

Methods for Determining The Competitiveness of The Industry

Tamar Chikava

Summary

In the article is reviewed competitiveness assessment method according to Porter's "Diamond model". The approach looks at clusters, a number of small industries, where the competitiveness of one company is related to the performance of other companies and other factors tied together in the value-added chain, in customer-client relation, or in a local or regional contexts. The phenomena that are analysed are classified into six broad factors incorporated into the Porter diamond, which has become a key tool for the analysis of competitiveness. These factors are: factor conditions, demand conditions, related and supporting industries, firm strategy, structure and rivalry, government and chance factors. The Porter thesis is that these factors interact with each other to create conditions where innovation and improved competitiveness occurs.

საკვანძო სიტყვები: ფირმის კონკურენტუნარიანობა, ფაქტორი, კონკურენტუნარიანობის შეფასების ინსტრუმენტები, კონკურენტუნარიანობის დეტერმინანტები.

ძირითადი ტექსტი:

კონკურენტუნარიანობის შეფასება შესაძლებელია როგორც ფირმის, ასევე სექტორისა და ეროვნული ეკონომიკის დონეზე. ფირმა კონკურენტუნარიანობა, თუ მას შეუძლია კონკურენციის პირობებში თავისი საქონელი გაყიდოს და ხანგრძლივი დროის მანძილზე მიიღოს მაღალი შემოსავალი. სექტორი კონკურენტუნარიანობა, თუ მას შეუძლია შეინარჩუნოს ბაზრის წილები შიდა და საერთაშორისო ბაზრებზე. ეროვნული ეკონომიკა საერთაშორისო კონკურენტუნარიანობით ხასიათდება, თუ მას შეუძლია ხანგრძლივის დროის მანძილზე შეინარჩუნოს თავისი წილი საერთაშორისო ბაზრებზე ექსპორტში.

კონკურენტუნარიანობის ფორმირების სტადიებს მ.პორტერის წარმოების ფაქტორთა, ინვესტიციების, ინოვაციისა და სიმდიდრის ანალიზის საფუძველზე განიხილავს. ამასთან, პირველი სამი ეკონომიკურ ზრდას უკავშირდება, ხოლო მეოთხე - დაცემას. ზოგიერთი მეცნიერი დამატებით ინფრასტრუქტურულ და ინფორმაციულ სტადიებსაც განიხილავს.

დღეისათვის ფირმის კონკურენტუნარიანობის შემდეგი ძირითადი მაჩვენებლებია აღიარებული:

- საქონლისა და მომსახურების ხარისხი;
- წარმოების ტექნოლოგიური დონე;

- ფინანსურ წყაროებზე ხელმისაწვდომობა;
- მომწოდებლების გამართული ქსელი;
- პერსონალისა და მენეჯმენტის კვალიფიკაციის დონე და სხვ.

კონკურენტუნარიანობის შეფასების მნიშვნელოვანი ინსტრუმენტია პორტერის „ალმასის“ მოდელი, სადაც კონკურენტუნარიანობის შეფასება ხდება ოთხი ძირითადი და ორი დამხმარე ფაქტორით. ძირითად ფაქტორებს განეკუთვნება:

- ფაქტორების პირობები;
- მოთხოვნის პირობები;
- მონათესავე და მხარდამჭერი სექტორები;
- ფირმის სტრატეგია, სტრუქტურა და კონკურენცია.

დამხმარე ფაქტორები კი შემდეგი ორი ელემენტისგან შედგება:

- სახელმწიფოს ფაქტორები;
- შანსის ფაქტორები.

კონკურენტუნარიანობის ოთხი ძირითადი დეტერმინანტი გამუდმებით ზემოქმედებს ერთმანეთზე. განვიხილოთ თითოეული ფაქტორი ცალ-ცალკე.

ფაქტორის პირობები - ფაქტორის პირობები შედარებითი უპირატესობის ტრადიციული თეორიის მთავარი ცნებაა, შესაბამისად, ძალზედ მნიშვნელოვანია ფირმის კონკურენტუნარიანობაზე მათი ზეგავლენა. ფაქტორები ორ ჯგუფში ერთიანდება: საბაზოფაქტორები, რომლებიც ბუნებრივია და საუკუნეების განმავლობაში ვითარდება და განვითარებული ფაქტორები, რომლებიც უნდა შეიქმნას ქვეყნის მიერ.

საბაზო ფაქტორები შედგება ფიზიკური და ადამიანური რესურსებისგან. ფიზიკური რესურსების რანგში შეიძლება განვიხილოთ მინის სიჭარბე, ხარისხი, ხელმისაწვდომობა და ღირებულება, წყალი, კლიმატური პირობები, გეოგრაფიული მდებარეობა. ადამიანური რესურსების ცნება მოიცავს თანამშრომლების ოდენობას, კვალიფიკაციას, ღირებულებას და სხვ.

იმისათვის, რომ ფირმას შეეძლოს დიფერენცირებული საქონლის წარმოება, მას უნდა ჰქონდეს განვითარებული ფაქტორები, რაც კონკურენტული უპირატესობის მოპოვებას უწყობს ხელს. განვითარებული ფაქტორები მოიცავს შემდეგ ელემენტებს:

ცოდნისრესურსები - ქვეყნისმეცნიერული და ტექნიკური ცოდნის მარაგი საქონელთან და მომსახურებასთან მიმართებაში. რესურსი შეიძლება იყოს უნივერსიტეტები, სახელმწიფო კვლევითი ინსტიტუტები, სტატისტიკური დანესებულებები, მეცნიერული ნაშრომები, მარკეტინგული კვლევები და სხვ.

კაპიტალის რესურსები - დარგის დაფინანსების-

ვის ხელმისაწვდომი კაპიტალის ოდენობა და ღირებულება.

ინფრასტრუქტურა - ინფრასტრუქტურა, რომელიც ხელმისაწვდომია და ზეგავლენას ახდენს კონკურენციაზე, მათ შორის, ტრანსპორტირების სისტემა, კომუნიკაციის სისტემა, ფოსტა და სხვ.

დარგების მიხედვით განსხვავდება ფაქტორების გამოყენების პროპორცია. ფაქტორებისგან კონკურენტული უპირატესობის მოპოვება დიდად არის დამოკიდებული იმაზე, თუ რამდენად ეფექტურად და ეფექტიანად ხდება მათი გამოყენება. თუმცა, აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ მხოლოდ ფაქტორების ხელმისაწვდომობა არ არის საკმარისი, რომ აიხსნას კონკურენციის საკითხში წარმატების მიღწევა.

მოთხოვნის პირობები - „ალმასის“ მოდელი განსაკუთრებულ აქცენტს აკეთებს შიდა მოთხოვნაზე, რომელიც განხილულია როგორც მამოძრავებელი ძალა ინოვაციებისა და ტექნოლოგიური განვითარებისათვის. შიდა მოთხოვნის დეტერმინანტები, ისეთი როგორიცაა მოთხოვნის ზომა და შემადგენლობა, ზეგავლენას ახდენენ ქვეყნის შედარებით უპირატესობაზე. ქვეყანას შედარებითი უპირატესობა წარმოეშვა მაშინ, როდესაც შიდა მოთხოვნის საფუძველზე ადგილობრივ ფირმებს უცხოურ კონკურენტ ფირმებზე უფრო სწრაფად ექმნებათ წარმოდგენამყიდველებისა და მომხმარებლების შესახებ.

გამოიყოფა შიდა მოთხოვნის სამი ძირითადი მახასიათებელი:

მოთხოვნის სეგმენტირებული სტრუქტურა - დარგების უმეტესობაში მოთხოვნა არის სეგმენტირებული. ზოგიერთი სეგმენტი უფრო გლობალურია, ვიდრე სხვები.

დახვეწილი და მომთხოვნი მყიდველები - როდესაც ადგილობრივი მყიდველები არიან დახვეწილი და მომთხოვნი, ფირმები მოიპოვებენ კონკურენტულ უპირატესობას. ასეთ მყიდველებს ფირმები ზენოლის ქვეშ ყავთ და აიძულებენ მათ აწარმოონ მაღალი ხარისხის საქონელი.

მომხმარებლების მსგავსი საჭიროებები - ფირმა მოიპოვებს უპირატესობას იმ შემთხვევაში, თუ ადგილობრივი მომხმარებლების საჭიროებების ხვა ქვეყნების მოთხოვნილებების მსგავსია.

შიდა მოთხოვნის სხვა დეტერმინანტები, რომლებიც გავლენას ახდენს ეროვნულ კონკურენტუნარიანობაზე, მოიცავს ბაზრისა და შიდა მოთხოვნის ზომას. თუ ადგილობრივი მოთხოვნა მცირეა, ფირმები იძულებულნი არიან ექსპორტზე გაიტანონ საკუთარი ნაწარმი. მნიშვნელოვანი ფაქტორია, ასევე, დამოუკიდებელი მყიდველების რიცხვი. როდესაც დამოუკიდებელი მყიდველების რიცხვი დიდია, ქვეყანაში უფრო უკეთესი გარემო იქმნება ინოვაციებისთვის, ვიდრე ერთი ან ორი დომინანტი მყიდველის არსებობის შემთხვევაში. კიდევ ერთ მნიშვნელოვან ფაქტორს წარმოადგენს მულტინაციონალური მყიდველების არსებობა. თუ მყიდველები წარმოადგენენ მულტინაციონალურ კომპანიებს, ადგილობრივი

ფირმებისთვის წარმოიქმნება უპირატესობა, რადგან ადგილობრივი მყიდველები იმავდროულად უცხოური მყიდველებიც არიან.

მონათესავე და მხარდამჭერი დარგები - პორტერის ეროვნული კონკურენტული უპირატესობის თეორიის ძირითადი ცნება არის კლასტერი. კლასტერი წარმოადგენს მომწოდებლების, მომხმარებლებისა და კონკურენტების ქსელს, რომელიც ზრდის სპეციალიზაციას და ხელს უწყობს ეფექტიანობისა და კონკურენტუნარიანობის გაძლიერებას. კლასტერს ინდივიდუალურ ფირმაზე უკეთესი მანიაქეს, რომ წარმატებას მიაღწიოს გლობალურ ბაზარზე. კონკურენტუნარიანი მომწოდებლებისა და მონათესავე დარგების ხელმისაწვდომობას ბევრი დადებითი თვისება აქვს ფირმისთვის. მათ შორის აღსანიშნავია: ინოვაცია, ინფორმაციის ბრუნვა, განახლება და ტექნოლოგიური განვითარება. ფირმას შეუძლია მთელი აქცენტი თავის ძირითად საქმიანობაზე გააკეთოს, დანარჩენი საქმეების შესრულებაზე მოკავშირეებს დაეყრდნოს და ამ გზით კონკურენტული უპირატესობა მოიპოვოს.

ფირმის სტრატეგია, სტრუქტურა და მეტოქეობა - „ალმასის“ მოდელის ეს ნაწილი აღწერს, თუ როგორ იქმნება კომპანიები, როგორ არიან ისინი მოწყობილი, როგორ ხდება მათი მართვა და როგორია ადგილობრივი კონკურენცია. ქვეყნების მიხედვით განსხვავდება ფირმების მიზნები, სტრატეგიები და მოწყობის გზები. სხვადასხვა დარგს განსხვავებული მენეჯერული სისტემები შეესაბამება. ეროვნული კონკურენტული უპირატესობა გამომდინარეობს იქიდან, რომ ხდება სწორი შეხამება ამ არჩევანსა და დარგის კონკურენტული უპირატესობების წყაროებს შორის. მეტოქეობა ძალიან მნიშვნელოვანია გლობალური კონკურენციისთვის, როდესაც ფირმები აქტიურად უწევენ ერთმანეთს კონკურენციას ადგილობრივ ბაზარზე და მუდმივად უბიძგებენ ერთმანეთს, რომ განვითარდნენ.

დამატებითი ორი ფაქტორი, რომელიც მნიშვნელოვან ზეგავლენას ახდენს ეროვნულ სისტემაზე, არის სახელმწიფოს და შანსის ფაქტორები.

სახელმწიფოს ფაქტორები - სახელმწიფოს ყველა დონეზე შეუძლია ზეგავლენა მოახდინოს კონკურენტუნარიანობაზე და ეროვნულ უპირატესობაზე. სხვადასხვა პოლიტიკას ხვადსხვანაირად ზემოქმედებს თითოეულ დეტერმინანტზე. მაგალითად, ანტიტრესტული პოლიტიკა, რომელიც ფირმებს ფასების კონტროლის შესაძლებლობას არ აძლევს, ზეგავლენას ახდენს შიდა კონკურენციაზე. ის ხელს უწყობს საბაზრო სისტემის ეფექტიან ფუნქციონირებასა და კონკურენციის ნახალისებას. განათლებაში ინვესტიციების ჩადებას შეუძლია შეცვალოს ფაქტორული პირობები, ხოლო სახელმწიფო შესყიდვები სტიმულირებას უკეთებს მონათესავე და მხარდამჭერ დარგებს. მეორე მხრივ, სახელმწიფო პოლიტიკას შეუძლია უარყოფითი ზეგავლენა მოახდინოს ეროვნულ უპირატესობაზე, თუ მათი დანერგვა მოხდება პოტენციური შედეგის გაანალიზების გა-

რეშე. შესაბამისად, სახელმწიფოს დიდი პასუხისმგებლობით მართებს ამა თუ იმ პოლიტიკის შემოღება და დანერგვა, რადგან შედეგი შეიძლება იყო სროგორც დადებითი, ისე უარყოფითი.

შანსის ფაქტორები - შანსის ფაქტორები უმეტესად არ ექვემდებარება ფირმის კონტროლს. შანსის ფაქტორები მოიცავს სხვადასხვა გამოგონებებს, მნიშვნელოვან აღმოჩენებს ტექნოლოგიურ დარგში, ომებს, უცხოური ბაზრის მოთხოვნის ცვლილებებს და სხვ. პორტერის შეხედულებით, შანსის ფაქტორებს ბევრჯერ უტამაშიათ მნიშვნელოვანი როლი დარგებს შორის კონკურენტული უპირატესობის გადანაწილებაში.

გლობალიზაციის პირობებში უცხოური ქვეყნების ფაქტორი სულუფრო მეტად ხდება მნიშვნელოვანი და ზემოქმედებს ფირმების კონკურენტუნარიანობაზე. ფირმების უმეტესობას აქტივების დიდი ნაწილი განთავსებული ან ნაყიდი აქვს საზღვარგარეთში, ამიტომ არ შეიძლება იმის თქმა, რომ მხოლოდ ქვეყნის შიგნით არსებული ფაქტორები არის მნიშვნელოვანი ფირმებისთვის.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. ხარაიშვილი ე., კონკურენციისა და კონკურენტუნარიანობის პრობლემები საქართველოს აგრო სასურსათო სექტორში, გამომცემლობა „უნივერსალი“, თბილისი, 2011.
2. Davies H. and Ellis P.D., Porter's Competitive Advantage of Nation's: Time for the final Judgement, Journal of Management Studies, 2000.
3. Dunning J.H., The Theory of Transnational Corporations, 1993.
4. Porter M.E., Clusters and Competition, in Gordon E. Clark, eds, Oxford Handbook of Economic Geography. Oxford: Oxford University Press, 1998.
5. Porter M.E., Competitive Advantage of Nations, Strategic Management Journal, 1991.