩვენებს, რომ არსებობს დადებითი კორელაცია შრომის მოტივირებასა და ეფექტიანობის მაჩვენებლებს შორის, თუმცა ერთმნიშვნელოვანი და ზოგადი კავშირის მითითება ამ ორ სიდიდეს შორის სირთულეს წარმოადგენს, თუნდაც იმიტომ რომ რაოდენობა მნიშვნელოვანი, პერსონალის მოტივირებისთვის აუცილებელი ფაქტორებისა ძალიან დიდია. კორელაციის ზემოთაღნიშნული დადებითი მაჩვენებლები საინტერესოა იმით, რომ ის ძალაშია ყველა სიდიდის ორგანიზაციაში, სხვადასხვა კულტურებში და ეს ყველაფერი გამოკვლევებით დასტურდება.

ერთ-ერთი ყველაზე ავტორიტეტული მენეჯერ-თეორეტიკოსი, სტენფორდის უნივერსიტეტის (აშშ) პროფესორი, ორგანიზაციული მართვის სპეციალისტი ჯეფრი პეფერი აღნიშნავს, "ადამიანური ფაქტორის მნიშვნელობა მდგომარეობს შემდეგში, ისინი შეადგენენ ორგანიზაციას და ანხორციელებენ მის მიზნებს. პერსონალთან დამოკიდებულების მენეჯმენტი, როგორც ორგანიზაციის მართვის მეთოდების ერთობლიობიდან ამოღება ყოველად მიუღებელია და ყველაზე მეტს კარგავენ ის კომპანიები, რომლის გუნდის წევრებს შორის კონფლიქტი არსებობს."

ადამიანური საჭიროებების, მისწრაფებების და სურვილების ფსიქოლოგიურ კვლევებს ახწლოვანი ისტორია გააჩნია, რამდენიმე მათგანი, როგორებიცაა მასლოუს საჭიროებების იერარქია და თეორია ადამიანთა ბუნების X და Y ტიპებად დაყოფის შესახებ, ნებისმიერი მენეჯერის

ახალი ეკონომისტი

გოსამზადებელ სავალდებულო კურსში შედის. უმნიშვნელოვანესი ამოცანები გადაკეთეს თავად კომპანიებშიც, ისეთები როგორებიცაა Virgin American Airlines არიან, მათ საკუთარი მაგალითით დამტკიცეს, რომ კორპორაციის მოტივირება წარმატების მიღწევის გასაღებია.

მოტივაცია არასდროსაა ხელშესახები, მისი არსის გათვითცნობიერება მხოლოდ საკუთარ თავზე გამოცდით შეიძლება. მოტივაციის არარსებობა ადამიანთა შორის უკმაყოფილებს, ბუნტის და რევოლუციების მიზეზიც კი ხდება, მაშინ როცა მასვე შეუძლია იქცეს ადამიანის აქამდე წარმოუდგენელი გონებრივი თუ ფიზიკური მიღწევების მამოძრავებლად. მოტივაცია ინახავს იქ, სადაც ბრძანების მოქმედება სრულდება, მისი სიცოცხლისუნარიანობის არე კი ფართოა, რადგან ადამიანისთვის, როგორც თავისუფლებიანობა არსებობს, მიუღებელია მხოლოდ ბრძანებით ცხოვრება.

როგორც ზემოთ იქნა აღნიშნული, გამოკვლევები ადასტურებენ კავშირს შრომის მოტივირებასა და ორგანიზაციის წარმატებებს შორის პერსონალის წინაშე დამდგარი ამოცანების გართულებასა და ახალ ტექნოლოგიებზე გადასვლასთან ერთად, ასევე იმის გათვალისწინებით, რომ დღით-დღე იზრდება კომპანიის არამატერიალური აქტივების (რეპუტაცია, სტაბილურობა და ა.შ.) მნიშვნელობა კომპანიის განვითარებისათვის, კავშირის "მოტივაცია - წარმატება" არსებობა უფრო აშკარა ხდება.

ასე რომ, მოტივაცია საჭიროა როგორც მუშებებისთვის (რატომ ვაკეთებ ამ სამუშაოს?) ასევე მენეჯერებისთვის (როგორ უნდა დავეხმარო მუშებს დასახული მიზნის მიღწევას?)

კონკრეტულად აღენაუერი ამბობს, "ჩვენ ყველანი ერთი ცის ქვეშ ვცხოვრობთ. მაგრამ მორიხონტი ყველას ინდივიდუალური გვაქვს". სწორედ ამ საკითხის გარშემო, უფრო ზუსტად გლობალიზაციის მიერ მოტივაციისთვის შექმნილი პრობლემებისკენ იქნება მიმართული ჩვენი შემდგომი მსჯელობა. გლობალიზაცია მართლაც უქმნის პრობლემას მოტივაციას და ეს მხოლოდ მაქსიმალური არ გახლავთ, ყველაფერი გამომდინარეობს იქიდან, რომ რაც ნორმალურია ერთი კულტურისთვის, მეორისთვის აღიქმება როგორც უცნებო.

განხილვაზე გამოიხატება თითქმის ყველა საკითხში, დამოკიდებულება მთავრობის, თუნდაც ბუნების, დროის და კონფლიქტების მიმართ, ემოციურობა და მხგავსი საკითხები... საუკეთესო მოტივაციის თეორიაც კი, თუ ერთ კულტურაზეა აგებული, მარცხისთვისაა განწირული და ცვლილებების საჭიროებს ახალ გარემოში მოხვედრისას. მხელი დასაჯერებელია, მაგრამ ფაქტია, ქვეყნის ისტორია უმნიშვნელოვანეს გავლენას ახდენს მის მანამდროვე მდგომარეობასა და შესაბამისად ამ ეროვნების მუშაკების მოტივირებაზე.

კულტურათა სხვადასხვაობა განსაკუთრებით მტკივნეულად მოტივაციასა და საერთოდ მენეჯმენტში აღიქმება, რადგან კლასიკურად აქ მხოლოდ ერთი მსოფლმხედველობა ფიგურირებს - ანგლოსაქსური. ამ გარეგანად აღზრდილი მენეჯერებისთვის, რომლებიც ეხლა უმსხვილესი, მსოფლიო მასშტაბის კორპორაციების სათავეში დგანან, მხელია იმის გაგება,

ახალი ეკონომისტი



რომ ზოგიერთი მათი თვალსაზრისი სულაც არ არის უნივერსალური. ყველაზე ნათელ მაგალითად, მენეჯერთა განათლების ამ მეთოდებმა ნუსების წარმოსაჩენად, უკანასკნელ წლებში იაპონური და კორეული ფირმების წარმატება იქცა, რომელთა სათავეშიც პირველად ჩადგნენ ადგილობრივი მენეჯერები. ამ თემას, ანგლოსაქსურ მენეჯმენტსა და მმართველობის ხარისხს შორის კავშირს მიუძღვნა თავისი ნაშრომი ედვარდს დომინგესმა (ბედის ირონიით ისიც ამერიკელი გახლდათ) და განაცხადა, რომ აღმოსავლური სკოლა მოტივირებისა ბევრად უფრო ადაპტირებულია თანამედროვე მოთხოვნებთან ბიზნესის მართვის სფეროში.

მნიშვნელოვანი კულტურული სხვადასხვაობა ორგანიზაციის კადრებს შორის უდიდეს პრობლემას წარმოადგენს მულტინაციონალური კომპანიებისთვის, მათგან ზოგიერთი ამჯობინებს, რომ უმაღლეს ხელისუფლებას კომპანიისა მხოლოდ კონტროლის ფუნქცია დაუტოვოს, და შედარებით თავისუფლება მიანიჭოს რეგიონალურ, გეოგრაფიულად დაშორებულ ოფისებს, რომელთა პერსონალიც ადგილობრივი კადრებისგან შედგება. თუმცა დღევანდელ პირობებში არც იმის თქმაა გამართლებული, რომ კომპანიას, რომელიც მხოლოდ ერთ ქვეყანაში ფუნქციონირებს, მაგრამ პერსონალი მრავალეროვანი ჰყავს, ერთიანი მოტივირების სისტემის შემუშავება სარგებელს მოუტანს.

იმ პრობლემათა ბოლომდე ჩამოთვლა, რომელსაც კომპანია აწყდება, როცა მისი პერსონალი ან თუნდაც მენეჯმენტი სხვადასხვაეროვანი პერსონალისგან შედგება, შეუძლებელიც კია, ყველაზე თანამედროვე მაგალითი გერმანული მანქანათმშენებლობის ფირმებია, სპეციალისტთა უმრავლესობა თვლის, რომ მათი წარუმატებლობის უმთავრესი მიზეზი მენეჯმენტის სტილებს შორის კონფლიქტს უკავშირდება, "კრაისლერთან" გაერთიანების შემდეგ რომ წარმოიქმნა.

პიტერ მარტინი, "Financial Times"-სთვის დაწერილ სტატიაში აღნიშნავს, რომ განსაკუთრებული პრობლემები სწორედ ევროპული და ამერიკული კომპანიების გაერთიანებას მოსდევს ხოლმე და ეს ყველაზე მეტად სწორედ კადრების მოტივირების სხვადასხვა მეთოდებში გამოიხატება. "ამერიკული მოტივირების კულტურა უჩვეულოდ ძლიერია, ის მუშავდება ქვეყნის საუკეთესო ბიზნეს სკოლებში, აქვს მხარდაჭერა მთავრობისგან მრავალტორაჟიანი და ძვირადღირებული გამოცემების მეშვეობით, მისი იდეალები დანერგილია ამერიკის წამყვან კომპანიებში და ამიტომაც ევროპელი მმართველებისთვის ძალიან ძნელია მასში რაიმე ახლის და რაც მთავარი ევროპულის, ადგილობრივის შეტანა". - წერს მარტინი.

ჩვენი მსჯელობა უფრო საინტერესო რომ გახდეს, მოდით წარმოვიდგინოთ პიპოთეზური შეხვედრა ამერიკელი, ჩილეელი და ფრანგი მენეჯერებისა ერთ-ერთი ტრანსნაციონალური ორგანიზაციის სათავეში, მათ წინაშე დგას ამოცანა გამოიკვლიონ რამდენად კარგად ხდება კომპანიის პერსონალის მოტივირება გეოგრაფიულად ცენტრიდან დაშორებულ რეგიონებში, თუნდაც სხვა ქვეყანებში.

იკონომისტი

ახალი



მენეჯერი აშშ-დან სთავაზობთ დაუკავშირდნენ IT-დეპარტამენტს, მოვიწვიონ ამ კომპანიის 150 მენეჯერი მთელი მსოფლიოდან, დეტალურად შევსებინებთ მენეჯერების და პიროვნული ტიპების ჩამოყალიბების შემდეგ, დაფონდებული კომპანიის და განყოფილებების სიდიდის მიხედვით, შემდეგ გაანალიზონ მიღებული ინფორმაცია, მენეჯერების განათლებისა და ამ განათლების პროგრამების შესახებ, საჭიროების შემთხვევაში კი იზრუნონ მათ გაუმჯობესებაზე.

ჩიღელი თვლის, რომ უაზრობაა სტატისტიკაზე დროისა და სახსრების დახარჯვა, რადგან წინა ანალიტიკურმა შეკრებამ აჩვენა, რომ მათ შორის არ არსებობს ერთიანი მორალური თანხმობა და ერთიანი მიზნის მიღწევასკენ სწრაფვის აუცილებლობის გააზრება. საჭიროა მოეწიოს შიდა კორპორატიული ღონისძიება, დღესასწაული, სადაც ყველა მენეჯერს განემარტება თუ როგორ ხედავს ხელმძღვანელობა მოცემული პრობლემის გადაჭრის გზებს.

საგარეოა, რომ ამ გუნდის ფრანგი წარმომადგენელი ე.წ. "ეშპაის ადვოკატი" პოზიციას შეიტაცვებს და შეეკამათება ორივე მათგანს უბრალოდ ერთი კულტურისადმი სიყვარულის გამო - გაამტყუნო ორივე, მოკამათე მხარეთაგან.

უფრო მეტიც, ფრანგი და ჩიღელი ინგლისურად, ორივე მათგანისთვის უცნობ ენაზე საუბრობენ (ან თარჯიმანს მიმართავენ), ეს მნიშვნელოვან პრობლემას ქმნის, მაშინაც კი, თუ სამივე ეს მენეჯერი კარგად ფლობს ინგლისურს, კულტურული რეალიები ხომ ყველაზე კარგად მშობლიურ ენაზე შეგიძლია გამოხატო, ანუ ფაქტიურად საუბრობენ, მაგრამ სიტყვასიტყვით ვერ გადმოსცემენ იმას, რაც მათ თავის დროზე ჩიღულ თუ ფრანგულ მენეჯერულ სკოლაში ასწავლეს. თითქმის დარწმუნებით შეგვიძლია განვაცხადოთ, რომ ამ პრობლემაზე მშობლიურ ენაზე საუბრის შემთხვევაში ჩიღელი მენეჯერი აუცილებლად გამოიყენებდა ტერმინს "solidaridad", ხამხრეთ ამერიკულ ესპანურში ეს სიტყვა გუნდური მუშაობის პრინციპს, ხაერთო ძაღისხმევეას აღნიშნავს, მაგრამ მის ინგლისურ თარგმანს ყველა დექსიკონში შეხვდებით როგორც "სოლიდარობა", რაც თითქოსდა მენეჯერის სურვილს ნიშნავს აქცენტი კლასობრივ ბრძოლას ორგანიზაციის პერსონალს შორის და მათი მოტივირებისას სამართლიანობის დაცვაზე გადაიტანოს.

გასაკებაა, რომ მსგავს გუნდს შორის ხაერთო ენა მაღევე დაიკარგება, და მაღე ეს ურთიერთრალღებებით შეიცვლება. გამოცდილი მმართეველი მაშინევე შეამჩნევეს, რომ სხეაობა მათ მიდგომებს შორის კულტურულმა და მენეჯერულ განათლებებს შორის არაერთგვაროვნებამ გამოიწვია, სინამდღეში კი არცერთ მათგანს არ აქონდა ჩაფიქრებულნი კოლეგისთვის ურაცხეოფა მიეყენებინა. უფრო მეტიც, გარკვეული ზომების მიღების შემდეგ ეს გაუგებრობა თავიდანაც კი შეიძლებოდა ყოფილიყო აცილებული, მაგალითად პარალელურად კომპანიაში გამართულიყო სემინართა კურსები, რომლებიც თანამშრომელთა შორის ურთიერთობის ჩამოყალიბებას და ორგანიზაციული სუღის აძღღებას შეუწყობდნენ ხეღს, ხოლო

ახალგაზრდა ეკონომისტი



ფრანგ მენეჯერს ორივე მხარის საწინააღმდეგო არგუმენტების მოძებნის მაგივრად მათ მიერ გამოთქმული მოსაზრებების შედარების გზებს დასწრეობენ. ასევე ადვილად დასაძლევია ღინგვისტური სიძნელეებიც.

ჩვენ შევეხეთ მოტივაციის, როგორც მენეჯმენტის ყველაზე მნიშვნელოვანი და წარმატებისთვის აუცილებელი სფეროს ცნებას და მიმოვიხილეთ მის წინაშე გაჩენილი სიძნელეები თანამედროვე, გლობალიზაციის ეპოქაში. სტატიის ბოლო კი უ. შუტარინოს ერთი ცნობილი ფრაზა გვინდა შემოგთავაზოს, "ისტორია აღწერს და ინახავს არა შესაძლებლობებს ადამიანებისა, არამედ მათ სურვილებს". ასე რომ მენეჯერებო, ყველამ ვისაც წარმატება გინდათ მოიპოვოთ, გაითვალისწინეთ გვერდით მყოფთა სურვილები, თუნდაც ისინი რანგით გაცილებით დაბლა იდგნენ თქვენზე!

ახალი ეკონომისტი

გილა ჩაჩიბაია

ბაია ჩაჩიბაია

თსუ ეკონომიკისა და ბიზნესის ფაკულტეტის
II კურსის სტუდენტები

ხელმძღვანელი: პროფესორი
მთერ ხარაიშვილი

განუსაზღვრელობით გამსჭვალულია მთელი ეკონომიკური ცხოვრება. რისკი ჩვენი ცხოვრების მუდმივი თანამგზავრია. რისკები არღვევენ საგანთა, მოვლენათა საზღვრებს და მათ ქაოსში გადააქვთ ადამიანთა მიზნები, ამოცანები და ის რეალობა, რომელსაც თითოეული ინდივიდი და მთლიანად საზოგადოება ეყრდნობა.

ადამიანების უმრავლესობას არ უყვარს რისკი, მაგრამ ამავე დროს არ შეუძლია ყოველგვარი რისკის ძირეული აღმოფხვრა.

რისკი - ეს არის არასასურველი მოვლენის მოხდენის შესაძლებლობა. თანამედროვე ეკონომიკაში, ბიზნესისა და საოჯახო მეურნეობათა

ფუნქციის დროს, სულ უფრო მეტი ყურადღება ეთმობა განუსაზღვრელობისა და რისკის ფენომენს. საყოველთაოდ ცნობილია, რომ ბიზნესი დაკავშირებულია რისკთან და გაურკვეველობასთან. ბიზნესის ზოგიერთ დარგში ინვესტიციები დღეს კეთდება იმ იმედით, რომ წარმოება მომგებიანი იქნება მომავალში. ინვესტიციები იღება მომავალი ფასების მძველად. შედეგად ეს ადასტურებს, რომ ბიზნესი სარისკო საქმეა.

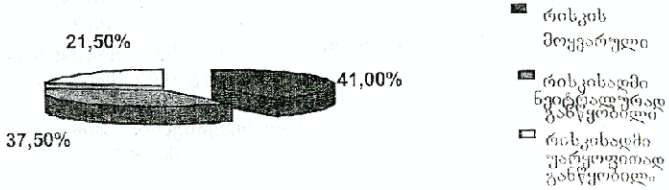
რისკისადმი ადამიანების დამოკიდებულება განსხვავებულია. რისკისადმი დამოკიდებულების მიხედვით ადამიანებს ყოფენ სამ კატეგორიად: რისკის მოყვარულნი, რისკისადმი ნეიტრალურად და უარყოფითად განწყობილნი.

ადამიანების უმრავლესობა, როგორც წესი, ცდილობს რისკებისაგან თავის არიდებას და განსაზღვრული სიტუაცია ურჩევნია განუსაზღვრელს. თანაბარი სარგებლიანობის მომტანი გადაწყვეტილებებიდან ადამიანები ურჩევენ იმას, რომელიც ნაკლები რისკით ხასიათდება. მაშასადამე, ნებისმიერი საქმიანობა, რომელიც ამცირებს განუსაზღვრელობასა და რისკს, ამაღლებს ეკონომიკურ კეთილდღეობას. სწორედ ასეთი საქმიანობის შემსრულებლები არიან სადაზღვევო კომპანიები.

დაზღვევა რისკის შემცირების ერთ-ერთი ძირითადი საშუალებაა. მას მომართავენ როგორც ფიზიკური, ასევე იურიდიული პირები. ისინი სადაზღვევო კომპანიებს განსაზღვრულ თანხას (სადაზღვევო პრემიას) უხდიან დაზღვევის პოლისის მისაღებად, რაც სადაზღვევო კომპანიას უზღუდულებს დამზღვევ პირს დაკარგული ქონება აღნაზღაუროს.

ახალი ეკონომისტი

იმის გამოსაკვლევად დღეისათვის როგორი დამოკიდებულებაა რისკისა და დაზღვევისადმი, ჩავატარეთ საანკეტო გამოკითხვა. გამოვიკითხეთ 200 რესპოდენტი. რისკისადმი დამოკიდებულების გასარკვევად მათ დავუსვით კითხვა: რისკის მიხედვით ადამიანთა რომელ კატეგორიას მიეკუთვნებით? შედეგები განაწილდა შემდეგნაირად:



დიაგრამა 1. რისკისადმი დამოკიდებულების მანვენებლები

გამოკითხულთა ურავლესობამ – 41%-მა თავი ჩათვალა რისკის მოყვარულად. ეს იმით აიხსნება, რომ გამოკითხულთა 49.50%, ანუ აბსოლუტური უმრავლესობა იყო 25 წლამდე ასაკის (იხ. დიაგრამა 1). ზოგადად ცნობილია, რომ ამ ასაკობრივ კატეგორიაში რისკისადმი დადებითი დამოკიდებულება ადამიანთა უმეტესობას გააჩნია.

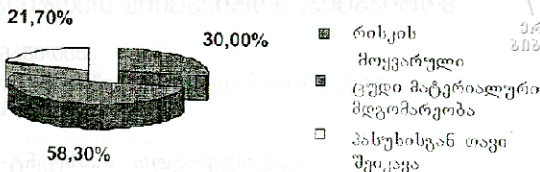
კვლევაში ასევე გამოავლინა გამოკითხული 200 ადამიანიდან თუ რამდენს პქონდა სადაზღვევო პოლისი, დასმულ კითხვაზე – სარგებლობთ თუ არა სადაზღვევო პოლისით? შედეგები ასეთია: 40.00% (80 ადამიანი) სარგებლობს სადაზღვევო პოლისით, ხოლო 60.00% (120 ადამიანი) არ სარგებლობს (იხ. დიაგრამა 2).



დიაგრამა 2. სადაზღვევო პოლისით სარგებლობის მანვენებლები

კვლევის პროცესში გამოავლინეთ ის ფაქტორები, რომლებიც განაპირობებენ დაზღვევის არქონის ასეთ მაღალ პროცენტს. კითხვაზე თუ რატომ არ სარგებლობდნენ სადაზღვევო პოლისით, შედეგები განაწილდა შემდეგი სახით: 30.00% (36 ადამიანი) არის რისკის მოყვარული და არა აქვს სურვილი ისარგებლოს სადაზღვევო პოლისით, 58.30% (70 ადამიანი) ცუდი მატერიალური მდგომარეობის გამო არ სარგებლობს სადაზღვევო პოლისით, ხოლო მიზეზის დასახელება არ ისურვა 11.70%-მა (14 ადამიანმა) (იხ. დიაგრამა 3).

ახალი ეკონომისტი



დიაგრამა 3. სადაზღვევო პოლისით სარგებლობის შემაფერხებელი ფაქტორები

სადაზღვევო პოლისის არმქონე რესპოდენტებს გამოვეითხეთ ჰქონდათ თუ არა მათ მომავალში დაზღვევის სურვილი: თანხმობა განაცხადდა 72.50%-მა (87 ადამიანი), ხოლო სურვილი არ აქვს 27.50%-ს (33ადამიანი), (იხ. დიაგრამა 4).



დიაგრამა 4. სადაზღვევო პოლისის არმქონე რესპოდენტთა დაზღვევის შესაძლებლობები

გამოკვლევამ ნათელი სურათი მოგვცა იმის შესახებ, რომ სადაზღვევო ბაზარი დღეს საქართველოში განვითარებულია და მომავალშიც წარმატებით გააგრძელებს საქმიანობას. არებობენ ფაქტორები, რომლებიც აფერხებენ სადაზღვევო კომპანიების ზრდას. პირველ რიგში შეიძლება დავასახელოთ მოსახლეობის მიმღე მატერიალური მდგომარეობა, ხელის შემშლელ ფაქტორთა შორისაა, ასევე ინფორმაციის სიმწირე, მორალური საფრთხეები და არახელსაყრელი შერჩევა. გამოკითხული დაზღვევის არმქონე პირთა 72%-ს სურს რომ მომავალში ჰქონდეს დაზღვევა. ეს იმის ნათელი დადასტურებაა, რომ სადაზღვევო ბაზარი კიდევ უფრო გაიზრდება და ბიზნესის წარმატებული სფერო გახდება.

ლიტერატურა:

1. ეხარაიშვილი, ა. გაგნიძე, მ. ჩაველიშვილი, ი. ნაცვლიშვილი, მ. ნაცვალაძე, მიკროეკონომიკა
2. ა. ხილაგაძე, ჯ. კახიანიშვილი, ე. მექვაბიშვილი, მიკროეკონომიკა
3. დ. ბეგი, ს. ფიშერი, რ. დორნბუში, ეკონომიკა
4. ნ. ლუკვაბა, სადაზღვევო ბაზარი საქართველოს გარდამავალ ეკონომიკაში
5. <http://www.swlearning.com/economics/nicholson/theory9e/> html

ახალი ეკონომიკა



თსუ ეკონომიკისა და ბიზნესის ფაკულტეტის
II კურსის სტუდენტი

ხელმძღვანელი: ასისტენტ-პროფესორი
ვახტანგ პატიკა

ახალგაზრდა ეკონომისტი

მოტივაცია - ადამიანის მიერ გარეთა (სტიმულები) და შიგნით (მოტივები) ფაქტორების კომპლექსური ზემოქმედებით განსაზღვრული ქცევის ამა თუ იმ ტიპის შეგნებული არჩევის შინაგანი პროცესი.

პერსონალის მართვა, როგორც მართვის სპეციფიკური ფორმა. პერსონალის მართვა ესაა ყველა ორგანიზაციისთვის დამახასიათებელი მმართველობითი საქმიანობა, რომლის მიზანია, ორგანიზაციის პერსონალით უსრულეველად, მისი რაციონალური გამოყენებისა და ადამიანთა მოტივაციის მიზნობრივი მართვის საფუძველზე, საწარმოსა საქმიანობის საუკეთესო საბოლოო შედეგის მიღწევა. პერსონალის შერჩევა დაქირავების, საშტატო ვადადგილების, კარიერის მუხეჯმენტის, ტრენინგისა და განვითარების აქტივობებში პერსონალის შრომითი მოტივაციის საკითხს შეტად მნიშვნელოვანი ადგილი უკუიარავს. ყველაფერი ეს, უპირველეს ყოვლისა, იმიტომ გამოწვეულია, რომ ბიზნესის ფუნქციონირება ადამიანის, ინდივიდის საქმიანობაზე დამოკიდებულია - ადამიანი, როგორც ბიზნესის ცენტრალური ფიგურა, საჭიროებს კოორდინაციას, მოტივაციას, რათა მისი გონებრივი და ფიზიკური ძალისხმევა მიმართული იყოს ბიზნესის, ორგანიზაციის ამოცანებისა და მიზნებისაკენ.

ადამიანური რესურსების ერთ-ერთი თანამედროვე ტენდენციაა - მოტივაციის პრინციპებისა და სისტემების ცვლილება. იმისათვის, რომ უკეთ წარმოვიდგინოთ თუ, როგორ იცვლებოდა მოტივაციის პრინციპები, შევეცადეთ და მოვიყვანოთ წარსულიდან რამდენიმე ფაქტი.

XIX საუკუნეში შრომის პირობები ბარბაროსული და არადამაკმაყოფილებელი იყო - 12-14 საათიანი სამუშაო დღე, 6-7 დღიანი სამუშაო კვირა, უსაფრთხოების უგულებელყოფა, დაბალი ანაზღაურება და მუშების სამართლებრივი დაცვის არარსებობა.

ერთ-ერთი ამგვარი გამონაკლისი დაქირავებული მშრომელების ინტერესების უგულებელყოფის პრაქტიკიდან იყო XIX საუკუნის დასაწყისში შოტლანდიელი მეწარმის რობერტ ოუენის (Robert Owen) (1771-1858) მაგალითი, რომელმაც პირველმა გამოიყენა თანამედროვე წახალისების სისტემა. უეჩი ავსიდა თავის საფეიქრო საწარმოს თანამშრომლებს "ცოცხალ მანქანებად" და მანდა, რომ მათი "სამუშაო მდგომარეობაში" შენარჩუნება ასევე მნიშვნელოვანია. მის მოსაზრებას ცოტა თუ იზიარებდა, მაგრამ საუკუნის ბოლოს მეწარმეებმა საზოგადოებრივი ძალების გავლენის გამო დაიწყეს ფიქრი იმის თაობაზე, რომ ბევრად გონივრულია შეუდგნენ საკუთარი მუშების მოტივაციას.

ხელმძღვანელები დიდ შეცდომას უშეგებენ, როცა ხელქვეითებში მხოლოდ სამართაობა ექტებს ხელავენ და არა მოაზროვნე და მგრძობიარე არსებებს. ასეთ დროს ძალზე

ეკონომისტი
თბილისი
საზოგადოებრივი
მედიის ცენტრი

როსულა აძიულო სამუშაო კოლექტივი იმუშაოს ორგანიზაციის მიზნებისა და ამოცანებისთვის ისე, როგორც ხელმძღვანელობას სურს, ანუ ეფექტიანად და კეთილსინდისიერად.

მოტივირება და მათი საქმიანობის ქცევის მართვა მხოლოდ, მაშინ არის შესაძლებელი, როცა ხელმძღვანელმა იცის თუ რას წარმოადგენს თვით ადამიანი, როგორია მისი საქმიანობისა და ქცევის შინაგანი მოტივები და გარეგანი სტიმულები. ამიტომ არის რომ, ვამბობდი და წარმავალი მხეველები კოლექტივის ცდილობენ გაითვალისწინონ თანამშრომლის ძირითადი მიზნები, მისი ცხოვრებისეული ფასეულობები, საქმიანობები და ამის საფუძველზე მთავრდონ მათზე ზეგავლენა.

მოტივაციაზე საუბრისას ჩვენ ვეხებით შემდეგ საკითხებს: ა. რა ანიჭებს ადამიანს ქცევას ენერჯიას? ბ. რა მართავს ამ ქცევას? გ. როგორ ვინარჩუნებთ ამ ქცევას?

ტერმინი ძლიერად მოტივირებული მუშაკი გულისხმობს ადამიანს, რომელსაც ცდილობს კარგად შეასრულოს სამუშაო, აღიარებს ორგანიზაციის მიზნებს და მთელ ძალას და მონდობას მათ მისაღწევად მიმართავს. მოტივაცია მეტად კომპლექსურია. ჩვენ იშვიათად ემოქმედებთ რაიმე სიტუაციაში მხოლოდ ერთი მოტივის გავლენით, რადგან მრავალფეროვანი მოთხოვნილებები და სურვილები გვაძობიანებს, რომელთაცან ზოგი ავსებს, ზოგი კი ეწინააღმდეგება ერთმანეთს.

პერსონალის შრომითი საქმიანობის მოტივაციაში ივლისსმება შრომითი საქმიანობისადმი შემაჯავებელი, შინაგანი და გარეგანი მამოძრავებელი ძალების ერთობლიობა. იგი ამ საქმიანობას აძლევს განსაზღვრული მიზნების ძალწევაზე ორიენტირებულ მიმართულებას.

სტიმულირება კი არის ადამიანის შრომითი ქცევის მართვის მეთოდი. იგი გულისხმობს ადამიანის საქმიანობას მამოძრავებელი მოტივების საშუალებით, პერსონალის ქცევაზე მიზანმიმართულ ზემოქმედებას. სტიმულირება უნდა შეესაბამებოდეს მომავლის მოთხოვნილებებს, ინტერესებსა და შესაძლებლობებს.

მოტივაცია და სტიმულირება, როგორც შრომის მართვის მეთოდები, საპირისპირო მიმართულებასაა. პირველი მიმართულია არსებული მდგომარეობის შეცვლაზე, ხოლო მეორე მის გამტკიცებაზე, ამასთან ისანი ერთმანეთს ავსებენ.

მოტივაცია ეს არის ადამიანის მიერ ვარუთა (სტიმულები) და შიგა (მოტივები) ფაქტორების კომპლექსური ზემოქმედებისა განსაზღვრული ქცევის ამა თუ იმ ტიპის შეგნებული არჩევის შინაგანი პროცესი. მოტივაციის ფორმირება ხდება ინდივიდის სოციალიზაციის პროცესში, მისი ცხოვრების სოციალურული გარემოს ზემოქმედებით. აქვე უნდა აღინიშნოს რომ თავად ადამიანის უარმირებაზე მოქმედებს სამი ფაქტორი: გენოტიპი, ცხოვრების პირობები და გარემოქმედელი, თვით ადამიანის ზემოქმედებითი საქმიანობა.

პერსონალის მართვის საკითხებზე მომუშავე მკვლევართა უმეტესობა გამოყოფს მოტივაციის შემდეგ სამ ტიპს:

- I - მომუშავეები, რომლებიც უქეტესად ორიენტირებულნი არიან შრომის შინაარსანობისა და მის საზოგადოებრივ სარგებლიანობაზე;
- II - მომუშავეები, რომლებიც უმეტესად ორიენტირებულნი არიან შრომის ანაზღაურებასა და სტატუსის ფასეულობებზე;
- III - მომუშავეები, რომლებთანაც სხვადასხვა მაჩვენებელია დაბალანსებული. ახლა ჩვენს ქვეყანაში, ეკონომიკის განვითარების არსებული დონიდან გამოდინარეობს ძირითადი მასის მოტივაციური პირთა ემყარება შრომის მაღალ ანაზღაურებას, ანუ მოტივაციის II - ტიპს.

ახალგაზრდა ეკონომისტის გვერდი



როგორც უკვე ხედავთ მუშაობისათვის წამქეზებელი მოტივები ეფექტური და ძლიერი ზემოქმედებას საწარმო კოლექტივზე. მოტივაციის ფორმულა შეიძლება ჩაითვალოს შემდეგნაირად: მწარმოებლურობა = ცოდნა + უნარი + მოტივაცია

ნებისმიერი დონის ორგანიზაციაში, თუ კოლექტივის მართვა ცუდად არის დაყენებული, მოტივიც მუშაობისთვის და შესაბამისად საქმიანობის პროდუქტიულობაც ასეთივე დონეზე იქნება.

კოლექტივის ფსიქოლოგიური მდგომარეობა არის ის, რასაც ყველა ხელმძღვანელი დიდ ყურადღებას უნდა უთმობდეს. ვინაიდან ეს მდგომარეობა ხასიათდება პერსონალის წყვეტით თავიანთი სტატუსით დაკმაყოფილების ხარისხით. მასზე მოქმედებს ისეთი ფაქტორები როგორცაა: სამუშაოს შინაარსი, ხასიათი და ადამიანთა დამოკიდებულება მათადმი, წახალისების მდგომარეობა, დაწინაურებასთან დაკავშირებული პერსპექტივა, და სხვ.

მოტივაცია ადამიანის საუკეთესო თვისებების გამომჟღავნებაა. თქვენ შეგიძლიათ ქვეყნადომები სხვადასხვა მეთოდების გამოყენებით ააშუშავოთ. დასჯა ან წახალისება არის ის ძირითადი მეთოდები, რომლებიც ორგანიზაციაში ყველაზე ხშირად გამოიყენება. ფროიდი ამბობს: "იმისათვის რომ ადამიანებმა შეასრულონ რაიმე სამუშაო, ისინი უნდა დააკვიდროთ, აიძულოთ, დააშინოთ ან დასაჯოთ".

ორგანიზაციის ეფექტიანი მუშაობისთვის, ხელმძღვანელებმა უნდა გაითვალისწინონ პიროვნული ფაქტორი, შეცვალონ დამოკიდებულება თანამშრომლების მიმართ და დახეწონ მოტივაციის პოლიტიკა. სასურველი შედეგის მიღწევა მანამდე იქნება შეუძლებელი, სანამ შეხედულებებს არ შეიცვლით და ხალხს აღარ ალვიკვამთ, როგორც ჭანჭიკებს და დაიჯერებთ. რომ ისინი პროდუქტიული რესურსები არიან. ეს თავისთავად გულისხმობს მათი მოტივაციის მეთოდების რადიკალურ ცვლილებას.

ახალგაზრდა ეკონომისტები

—დან	—ჭ
<p>მანქანის უნიშვნლო ნაწილები შეცდომების წყარო პროდუქტულობის მიზნები საერთო კონტროლი დამორჩილება ფიზიკური მონღონება იძულება მთავარი რესურსები</p>	<p>იძულების წყარო კარგად მუშაობის სურვილი პარაქეტის განვითარება ქნაუნიანი შემოქმედებითობა, პლასტიკურობა ვალდებულება</p>

ძველად მოტივაციის თეორია დაფუძნებული იყო მოსაზრებაზე, რომ ფული — ეს ერთადერთი სტიმულია. მოტივაციის კლასიკური თეორიის ყველაზე ცნობილი "მოქალაქე" იყო ფრედერიკ უ. ტეილორი (**Frederick Winslow Taylor**) (1856-1915), რომელსაც მეცნიერული მართვის, მამას უწოდებდნენ. შრომის დანაწილების მყარი მიმდევარი ტეილორი ყოფდა სამუშაოს წერილ ოპერაციებად. იმისთვის, რომ შედეგი ერთდროულად ყოფილიყო საკმაოდ ეფექტური და გაზომვადი. შემდეგ ის საზღვრავდა ყოველი ოპერაციისათვის წარმოების კონკრეტულ ზღვარს და ადგენდა ქვითებს ან გამოიმუშავების მინიმალურ ნორმებს, რომლებსთვისაც მისი ვარაუდით,



ყოველ წუთს უნდა მიუღწია. ამ სისტემაში შექმნა მსლაური სტიმული შრომის ნაყოფიერებას გაზრდისთვის.

მოტივაციის კლასიკური თეორია კარგად მუშაობდა XX საუკუნის დასაწყისში. მაგრამ შემდგომ თავისი შესაძლებლობები ამოწურა. დღესდღეობით უკვე ყველასათვის ნათელია რომ ფული არ არის ერთადერთი სტიმული ადამიანების მუშაობისთვის.

ვამოკვლევებმა მოტივაციის სფეროში აჩვენა ის, რომ ადამიანის საქმიანობაზე დიდ ზეგავლენას ახდენს გარემო, კერძოდ, სოციალური ძალა. მხოლოდ და მხოლოდ ის ფაქტი, რომ ვინმე ყურადღებას უთმობს თანამშრომლებს, განაპირობებს მათი შრომის ნაყოფიერების ზრდას.

გადავხედოთ მოტივაციის შესახებ თანამედროვე შეხედულებების შექმნის პროცესს. არსებობს მოტივაციის განსხვავებული თეორიები, რომლებიც შეიძლება პირობითად 2 კატეგორიად დავყოთ ე.წ. "შინაარსობრივი" თეორიები და "პროცესუალური" თეორიები.

შინაარსობრივი თეორიები ეფუძნება იმ შინაგანი მოთხოვნილებების იდენტიფიკაციას, რომელიც აიძულებს ადამიანს მოიქცეს ასე და არა სხვაგვარად. ამ თეორიებში აქცენტირებულია, თუ "რა" ახდენს მუშაობის მოტივირებას. ხოლო პროცესუალური თეორიების ინტერესის საგანია, თუ "როგორ" გარდაიქმნება მოთხოვნილება სასურველ ქცევად. მიუხედავად რიგ საკითხებში მნიშვნელოვანი განსხვავებისა პროცესუალური და შინაარსობრივი თეორიები არ შეიძლება უსაიფრთგაბოძრივად მოდელად ჩააყალიბოს. ჩვენი დეტალურად იქნება განხილული შრომითი მოტივაციისა და კმაყოფილების ძირითადი მოდელები.

მოთხოვნილებების (need) თეორიები – რატომ ვმუშაობთ და ვაქსოვთ საქმიანობაში გარკვეულ მონდობებს? როგორ უნდა წარმართოთ ადამიანთა ძალისხმევა ორგანიზაციული მიზნებისკენ? ეს თეორიები თავდაპირველად ჩამოყალიბდა მოტივაციის ასახსნელად და ამტკიცებდა, რომ ადამიანებს აქვთ განსაზღვრული ფიზიოლოგიური და ფსიქოლოგიური მოთხოვნილებები, რომლებიც შეიძლება დაკმაყოფილდეს შრომითი საქმიანობით.

მენრი მიურეის მანიფესტური საჭიროებების თეორიაში საუბარია 20-ზე მეტ მოთხოვნილებაზე (მაღწევის, აფილაციის, გაგების, თამაშის, სექსის, აგრესიის და ა.შ.) რომელიც ავტორის აზრით, პიროვნების ძირითად თავისებურებებს ქმნის. მართალია მგულა მოთხოვნილება პოტენციურად საზნაბარი მნიშვნელობისაა, მაგრამ მიურეის თეორია უმეტეს, რომ ადამიანებს შორის არსებობს მუდმივი განსხვავებები მოთხოვნილებების სურთო ფასეულობის მიხედვით. მიურეის შედარებით უფრო რთული ხასტემის გამოყენებით შესაძლებელი ხდება იმ საბუშაობების წინასწარმეტყველება, რომელიც მაღალი ხარისხით დაკმაყოფილების განსხვავებული მოთხოვნილების მქონე ადამიანებს.

მასლოუს მოთხოვნილებათა იერარქია. 1940-იან წლებში ამერიკაში პროფესორმა აბრაამ მასლოუმ (**Abraham Maslow**) (1908-1970) ადამიანთა ხუთი მოთხოვნილების იდენტიფიცირება მოახდინა, რომლებიც მზარდი მასშტაბებით შეაფასა.

იმ დროს, როცა ეს მოდელი შემოიტანეს, ორგანიზაციათა უმეტესობა წარმოადგენდა მხოლოდ იერარქიულ ბაზრორგანიზაციას, კადრების მოტივირებისთვის ძირითადად გამოიყენებოდა ფული, სამსახურის დაკარგვის შიში, დაწინაურება ან ჩამოქვეითება, უდიდესი მიღწევა, რომელსაც მასლოუს მიძლეა უზრუნველყოფდა, იყო ის, რომ იგი გვიჩვენებდა ადამიანთა მოთხოვნილებების დაკმაყოფილების მოტივაციის ძალას და პიროვნულ განვითარებას

ახალი ეპონომისტი

ახალბაზრდა მძონომისთვის გვერდი

სამსახურში მან შემოგვთავაზა "ვარე" სტიმულატორების გაერთიანება "დამახასიათებელი" სტიმულატორებთან.

მასლოუ ამტკიცებდა, სანამ ადამიანები ვერ მოახერხებდნენ თვითრეალიზაციას, ვერც ისინი და ვერც ორგანიზაცია ვერ მიღწევენ მუშაობის სასურველ დონეს. ხუთი მოთხოვნის ძირითადი ნიშნები ნაჩვენებია ნახ.1-ზე

5) თვითაქტუალიზაცია (თვითრეალიზაცია)	— მთელი პოტენციალის გამოყენების მოთხოვნა, შემოქმედებითობა, მნიშვნელოვან საქმეში მონაწილეობის შეგრძობა;
4) თავმოყვარობა, რეპუტაცია (დაფასება)	— პირადი ღირსების შეგრძობის, აღიარების, პატივისცემის მოთხოვნა, არაც დაზარალებულია მიღწევებზე;
3) სოციალური	— მოთხოვნა იმისა, რომ იყო ვსუფის წევრი, მოსაძიეთ კოლეგების აღიარება, მიღობ და გასკეთ სიყვარული და სიბობ;
2) უსაფრთხოება	— გარშემო არსებული საფრთხისაგან დაცვა, სტაბილურობის მოთხოვნა;
1) ფსიქოლოგიური (ფიზიოლოგიური)	— მიმშილი, წყურვილი, სკესი, საცხოვრებელი, ასიცოცხლოდ აუცოცხლოდ მოთხოვნები

ნახ.1

ამ თეორიის წყალობით შენეჯერებმა შეიტყვეს, რომ პერსონალის მოტივაცია განისაზღვრება მოთხოვნებთან ფართო სპექტრით.

მიუხედავად მასლოუს იერარქიის პოპულარობისა, სხვადასხვა ტიპის კვლევებმა, არ დაადასტურა მოთხოვნებთან ხუთ საფეხურიანი იერარქიული სტრუქტურის არსებობა. მასლოუს თეორიას ძირითადად აკრიტიკებენ იმის გამო, რომ მან არ გაითვალისწინა ინდივიდუალური თავისებურებები.

აღდერფერმა (1972) შემოგვთავაზა სამი საჭიროების მოდელი:

- არსებობა - ემთხვევა მასლოუს პირველ ორ მოთხოვნის, ფსიქოლოგიურს და უსაფრთხოებას.
- კავშირები - უნდა დაერწმუნდეთ, რომ ვართ ოჯახის, საზოგადოების, სამუშაო ჯგუფის წევრები და ვგედა პატივს გვცემს.
- ზრდა - ჩვენი პოტენციალის განვითარება და შესაძლებლობების გამოყენება.

მასლოუს მსგავსად, იგი ამტკიცებს, რომ ადამიანები მიდრეკილნი არიან, დაკმაყოფილნი სულ უფრო და უფრო მეტი მოთხოვნის, როგორცაა: კავშირები და ზრდა, იმ შემთხვევაში, როცა არსებობის მოთხოვნები უკვე დაკმაყოფილებულია.

როჯერსის თეორიის მიხედვით ადამიანის წამყვანი მოტივაცია თვითაქტუალიზაციის ტენდენციაა. ადამიანები შესაბამის პირობებში ასდენენ არა თვითშენარჩუნების პრიმიტიული ინსტიქტების, არამედ უმაღლესი ღირებულების რეალიზაციას.

ახალი ეპონომისტი



პაკმანისა და ოლდჰემის შრომითი მახასიათებლების მოდელის მიხედვით აღმაინებები იყოფა ორ ჯგუფად: ერთანი - რომელთაც დაბალი ზრდის მოტივაცია განიჭავს და მეორენი, ვისაც ეს მოთხოვნილება ძლიერად აქვთ ვანვითარებული. სწორედ ეს უკანასკნელნი რეაგირებენ სამუშაოს ისეთ მახასიათებლებზე, როგორცაა დავალებათა წრავალფეროვნება, მინიშვნელობა და ა.შ.

ჰერზბერგმა (1974) მოტივაციის ფაქტორები "ჰეცენაღ" და "სტიმულატორებად" დაყო. *ჰეცენის ფაქტორება* ვარე ფაქტორები - ზელფასი, სამუშაოს უსაფრთხეობა, პარადი ურთიერსობები, მუშაობის პირობები. ჰერზბერგის თქმას, მათ არ შეუძლიათ ჩვენი მოტივირება, მაგრამ თავისუფლად შეუძლიათ გამოიწვიონ უკმაყოფილება, თუ ვერ დაეკმაყოფილებთ მინიმალურ მოთხოვნებს. *სტიმულატორება* უმთავრესად შიდა ფაქტორებია, ესენია: მიღწევალობა, აღიარება, პირადი ზრდა და სხვ.

ჰერზბერგს სჯერა, რომ, თუ ჩვენ ნამდვილად გვინდა პერსონალმა თავისი წილილი შეტიაროს საჭიანობაში, მაშინ მინიმუმამდე უნდა დავიყვანოთ ჰეცენის ფაქტორებით გამოწვეული უკმაყოფილება.

მაკლელანდის თეორიაში ძირითადი ყურადღება ეთმობა 3 მოთხოვნილებას, ესენია: მიღწევის, აფილაციისა და ძალაუფლების მოთხოვნილებები. *აფილაცია* - არის გარშემომყოფებთან ემოციურად მნიშვნელოვანი კონტაქტების, აბლო მეგობრული ურთიერსობების დამყარების სურვილი.

მაღალი *აფილაციის* მოთხოვნილების მქონე აღმაინებები შეიძლება მოტივირებულნი იყვნენ ისეთი სამუშაოთი, რომელიც სოციალური კავშირების რეალისაციის საშუალებას იძლევა. *ძალაუფლების მოტივაცია* - ეი ძალისა და გავლენის ფლობის სურვილია. *მიღწევის* მაღალი მოტივაციის მქონე აღმაინებები ხასიათდებიან ენერგიულობით, მოთხოვენ მტ ყურადღებას გარშემომყოფთა მხრიდან. *ძალაუფლების* მაღალი მოთხოვნილების მქონე აღმაინებებს ზმარად იზიდავთ მართვის პროცესი.

ატკინსონის მიღწევის თეორიის მიხედვით მიღწევაზე ორიენტირებული პიკევის ხიძლიერე დამოკიდებულია იმაზე, თუ რამდენად ვადაწონის მიღწევის მოტივი წარუმატებლობის მიშპაპროვინება მაღალი მიღწევის მოტივაციით და წარუმატებლობის ზმის დაბალი დონით ირჩევს საშუალო სირთულის ამოცანას, რადგანაც ის უქმნის წარმატების რეალურ შეხიძლებლობას. ხილო წარუმატებლობის შიშით შეპყრობილი პიროვნება ირჩევს ან ძალიან მარტივ, ან ძალიან რთულ ამოცანას, რადგანაც პირველ შემთხვევაში აუცილებლად მიადრწევს მიზანს, მეორე შემთხვევაში კი წარუმატებლობას გამართლებს ამოცანის მეტისმეტი სირთულით.

პროცესუალური თეორიები. როგორც ვნახეთ შინაარსობრივი თეორიები ძირითადად ეფუძნება მოთხოვნილებებსა და მასთან დაკავშირებულ საკითხებს. პროცესუალური თეორიები მოტივაციას განიხილავენ განისხავებული კუთხით. პროცესუალური თეორიები არ უარყოფენ მოთხოვნილებების არსებობას, მაგრამ თვლიან, რომ აღმაინის ქცევა განისაზღვრება არა მხოლოდ მოთხოვნილებებით, არამედ სიტუაციასთან დაკავშირებული ფაქტებისა და მოლოდინების ფუნქციასთან.

ვალენტობა-დაჯილდოება-მოლოდინის თეორია. ვრუმის თეორიის თანახმად, მოთხოვნილება არ არის შრომითი აქტივობის ერთადერთი აუცილებელი პირობა. ვრუმი შრომით მოტივაციაში სამ ძირითად ფაქტორს გამოყოფს: მოლოდინი, დაჯილდოება და ვალენტობა. მოლოდინი შეგვიძლია განვმარტოთ, როგორც აღმაინის მიერ კონკრეტული საქმიანობის შედეგად განსაზღვრული ქმელებების აღბათობა.

ბიბლიოგრაფია

ახალგაზრდა ეკონომისტის გზიკრი

ამ თეორიის თანახმად, დახარჯულ შრომასა და რეზულტატს შორის ყოველთვის არის გარკვეული მიმართების მოლოდინი. თუ ადამიანი გრძნობს, რომ დახარჯული შრომასა და რეზულტატს შორის არ არის შესატყვისობა, შრომითი მოტივაცია მისი უკმაყოფილო ყრუმის მოსაზრების გათვალისწინებით შეგვიძლია მოტივაციის შემდეგი ტიპის ფორმულა გამოვიყვანოთ.

მოლოდინი, რომ ძალისხმევა სასურველ შედეგს მოიტანს.	+	მოლოდინი, რომ შედეგს მოყვება დაჯილდოება	+	ვალენტობა, ვიღვლის მოსალოდნელი შინაშენლობის დირეზულტატი	=	მოტივაცია
---	---	---	---	---	---	-----------

ორგანიზაციული ფსიქოლოგიის ბევრ სპეციალისტს ეს მოდელი საუკეთესოდ მიაჩნიათ. კონცენტრირებული შესატყვისობის თეორიის თანახმად ადამიანებს ურჩევნიათ, რომ მათი დამოკიდებულებები, რწმენები და აღქმები ურთიერ შესატყვისი. ეს თეორია დაფუძნებულია თვითშეფასებისა და "მე" კონცეფციებზე. ამის საფუძველზე კორმანმა ჩამოაყალიბა თვით შესატყვისობის მოტივაციური თეორია, რომლის მიხედვით ადამიანებს აქვთ მოთხოვნილება შეინარჩუნონ თვითშეფასება. ამგვარად ძალიან თვითშეფასების ადამიანისთვის მისაღები და დასაფასებელი წარმატება და მიუღებელი წარუმატებლობა, ხოლო დაბალი თვითშეფასების პირვნებისათვის მისაღებია წარუმატებლობა და ის არ აღიარებს (უარყოფს) წარმატებას.

თანასწორობის თეორიის მიხედვით ადამიანის შრომითი ქცევას განსაზღვრავს მის მიერ თანასწორობისა და სამართლიანი მოპყრობის აღქმა. ადამიანის მიხედვით, ადამიანის მიერ სამუშაოში შეტანილ წვლილსა და მიღებულ შედეგს შორის შესატყვისობა აღიქმება, როგორც თანასწორობა. სამართლიანობას კი ადამიანები განსაზღვრავენ სხვათა "წვლილ-შედეგის", საკუთარი ძალისხმევისა და მიღებული შედეგის შედარებით. თუ მომუშავე გრძნობს, რომ ის ნაკლებს იღებს ვიდრე მის მიერ გაწეულ შრომას შეესაბამება, შედეგად მივიღებთ უკმაყოფილებას. თუ მომუშავე გრძნობს რომ ის ღებულობს მეტს, ვიდრე იმსახურებს, შედეგად გვექნება დისბალანსი და, შესაძლოა, დანაშაულის არაკომპორტული გრძნობა, რაც ორივე შემთხვევაში შრომითი უკმაყოფილების წყაროა.

კონცენტრირებული შეფასების თეორია გეთავაზობს შენდეგ დაშვებას, რომ შინაგანად დამაჯილდოებელი საქმიანობისთვის, გარეგანი ვიღვლის მიღება ამცირებს მოტივაციის საერთო დონეს.

ლოკის მიზნის დასახვის თეორია ადამიანის ქცევის უპირველესი დეტერმინანტი მისი ცნობიერი ინტენციაა. ლოკის მიერ ჩატარებული 110 ექსპერიმენტიდან 99-მა აჩვენა, რომ ადამიანები მით უფრო უკეთ ასრულებენ ამოცანას, რაც უფრო რთულად მისაღწევია მიზანი. მიზანი ახდენს ენერჯის მობილიზაციას და ინდივიდი შეიძლება მიზნის მიღწევის ეკვივალენტურ სტრატეგიას.

წახალისების თეორია. მიზნის დასახვის თეორიის საპირისპიროდ, წახალისების თეორია გეთავაზობს ბიპევიორისტულ მიდგომას, რომლის მიხედვით წახალისება განაპირობებს ქცევას.

აიშან პორტერის და ედუარდ ლოუდერის მოდელში ფიგურირებს ხუთი ცვლადი: ძალისხმევა, აღქმა, მიღებული რეზულტატები, დაჯილდოება, დაკმაყოფილების დონე. ამ მოდელის თანახმად მიღწეული რეზულტატი დამოკიდებულია თანამშრომლის მიერ გაწეულ შრომაზე, ნიჭსა და უნარზე, დამახასიათებელ თავისებურებებზე. პორტერ -

ახალი ეკონომისტი

ლოუღერის თეორიამ მნიშვნელოვანი წვლილი მოტივაციის გაგებაში. ამ თეორიამ აჩვენა რამდენად მნიშვნელოვანია ძალისხმევა, შესაძლებლობა, რეზულტატები დაჯილდოება, დაკმაყოფილება და მოლოდინი განიხილებოდას ორგანიზაციული პოლიტიკას და პრაქტიკის ერთიან ურთიერთდაკავშირებულ სისტემაში.

აღამიანურ ურთიერთობათა თეორიების მიხედვით აღამიანები ცდილობენ იყვნენ სასარგებლონი, ცნობილნი და აღიარებულნი, როგორც ინდივიდები. აღნიშნული ღირებულებანი უფრო მნიშვნელოვანია ვიდრე ფული. ამ თეორიიდან გამომდინარე, ხელმძღვანელის უმთავრესი ამოცანაა მოიქცეს ისე, რომ პერსონალის თითოეული წევრი გრძნობდეს, რომ იგი სასარგებლო და საჭიროა ორგანიზაციისა და საზოგადოებისათვის. დასაქმებულთა მოტივირებისთვის აუცილებელია, რომ ხელმძღვანელმა მაწოდოს ინფორმაცია დასახული გეგმების თაობაზე და გაითვალისწინოს მათი რჩევები ამ გადაწყვეტილებების გასაუმჯობესებლად. რა თქმა უნდა, ასეთი დამოკიდებულება თავის მხრივ ამაღლებს პერსონალის სულისკვეთებას და ამცირებს უკმაყოფილებას ოციციალური ხელმძღვანელობისადმი.

თანამედროვე მოტივაციის თეორიები ეხმარება ხელმძღვანელებს სხვადასხვა მეთოდების გამოყენებით გაზარდონ პერსონალის შრომისნაყოფიერება. თავდაპირველად, მუშაობის გასაუმჯობესებლად, წინა პლანზე წამოიწევა მნიშვნელოვანი, მაგრამ ჯერ კიდევ ლიმიტირებული, ფულის ძალა. როცა პერსონალი მისაღები რაოდენობის ფული გამოიშუშავებს, ის სხვადასხვა რამით დაინტერესდება. მაგ: საქმით, სოციალური პატივისცემით და თვითგანვითარებით. ხშირად მენეჯერებს მხედველობიდან რჩებათ ეს ცვლილება და ზუსტად ეს იწვევს შემდგომში საქმას გართულებასა და პრიდექტიულობის დაცემას.

ყველაზე მნიშვნელოვანი დასკვნა, რომელიც შეიძლება გამოყენებულ იქნეს ორგანიზაციულ მენეჯმენტში ისაა, რომ ნაყოფიერ შრომას დაკმაყოფილებამდე მივყავართ. მაგრამ შედარებით აღინდელი თეორიების მიხედვით კი დაკმაყოფილება იწვევს შრომის ნაყოფიერების ამაღლებას. პორტერი და ლოუღერი კი თვლიან რომ შესრულებულ სამუშაოს მივყავართ დაკმაყოფილებამდე. მაღალი რეზულტატურობა არის დაკმაყოფილების მიზეზი და არა შედეგი.

მოტივაციის თეორიები ჩვენთვის საინტერესოა იმიტომ, რომ ისინი შეიძლება წარმატებით გამოვიყენოთ პერსონალის ეფექტური შრომის მოტივირების მიზნით. როგორც ხედავთ, მოტივირების სისტემის სწორი ჩამოყალიბება შრომითი რესურსების მენეჯმენტის ერთ-ერთი საკვანძო საკითხია. იგი გამოხატავს იმას, თუ რას აფასებს ორგანიზაცია და რისი ღირსებისთვისაა მზად. მოტივაციის სტრატეგიამ უნდა განსაზღვროს ორგანიზაციის მანაჯერი, თუ როგორ უნდა განვითარდეს მოტივირების პოლიტიკა და პროცესები სწავნის მეთოდების დასაკმაყოფილებლად.

ახალი მკონოზისტი

ნატო მუმლაძე

ანა ნიბიერიძე

თსუ ეკონომიკისა და ბიზნესის ფაკულტეტის
ბაკალავრები

ხელმძღვანელი: თსუ სრული პროფესორი
პიერ ხარაიშვილი

ჩვენს ეპოქაში დაზღვევას, როგორც ქვეყნის ეკონომიკის ერთ-ერთ ყველაზე მნიშვნელოვან საფინანსო ინსტიტუტს უდიდესი მნიშვნელობა ენიჭება. მისი მიზანია მოსახლეობისათვის სოციალურ-ეკონომიკური გარანტიების შექანიზმის შექმნა, რაც, რა თქმა უნდა, ხელს შეუწყობს ქვეყანაში ძლიერი და ჯანსაღი სადაზღვევო სისტემის ჩამოყალიბებას.

თანამედროვე საქართველოში სხვადასხვა სადაზღვევო კომპანიები ტელევიზიის საშუალებითა თუ სარეკლამო აფიშებით მუდმივად გვაწვდიან ახალ-ახალ ინფორმაციას დაზღვევის შესახებ, თუმცა უნდა აღინიშნოს, რომ მოსახლეობის საკმაოდ დიდმა ნაწილმა არც კი იცის რას ნიშნავს საზოგადოებრივი ტერმინი „დაზღვევა“ ან უმეტესწილად ფლობს მცდარ ინფორმაციას ქართული სადაზღვევო ბაზრის შესახებ.

დაზღვევა ეს არის ეკონომიკურ ურთიერთობათა სისტემა, რომელიც გულისხმობს დაწესებულებათა, ორგანიზაციათა, საწარმოთა და მოქალაქეთა ფულადი შენატანების ფორმირებას იმ ხარჯის აღდგენის მიზნით, რომელიც შეიძლება მოჰყვეს გაუთვალისწინებელ ბუნებრივ, სამეურნეო და სხვა მოვლენებს.

სხვათა შორის, დაზღვევის ბიზნესს ძალიან დიდი ხნის ისტორია აქვს მისი ჩანასახები, ისტორიული წყაროების მიხედვით, ჩვენს წელთაღრიცხვამდე 2000 წლის წინ ბაბილონის მეფის კანონებში გვხვდება.

ამის შემდეგ კი უკვე სხვადასხვა სახით იჩენს თავს იტალიის, სირიის, პალესტინისა და მრავალი სხვა ქვეყნის ისტორიაში, თუმცა უკვე ჩამოყალიბებული სახე მიიღო 1771 წელს, როდესაც ლონდონში დაარსდა პირველი სადაზღვევო კომპანია „ლოყდს ოფ ლონდონ“.

ამ კომპანიის კუთვნილ ყაფის სახელში შეიკრიბნენ ცნობილი გემთმშენებლები, ვაჭრები და შენობა-ნაგებობების მფლობელები. მათ მიაღწიეს შეთანხმებას იმის თაობაზე, რომ ერთობლივად უნდა გაეწიათ ფულადი დახმარება იმ კლიენტებისათვის, რომელთაც მოულოდნელი დანაკარგი ექნებოდათ.

სადაზღვევო ბიზნესის განვითარებას ეს მცირე მიმოხილვაც საკმარისია, რომ ნათელი გახდეს დაზღვევის მთავარი პრინციპი: ადამიანთა ჯგუფი.

ახალი ეკონომიკისტი



რონელსაც არანაირი დანაკარგი არ აქვს, კომპენსაციას უხდის მათ, ვისაც დანაკარგები გაუჩნდათ სარისკო სიტუაციების გამო.

ე.ი. თავის შინაარსით დაზღვევა არის რისკის განაწილება ადამიანთა ჯგუფის მიერ ისე, რომ არც ერთი მათგანი არ იღებს განსაკუთრებულად დიდი ოდენობის რისკს საკუთარ თავზე, ამიტომაც შეიძლება მცდარად ჩაითვალოს ის აზრი, რომ ადამიანები, რომლებიც სხვებს სადაზღვევო მომსახურებას სთავაზობენ რისკის მოყვარულები არიან. ერთადერთი პირობა, რაც ამ დროს უნდა შესრულდეს არის რისკების დამოუკიდებლობა. იმ შემთხვევაში, როცა ერთი ადამიანი ზარალდება, არსებობენ სხვა, „დაუსარალებელი“ ადამიანები, რომლებიც დაზარალებულსთვის კომპენსაციას იხდიან.

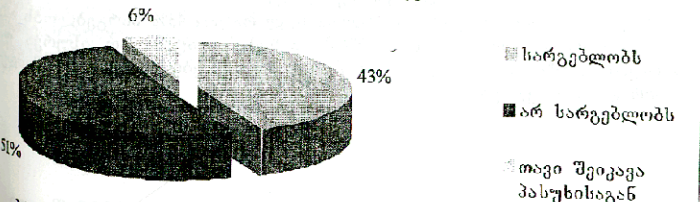
ეს ღებულება მართებულად თითქმის ყველა სახის დაზღვევის შემთხვევაში, თუმცა არსებობს გამონაკლისებიც, როცა რისკების დამოუკიდებლობა არ სრულდება.

ამის მაგალითად შეიძლება დავასახელოთ სტიქიური უბედურება, რომლის დროსაც შესაძლოა ადამიანთა ქონებისა და ჯანმრთელობისათვის მიყენებული ზარალი იმდენად დიდი აღმოჩნდეს და იმდენად ფართოდ გავრცელდეს, რომ სადაზღვევო კომპანიებს დიდძალი საკომპენსაციო თანხის გადახდა მოუწიოთ, მაგრამ როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, ასეთი შემთხვევები გამონაკლისის წარმოადგენენ. უმეტეს შემთხვევაში კი რისკების განაწილება შესაძლებელია, რისკები ერთმანეთისგან დამოუკიდებელია და შესაბამისად სადაზღვევო კომპანიებიც წარმატებით ფუნქციონირებენ.

რაც შეეხება საქართველოს, აქ დაზღვევამ მყარად მოიკიდა ფეხი 1990 წლიდან. ამ დროს დაარსდა პირველი კერძო სადაზღვევო კომპანია „ლადაი“.

ექსპერტები აღნიშნავენ, რომ საქართველოში სადაზღვევო ბაზარი ნელი ტემპით ვითარდება, მაგრამ ამასთან საინტერესოა ის ფაქტი, რომ სამხრეთ კავკასიის ქვეყნებში სწორედ ჩვენ ვლიდებოდა დაზღვევის განვითარების თვალსაზრისით.

სტატისტიკური მონაცემების მიხედვით საქართველოში პირველ ადგილზე სამედიცინო დაზღვევა და მას სადაზღვევო ბაზრის 23.3% უჭირავს, მეორე ადგილზეა ქონების დაზღვევა - 21.6%, შემდეგ მოდის სახმელეთო სატრანსპორტო საშუალებათა დაზღვევა - 13.9%, რაც შეეხება საპენსიო დაზღვევას, იგი მხოლოდ მეოთხე ადგილზეა და ბაზრის 2.7%-ე ფლობს. ბოლო ადგილზე გადის სიცოცხლის დაზღვევა 1.6%-ით.





როგორც ვხედავთ სიცოცხლის დაზღვევა საქართველოში ნაკლებად არის განვითარებული, რის მიზეზად ექსპერტები ნაკლებად ურეკიშებთან თანამშრომლობას ასახელებენ.

2007 წლის მონაცემებით საქართველოს სადაზღვევო ბაზარზე 17 ლიცენზირებული ქართული კომპანიაა. ესენია: სს „ალდაგი“, „იმედი“, „ანგლო-ქართული სადაზღვევო კომპანია“, „ბრიტანეთი-კავკასია“, „ანკორა“, შპს „საქართველოს სახელმწიფო დაზღვევა“, „ოლიმპი“, „ჯიპიპი ჰოლდინგი“, შპს დაზღვევის კომპანია „ქართუ“, „სელბი“, „გეოპოლისი“, საქართველოს ეროვნული ბანკი“, სს „ევროპეისი“, „სი-აი-სი“, „ვესტი“, „ირაო“, „სადაზღვევო ჯგუფი ტემზა“.

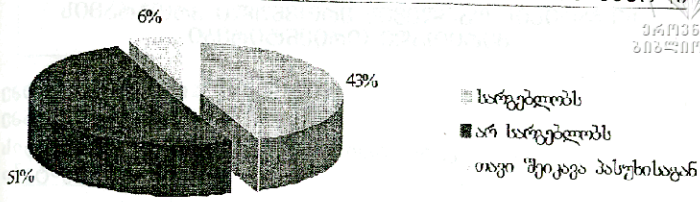
ეს კომპანიები ქართველ მომხმარებელს 16 სახის სადაზღვევო პროდუქტს შესთავაზებენ. ეს პროდუქტებია:

- ქონების დაზღვევა;
- სიცოცხლის დაზღვევა;
- სამედიცინო დაზღვევა;
- სასმელეთო-სატრანსპორტო საშუალებათა დაზღვევა;
- ავტომობილტრანსპორტის მფლობელთა სამოქალაქო პასუხისმგებლობის დაზღვევა;
- საწყალოსნო სატრანსპორტო საშუალებათა დაზღვევა;
- გადამზიდველთა სამოქალაქო პასუხისმგებლობის დაზღვევა;
- ტვირთების დაზღვევა;
- უბედური შემთხვევებისგან დაზღვევა;
- საპენსიო დაზღვევა;
- სავადღებულო ხანძარსაწინააღმდეგო დაზღვევა;
- სავაერო-სატრანსპორტო საშუალებების დაზღვევა;
- ფინანსური რისკების დაზღვევა;
- სამოქალაქო პასუხისმგებლობის დაზღვევა;
- პროფესიული პასუხისმგებლობის დაზღვევა;
- ავტოტრანსპორტის მფლობელთა სამოქალაქო პასუხისმგებლობის ნებაყოფლობითი დაზღვევა;

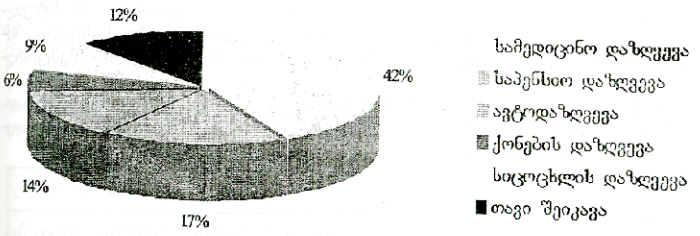
სადაზღვევო კომპანიების რაოდენობა ყოველ წელს იცვლება, თუმცა ძირითადად ლიდერობაში ერთმანეთს ორი კომპანია „ალდაგი ბისიი“ და „ჯიპიპი ჰოლდინგი“ ენაცვლება.

მოსახლეობის დაზღვევისადმი დამოკიდებულების დასადგენად ჩავატარეთ ანკეტური გამოკითხვა. სულ გამოკითხეთ 350 რესპოდენტი. მათ შორის უმეტესობა სტუდენტი და პედაგოგი.

როგორც აღმოჩნდა გამოკითხულთა სულ რაღაც 43% სარგებლობს ამა თუ იმ სადაზღვევო პოლისით, 6%-მა პასუხის გაცემა არ ისურვა და დარჩენილი 51% დაზღვეული არ არის. ეს მონაცემები დიაგრამაზე შემდეგნაირად გამოიყურება:



დაზღვევის მსურველმა 254 რესპოდენტმა აღნიშნა, თუ რა სახის სადაზღვევო პოლისით აპირებენ მომავალში სარგებლობას. მონაცემები შემდეგნაირად გამოიყურება:



როგორც ჩანს, საქართველოში დაზღვევის ბიზნესი ჯერ კიდევ არ არის კარგად გაჩვითარებული. სწორედ ამაზე მიუთითებს ჩვენი გამოკითხვის შედეგები. თუმცა, რადგანაც გამოკითხულთა მხოლოდ 43% სარგებლობს სადაზღვევო მომსახურებით ეს სრულიადაც არ ნიშნავს იმას, რომ სადაზღვევო ბიზნესს საქართველოში მომავალი არ აქვს.

თუ დავეყრდნობით ჩვენს გამოკითხვას, სადაზღვევო პოლისის არმქონე რესპოდენტთა 72.5% აპირებს მომავალში დაზღვევით სარგებლობას ანუ დაზღვეულთა რაოდენობა მკვეთრად გაიზრდება. შესაბამისად გაიზრდება სადაზღვევო ბაზარზე არსებულ კომპანიათა რიცხვი და მათ შორის ჩამოყალიბებული ფანსალი კონკურენცია ხელს შეუწყობს მომხმარებლისთვის უთავაზებელი პროდუქციის ხარისხისა და მომსახურების დონის გაუმჯობესებას.

ახალი ეკონომისტი



ახალგაზრდა ეკონომისტის გვერდი

სიღარიბის დაკლების ერთგული პროგრამის პირითაღი ორიენტირები

საქსტატი

დავით ბოცირიძე
ლევან კუპატაძე

თსუ ეკონომიკისა და ბიზნესის ფაკულტეტის
II კურსის სტუდენტები

ხელმძღვანელი: ასისტენტ-პროფესორი
რამაზ წუტხაბაძე

სიღარიბე კაცობრიობის უმნიშვნელოვანესი პრობლემაა. მსოფლიოში დაახლოებით 2,8 მილიარდი ადამიანი მოკლებულია ძირითადი მოთხოვნილებების დაკმაყოფილების შესაძლებლობას, 1,2 მილიარდი არასრულფასოვნად სკვებება. სიღარიბესთან ბრძოლამ გლობალური ხასიათი მიიღო, მესამე ათასწლეულის დასაწყისი მსოფლიოში სიღარიბის შემცირების პერიოდად გამოცხადდა.

საქართველოში ამ თვალსაზრისით საკმაოდ მძიმე მდგომარეობაა. შინამეურნეობათა შემოსავლები 2005-2006 წლების განმავლობაში შემდეგნაირად გამოიყურებოდა:

	2005			2006		
	ქალქად	სოფლად	ჯამრავ	ქალქად	სოფლად	ჯამრავ
შემოსავლები სულ მანძლ	151,2	158,0	309,2	170,6	170,1	340,7
ერთ შანტეურრებასქ	207,6	309,4	308,5	337,8	339,6	338,7
ერთ სულ მოსახლესქ	81,0	80,6	80,8	92,3	88,3	90,2

საშუალოთყოფიური შემოსავალი ერთ სულ მოსახლესზე გაანგარიშებით დრესდელბით 100 ლარის ფარგლებში მერყეობს რაც მნიშვნელოვნად ჩამორჩება საარსებო მინიმუმს. აღნიშნულ პერიოდში სამომხმარებლო ფასების ინდექსის ზრდამ 11% შეადგინა. ამან კიდევ უფრო გაამძაფრა ცხედაც მძიმე სოციალური მდგომარეობა.

სიღარიბის მთავარი მიზეზი უმუშევრობაა. ოფიციალური მონაცემებით 2006 წელს საქართველოში ეკონომიკურად აქტიური მოსახლეობის 13,6 უმუშევარი იყო, შრომის ბაზარი 2001-2006 წლებში შემდეგნაირად გამოიყურებოდა:

ახალი ეკონომისტი



	2001	2002	2003	2004	2005	2006
ეკონომიკურად აქტ. მოსახლე.	2113,3	2104,2	2050,4	2041,0	2023,9	2021,8
დასაქმებულები	1877,7	1839,2	1814,5	1783,3	1744,6	1747,3
უშუქვერები	235,6	265,0	235,9	257,6	279,3	274,5

ახალი ეკონომისტი

დასაქმებულთა შორის ძირითადი ნაწილი მოდის თვითდასაქმებაზე, დაქირავებულთა წილი შედარებით ნაკლებია, მაგ: 2006 წელს დასაქმებულთა 1747,3 ათასი პიროვნებიდან დაქირავებული იყო 603,9 ათასი, ხოლო თვითდასაქმებული 1141,6 ათასი ადამიანი. საინტერესოა დასაქმებულთა განაწილება ეკონომიკური საქმიანობის მიხედვით, აქ ლიდერობს სოფლის და სატყეო მეურნეობა, 2006 წელს ამ დარგში დასაქმებული იყო მთლიანად დასაქმებულთა 55,3%, შემდეგ ვაჭრობა-9,9%, განათლება-7,6%. ბოლო წლებში საგრძნობლად განვითარდა მშენებლობა, ეს აისახა მშენებლობაში დასაქმებულთა რაოდენობაზეც, 2001-2006 წლებში მასში დასაქმებულთა წილი 1,8%-დან 3,1%-მდე გაიზარდა.

უშუქვერობის გამომწვევი მიზეზები XX საუკუნის 90-იან წლებში განვითარებულ მოვლენებში უნდა ვეძებოთ. დამოუკიდებლობის აღდგენის პირველი წლები როგორც პოლიტიკური, ისე ეკონომიკური თვალსაზრისით უშედეგო წლები იყო საქართველოს ისტორიაში. საბჭოთა კავშირის დაშლის შემდგომ ქვეყანაში მიიშალა სამეურნეო კავშირები. ფულად-საკრედიტო სისტემისა და ეროვნული ვალუტის უქონლობამ ჰიპერინფლაციური სპორადი გამოიწვია. ქვეყანას არ გააჩნდა საბაზრო ეკონომიკის შესაბამისი საკანონმდებლო ბაზა, ეს ფაქტორი თავისთავად გამორიცხავდა ეკონომიკური და პოლიტიკური პროცესების თანმიმდევრული და სისტემური მართვის შესაძლებლობებს. ქვეყნის ეკონომიკისთვის დამანგრეველი აღმოჩნდა სამოქალაქო ომი და სეპარატისტული მოძრაობები. ეკონომიკურმა დაქვეითებამ კრიტიკულ ზღვარს მიაღწია 1993-1994 წლებში, ამ პერიოდში სამრეწველო წარმოება 5-ჯერ შემცირდა 1990 წელთან შედარებით, მკვეთრად გაიზარდა უშუქვერობა, უაღრესად დამძიმდა სოციალური ფონი.

მომდევნო წლებში მარკოპოლიტიკური სტაბილიზაციის და კრიზისის დაძლევის მიზნით გარკვეული ნაბიჯები გადაიდგა. რეფორმის ძირითად მიმართულებად განისაზღვრა ფულად-საკრედიტო, საფინანსო-საბიუჯეტო სფეროების გარდაქმნა, პრივატიზების დასაწყება, ეკონომიკური საქმიანობის, ვაჭრობის და ფასების ლიბერალიზაცია.

მნიშვნელოვანია ამავე პერიოდში გატარებული სტრუქტურული რეფორმები. ფასები გათავისუფლდა სახელმწიფო რეგულირებისაგან, მოქალაქეებსა და საწარმოებს უფლება მიეცათ შეზღუდვების გარეშე განხორციელებინათ სავაჭრო და საშუაშეგრო საქმიანობა. ვაჭრობის თავისუფ-



ახალი ეკონომისტი

ფლებამ მნიშვნელოვნად შეუწყო ხელი ბაზარზე კონკურენტული ურთიერთობის ჩამოყალიბებას. შეიქმნა პირობები მოსახლეობის მდგრადი განვითარებისთვის. გამარტივდა სამეწარმეო საქმიანობის დაწყების პროცედურები, დაიწყო პრივატიზება, მიწის რეფორმა.

გატარებული ღონისძიებების შემდეგად გამოიკვეთა მაკროეკონომიკური სტაბილიზაციის დადებითი ტენდენციები, დაიძლია მიკროინფლაცია, მოღიანა შიდა პროდუქტის ზრდის ტემპმა 1996-1997 წლებში 10% მიაღწია.

დამოუკიდებლობის მოპოვების შემდეგ საქართველო ხაერთაშორისო ვაჭრობაში ჩაერთო, 1996 წელს ექსპორტი უდრიდა 309 მლნ აშშ დოლარს, ხოლო იმპორტი 897,5 მლნ აშშ დოლარს, უკვე 2001 წელს ექსპორტი 496,2 მლნ აშშ დოლარი, ხოლო იმპორტი 1045,6 მლნ აშშ დოლარი იყო, როგორც ვხედავთ სახეზე ვაკეც ექსპორტის ზრდის ტენდენცია, თუმცა მოცემულ წლებში იმპორტის მოცულობა ბევრად აღემატება ექსპორტს და საქართველოს საგაჭრო ბალანსი უარყოფითია. ექსპორტის ზრდის ტენდენცია შემდეგ წლებშიც გაგრძელდა, 2006 წელს ექსპორტი შეადგენდა 936 171 მლნ აშშ დოლარს, ხოლო იმპორტი 3 677 746 მლნ დოლარს, 2007 წელს ექსპორტი გაიზარდა 1 240 187 მლნ დოლარამდე, ხოლო იმპორტი 5 216 699 მლნ დოლარამდე, საღღამ უკანასკნელ წელს შეადგინა -3 976 512 მლნ დოლარი, რაც ბევრად აღემატება წინა წლის მანკვენებლებს. დოლართან მიმართებაში ღარის გამყარება უარყოფითად მოქმედებს საქართველოს საქსპორტო პოტენციალზე, მაღალი თვითღირებულების გამო მცირდება ქართული პროდუქციის კონკურენტუნარიანობა, დღესდღეობით კურსი 1,5-ის ფარგლებში იერყვობს, ღარის კიდევ უფრო გამყარება ქართველ ექსპორტისორებს მნიშვნელოვან პრობლემებს შეუქმნის.

სტრუქტურული რეფორმის უმნიშვნელოვანესი კომპონენტია პრივატიზება. ეს პროცესი საქართველოში 1992 წლიდან დაიწყო, 2001 წლამდე პრივატიზებულ ობიექტთა რაოდენობამ 15 000-ს გადააჭარბა. თუმცა საწარმოთა კერძო საკუთრებაში გადასვლამ, მათი ამოქმედებისათვის აუცილებელი შექანიზმების დამკვიდრების გარეშე, სათანადო შედეგს ვერ მოიტანა. მათმა დიდმა ნაწილმა არ ან ვეღარ გააგრძელა ფუნქციონირება და შესაბამისად უმუშევართა რაოდენობა კიდევ უფრო გაიზარდა.

სტრუქტურული რეფორმის კიდევ ერთი მნიშვნელოვან კომპონენტს წანსადი საგადასახადო გარემოს შექმნა წარმოადგენს, ბოლო წლებში ამ მიმართულებით გარკვეული ნაბიჯები გადაიდგა თუმცა კიდევ ბევრია გასაკეთებელი.

საღარბენთან ბრძოლა საქართველოში მეტად აქტუალური თემაა. კერ კიდევ წინა ხელისუფლების დროს ამ მიმართულებით გარკვეული ნაბიჯები გადაიდგა. 2002 წელს საქართველოს მთავრობამ, ხაერთაშორისო თანამშრომობის მხარდაჭერით, სამოქალაქო საზოგადოებასთან და არასამთავრობო ორგანიზაციებთან მჭიდრო თანამშრომლობით მოამზადა დოკუმენტი - საქართველოში ეკონომიკური განვითარებისა და სიღარიბის შემცირების სტრატეგია. ამ დოკუმენტში განსახლდურული იყო გრძელვადიანი განვითარების მიზნები 2015 წლამდე, ასევე შეიცავდა რეტალური ღონისძიებების აღწერას სამწლიან პერსპექტივაში. დოკუმენტში კარგად იყო გაცნობიერებული, რომ სიღარიბის დაძლევა შეუძლებელია ქვეყანაში მდგრადი ეკონომიკური ზრდის მიღწევის გარეშე. რომელიც უნდა იყოს დაფუძნებული

ული ეკონომიკური, ინსტიტუციონალური რეფორმების გაღრმავებასა და კორუფციის შემცირებაზე.

სიღარიბის შემცირების სტრატეგიის მთავარი მიზანი იყო მოსახლეობის კეთილდღეობის ამაღლება. აღნიშნული მიზნის მისაღწევად დასახული იყო 2 სტრატეგიული ამოცანა:

1. სწრაფი და მდგრადი ეკონომიკური განვითარება
2. სიღარიბის შემცირება

პირველ პუნქტში იგულისხმებოდა რეალური მშპ-ს საშუალო წლიური ზრდის ტემპის მიღწევა 5-8 პროცენტის დონეზე, რის შედეგადაც 2015 წელს რეალური მშპ 3-ჯერ უნდა გაზრდილიყო 2001 წელთან შედარებით.

სიღარიბის შემცირება კი გულისხმობდა 2015 წლისათვის სიღარიბის დონის დაწევას საარსებო მინიმუმის მიმართ 20%-მდე.

ამ ამოცანების მისაღწევად ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ფაქტორი იყო სტრუქტურული და ინსტიტუციონალური გარემოს გაუმჯობესება, რაც მოიცავდა შემდეგ კომპონენტებს:

- სამეწარმეო და საინვესტიციო გარემოს გაუმჯობესება
- მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარება
- ფინანსური ინფრასტრუქტურის განვითარება
- საკუთრების უფლების განმტკიცება და რესურსების კაპიტალიზაციის ხელშეწყობა და ა. შ.

2003 წლიდან გატარებული ღონისძიებების შედეგად (საგადასახადო რეფორმა, კორუფციასთან ბრძოლა, რეგისტრაციის გამარტივება) ბიზნეს სექტორი შედარებით გამოცოცხლდა.

წლები	2 0 0 3	2 0 0 4	2 0 0 5	2 0 0 6
რეგისტრირებულ ბიზნეს სუბიექტთა რაოდენობა	107867	122692	147926	177831
მთლიანი ბრუნვა (მლნ. ლარი)	5,523.0	7,248.4	10,076.3	13,090.3
დასაქმებულთა რაოდენობა (ათასი კაცი)	297,795	322,779	388,946	360,987

მიმდინარე წელს მთავრობამ შეიმუშავა სიღარიბის დაძლევის კიდევ ერთი პროგრამა ერთიანი საქართველო სიღარიბის გარეშე აღნიშნული პროგრამის მიხედვით მთავრობის ძარბითა და მიზანს 2008-2012 წლებში წარმოადგენს:

1. მოსახლეობის კეთილდღეობის ამაღლება
 2. ეროვნული უსაფრთხოების უზრუნველყოფა
 3. სრული ტერიტორიული და სამოქალაქო რეინტეგრაცია
- მოსახლეობის კეთილდღეობის გასაუმჯობესებლად მთავრობის პოლიტიკა მიმართული იქნება სწრაფი და ფართო ეფექტის მქონე ეკონომიკური

ახალი მკონომისტი



ზრდის უზრუნველსაყოფად და მასშტაბური სოციალური პროგრამების განხორციელებისაკენ.

პროგრამის მიხედვით მომდევნო 5 წლის განმავლობაში წლიურად საშუალოდ 9%-ით გაიზრდება, შემცირდება სახელმწიფოს ბიუჯეტის წილი მშპ-სთან მიმართებაში 20%-მდე ეკონომიკაში, უცხოური ინვესტიციების ზრდა მომდევნო 5 წლის განმავლობაში ნაფაროდგები 6-ჯერ, იკავებება საშემოსავლო გადასახადის შემცირება 15%-მდე, ხოლო გადასახადები კაპიტალზე საერთოდ გაუქმდება. მნიშვნელოვანია საქართველოს საერთაშორისო ფინანსურ ცენტრად გადაქცევის პერსპექტივა, მარტივმა და დაბალმა გადასახადებმა, გამჭვირვალე საფინანსო რეგულირებამ უნდა მოიზიდოს 12 მლრდ. დოლარამდე ფინანსები. ეკონომიკური ზრდის და თავისუფალი ეკონომიკური ზონების განვითარების შედეგად გაიზრდება ქვეყნის საქსპორტო პოტენციალი, ექსპორტის წილი მშპ-ში მიაღწევს 40%-ს.

სოციალური მდგომარეობის გაუმჯობესების მიზნით ბიუჯეტის 1/3 მიმართული იქნება სოციალურ პროგრამებზე, 10 მილიარდი დოლარი უცხოური ინვესტიცია გახრდის ჩამოშალი ადგილების რაოდენობას 200 ათასით.

უმუშევრობის შესამცირებლად მთავრობა გეგმავს პროფესიული გადამზადების პროგრამის დახვეწასა და გაფართოებას. ექსპორტის წახალისების მიზნით თებერვალში გამოიყო 25 მლნ. ლარი შეწარმეებზე იაფი კრედიტის გასაცემად.

ბიზნესის განვითარების მიმართულ ნაბიჯს წარმოადგენს იაფი სესხის კომპონენტი "100 საუკეთესო ბიზნესპროექტი 2008" რომლის მიხედვითაც 100 ბიზნესპროექტის დაფინანსების მიზნით ბიუჯეტში გამოიყო 5 მლნ ლარი, სესხის სარგებლობის ვადა იქნება 25 წლამდე, ხოლო წლიური განაკვეთი 4%.

სოფლის მეურნეობის წახალისების მიზნით ამოქმედდა პროგრამა "სოფლის მექანიზაცია 2008" პროგრამის ფარგლებში საქართველოს ყველა რაიონში შეიქმნა სოფლის მექანიზაციის ცენტრი მთავრობის მიერ ვადაკუმული 350 ტრაქტორის ბაზაზე. 2008-1011 წლებში მოხდება სარწყავი სისტემის რეაბილიტაცია და განვითარება, საერთო ჯამში 30%-ით გაიზრდება მორწყული მიწების რაოდენობა, პროექტის ღირებულება 100 მლნ. ლარია.

ტურიზმის და ხალხური რეწვის განვითარების მიზნით გამოიყო 10 მლნ. ლარი იაფი სესხების გასაცემად, რომელთა ვადა იქნება 10 წელი, საპროცენტო განაკვეთი კი 12%, ამ პროგრამით იკავებება დამატებით 1000 სამუშაო ადგილის შექმნა.

დღესდღეობით ქვეყანაში მიმდინარე ეკონომიკური რეფორმების შეფასების მთავარ კრიტერიუმად უნდა ვაღიაროთ მოსახლეობის კეთილდღეობა, ცხოვრების ხარისხის აწილება. გატარებული რეფორმები იმ შემთხვევაში იქნება შედეგიანი თუ რეალურად იმოქმედებს მოსახლეობის ცხოვრების დონეზე, ეკონომიკურ ზრდაზე. სოციალური პრობლემების მოსაგვარებლად აუცილებელია შემცირდეს უმუშევრობის დონე, რისი წინაპირობაც ბიზნესის განვითარებაა. ამიტომ ხელისუფლებამ ყველა დონე უნდა იზმაროს ჯახსალი ბიზნეს გარემოს ჩამოსაყალიბებლად, სიღარიბის დაძლევის პროგრამაში ეს ფაქტორი გათვალისწინებულია, თუმცა როგორ წარიმართება რეფორმები და როგორ შედეგს მოგვიტანს, ამას დრო გვიჩვენებს.

საქართველოს ეკონომიკის განვითარების პროგნოზი

ფოთის თავისუფალი ინდუსტრიული ზონა: მითი თუ რეალობა?

ეკონომიკის
საზღვრობის

ინოვაციური

თინათინ კვიციანი

თსუ ეკონომიკისა და ბიზნესის ფაკულტეტის
II კურსის სტუდენტები

თინათინ კვიციანი

2007 წლის 3 ივლისს საქართველოს პარლამენტმა 110 სმით I-ის წინააღმდეგ დამტკიცა კანონი “თავისუფალი ინდუსტრიული ზონების (თიზ) შესახებ”. აღნიშნული კანონის თანახმად, თიზ-ი არის საქართველოს ტერიტორიის ნაწილი განსაზღვრული საზღვრებითა და კანონით მინიჭებული სპეციალური სტატუსით. საქართველოს საბაჟო კოდექსის თანახმად, იგი თავისუფალი ზონის სახეობაა დაშტაბებითი საგადასახადო შეღავათებითა და მასზე ადგილობრივი თვითმმართველობის ორგანოების კომპეტენცია არ ვრცელდება. თიზ-ი განსაზღვრული ვადით გამოიყოფა ეკონომიკური საქმიანობისათვის და მის ფარგლებში პირები ექვემდებარებიან სპეციალურ ეკონომიკურ და სამართლებრივ რეჟიმს, რომელიც დადგენილია ამ კანონით. ის შეიძლება შეიქმნას ქვეყნის ნებისმიერ ტერიტორიაზე, რომლის ფართობი აღემატება 10 ჰექტარს, გარდა საქართველოს კანონმდებლობით განსაზღვრული დაცული ტერიტორიებისა.

კანონის მიღებისთანავე გადაწყდა, რომ პირველი ქართული ტერიტორია, სადაც თიზ-ი შეიქმნებოდა, ფოთი იქნებოდა.

თიზ-ის მნიშვნელოვანი მახასიათებლებია: ანგარიშსწორება ხორციელდება ნებისმიერი ვალუტით; გაუქმებულია გადასახადები გარდა სარეგისტრაციო და მომსახურების გადასახადისა; მთავრობის დადგენილებით, თიზ-ში განხორციელდებულ ცალკეულ საქმიანობებზე უქმდება დიციზონის ნებართვის აღების ვალდებულება.

ამ ინიციატივის მომხრეების აზრით, თიზ-ში განუზომლად დიდი შესაძლებლობა იქმნება ბიზნესის განვითარებისთვის: აქტიურად შემოვა მოწინავე ტექნოლოგიები, ნოუ-ჰაუ, შეიქმნება ხელსაყრელი საინვესტიციო კლიმატი, რაც მოიზიდავს უცხოურ კაპიტალს. ყოველივე ეს დადებითად იმოქმედებს ქვეყნის ეკონომიკის განვითარებაზე, გამოაცოცხლებს მრეწველობას, შექმნის ახალ სამუშაო ადგილებს და ხელს შეუწყობს ადგილობრივი ინფრასტრუქტურის განვითარებას.

ტერიტორიული მთლიანობის კუთხით თიზ-ი შესაძლოა გაკეთდეს ცხინვალ-გორსა და გაღ-ზუგდიდს შორის. ასეთი ზონების კონფლიქტურ რეგიონებში გაკეთებით წარმოიქმნება ცენტრისკენული ლობი, რაც დადებით როლს შეასრულებს კონფლიქტების დარეგულირების საქმეში. სტაბილური ეკონომიკა ხომ პოლიტიკური სტაბილურობის წინაპირობაა.

თიზ-ი საქართველოში მოზიდული ინვესტიციების ხასიათს შეცვლის, მაშინ როცა დღეისათვის ესაა უძრავი ქონების მზარდი ბაზარი, რომელიც მცირე



რიცხოვან სამუშაო ადგილებს ქმნის და არც ისე დიდ ეკონომიკურ გავლენას ახდენს სამეწარმეო სექტორზე თიზ-ის მეშვეობით მოხილული ინვესტიციები გამოაცოცხლებენ მრეწველობას, შექმნიან ახალ სამუშაო ადგილებს და ხელს შეუწყობენ ადგილობრივი ინფრასტრუქტურის განვითარებას.

აღსანიშნავია, რომ ინიციატივას თიზ-ის შექმნის შესახებ მომხრეებთან ერთად ბევრი ოპონენტიც გამოუჩნდა. მათ ვერ გაუგიათ, რატომ გახდა საჭირო ასეთი ზონების შექმნა ახლა, როცა "ვარდების რევოლუციის" შემდეგ, ლიბერალიზაციის მიმართულელებით მნიშვნელოვანი ნაბიჯები გადაიდგა. კერძოდ, შექმნილია მაღალი საბაჟო ტარიფები. დღეს საბაჟო ტარიფი სოფლის მეურნეობის პროდუქტიაზე 12%-ია, საშუალოდ მსახლებზე - 5%, დანარჩენ პროდუქტიაზე კი საბაჟო ტარიფი საერთოდ განულებულია. ექსპორტი გათავისუფლდა ყოველგვარი გადასახადისაგან. იმპორტული ხელშეწყობილი, რომელიც გამოიყენება საქსპორტო პროდუქციის საწარმოებლად, აგრეთვე გათავისუფლდა დამატებითი ღირებულების გადასახადისაგან. გარდა ამისა, გამარტივდა სამეწარმეო საქმიანობის დაწყებისათვის ნებართვებისა და ლიცენზიების აღების პროცედურა. სრული თავისუფლებაა საგაღმურთ ოპერაციებში. უცხოელ ინვესტორს თავისი მოგების რეპატრიაცია შესაძლებელია გარეშე შეუძლია. აქედან გამომდინარეობს, რომ მთლიანად ქვეყანა წავიდა იმ პრინციპებისაკენ, რომელსაც თავისუფალი ეკონომიკა ექვია. ასეთ ვითარებაში კი თიზ-ის შექმნას აქტუალობა ეკარგება.

"ვარდების რევოლუციის" შემდეგ ქვეყანაში იმატა ინვესტიციებმა, მაგრამ უნდა აღინიშნოს, რომ ეს უმთავრესად "სპეკულაციური ინვესტიციებია", რადგან ინვესტორები ძირითადად უძრავი ქონების შესყიდვით არიან დაკავებულინი, ხოლო ახალი ტექნოლოგიებისა და საწარმოების განვითარების მიზნით კაპიტალდაბანდებები თითქმის არ ხორციელდება. ასეთ ვითარებაში მთელი თანხების აკუმულირება მოხდება მხოლოდ თავისუფალ ზონაში.

საერთაშორისო გამოცდილებამ ცხადყო, რომ ისეთ პატარა ქვეყანაში, როგორც საქართველოა, სადაც კომპაქტურად არიან დასახლებული სხვადასხვა ეთნიკური ჯგუფები, თიზ-ს არ ქმნიან. ისინი, როგორც წესი, ერთიანდებიან საერთაშორისო ეკონომიკურ სივრცეში.

თიზ-ის შექმნა მიზანშეწონილია მხოლოდ ძლიერი და მდგრადი ეკონომიკის მქონე ქვეყნებში. ისინი, როგორც წესი, ღონიერი ქვეყნები არიან და თიზ-ის შექმნით ხელს უწყობენ ინვესტიციების ქვეყნის შიგნით დამაგრებას. საქართველოში, სადაც ინვესტიციური შიშშილია, უმჯობესია სამეცნიერო-ტექნიკური და სამეცნიერო-საწარმოო ზონების შექმნა. ასეთი ზონები ნაკლებად დაკავშირებული კორუფციასთან და მათ შეიძლება ძლიერი ზეგავლენა იქონიონ ქვეყნის მეცნიერების აქტივობაზე და ეროვნული რესურსების ფართოდ გამოყენებაზე.

ორივე მხარის საკმაოდ დამაჯერებელი არგუმენტების განხილვის შემდეგ, რთულია გადაჭრით ვთქვათ რამდენად წარმატებული იქნება თიზ-ის შექმნის ინიციატივა. ეს უკვე რეალობაა და არა მით: 15 აპრილს ფოთში სახეიმიდ გაიხსნა თავისუფალი ინდუსტრიული ზონა "ოქროს საწყისი". თუ რა შედეგები მოჰყვება საქართველოში თიზ-ის შექმნას, ამას მხოლოდ დრო გვიჩვენებს.

ახალი ეკონომიკისტი

ტურიზმის ბიზნესი, როგორც საქართველოს ეკონომიკური განვითარების პრიორიტეტი

საქართველო
ეკონომიკის
და მდგრადი
საზოგადოებრივი
განვითარების
წარმოადგენს

ნიმუშა

თინათინ ბიოტაია

მთავარი ლეზაია

თსუ ეკონომიკისა და ბიზნესის ფაკულტეტის
II კურსის სტუდენტები

ახალგაზრდა ეკონომიკის პირობებში ერთ-ერთ აქტუალურ პრობლემას წარმოადგენს მომსახურების სფეროს იმ დარგების ორგანიზაცია, რომლებიც ხალხთა აქტიურ დასვენებას და საკურორტო მკურნალობას ემსახურებიან. ამ დარგებიდან აღსანიშნავია ტურიზმი, რომელიც მსოფლიოს ერთ-ერთი ყველაზე სწრაფად მზარდი ინდუსტრიაა. XXI საუკუნის დასაწყისისათვის მსოფლიო ეკონომიკაში ტურიზმი ფუძემდებლურ, მდგრადი განვითარების დარგად ჩამოყალიბდა. უკანასკნელი ორმოცდაათი წელია, მსოფლიოში ტურიზმის განვითარების ტემპები და მასშტაბები რამდენჯერმე აჭარბებს ზოგადად ეკონომიკის განვითარების ტემპებსა და მასშტაბებს. ანალოგიური სურათია საქართველოშიც. "მსოფლიო ეკონომიკური ფორუმის" მონაცემებით, დღეისათვის საქართველოს ტურისტული ინდუსტრია ერთ-ერთი ყველაზე სწრაფად მზარდია მსოფლიოში.

ტურიზმის განვითარება საქართველოს ეკონომიკის ერთ-ერთი უპირველესი გაცხადებული პრიორიტეტია. ბიზნესის ამ სფეროს ჩვენი ქვეყნისთვის დიდი სიკეთის მოტანა შეუძლია, თუკი გონივრულად გამოიყენებთ საქართველოს ბუნებრივ-რეკრეაციულ პირობებს. ქვეყნის მრავალფეროვანი ბუნებრივ გეოგრაფიული რესურსების, ხელსაყრელი გეოპოლიტიკური პირობების გათვალისწინებით ტურიზმის განვითარება მიზნულად საქართველოს ეკონომიკის აღმავლობის რეალურ საშუალებად. მას უდიდესი პოტენციალი გააჩნია, რათა შექმნას ახალი სამუშაო ადგილები და საგრძნობლად გაზარდოს სახელმწიფოს შემოსავლები უცხოურ ვალუტაში.

ჩვენი ქვეყნის ტურისტული რესურსი შემდეგი ფაქტორებით ხასიათდება:

- დასავლეთ ევროპასთან სიახლოვე;
- რბილი ჰავა და შესანიშნავი ბუნებრივი რესურსები;
- მსოფლიოს უძველესი რელიგიური და არქიტექტურული ძეგლები; საინტერესო ლიტერატურა, რომელიც ერთ-ერთ ორიგინალურ ენასა და მწვერვალს ეფუძნება და ძალზე საინტერესოა ტურისტებისთვის.

ახალი ეკონომისტი



ახალგაზრდა ეკონომისტის გვერდი

ახალი ეკონომისტი

ტურიზმის განვითარება საქართველოში, როგორც დამოუკიდებელ სახელმწიფოში 1995 წლიდან დაიწყო. 1998 წელს საქართველოს მთავრობამ განიხილა ტურიზმის განვითარების სტრატეგიული გეგმა, რომელიც მიზნად ისახავდა ქვეყანაში ერთი მილიონი ტურისტის მიღებას. დასაც 2007 წელს მიაღწია. 2006 წელს საქართველო ტურისტების რაოდენობის პროცენტული ზრდის მიხედვით ერთ-ერთ პირველ ადგილზე იყო. 2005-2006 წლებში საქართველოს ტურისტულ ინდუსტრიაში დაახლოებით 650 მილიონი აშშ დოლარის მოცულობის ინვესტიცია განხორციელდა, ძირითადად სასტუმროების მშენებლობასა და რეკონსტრუქცია-მოდერნიზაციაში. ტურისტთა რაოდენობის ზრდა ქვეყნის წინაშე აყენებს გარემოს დაბინძურების პრობლემას. საქართველოში ტურიზმის განვითარების ხელისშემშლელი ფაქტორებია:

- საქართველოს არამიმზიდველი ქვეყნის იმიჯი.
- საქართველოს ტერიტორიული რესურსების შესახებ ინფორმაციის ნაკლებობა.
- ტურისტული პროდუქტის შეზღუდული სექტორი. საბაზრო ეკონომიკის პრინციპებზე გადასვლით შიდა (ანუ ადგილობრივი) ტურიზმი დიდად არ შევსდებოდა. ამ სფეროში სამი ტურისტული პროდუქტი დომინირებს: საფხულის, ზამთრის და სამკურნალო.
- საქართველოს უნიკალური გეოგრაფიული თუ კლიმატური მახასიათებლები,
- ქვეყანაში არსებული კრიმინოგენული ფონი.
- ტრანსპორტთან დაკავშირებული პრობლემები.

თანამედროვე ეტაპზე საქართველოში ტურისტების არსებული რაოდენობა მის პოტენციალთან შედარებით კვლავაც მცირეა. თუმცა აღსანიშნავია, რომ ტურისტული რესურსები უსასრულო არ არის. აქედან გამომდინარე ტვეადობის განსაზღვრისას ყურადღება უნდა მიექცეოდეს ტურისტთა რიცხვსა და ადგილობრივი მოსახლეობის დასაშვებ შეფარდებას. ოპტიმალურ სიდიდედ მიჩნეულია შეფარდება 1:3, ე. ი. სამ ადგილობრივ მოსახლეზე ერთი ტურისტი.

მსოფლიოში კარგად იცის ტურიზმის განსაკუთრებული თვისება, უშუალოდ ტურიზმში შექმნილი 1 სამუშაო ადგილი ქმნის 3 ახალ სამუშაო ადგილს: ტრანსპორტი, ვაჭრობა, მომსახურება.

ტურიზმის განვითარების სფეროში მსოფლიოს თითქმის ყველა ქვეყანაში ჩატარებული კვლევები გვიჩვენებს, რომ ქვეყანა ვერ მიაღწევს ნაკადის ზრდას, თუ არ შესრულდა შემდეგი ძირითადი პირობები: დაიხატოს კონკრეტული ეროვნული პოლიტიკა და მიზნები ტურიზმის სფეროში; ამ მიზნების მისაღწევად ეფექტიანად იქნას გამოყენებული ეროვნულ სტრატეგია და აქტიურად განხორციელდეს სამოქმედო გეგმა.

ჩვენი აზრით რეალური მდგომარეობის, საქართველოს სპეციფიკის, გეოპოლიტიკური მდგომარეობის, ტრადიციების, ქართული მენტალიტეტის, ბუნებრივი და ეკონომიკური პოტენციალის და სხვათა გათვალისწინებით

ტურიზმის განვითარებისთვის საჭიროა გატარდეს შემდეგ ღონისძიებები:

- მეტი ყურადღება მიექცეს ტურიზმის სფეროში მაღალკვალიფიციური კადრების შერჩევას, მომზადებას და განაწილების პრინციპს. როგორც გავარკვევთ საქართველოში ჩამოსულ ტურისტებს განსაკუთრებული პრეტენზიები მომსახურებასთან აქვთ. სასტუმროებისა და რესტორნების მომსახურე პერსონალი მოუზადებელია.

- დროულად მოგვარდეს ტურიზმის დარგის სწორი ორგანიზაცია;
- შევინარჩუნოთ და გავაუმჯობესოთ ბუნებრივი გარემო ტურიზმის განვითარების პირობებში;
- შეიქმნას სათანადო პირობები უცხოელ ინვესტორთა ტურიზმით დაინტერესებისათვის;
- დროულად მომზადდეს ახალი საინვესტიციო პროგრამები;
- ქვეყნის მასშტაბით ჩამოყალიბდეს ტურისტული საინფორმაციო სააგენტოები;

ვფიქრობთ, რომ ჩვენს მიერ ჩამოთვლილი ამოცანების გადაწყვეტა ხელს შეუწყობს საქართველოში ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარებას და მის უფრო ინტენსიურად ჩართვას საერთაშორისო ბიზნესის სივრცეში

ახალი ეკონომისტი

The market of innovations includes set of the markets of manufacturers of scientific and technical production, manufacturers of an innovative product and their consumers. Specificity of innovative activity defines a dual role of its subjects which act as consumers (buyers) of scientific and technical production in the market of manufacturers of scientific and technical production and manufacturers (sellers) of an innovative product, entering in transactions with its consumers. Competitive struggle between the last induces them to raise a technological level of manufacture (services); to improve quality; to reduce production costs; to raise efficiency. The competition, initiating the market of innovations, stimulates its development. The direct and basic subject of competitive relations in the market of innovations the innovative firm entering the transactions with the scientific organisations, as time scientific personnel, high schools in the market of manufacturers of the scientific and technical production which feature is that on it the innovation even possessing the big scientifically-practical value if it does not answer inquiries of end users - the firms (enterprises) is rejected, making the goods (services) acts.

ПУТИ ФОРМИРОВАНИЯ СВОЕГО ПРЕДПРИЯТИЯ

უიანი სამადაშვილი

Доктор экономических наук,

профессор Тбилисского государственного университета

Потенциальные предприниматели могут заняться своим бизнесом одним из трех способов: 1. приобретая существующего предприятие (покупка готового бизнеса); 2. создавая новое предприятие; 3. купить франшизу.

Покупка готового бизнеса облегчает вхождение на рынок и сохраняет силы и время. В то же время подобный шаг, сопровождается высокой степенью риска получить «недоброкачественный продукт». В месте с готовым и отлаженным делом можно приобрести массу проблем: долги, недобросовестный персонал, неудачную позицию на рынке, проблемы с правоохранительными органами и т. п. Поскольку хороший отлаженный бизнес, редко продают от хорошей жизни.

Для многих предпринимателей создание нового предприятия с самого начала является более привлекательным, чем приобретение предприятия. они предпочитают собственную продукцию, собственных работников, поставщиков, хотя сами выбрать местонахождение и т. д.

Преимущества покупки франшизы получите поддержку и обучение на всех этапах работы, у вас будет раскрученный бренд, будете иметь более низкие цены на сырье и оборудование, по сравнению с началом собственного бизнеса. Недостатки покупки франшизы: работать будете по правилам, установленным франчайзером, франчайзер может не продлить договор по истечению срока и т. д.

**Dr. professor of Batumi
Shota Rustaveli State University**

Here we consider the main tendencies of development of rural areas, existing production spheres, traditional sectors, which nowadays are the main source of income for the population. Also we analyze the main stages of formation of farms in Adjara.

In this article we present the existing potential of the natural, cultural and recreational recourses, abilities of its use and the author's views concerning its realization. Particularly, the main parameters of reasonability of starting and development of tourist and health resort business are described in this article.

Also we prove reasonability of development of the complex programs of steady development of the rural areas in Adjara and expected socio-economic results, needed natural, intellectual and labour potential, the ways of mobilization of investments, conditions for creation of the appropriate business environment.

HISTORICAL ASPIRATION OF GEORGIA TO EUROPE

NONA GELITASHVILI

**The assistant-professor
to the Tbilisi state university
Faculty of Economics and Business**

Georgia the historical sense is a part of Europe. The site on the verge of Europe and açèè gave for a long time it the special geostrategic importance. More or less known fact is what here, in Georgia, the Renaissance expressed in awakening and in revival of all spheres of a life had the beginning. In this sense the period of tsarina Tamara was especially important. Georgia United and strengthened still in an epoch of David Agmashenebeli, in XII th century has even more strengthened and has expanded the borders; the order established in the country certainly promoted strengthening of external relations, development of trade with neighbouring countries and to growth of the international importance of Georgia. Despite our positions of the leader in Europe which we have lost because of the geostrategic arrangement and set of enemies, some centuries later, we again dream to become a part of the European family again.

საქსტატი ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამსახური

GIVIPARKADZE

Associated professor of The TSU
Faculty of Economics and Business

Methods smoothing and forecasting of sales are considered. For forecasting was used linear multifactor models, also the problems of data Base creation considered. The methods evaluation of effectiveness and computation of the models parameters is given. To the finding of results the reduction of time expenses on modeling in comparison with the use another office program discussed. The software was created of the base VBA EXCEL 20003.

The method can used of creation and implementation of automatized working places.

THE ESTIMATION OF RISK ALTERNATIVES AND THE INSURANCE ROLE OF RISK'S SHORTENING

BELLA CHACHIBAIA

BAIA CHACHIBAIA

II step Students of The TSU

Faculty of Economics and Business

The risk is the every-day part of our lives. The risks cross all the borders of things and events, they change the reality on which mankind is based.

Every day we have to make a lot of decisions which are connected to risks. In our essay we talk about the three most important concepts which are critical for risk evaluation and for making right decisions, these are: probability distribution, expected value and variance.

We also discuss the three kind of personal attitudes towards risk, these are: risk averse, attracted by risk and neutral people. Depending on risk is well shown by the function of benefit. The three kinds of persons have different benefit function.

In our essay the risk premium is also discussed. The risk premium is the maximal amount of money what risk averse is ready to pay to avoid risk. Insurance is one of the main ways of decreasing risk. We have brought all the factors which make people buy insurance and also the factors which stimulate the insurance companies to sell their policies. There are given the results of the survey we had carried out. The survey shows that from two hundred people we interviewed 41% is attracted by risk, 37.5% is neutral to risk, 21.5% is risk averse. This picture can be explained by the age of the respondents: the most of them (49.5%) were under 25. 40% use the insurance policy and 60% do not use it. The reason of not having policy named by 58% of the respondents was the financial problems. Today the most popular is medical insurance; from 80 people 71 is the owner of this policy. On the second place we have the real estate insurance. In the future 72.5% of the respondents are ready to have insurance. This fact notifies the bright future of the insurance companies.

Motivation is a word used to refer to the reason or reasons for engaging in a particular human behavior. These reasons may include basic needs such as food or a desired object, goal, state of being, or ideal. The job of manager is to get things done through employees because the job performance is considered to be a function of ability and motivation, thus:

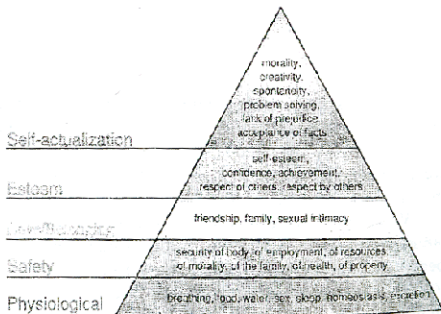
Manager can set up an environment where employees best motivate and empower themselves. There are some strategies for motivation: *Positiv reinforcement; Effective discipline and punishment; Treating people fairly; Satisfying employees needs etc.* Here are some important motivation theories like:

Need Achievement Theory - David McClelland's theory envisages that a person has need for three things but people differ in degree in which the various needs influence their behavior. Need for achievement, Need for power, and Need for affiliation.

Need Hierarchy Theory - Abraham Maslow's hierarchy can be summarized as thus: Human beings have wants and desires which influence their behavior; only unsatisfied needs can influence behavior, satisfied needs cannot.

F. Herzberg's two factor theory - He distinguished between: *Motivators* which give positive satisfaction, and *Hygiene* factors that do not motivate if present, but, if absent, result in demotivation.

Alderfer's ERG (existence, relatedness and growth) theory - Leading to this theory Physiological and safety, the lower order needs, are placed in the existence category, Love and self-esteem needs in the relatedness category. The growth - contained the self-actualization and self-esteem needs.



Vroom's Expectancy (Valence; Instrumentality; Expectancy) Theory: we always create expectations about future events. If things seem reasonably likely and attractive, we know how to get there and we believe we can make the difference then this will motivate us to act to make this future come true.

Cognitive dissonance - suggested by Leon Festinger, this occurs when an individual experiences some degree of discomfort resulting from an incompatibility between two cognitions.

These and other motivation theories help managers to motivate employees in effective and easy ways in order to succeed in business.

საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო

MACROECONOMIC ASPECTS OF ANALYSIS OF INSURANCE MARKET

NATO MUMLADZE

ANNA NEBIERIDZE

II step Students of The TSU

Faculty of Economics and Business

Insurance is the system of economic relationship. It means the formation of deposits of establishments, organizations, plants and citizens for the compensation of damage and payment which can be a result of unforeseen, natural and economic events.

In our essay we discuss what the role of insurance in economics is and why

People make decisions to buy insurance policies. We will also see how rapidly insurance market in Georgia develops, what is the real situation in the Georgian market of insurance, which insurance companies are the leaders nowadays and also what proportion of Georgian society uses insurance service. (The results of survey)

With insurance aid people try to decrease risk and minimize the unforeseen costs. In Georgia the first insurance company was "ALDAGI" which was founded in 1990.

According to the data of 2007 today Georgian market includes 17 licensed insurance companies which offer Georgian consumers 16 kinds of insurance products.

According to statistics in Georgia medical insurance is on the first place with 23,3%, on the second place we have estate insurance with 21,6%, then we have vehicle insurance with 13,9%, as for pensions insurance it takes 2,7% and at last life insurance takes 1,7%.

The survey carried out by us showed that only 43% is insured, 51% does not have any kind of insurance and 6% did not answer our questions, through the most of respondents (72,5%) would like to have insurance in future.

As a result of our survey we can say that in Georgia the number of those who want to have insurance increase time by time and respectively the insurance business in Georgia has a successful prospects.

საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო

THE MAIN ORIENTIRES OF OVERCOME OF POVERTY OF THE NATIONAL PROGRAM

DAVID GOTSIRIDZE

LEVAN KUPATADZE

II step Students of The TSU

Faculty of Economics and Business

Georgia's one of the main problem is poverty. In this point of view the situation is too heavy in Georgia. nowadays average monthly income per person is about 100 lari, which is far for a person to live.

The main reason for poverty is unemployment. It has been problem since the 90s. The first yeas of independence were the worst years in Georgian history to the economic and political points of view. Although much was done to solve this problem during next years, but it still remains the country's main problem.

SUMMARY

To solve the problem of poverty, fast and stable economic development is very important. This means improvement of investment environment and development of small and medium businesses, as well as the financial infrastructure.

This year the government worked out a new strategy of fighting the poverty, which includes the following:

1. National safety
2. Full territorial and civil reintegration.
3. Improvement of the citizens' living conditions.

According to this problem the economical growth will reach 9% and the amount of foreign investments will grow up six times.

The government runs a new cheap credits program that will effectively reduce the unemployment and help business sector rise.

FREE INDUSTRIAL ZONE OF POTI

NINO UCHANEISHVILI
TINATIN KVIRKVELIA

II step Students of The TSU
Faculty of Economics and Business

Free industrial zones played very important role in world economy in the second half of the 20th century. Nowadays there are about 3000 FIZs, but very few are successful.

In 2007 3rd of July the Georgian parliament affirmed the law "about free industrial zones". According to the law, free industrial zone is a territory with determined borders and a special status. The law creates a profitable tax, custom, financial, law and other kind of privileges implemented for industrial work in the territories of free industrial zone and it helps to flow a foreign capital into the country, to develop infrastructure of the region where FIZ will be put. As soon as the law was affirmed, it was said that Poti would be the first Georgian territory to create FIZ in.

Although, the idea has many opponents who claim that there are risks involved, such as: the difficulty of customs controlling, fictitious firms throwing out sums, smuggling and so on. Due to the liberalized business climate in Georgia, FIZ loses it's importance.

NINO MAKHARADZE
 TINATIN GIORGADZE
 KETEVAN LABADZE

II step Students of The TSU
 Faculty of Economics and Business

Tourism, including the health resort business, always was one of the most important spheres of the Georgian economy. Many tourist routes pass through Georgian territory and approximately one hundred health resorts exist here.

Tourism is an industry which requests a good infrastructure. The most important thing for tourism is to be sure that the place they visit is safe.

The Georgians tourism agencies should organize an info-trip for the foreign tourism agencies and to present them potential touristic programs, to show them the hotels and the optional trips which may be interesting.

A picturesque nature, landscapes, Great Caucasian Ridge, subtropical zone of the Black Sea, rivers and mineral springs, urbanized cities and settlements, and traditional Georgian hospitality make Georgia the country of tourism. However, the source of mass tourism of Georgia is its Sea, mountains and resorts.

Nowadays tourism is a fast growing and very important industry.

0308000000 05599

გამოსათხოვარი!



ქართულმა ეკონომიკურმა საზოგადოებამ დიდი დანაკლისი განიცადა რამდენიმე დღის უკან უდროოდ წავიდა სამარადისო სასუფეველში გამოჩენილი ქართველი მეცნიერი, ეკონომიკურ მეცნიერებათა დოქტორი, პროფესორი, სახელმწიფო პრემიის ლაურეატი, საქართველოს მეცნიერებათა ერთვნიული აკადემიის პაატა გუგუშვილის სახელობის ეკონომიკის ინსტიტუტის დირექტორი ბატონი გიორგი (გია) წერეთელი.

ბატონი გიორგი იყო მეცნიერი და საზოგადო მოღვაწე, რომლის მხარდაჭერას და თანადგომას მუდმივად გრძობდა ყველა ის პიროვნება, ვისაც მასთან თუხდაც ერთხელ მაინც ჰქონია საქმიანი დამოკიდებულება. ბატონი გია იყო ჩვენი ჟურნალის სარედაქციო კოლეგიის აქტიური წევრი და რაოდენ სამწუხაროა, რომ ის მომავალში ვერ მოგვცემს თავის მაღალპროფესიულ რჩევებს ჟურნალის ხარისხის გაუმჯობესებისა თუ მისი შემდგომი სრულყოფის საკითხებზე.

ჟურნალ „ახალი ეკონომისტი“-ს სარედაქციო კოლეგიის წევრებსა და თანამშრომლებს თანაგრძნობას ვუცხადებთ ბატონი გიორგის ოჯახის წევრებსა და ახლობლებს.

რედაქცია

ახალი ეკონომისტი

