

ირინა გოგორიშვილი,
სტუ-ს ასოცირებული პროფესორი

რეზიუმე

კვლევითი ნაშრომის მიზანია წარმოადგენს კომპანიის მისიის მოდელში მისიის შემადგენელ კომპონენტებს შორის კავშირურთიერთობათა განსაზღვრა. ინტელექტუალური პროდუქტებისა და მომსახურების წარმოებისა და სოციალური პასუხისმგებლობის ტენდენციები განხილულია გრავიტაციის თეორიისა და ახალი ინსტიტუციური თეორიის საფუძველზე. ნაშრომში განხილული კომპანიის მისიის შემადგენელ კომპონენტებს შორის ურთიერთკავშირები აყალიბებს ინტელექტუალური პროდუქტებისა და მომსახურების წარმოების ტრენდებს.

საკვანძო სიტყვები: კომპანიის მისია, სოციალური პასუხისმგებლობა, ინტელექტუალური პროდუქტებისა და მომსახურების წარმოება, მცირე ღია ეკონომიკა.

Defining Company Mission in Business Engineering

Irina Gogorishvili,
Associated professor of Gtu

Summary

The study aims at considering the associations between the components of the mission and identifying the role of the social responsibility in it by developing the model of a company mission. The study was accomplished by using the gravitation and new institutional theories and deduction and induction methods.

Based on the gravitation and new institutional theories, the work considers the trends of installation of social responsibility at the companies in the developing countries by considering the opportunities of intellectual production and services. The components of a company mission and the nature of the relationship between them are considered as such trends.

Keywords: company mission, social responsibility, intellectual product and services, small open economy.

ბიზნეს პროცესთა ინჟინერინგის საკითხები მუდმივი კვლევისა და ნოვაციების სფეროს წარმოადგენს. ნაშრომის მიზანია გამოიკვეთოს კომპანიის მისიაში ბიზნეს ვალდებულებების ლოგიკური ურთიერთკავშირები ბიზნეს ინჟინერინგის წარმატებული დამკვიდრებისათვის განვითარებად ქვეყნებში. კვლევის პროცესში ჩვენს მიერ გამოყენებულია ლოგიკური ანალიზის, მეცნიერული აბსტრაქციის, დედუქციის, ინდუქციისა და სტატისტიკის მეთოდები.

კომპანიის მისია უპირველეს ყოვლისა დაკავშირებულია მის მიზნებთან რომელთა შორის აუცილებელია პორიზონტალური და ვერტიკალური დამოკიდებულებები გამოვკვეთოთ. მიზანთა სისტემის ჩამოყალიბებით გასაგები ხდება, რომ კომპანიის მისიაც სისტემას წარმოადგენს, რომელშიც დაწვრილებით უნდა განვიხილოთ ყველა შემადგენელი ცვლადი. კომპანიის მისიის მთავარ (ცენტრალურ) მიზანს მომხმარებელთა (მყიდველთა) მოთხოვნის დაკმაყოფილებაა. ამავე დროს მნიშვნელოვანი დეტალია მყიდველთა და სახელმწიფოს იმ ინტერესების დაკმაყოფილება, რომელსაც არამყიდველუნარიანი მოთხოვნილება აყალიბებს. ამ მოთხოვნილებათა დაკმაყოფილება მარკეტინგული მენეჯმენტის მიზნებს შორის მნიშვნელოვანი შემადგენელია. აღნიშნული მიზნები სოციალური პასუხისმგებლობის სფეროშია განთავსებული. მნიშვნელოვან საკითხს სახელმწიფოს ინტერესთა (ნაციონალური და გლობალური ინტერესების) დაკმაყოფილება.

მიკროეკონომიკურ დონეზე გრძელვადიანი ეკონომიკური პოლიტიკის შემუშავება ბიზნეს ინჟინერინგის მნიშვნელოვანი და ძირითადი ნაწილია. იგი ნაციონალურ და საერთაშორისო ბაზარზე მიმდინარე ძირეული ცვლილებების საფუძველზე უნდა შემუშავდეს. ამ ცვლილებათა მთავარი მახასიათებელი (მიზანი) ინოვაციური ტექნოლოგიებისა და პროდუქტების დამკვიდრებაა, რომელთა წარმოების პროცესი ახალი ტექნოლოგიური ციკლის დასაწყისია.

ინოვაციათა წარმოების პროცესის აქტივიზაცია ბაზრების გლობალიზაციას ითხოვს რაც თავის მხრივ ადვილად არ მიმდინარეობს რადგან როგორც ნაციონალურ ასევე საერთაშორისო დონეზე ინტერესთა კონფლიქტებს იწვევს. რასაკვირველია კომპანიების მისიის ცენტრალური მიზნის რეალიზაციისთვის მთავარ საშუალებას ძირეული ცვლილებების პროცესში მყოფ ბაზრების მოთხოვნებთან ადაპტირება წარმოადგენს. ეკონომიკური პოლიტიკის თვალსაზრისით იგი ინსტრუმენტული ხასიათისაა და

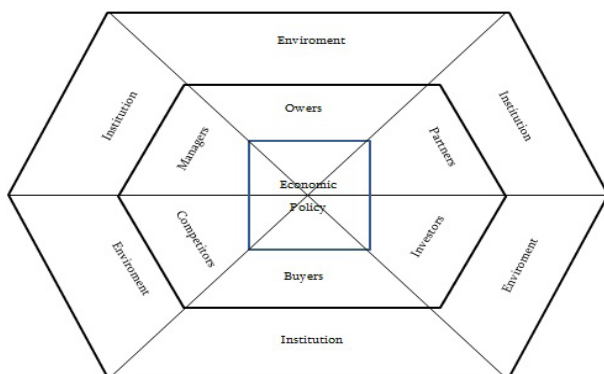
ამავე დროს უაღრესად პრობლემურია.

კომპანიის მისიის განსაზღვრის პროცესში ბაზრის მოთხოვნებს „ეთანხმება“. იგი ახდენს: ბაზრის იდენტიფიცირებას, მის მოთხოვნათა შესწავლასა და თავისი როლისა და ადგილის შემოსაზღვრას (მისიის ჩამოყალიბება). უფრო კონკრეტულად კომპანიის მისია არის მიზანთა კატალოგი რომელთა რეალიზაციას კომპანია ბაზარზე პოზიციის განსაზღვრის შემდეგ იწყებს.

კომპანიას მისიის ჩამოსაყალიბებლად კარგად უნდა ჰქონდეს შესწავლილი და გაცნობიერებული საკუთარი კონკურენტუნარიანობის განმსაზღვრელი ძირითადი ფაქტორები. ამ თვალსაზრისით სამეცნიერო ლიტერატურაში მთავარი აქცენტი კომპანიის განკარგულებაში მყოფი საწარმოო ფაქტორებისა და რესურსების განსხვავებულ პოზიტიური მახასიათებლებზეა გადატანილი. მათ შორის მთავარ როლი განეკუთვნება ადამიანური, საინფორმაციო, საფინანსო, მატერიალური სამხედრო, გეოპოლიტიკურ და სხვა რესურსებს. უაღრესად მნიშვნელოვანია ეს საკითხი განხილული იყოს სამ დონეზე: ბაზირების ქვეყნის, დარგისა და თვით კომპანიის პოტენციალიდან გამომდინარე.

ბაზირების ქვეყნის პოტენციალი საწარმოო ფაქტორებისა და სამეწარმეო რესურსების არსებობასთან დაკავშირებით მსოფლიო ეკონომიკის პოლიტიკურ რუკაზე სახელმწიფოთა რამდენიმე ჯგუფს გვაძლევს რომელთა შორის (თუ აბსტრაგირებულები ვიქნებით დახურული ეკონომიკის მქონე ქვეყნებიდან) ეკონომიკების გამოიყოფა: დიდი, საშუალო და მცირე, ღია განვითარებული და განვითარებადი ეკონომიკები. სამეწარმეო პოტენციალის საკითხის საფუძვლიანი განხილვა კომპანიის მისიის შემუშავების პროცესში მნიშვნელოვან პრობლემის გათვალისწინებას მოითხოვს. ასეთ პრობლემას ბაზრის პოტენციური მოცულობა წარმოადგენს. მთავარი ეგზოგენური ფაქტორი რომელიც ზემოქმედებს ამ კომპონენტებზე არის სახელმწიფოს ეკონომიკური პოლიტიკა. კომპანიის მისიის მოდელი გვსურს განვიხილოთ №1 ნახაზზე მოცემული მოდელის შესაბამისად.

ნახაზი №1



თეორიულ საფუძველს ქვეყნის დონეზე კომპანიის მისიის განხილვისათვის გრავიტაციის თეორია წარმოადგენს (Anderson, 1979; Deadorff, 1998; Anderson and Wincoop, 2003; Baier and Bergstrand, 2002; Feenstra, Markusen and Rose, 2001; Everett and Keller, 2002; Westerlund and Wilhelmsson, 2006; Santos Silva and Tenreyro, 2006; Helpman, Melitz and Rubinstein, 2008). გრავიტაციური მოდელების პრაქტიკაში გამოყენების განსაკუთრებით პოპულარული მიმართულებები დაკავშირებულია შეფასებებთან, რომლებიც ხორციელდება: ეკონომიკური რყევების ზემოქმედებებზე, ეკონომიკური პოლიტიკის ცვლადთა ზემოქმედებებზე, ინტეგრაციულ გაერთიანებათა ფორმირებაზე, მიგრაციულ ნაკადებზე (Grogger and Hanson, 2008; Beine, Docquier and Ozden, 2009; De Benedictis and Taglioni, 2011), პირდაპირ უცხოურ ინვესტიციებზე (Bergstrand and Egger, 2007; Keller and Yeaple, 2009).

გრავიტაციის თეორიის მოქმედებიდან გამომდინარე მნიშვნელოვანია მეზობელი ქვეყნების ეროვნული ბაზრების პოტენციალი. მიუხედავად შეზღუდული ადექვატურობისა რეალობასთან გრავიტაციული მოდელები საშუალებას გვაძლევს მივიღოთ ახალი ინფორმაცია საქართველო-ევროკავშირის შორის დადებულ ასოცირების შეთანხმების საზღვრებში კომპანიების მისიასთან ფორმირებისა და რეფორმირების მიმართულებით. მცირე და საშუალო ბიზნესისათვის მნიშვნელოვანია ეროვნული ეკონომიკის ფარგლებში მოსალოდნელი ბიზნეს აქტივობის ჩამოყალიბება, რომელიც ბიზნეს-ინჟინერინგის პროცესში მარკეტინგული პოტენციალის გამოსათვლელად იქნას გამოყენებული. ფაქტიურად ყველა მცირე ღია ეკონომიკების კომპანიებისთვის ექსპორტ-იმპორტის განვითარების დახასიათებისთვის გრავიტაციის თეორიის საფუძველზე ჩატარებული კვლევები პოზიტიური ეფექტის მომტანია იქნება. ასოციაცია ბრიკს-ში (ბრაზილია, რუსეთი, ინდოეთი, ჩინეთი და სამხრეთ აფრიკის რესპუბლიკა) შემავალი ქვეყნების მონაცემთა საფუძველზე ჩატარებულმა კვლევებმა (ი. ს. ტროეკუროვა და კ. ა. პელეენა <http://eup.sgu.ru/sites/default/files/133-142.pdf>) აჩვენებს, რომ ასოციაციაში შემავალი ყველა ქვეყნისთვის აგებულ გრავიტაციულ მოდელებში ექსპორტ-იმპორტის დამოკიდებულების ხარისხის (ელასტიკურობა) მაჩვენებელი ქვეყანა-კონტრაგენტის მშპ-ს ცვლილებასთან დადებითია. ეს მიგვიჩვენებს, რომ პერსპექტივაში რომელიც კომპანიას აქვს ბიზნეს-ინჟინერინგის პერმანენტულ პროცესში სასაქონლო-სავაჭრო ნაკადების ზრდა შესაძლებელია პარტნიორი კომპანიების ეკონომიკური პოტენციალის ზრდასთან ერთად (როგორც ეს ბრიკსის ქვეყნების მაგალითზე კვლევამ გვიჩვენა). ამავ დროს სრულიად ნათელია, რომ ამ მიმართულებით კვლევის წარმოება ტრანსნაციონალური კომპანიებისთვისაც გარკვეულ სიძნელეს წარმოადგენს, ხოლო როდესაც საქმე მცირე ან

საშუალო კომპანიებს ეხება გასაგებია, რომ მათ ეს საკუთარი შესაძლებლობებით არ ძალუძთ.

სწორედ აქ ჩნდება სახელმწიფოს როლი ბიზნესის ინჟინერინგის ხელშეწყობის მიმართულებით. ამ მხრივ გათვალისწინებული უნდა იყოს სახელმწიფოს ეკონომიკური (ამ შემთხვევაში სექტორული) პოლიტიკის მხრიდან ხელშეწყობის რეალური შესაძლებლობები. ეს შესაძლებელი უნდა იყოს მხოლოდ იმ შემთხვევებში თუ კომპანია გეგმავს სოციალური პასუხისმგებლობის (ISO 26000-ის მიერ რეკომენდირებულ) ღონისძიებათა დანერგვას თავის საქმიანობის პროცესებში.

დარგის დონეზე კომპანიის მისიის განხილვა ეფუძნება დარგის მახასიათებლებს როგორც წინაპირობას, რომელიც მას განსაზღვრავს. საინტერესოა წინაპირობათა იერარქია რომელიც წესრიგის, სტრუქტურული და პროცესის პოლიტიკისთვის უაღრესად მნიშვნელოვანია. აღნიშნულ იერარქიაში პირველადი მახასიათებელი მასშტაბის ეკონომიის ხასიათია. განვითარებული სახელმწიფოებისთვის მასშტაბის გარე ეკონომიის არსებობა განსაზღვრავს კომპანიის (ამ შემთხვევაში იგულისხმება ტნკ) გრძელვადიან უპირატესობებსა და მის მისიას გლობალურ ბაზარზე. მასშტაბის ეკონომიის ხასიათი განსაზღვრავს კაპიტალშეიარაღებისა და დარგში წარმოებული პროდუქტის კაპიტალტევადობის დონეს, მაგრამ ამავე დროს როდესაც საქმე ინტელექტუალურ პროდუქტებსა და მომსახურების წარმოების სფეროს ეხება თვით მასშტაბის ეკონომიის ხასიათის განსაზღვრა ძალზე ძნელია (ან საერთოდ შეუძლებელია). წარმოების მასშტაბის ეკონომიას თან ახლავს და აძლიერებს გამოცდილების (ცოდნის) დაგროვების ეფექტი და პროდუქტთა მრავალგვარობის (დიფერენციაციის) საფუძველზე წარმოქმნილი ეკონომიის ეფექტები. ამასთან დაკავშირებით მნიშვნელოვანია აღინიშნოს, რომ მასშტაბის ეკონომიის ეს ეფექტები შიგა ეკონომიის პირობებში მიიღწევა, რაც მიუწვდომელია მცირე ღია ეკონომიკის მქონე განვითარებადი და ნაწილობრივ განვითარებული სახელმწიფოების კომპანიებისთვის. იგი მით უფრო მიუღწეველია ქვეყნებისთვის რომლებიც რეგიონული ინტეგრაციების მიღმა იმყოფებიან და არ აქვთ საერთო ნაციონალური (რეგიონული ინტეგრაციის როგორიცაა: ევროკავშირი, ნაფტა, მერკოსური და სხვა) მიზანთან დაქვემდებარებული ქვემიზნების თანხვედრა, რაც კოორდინირებული ეკონომიკური პოლიტიკის შემუშავებაში ვლინდება. ამ თვალსაზრისით გლობალიზაციის პროცესი მასშტაბის შიგა ეკონომიას აძლიერებს და საერთო კეთილდღეობის ზრდას უწყობს ხელს. წარმოების ფაქტორებისა და რესურსების ეკონომია დღეს სოცოეკოლოგიისა და კეთილდღეობის ზრდის ტოლფასია. ასეთი მდგომარეობა უპირველეს ყოვლისა ინტელექტუალური პროდუქტების წარმოებასა და მომსახურების სფეროს ეხება. მხოლოდ ინტეგრაციული გაერთიანებების საზღვრებში მიიღწევა ისეთი ზენაციონალური წესრიგის, პროცესისა და სექტორული პოლიტიკის

შემუშავება და განხორციელება, რომელიც ბიზნესში სოციალური პასუხისმგებლობისა და ეკოლოგიური უსაფრთხოების რეკომენდაციების გათვალისწინებას უზრუნველყოფს. ინტერესთა კონფლიქტი რომელიც წარმოიქმნება აღმასრულებელ ხელისუფლებისა და ბიზნეს ჯგუფების ეკონომიკურ ინტერესებს შორის უმეტეს შემთხვევაში განვითარებას უზრუნველყოფს.

მასშტაბის გარე ეკონომიის მქონე დარგის რეგულირება სექტორული პოლიტიკის მხრიდან მინიმალურია და ფაქტურად მხარდაჭერის შესაძლებლობებზე დადის (Elhanan Helpman and Paul Krugman. Trade Policy and Market Structure. Cambridge: MIT Press, 1989. Laura d, Andrea Tyson. Who,s Bashing Whom? Trade Conflict in High-Technology Industries. Washington, D.C.: Institute for International Economics, 1992). იგივე უნდა გავიმეოროთ მასშტაბის შიგა ეკონომიის შესაძლებლობის არსებობის დარგის პირობებშიც. თუმცა დიდი ღია ეკონომიკის პირობებში სექტორული პოლიტიკა ექვემდებარება წესრიგის პოლიტიკას, რომელიც კონკურენციის პოლიტიკის საზღვრებში აყალიბებს კონკურენციის დაცვის, ხელშეწყობისა და ეროვნულ (შიგა) ბაზარზე კომპანიების მიერ ძალაუფლების ბოროტად გამოყენების წინააღმდეგ რეგულაციებს.

განსაკუთრებულ ინტერესს იწვევს მასშტაბის შიგა ეკონომიის ეფექტის არსებობა მომსახურების სფეროსა და ინტელექტუალური პროდუქტების წარმოების დარგებში. სწორედ აქ ვლინდება ინტეგრაციული გაერთიანებების განსაკუთრებული პოზიტიური შედეგები. ევროკავშირის საზღვრებში გატარებული წესრიგის, პროცესისა და სექტორული პოლიტიკის ეფექტიანობის დამადასტურებელია ერთიანი ვალუტის ევროს წარმატებული ფუნქციონირება. ევროკავშირის ფულადი პოლიტიკის მსხვილი გამტარებელი ევროსისტემა, რომელიც ევროს ზონის მასშტაბით ფულადი პოლიტიკის გატარებით მომსახურების პროდუქტებს ქმნის მასშტაბის შიგა ეფექტის პრინციპით მუშაობს. ინტეგრაციული გაერთიანებისთვის სახელმწიფოებრიობის ფუნქციის შეძენა განაპირობებს სახელმწიფო მომსახურების სფეროში მასშტაბის გარე ეკონომიის ეფექტების წარმოქმნას, რომლებსაც ძალიან ძნელად შეეძლება ნებისმიერი ევროსისტემაში შემავალი ქვეყანა (ამის ნათელი მაგალითია საბერძნეთი). მომსახურების სფეროს ასეთ პროდუქტს წარმოადგენს ევროსისტემაში ევროპული ბსზრის ადეკვატური საგადახდელო სისტემის TARGET-ის შექმნა. იგი წარმოიქმნა უკვე არსებული ელემენტების საფუძველზე და მიზნად ისახავდა ფულადი პოლიტიკის ჰარმონიზაციის მინიმალური საზომის დამყარებას. TARGET-ის სისტემა ევროსისტემის საკრედიტო ინსტიტუტებს საშუალებას აძლევს ევროში საზღვარგადაცილებელი გადახდები ისევე უნაკლოდ და იაფად მოახდინონ როგორც ქვეყნის შიგნით. იგი ხელს უწყობს მთელს ევროსისტემაში გადასახდელების ხელსაყრელი ხარჯებით (ფასის შემცირება), საიმედოობის მაღალი სტანდარტით (ხარისხის ამაღლება) და გადამუშავების მოკლე

დროში განხორციელებას (დროის ეკონომია). ასეთივე მნიშვნელოვან მომსახურების პროდუქტს წარმოადგენს დაცვის დამატებითი სისტემის (Securities Settlement System) ჩამოყალიბება რომელიც უზრუნველყოფს ევროკავშირის ფულადი პოლიტიკის ოპერაციების დროს ოპერაციული პროცესის მინიმალური პირობების შესრულებას და ფულის ბაზრის საზღვრების გაფართოვებას შერწყმის საფუძველზე (რ. გველესიანი ი. გოგორიშვილი ეკონომიკური პოლიტიკა, წიგნი პირველი, გვ. 225).

არანაკლებ მნიშვნელოვანია კომპანიის მისსიის ჩამოყალიბებისთვის ქვეყანაში ინტელექტუალური პროდუქტების წარმოებაში მასშტაბის ეკონომიის ეფექტების არსებობის შესაძლებლობების შესახებ ინფორმაციის გაანალიზება. ამ მიმართულებით მუშაობა დიდი ღია ეკონომიკის ქვეყნებში (განვითარებულ ქვეყნებში) მაღალი პოზიტიური ეფექტების მომტანია კომპანიების კონკურენტუნარიანობის ზრდისთვის. სულ სხვა სურათი გვაქვს მცირე ღია ეკონომიკის მქონე ქვეყნებში რომელთა დიდ უმრავლესობას სამეცნიერო-საგანმანათლებლო სფეროს განვითარების შეზღუდული შესაძლებლობების გამო ერთადერთი გზა აქვთ თავიანთი კომპანიების კონკურენტუნარიანობის ამაღლებისთვის. ეს გზა ინტეგრაციულ გაერთიანებათა ინტელექტუალური პროდუქტების წარმოების პროცესებთან კოოპერირებასა და კომერციულ და არაკომერციულ საფუძველზე თანამშრომლობაში ძევს (ი. გოგორიშვილი. კომერციული და არაკომერციული საერთაშორისო სამეცნიერო-ტექნიკური თანამშრომლობის ტენდენციები, ჟურნალი ბიზნეს ინჟინერინგი №2, 2012, გვ. 5-15). აღნიშნული თანამშრომლობის საფუძველს ინტელექტუალური პროდუქტების წარმოებაში მასშტაბის ეკონომიის ეფექტების მიღება წარმოადგენს. ამ პროცესს ყველაზე კარგად გრავიტაციის თეორია განმარტავს. განვითარებულ ქვეყნებში ინტელექტუალური პროდუქტების წარმოების პროცესები ფრაგმენტაციას ექვემდებარება კაპიტალის სამუშაო ძალისა და დროის ეკონომიის მიზნით. ამდენად ფრაგმენტაციის პროცესში (რომელიც გულისხმობს ინტელექტუალური პროდუქტების, მომსახურების ექსპორტსა და იმპორტს და ხორციელდება თანამშრომლობით კომერციულ საფუძველზე) მონაწილეობა ეფექტიანი გზაა მცირე ღია ეკონომიკის მქონე ქვეყნების კომპანიებისთვის კონკურენტუნარიანობის ჩამოყალიბებისა და გაძლიერებისთვის. ეს შემადგენელი კომპანიის მისსიის ჩამოყალიბებაში განსაკუთრებული მნიშვნელობის მქონეა განსაკუთრებით პოზიციის დამკვიდრებისა და განვითარების თვალსაზრისით.

კომპანიის მისსიის ჩამოყალიბების პროცესში მნიშვნელოვანია ეკონომიკურ სამართლებრივი ველის შესაძლო ცვლილების (მოლოდინის) ვარიანტების გათვალისწინება. ეს აქტიუობა გულისხმობს ახალი ინსტიტუციური თეორიის საფუძველზე კვლევების ჩატარებას. ამ მხრივ განსაკუთრებული მნიშვნელობის საკითხს წარმოადგენს პარტნიორებისა და

კონკურენტების შესახებ ინფორმაციის მოგროვება და გაანალიზება. იგივე უნდა განხორციელდეს ინსტიტუციური გარემოს ყველა მთავარი ექსპლიციტური და იმპლიციტური „მოთამაშის“ მიმართ.

კომპანიის მესაკუთრეთათვის მისსიის შემუშავების პროცესში ბუნების დაცვის პოლიტიკის საზღვრებში სახელმწიფოს მხრიდან ცნობილი და წარდგენილი უნდა იყოს მოთხოვნები სოციალური პასუხისმგებლობის გაძლიერებისათვის. ეს უნდა ხორციელდებოდეს პრევენციული ღონისძიებების გატარების მიზნით რათა სოციოეკოლოგიური მდგომარეობა არ გართულდეს. როგორც წესი განვითარებად ქვეყნებში როგორც ქართველები ამბობენ „ურემი რომ გადაბრუნდება უსაფრთხო გზები მერე ჩნდება“. სრულიად ნათელია, რომ ინიციატივა „უსაფრთხო გზების“ ძიებისა კომპანიის ჩამოყალიბების საწყის სტადიაზე, მისი მისსიის შემუშავების პროცესში უნდა განისაზღვროს და გამყარდეს ვალდებულებათა სახით. დღეს არსებული დამოკიდებულება სოციოეკოლოგიის საკითხებისადმი სრულიად მიუღებელია. სახელმწიფოს მხრიდან სოციალური პასუხისმგებლობის გაძლიერებისთვის პრევენციული შინაარსის ღონისძიებების დამკვიდრება და გატარება კომპანიების მისსიის ჩამოყალიბების პროცესებში, მათი როგორც ბიზნეს ერთეულების გაფორმების სტადიაზე წარსადგენ დოკუმენტაციაში უნდა ვლინდებოდეს. ისინი უნდა წარმოადგენდეს ინდიკატორულ მაჩვენებლებს რომელთა საფუძველზე შეგვიძლია სოციალური პასუხისმგებლობის რეალიზების ხარისხზე ვიმსჯელოთ.

კომპანიის კონკურენტუნარიანობის დახასიათება გულისხმობს სპეციფიკური განმასხვავებელი მახასიათებლების ნაკრებს. მასში, როგორც სოციალურ-ეკონომიკურ სისტემაში შედის: კომპანიის განკარგულებაში არსებული ტექნოლოგიები და რესურსების უნიკალურობა და პერსონალის (მათ შორის მენეჯერების) ცოდნა, კვალიფიკაცია, გამოცდილება და კრეატიული უნარები. ამ ტიპის დახასიათება გვაძლევს წარმოდგენას კომპანიის საქმიანობის შესაძლო სფეროზე სადაც მას შესაძლებელია ძლიერი კონკურენტული პოზიცია გააჩნდეს. პრაქტიკულად ეს უნდა იყოს სოციალურად მნიშვნელოვანი საბაზრო მოთხოვნის ჩამონათვალი, რომლის დაკმაყოფილებასაც იგი შეეცდება.

კომპანიის მიერ უნდა განისაზღვროს საგადამხდელო მოთხოვნის მოცულობა იმ პროდუქტებსა და მომსახურებაზე, რომლებსაც მისი კონკურენტები ფარავენ. მოცემული ბაზრების კონიუნქტურის განსაზღვრა კომპანიის მისსიის მნიშვნელოვანი შემადგენელია.

ახალი ინსტიტუციური თეორიის საზღვრებში უნდა წარიმართოს კვლევა მის მიერ არჩეულ საქმიანობასთან დაკავშირებული ხელშემშლელი და ხელშემწყობი ფაქტორების არსებობის შესახებ. როგორც წესი ამ შემთხვევაში საქმე ეხება სახელმწიფო ინსტიტუციებზე ლობისტური ჯგუფების ზემოქმედების ხარისხის განსაზღვრას. ამავე დროს ეკონო-

მიკურ ინტერესთა ჯგუფებს შორის კონფლიქტების პრევენციის შესაძლებლობათა გამოკვლევა პირველმნიშვნელოვანი ამოცანას უნდა წარმოადგენდეს. ამავ კონტექსტში უნდა იქნას განხილული მხარდაჭერის მოპოვების ან აშკარა წინააღმდეგობის შესაძლებლობა საზოგადოებრივი ორგანიზაციებისა და სოციალური მოძრაობების მხრიდან. ოპორტუნისტული ქცევის პრობლემებთან დაკავშირებით მნიშვნელოვანია წინასწარ იქნას განსაზღვრული თვითდაცვის (self enforced) შესაძლებლობები. განსაკუთრებული წინააღმდეგობები, რომლებსაც მცირე ღია განვითარებადი ეკონომიკების კომპანიები ხვდებიან პარტნიორების მხრიდან უფრო კონკურენტებთან ურთიერთობას ჰგავს, რადგან ინტერესთა თანხვედრას პრაქტიკულად ძალზე იშვიათად აღწევენ. კომპანიის მისიის განსაზღვრისას საკუთრებით უფლებათა საზღვრებში უნდა იქნას შეფასებული სუბიექტურ ღირებულებათა, პრინციპების, აღიარებული სამართლებრივი, მორალურ-ზნეობრივი, ეთიკური და სხვა შეზღუდვების სავარაუდო შედეგები.

კომპანიის მისიის ჩამოყალიბების განსაკუთრებულ სფეროს განეკუთვნება კონკურენტებთან, შემკვეთებსა და პარტნიორებთან დამოკიდებულების საკითხები, რომელთა წინასწარი გამოკვლევა მომავალი წარმატებების საწინდარი უნდა იყოს. ამასთან დაკავშირებით უნდა განვსაზღვროთ არჩეული საქმიანობის სფეროებში ინოვაციური ტექნოლოგიების არსებობისა და განვითარების პერსპექტივები. აღსანიშნავია რომ განსაკუთრებული ყურადღებით უნდა დაკონკრეტდეს (გამოთვლების ჩატარების საფუძველზე) კომპანიის მოსალოდნელი დანახარჯებისა და შემოსავლების შეფასების წესი. აღნიშნული წესით უნდა შედარდეს მოსალოდნელი შედეგები (პროგნოზები) და მესაკუთრეთა სავარაუდო მოლოდინები. ყოველივე ეს უნდა განხორციელდეს ძირითადი (და არა სპეციფიკური) ბიზნეს მაჩვენებლების საფუძველზე.

ჩვენს მიერ აღნიშნული ოპერაციების ცვალებადი თანმიმდევრობით მრავალჯერადი განმეორების შედეგად უნდა განვიხილოთ კომპანიის მისიის ცენტრალური საკითხი: არსებულ ვითარებაში შესაძლებელია თუ არა გავაკეთოთ პროგნოზი კომპანიის მისიის რეალობაში გამოვლენის წარმატების შესახებ. იმ შემთხვევაში თუ ამ საკითხზე დადებითი პროგნოზი მიიღება, მაშინ შესაძლებელია კომპანიის მისია განხილული მოდელის (ნახაზი №1) მიხედვით ჩამოვყალიბოთ.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. რ. გველესიანი, ი. გოგორიშვილი(2012). ეკონომიკური პოლიტიკა, წიგნი პირველი, გვ. 225
2. ი. გოგორიშვილი(2012). კომერციული და არაკომერციული საერთაშორისო სამეცნიერო-ტექნიკური თანამშრომლობის ტენდენციები, უფრნალი ბიზნეს ინჟინერინგი №2, 2012, გვ. 5-15
3. Freeman, Edward; Moutchnik, Alexander (2013): Stakeholder management and CSR: questions and answers. In: UmweltWirtschaftsForum, Springer Verlag, Bd. 21, Nr. 1. <http://link.springer.com/article/10.1007/s00550-013-0266-3>
4. Bulkeley, H. (2001). «Governing Climate Change: The Politics and Risk Society». Transactions of the Institute of British Geographers, New Series, Vol.26, No.4, pp. 430—447.
5. Fialka, J. (2006). «Politics & Economics: Big Businesses Have New Take on Warming; Some Companies Move From Opposition to Offering Proposals on Limiting Emissions». WallStreetJournal. pg.A.4.
6. Grace, D; S. Cohen (2005). Business Ethics: Australian Problems and Cases. OxfordUniversityPress. [ISBN 0-19-550794-0](https://doi.org/10.1017/9780195507940).
7. Roux, M. (2007). «Climate conducive to corporate action: 1 All-round Country Edition». TheAustralian. Canberra, A.C.T. pg.14. online article