

ქოვანიტა საქმიანობის ინტერნაციონალიზაციის თავისებურებები და კონკურენცია

ლალი ჩაგელიშვილი-აგლაძე,

ეკ. მეცნ. დოქტ. პროფესორი,

გურამ თავართქილაძის სახელობის თბილისის სასწავლო უნივერსიტეტის
ბიზნესისა და სოციალური მეცნიერებების ფაკულტეტის
ხარისხის უზრუნველყოფის სამსახურის ხელმძღვანელი

კობა ჩაგელიშვილი,

ეკონომიკის აკადემიური დოქტორი,

გურამ თავართქილაძის სახელობის
თბილისის სასწავლო უნივერსიტეტი

რეზიუმე

ნაშრომში განხილულია ინტერნაციონალიზაციის თავისებურებები თანამედროვე კონკურენციის პირობებში. ქართული კომპანიების მაგალითზე გაანალიზებულია ინტერნაციონალიზაციის მოდელები და მოცემული კომპანიებისათვის მათი გამოყენების რეკომენდაციები; გამოვლენილია ის პრობლემები, რომლებიც ხელს უშლიან ინტერნაციონალიზაციის განხორციელებას ქართულ კომპანიებში.

საკვანძო სიტყვები: ინტერნაციონალიზაცია, კომპანია; ინოვაცია; მოდელი; კონკურენტუნარიანობა.

FEATURES OF INTERNATIONALIZATION OF COMPANIES BUSINESS ACTIVITY AND COMPETITION

Lali Chagelishvili-Agladze,
Koba chagelishvili

RESUME

Article analyzes the character of internationalization under the condition of modern competitiveness, models of internationalization on the examples of Georgian companies. There are given recommendations of their use for the companies mentioned in the article. The article identifies the problems which prevents implementing internationalization in Georgian companies.

Key words: internationalization, company, innovation, model, competition.

შესავალი

უკანასკნელ პერიოდში სახელმწიფოებს შორის ინტეგრაციის პროცესი მნიშვნელოვნად დაჩქარდა. მსოფლიოში მიმდინარე პოლიტიკურმა და ეკონომიკურმა პროცესებმა ახალი ამოცანები დასახეს ქვეყნების წინაშე. დღეისათვის ფაქტიურად ხდება ფუნქციების გადანაწილება და ცალკეული სახელმწიფოს პოზიციების წინ წამოწევა მსოფლიო გლობალურ სივრცეში. რაც თავისთავად განაპირობებს საერთაშორისო კონკურენციის კიდევ უფრო მე-

ტად გაძლიერებას. მძაფრი კონკურენციის პირობებში სახელმწიფოთა წინაშე დგება საკითხი ეროვნული ეკონომიკური სუბიექტების დაცვისა და მათი კონკურენტუნარიანობის ამაღლების ხელშეწყობის და მდგრადობის შესახებ. აღნიშნული კი სულ უფრო მეტად საჭიროებს ინტერნაციონალიზაციის პროცესის დაჩქარებასა და მისი მასშტაბების ზრდას, რადგანაც კლასიკური განმარტებით ინტერნაციონალიზაცია წარმოადგენს ქვეყნებს შორის მდგრადი ეკონომიკური ურთიერკავშირის პროცესს.

ინტერნაციონალიზაციის პროცესის განხილვა აუცილებელია მოხდეს კომპლექსურად, როგორც მაკრო ისე მეზო და მიკრო დონეებზე, რათა ქვეყნებზე ინტერნაციონალიზაციის გავლენის შეფასება და მაკორექტირებელი ქმედებები საბოლოოდ საზოგადოებრივი კეთილდღეობის ამაღლებას უზრუნველყოფდეს.

ინტერნაციონალიზაციის თეორიებისა და ინტერნაციონალიზაციის პროცესის ემპირიული ანალიზის შედეგად შეგვიძლია აღვნიშნოთ, რომ მიუხედავად იმისა, რომ სახელმწიფოსაგან განსხვავებით, კომპანიებს შეუძლიათ არჩევანი გააკეთონ ინტერნაციონალიზაციაში ჩართვის ან მასზე უარის თქმით, ინტერნაციონალიზაციის პროცესი შეუქცევადია მიკრო სუბიექტებისთვისაც და მათი არჩევანი გამართლებულია მხოლოდ მოკლე პერიოდისათვის, გრძელვადიანი პერიოდში კი მსგავსი მიდგომა აშკარად განწირულია.

წინამდებარე ნაშრომის მიზანია, გლობალიზაციის თანამედროვე ტემპებისა და მძაფრი კონკურენციის პირობებში, მიკრო დონეზე ინტერნაციონალიზაციის პროცესების შეუქცევადობის დასაბუთება; მასზე მოქმედი მოტივატორების გამოკვეთა და მათი მოდელების სახით წარმოდგენა.

ანალიზი

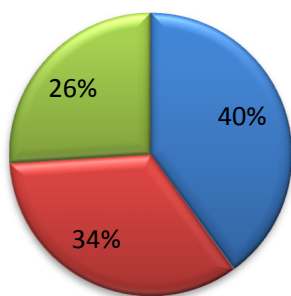
ინოვაციების თანამედროვე ტემპებმა სულ უფრო მეტად ცხადჰყვეს და დააჩქარეს ინტერნაციონალიზაციის პროცესი როგორც მაკრო, ასევე მეზო და მიკრო დონეებზე. მეცნიერების მიდგომები ქვეყნების და მათი საქმიანის აქტივობის სასიცოცხლო ციკლის თეორიებთან მიმართებაში დღეს სულ სხვა კუთხით განიხილება. ინოვაციურმა ეკონომიკამ

შეამცირა კომპანიათა აქტივობის სასიცოცხლო ციკლის პერიოდი და ამით სულ უფრო მეტად გააძლიერა კონკურენცია მსოფლიო მასშტაბით. აღნიშნული შესამჩნევია როგორც წარმოების ასევე მომსახურების სფეროებში. დღეს მსხილი საერთაშორისო კომპანიები წარმატების ფუნქციონირებენ მსოფლიო მასშტაბით და განსხვავებულ სტრატეგიებს ახორციელებენ. ამით ისინი ახდენენ საკუთარი რესურსების დივერსიფიცირებას და მასშტაბის ეფექტსაც აღწევენ განსხვავებით ეროვნული კომპანიებისა (განსაკუთრებით განვითარებად ქვეყნებში). განვითარებად ქვეყნებში (ყოფილი საბჭოთა კავშირის ქვეყნები) მოქმედი კომპანიების დიდი ნაწილი (72%) ფრთხილად ეკიდება ინტერნაციონალიზაციის საკითხს, ისინი დიდ დროს უთმობენ საკუთარი შესაძლებლობების წინასწარ ანალიზს და ამით კონკურენციის გარეთ რჩებიან.

ჩვენს მიერ ჩატარებული ემპირიული ანალიზის საფუძველზე დადგინდა, რომ 30 ეროვნული კომპანიიდან (როგორც წარმოების ასევე მომსახურების სფეროში მოქმედი) მხოლოდ 12 მათგანი საკუთარი საქმიანი აქტივობის სასიცოცხლო ციკლის აგებისას ანალიზებს ინოვაციების სასიცოცხლო ციკლს და აღნიშნულის ბაზაზე სახავს ინტერნაციონალიზაციის სტრატეგიას; 10 მათგანი ჯერ კიდევ არ ფიქრობს ამ მიმართულებით; 8 სუბიექტი კი აქცენტს აკეთებს ჯერ საკუთარი ბაზის გაძლიერებაზე და შემდეგ აღნიშნულ პროცესებში. ჩართვაზე.

სურ.1. ქართული კომპანიების მიერ ინტერნაციონალიზაციის განხორციელების მოდელური სტრუქტურა %-ში 2019 წლისათვის

■ qseluri modeliT ■ stadiebis modeliT ■ pirobiTi



ეს უკანასკნელნი სასიცოცხლო ციკლის სტადიების მოდელით ფუნქციონირებას არჩევენ, რაც ჩვენი აზრით. მიუღებელია. აღნიშნული მოდელი მეტად შეზღუდულია და გარკვეულ სტადიამდე მოაქვს კომპანიისათვის შედეგი. იგი ვერ უზრუნველყოფს თანამედროვე ხედვების განვითარებას და რეალური პროცესების აღქმას კომპანიისათვის, რის გამოც ასეთი კომპანიები მინიმუმ 5 მაქსიმუმ 7 წელში ბაზრიდან გასვლის საშიშროებას აწყდებიან.

სტადიურ მოდელზე ჯერ კიდევ მეოცე საუკუნის ბოლოს თქვეს უარი ევროპულმა კომპანიებმა, რასაც წინ უძღოდა ევროპულ სამეცნიერო წრეებში

ამ თეორიების უარყოფითად შეფასება. ეს სწორედ ის პერიოდია, როცა მსოფლიო ბაზრის სამრეწველო სეგმენტზე მოთხოვნა დაეცა ქარბი მიწოდებისა და ინოვაციების არ არსებობის მიზეზით და განვითარება დაიწყო მომსახურების ბაზრებმა.

უნდა აღინიშნოს, რომ ანალიზის ჩატარებისას ჩვენს მიერ არ ყოფილა ხაზგასმა იმ გარემოებაზე, თუ რომელ სფეროს მიეკუთვნებოდნენ კომპანიები, რადგანაც მოგვაჩნია, რომ მიუხედავად ამ ფაქტორისა, კონკურენციის თანამედროვე პირობებში თითქმის ყველა კომპანია ორიენტირებულია ინოვაციური ტექნოლოგიების გამოყენებაზე, რადგანაც მხოლოდ ამ გზითაა შესაძლებელი მაღალბარისხიანი, კონკურენტურანიანი პროდუქციის/მომსახურების მიწოდება ბაზრისათვის.

ამ კუთხით, კონკურენციის თანამედროვე ეტაპზე აქტუალური გახდა კომპანიების მარკეტინგული მართვა, რაც ქსელურ თეორიებში კარგადაა განვითარებული. მათში მნიშვნელოვანი ყურადღებაა გამახვილებული ბაზრის აგენტებს შორის ურთიერთობებზე. რაც სხვაგვარად შეგვიძლია აღვნიშნოთ, როგორც ბაზრის მოთამაშეთა ქცევითი ურთიერთობები. ქსელური თეორიების მიხედვით შიდა ურთიერთქმედებები მუდმივად ცვლადი, ნაკლებად სტრუქტურირებული და ცოდნის გაცვლა და ნდობის მოპოვება ამყარებს საერთაშორისო ბაზარზე მოქმედ სუბიექტებთან ურთიერთობებს. ამდენად, საგარეო ბაზარზე გასვლა ამ შემთხვევაში დამოკიდებულია უცხოურ და ადგილობრივ ბაზრებზე მოქმედ სუბიექტებს შორის ურთიერთობებზე. ამ დროს ინტერნაციონალიზაციის შესახებ გადამწყვეტილების მიღებისას კომპანიამ საკუთარი სტრატეგია უნდა ააგოს სხვა სუბიექტებთან ურთიერთობების გათვალისწინებით.

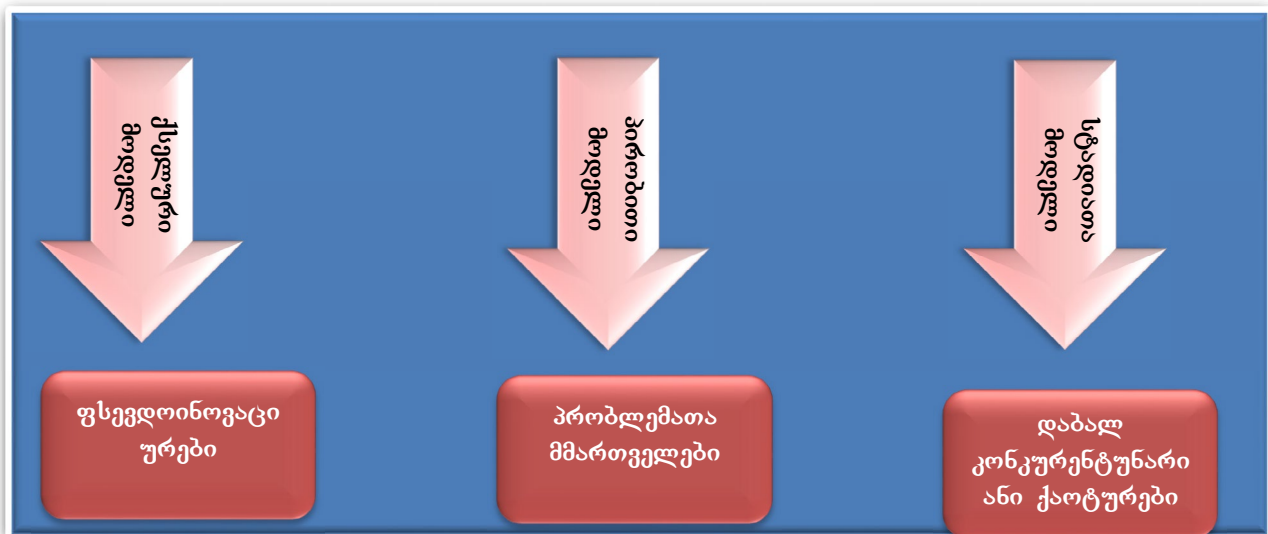
ინტერნაციონალიზაციის მოდელების მიხედვით კომპანიათა კლასიფიკაცია შემდეგნაირად შეგვიძლია წარმოვადგინოთ (იხ. სურ.2):

როგორც ევროპაში, ასევე პოსტ საბჭოთა სივრცეში (რუსეთი, ბელორუსი, მოლდოვა, საქართველო, უკრაინა, სომხეთი) და ბალტიის ქვეყნებში სულ უფრო პოპულარული და გამოყენებადია ე.წ. პირობითი მოდელები. აქ ხაზგასასმელია ის ფაქტი, რომ ამ შემთხვევაში კომპანია ექცევა ტურბულენტურ და არახელსაყრელ გარემო ზემოქმედების ქვეშ. აღნიშნული მოდელის გამოყენების შემთხვევაში გადამწყვეტილების მიღებისას, კომპანია უნდა ეყრდნობოდეს პროფესიონალი მენეჯმენტის მიერ განხორციელებულ გარემოს ანალიზს, რის შემდეგაც შესაძლებელია ოპტიმალური ალტერნატივის შერჩევა და ინტერნაციონალიზაცია შეიძლება განვიხილოთ როგორც დაგეგმილი პროცესი.

დასკვნა

ნაშრომში ჩატარებული ანალიზის შედეგად გამოვლინდა რიგი პრობლემებისა, რომლებიც ხელს უშლიან „ქართულ კომპანიებს“ კონკურენტულ

სურ. 2 კომპანიათა კლასიფიკაცია ინტერნაციონალიზაციის მოდელების მიხედვით



ბრძოლასა და ინტერნაციონალიზაციის სწორად და დროულად განხორციელებაში. მათგან ხაზგასასმელია:

- მარკეტინგული მართვის პრობლემა;
- ინოვაციური ხედვის და პროცესის შეფასების პრობლემა;

➤ ალიანსებისადმი არასწორი მიდგომები

ქართული კომპანიები მოკლებული არიან მარკეტინგული მართვის უნარების მქონე მენეჯერებს, რომელთაც უნდა გააჩნდეთ ბაზრის ხედვის, დროის ეფექტის და კომუნიკაციის ეფექტურად დამყარების უნარები. მენეჯერთა დაბალი კვალიფიკაციის გამო ისინი გაურბიან ინოვაციების განხორციელებას იმ მიზეზით, რომ მათ ამის ფინანსური რესურსი არ გააჩნიათ, არადა სწორედ ინტერნაციონალიზაციის სწორად და დროულად განხორციელება სხვადასხვა ალიანსების გზით იმ ფინანსური შედეგის მომტანია, რომელიც ყველა კომპანიის მიზანს წარმოადგენს.

ზემოთ აღნიშნული ანალიზიდან გამომდინარე, რეკომენდაციის სახით შეგვიძლია აღვნიშნოთ, რომ სამეცნიერო წრეებში აქტიურად განხილულ მოდელებს შორის ჩვენს მიერ შემოთავაზებულია **ქსელური და პირობითი მოდელები**. რაც შეეხება სასიცოცხლო ციკლის მიხედვით **სტადიების მოდელს**, ის არაეფექტურია იმ ნიშნით, რომ არ არის მოქნილი, ვერ უზრუნველყოფს კომპანიის კონკურენტუნარიანობას და სწრაფ რეაქციას ცვლილებებზე და დამახასიათებელია ქაოტური კომპანიებისათვის;

მოდელების მიხედვით კომპანიათა კლასიფიკაცია კი შეგვიძლია შემდეგნაირად წარმოვადგინოთ: **ქსელური მოდელის** განხორციელება შესაძლებელია ინოვაციურ, მაღალტექნოლოგიურ და მეცნიერებატევად სფეროებში ფუნქციონირებადი კომპანიებისათვის – ფსევდო ინოვაციური;

პირობითი მოდელის განხორციელება რეკომენდირებულია არა მეცნიერებატევად და მაღალტექნოლოგიური სფეროს კომპანიებში; ასევე ნაკლებ

ბად მოქნილი კომპანიებისათვის, რომლებიც ახალ მაგრამ ტრადიციული საქონლის/მომსახურების ბაზრებზე შედიან და პირველად ახორციელებენ საერთაშორისო ალიანსებს – პრობლემათა მმართველები.

ლიტერატურა

1. გ. ღარანიძე - კონკურენტული უპირატესობის სისტემური კვლევის საკითხები თბ.2019
2. Asakawa, K. (2011, October). *Global R&D management*. Tokyo: Keio University Publishing Co.
3. Kazuyuki Motohashi, (2015) *Global Business Strategy; Multinational Corporation Venturing into Emerging Markets*;
4. Michael E. Porter, (2005) *Competitive Setrategy Techniques for Analizing Industries and Competitors*;
5. Meyer, K. E., & Thaijongrak, O. (2013). The dynamics of emerging economy MNEs: How the internationalization process model can guide future research. *Asia Pacific Journal of Management*, 30(4)
6. Vahlne, J. E., & Johanson, J. (2013). The Uppsala model on evolution of the multinational business enterprise – from internalization to coordination of networks. *International Marketing Review*, 30(3),
7. Schilling, M. A., & Steensma, H. K. (2002). Disentangling the theories of firm boundaries: A path model and empirical test. *Organization Science*, 13(4),
8. Song, S. (2014). *Subsidiary Divestment: The Role of Multinational Flexibility*. *Management International Review*, 54(1),
9. А.В. Бухвалов, О.А. Алексеева, (2015) Стратегии Международных Компании: влияние факторов неопределенности; №11(К)- Санкт-Петербург
10. А.В. Данильченко. У.В. Бертош. О.Ф.Малашенкова. (2015) БГУ, Интернационализация Дуловой Флтивности Стран и Компании; Минск.