

აუტსორსინგი თანამედროვე სამეწარმეო სისტემაში და ბიზნეს-
რეალობა საქართველოში
Outsourcing in the Modern Entrepreneurial System and Business Reality in
Georgia

ანზორ აბრალავა - ეკონომიკურ მეცნიერებათა დოქტორი, პროფესორი,

საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი

გიგა აბრალავა - დოქტორანტი, საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი

ზურაბ ჯორბენაძე - ეკონომიკის აკადემიური დოქტორი, ასოცირებული პროფესორი,

საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი

Anzor Abralava - Doctor of Economics

GTU Professor

Giga Abralava - GTU PhD student

Zurab Jorbenadze - Academic Doctor of Economics

GTU Professor

აბსტრაქტი. აუტსორსინგი თანამედროვე ბიზნესის განვითარების ერთ-ერთი ახალგაზრდა მიმართულებაა. ამასთან, როგორც მართვის სტრატეგია - აუტსორსინგი კომპანიის ფუნქციონირების ოპტიმიზაციის შესაძლებლობას იძლევა მისი საქმიანობის მთავარ, ძირეულ მიმართულებაზე კონცენტრირებისა და ხელშეკრულების საფუძველზე გარე სპეციალიზებულ ფირმებზე არაპროფილური ფუნქციების თავმოყრის გზით. ამ არც თუ ისე მარტივ პროცესს უსათუოდ სჭირდება ადექვატური საკანონმდებლო ბაზა, რაც საქართველოში ჯერ კიდევ არ არსებობს, მით უფრო როცა აუტსორსინგი - ეს ზოგადად მომსახურების ფორმალიზებული სახე არ არის. საკითხის სამართლებრივი მხარის დახვეწის გვერდით, აუტსორსინგული ურთიერთობა შინაგანად ითხოვს სამეწარმეო სისტემის სუბიექტთა მეურნეობრიობის პრაქტიკის სრულ გაზოგადებას და წამოჭრილი საკითხების(პრობლემების) პრევენციის სრულად განხორციელებას. აღნიშნული დამუშავა არამხოლოდ საოპერაციო ხარჯების მინიმალიზაციის ამოცანას ეხება, არამედ ბიზნესისთვის მეტად მნიშვნელოვანი საკითხის - სამეწარმეო რისკის საკითხის სასურველ მოცემულობაში მოსაქცევად.

აუტსორსინგი ეს პასუხია ცვალებადი საბაზრო კონიუქტურასთან მაქსიმალურად მოქნილ და ადაპტირებულ მოთხოვნაზე; ამიტომ აუტსორსინგს ხშირად მიმართავენ სწრაფადმზარდი კომპანიები. ეს მოცემულობა კი სრულიად თანხვედრაშია ჩვენი ქვეყნის ბიზნეს გარემოსთან და თვით ბიზნესმენტა პოზიციასთან.

საკვანძო სიტყვები: აუტსორსინგი, მასშტაბის ეფექტი, საოპერაციო ხარჯი, ბზა - ბიზნეს-პროცესების აუტსორსინგი.

Abstract. Outsourcing is one of the youngest areas of modern business development. In addition, as a management strategy - outsourcing allows the company to optimize the operation of its core business, concentrating on the core and contracting non-core functions on external specialist firms on a contract basis. This not-so-simple process desperately needs an adequate legal framework, which does not exist in Georgia yet, especially when outsourcing - this is not a formalized form of service in general. In addition to refining the legal side of the issue, the outsourcing relationship internally requires a full generalization of the farming practices of the entities of the entrepreneurial system and the full implementation of the prevention of the issues (problems) raised. This assumption applies not only to the task of minimizing operating costs, but also to turn the most important issue for business - the issue of entrepreneurial risk into the desired data.

Outsourcing is the answer to the most flexible and adaptable demand with changing market conditions; That is why outsourcing is often used by fast growing companies. This data is completely in line with the business environment of our country and the position of businessmen themselves.

keywords: Outsourcing, scale effect, Operating Expenses, BPA - Business Process Outsourcing.

თანამედროვე ბიზნესი დღეს ფართოდ იყენებს ბიზნესტექნოლოგიის ერთ-ერთ სახეს - აუტსორსინგს; იგი ბიზნესის ურთიერთობებში გასული საუკუნის 80-იანი წლებიდან გამოჩნდა და ფრანჩაიზის, ლიზინგის და ფაქტორინგის გვერდით სულ უფრო მეტ არეალს იჭერს ბიზნესტექნოლოგიების სისტემაში და ვითარდება.

ბიზნესში აუტსორსინგის ასოცირდება მოქნილობასთან, ხარჯების ოპტიმალურ გამოყენებასთან და ეფექტურ მართვასთან. აღნიშნული აუტსორსინგის კომპლექსურ ბუნებაზე მიანიშნებს. კერძოდ, უნდა მივანიშნოთ რომ აუტსორსინგი უცხო სიტყვაა, იგი ინგლ. სიტყვიდან outsourcing მომდინარეობს და out - გარეთ, source - წყარო და using - გამოყენება ცნებათა ერთიანობად ყალიბდება.

აუტსორსინგი ეს არის კომპანიის ოპერაციული ხარჯების შემცირების მიზნით არაპროფილური, დამხმარე ფუნქციების გარე ორგანიზაციაზე გადაცემა. აღნიშნული ფორმულირება საყოველთაოდ მიღებულია უცხოურ ეკონომიკურ ლექსიკონებში თუ ბიზნეს-ლიტერატურაში, ბიზნეს-პრაქტიკა კი სრულად "მატერიალიზაციას" ახდენს.

აუტსორსინგით სარგებლობა პირდაპირკავშირშია მიმზიდველობის ფაქტორთან. კერძოდ, აუტსორსინგი მეურნეობრიობის ისეთი ფორმაა, სადაც უფლებამოსილების დელეგირების გზით მეწარმე სუბიექტის გარკვეული სახის ფუნქციები, უმთავრესად არამირითადი ფუნქციები სპეციალიზირებულ კომპანიაზე გადადის. თავის მხრივ ეს უკანასკნელი დამკვეთის ბიზნეს-პრიორიტეტის ცვლილებასთან უშუალო კავშირში ხელშეკრულების საფუძველზე დამკვეთს აუტსორსინგულ მომსახურებას სთვავიწყებს. ასეთი მოცემულობის დროს აუტსორსინგის ძირითადი პრინციპია: "დასაქმდი იმით, რითაც შეგიძლია და სხვებთან შედარებით უკეთ გააკეთება შეგიძლია", და "სხვებს გადააკისრე ყოველივე ის, რასაც ისინი იაფად და უკეთესად აკეთებენ".

აუტსორსინგის შინაარსობრივი დატვირთვა არც თუ ისე რთულია, მაგრამ მასში და მის გარშემო არც თუ მარტივ საკითხთა წრე არსებობს; კერძოდ, აუტსორსინგი გარედან მიღებული რესურსების სესხია. ამ დროს დელეგირების საკითხი, მხარეთა ვალდებულებითი პასუხისმგებლობა მეტად არსებითი ხდება.

აუტსორსინგული ურთიერთობის ჩამოყალიბება ორ მეწარმე სუბიექტს შორის -დამკვეთ ფირმასა და აუტსორსინგულ კომპანიას შორის სამუშაოს მიწოდების ან/და სამუშაოს შესრულებაზე სამოქალაქო-სამართლებრივი

ხელშეკრულების მიხედვით წარიმართება. აქ წარმოდგენილ პირობებს უცილობლად თანმოსდევს შემდეგი სახის აუცილებელი დაშვება: აუტოსორსინგით სარგებლობისას მოსალოდნელი შეცდომის ან უკუეფექტის თავისარიდების მიზნით აუტოსორსინგის კონტრაქტის გაფორმებამდე უნდა მოხდეს აუტოსორსინგით მიზანშეწონილობისა და ეფექტურობის შეფასება.

აუტოსორსინგის არსიდან გამომდინარე აუტოსორსინგული ურთიერთობა საკმაოდ რთული და ამავე დროს საინტერესო სფეროს მოიცავს. ამ პირობებში საქართველოს სამეწარმეო სივრცეში აუტოსორსინგის ტექნოლოგიის გამოყენების საკითხი საკმაოდ საყურადღებო ხდება, და აქ არსებული პრობლემები სრულ გაანალიზებას ითხოვს.

აუტოსორსინგის წარმატების ფორმულა შესაბამის საკანონმდებლო ბაზას ითხოვს; ის ისევე როგორც ნებისმიერი სხვა ბიზნეს-ტექნოლოგია სამართლებრივ სივრცეში არის სრულად რეალიზებადი; ამ ფონზე კი ჩვენს ქვეყანაში არ არსებობს კანონმდებლობა აუტოსორსინგის შესახებ, აუტოსორსინგის გარშემო არ მიმდინარეობს კვლევა-ძიება, და ყველაფერი თვითდინებაზეა მიშვებული. მეტიც, აუტოსორსინგის სერვისის დონეზე არ არსებობს "დამკვეთისა" და "შემსრულებელის" მიმართების მარეგულირებელი ნორმატიული და სამართლებრივი აქტი. შესაბამისად, აუტოსორსინგის მომსახურების გაწევის პროცესი სამოქალაქო კოდექსის მიხედვით რეგლამენტირდება, გარიგება კი ანაზღაურებადი მომსახურების ტიპიური ხელშეკრულების მიხედვით ხდება. არადა საკითხის მდგომარეობა საკმაოდ საინტერესოა და მარტივიც არ არის; კერძოდ, აუტოსორსინგით შესასრულებელი პროცესის მოთხოვნა არის მისი ფორმალიზირების დაცვა, თვით აუტოსორსინგის ხელშეკრულებაში აუცილებლად უნდა დაფიქსირდეს სამუშაოს ან/და მომსახურების მოცულობა და სახეები, მოსალოდნელი შედეგების ხარისხის ნორმატივები, ე.წ. საბოლოო რანგის მომხმარებლის უფლებების სრულად დაცვის მოთხოვნა, თვით რისკის პრევენციის საკითხიც კი, ხოლო კონტრაქტის შეუსრულებლობის შემთხვევაში გაწერილი უნდა იყოს სანქციები.

ამ მოთხოვნას საქართველოში საერთოდ არ აქცევენ ყურადღებას: აუტოსორსინგის საკითხს ისე მარტივად გადმოსცემენ, თითქოს ეს ჩვეულებრივი მომსახურების ერთი კონკრეტული სახეა, ხოლო დაინტერესებულ მხარეს აუტოსორსინგულ მომსახურებას ისეთი უზრალოებით გადასცემენ თითქოს ყველაფერი "აქსიომატურად" მისაღებია. ამ სახის მოცემულობაში სრულიად კანონზომიერია აუტოსორსინგის საკითხის გარშემო არსებული გაურკვეველობა, და ზოგჯერ პარადოსული პოზიციაც.

ქართულ ეკონომიკურ ლიტერატურაში, სასწავლო, სამეცნიერო თუ საინფორმაციო ხასიათის ლიტერატურაში აუტოსორსინგის ცალსახად

ადიარებულია, სამეცნიერო და პრაქტიკულ სფეროში საკითხი ისე დგას თითქოს მის გარშემო გაურკველ საკითხთა წრე არც კი არსებობს. არადა, არსებული რეალობა სხვა მოცემულობაზე მიაწინებს: აუტოსორსინგის თეორიული და პრაქტიკული მხარეების კვლევა ფაქტიურად არც კი მიმდინარეობს: როგორც თეორეტიკოსი, ისე პრაქტიკოსი ეკონომისტები, და, ასევე არაეკონომისტებიც ცალსახად მიაწინებენ აუტოსორსინგის შესახებ, ყურადღებას მის "ღირებულებით" მხარეს აქცევენ და საკითხის არსებით მოცემულობებს გვერდზე ტოვებენ.

საქართველოში აუტოსორსინგის "ხილულ" სახეს აქსიომატურად წარმოადგენენ, და შესაბამისად საკითხის გარშემო მეტად "ჭრელი" პოზიცია გვაქვს: ერთნი აცხადებს - აუტოსორსინგი გარკვეული მოვალეობის სხვა მხარისთვის გადაცემა არის.¹ მეორენი აცხადებს - აუტოსორსინგი გარკვეული სახის საქმიანობის კერძო სექტორზე გადაცემას გულისხმობს², მესამენი მიაწინებს - სტრატეგიულად მნიშვნელოვანი ფუნქციების დელეგირება უნდა მოხდეს აუტოსორსინგულ კომპანიაზე. ხოლო აუტოსორსინგი კი თანამედროვე ბიზნესისათვის უნივერსალური მოდელია.^{3***} ეს ყოველივე კი იმ დროს ხდება, როცა ქართულენოვანი ეკონომიკური თუ ბიზნეს-ლექსიკონი, თვით უცხო სიტყვათა ლექსიკონიც კი არაფერს ამბობს აუტოსორსინგის არსის ან ცნების თაობაზე. ჩვენის აზრით სწორედ ეს ელემენტალური მოცემულობა დაინტერესებულ მხარეებს საშუალებას მისცემდათ გააცნობიერათ: აუტოსორსინგის წესი აუტოსორსინგულ კომპანიაზე სხვა კომპანიის სტატეგიული ფუნქციების გადაცემას კი არ გულისხმობს, არამედ არაპროფილური ფუნქციების დელეგირებას გულისხმობს(!) ანალოგიურად, აუტოსორსინგი ასევე არ ითვალისწინებს გარკვეული მოვალეობის სხვა მხარისთვის გადაცემას, არც სახელმწიფოს გარკვეული საქმიანობის კერძო სექტორზე გადაცემას და ა.შ.

ამ სახის მოცემულობაში ჩვენს ქვეყანაში მოქმედი თითქმის ყველა ე.წ. ბრენდული აუდიტორული კომპანია ბიზნეს-სუბიექტებს "მეტის თავგამოდებით" სთავაზობს აუტოსორსინგულ მომსახურებას, ისინი რეკლამირებას უკეთებენ აუტოსორსინგს და ა.შ. აუტოსორსინგისადმი მათი ასეთი მიდგომა ზოგჯერ კურიოზულ დონესაც კი აღწევს. მაგალითად,

¹ იხ. ფინანსური ლექსიკონი. www.credy.ge

² თ.ბერულავა. სახელმწიფო-კერძო პარტნიორობის მოდელი - ჯანდაცვის ინოვაციური მექანიზმი. ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი პაატა გუგუშვილის სახელობის ეკონომიკის ინსტიტუტი საერთაშორისო სამეცნიერო კონფერენცია. ინოვაციური ეკონომიკა და მისი ფორმირების პრობლემები პოსტკომუნისტურ ქვეყნებში. 2016 წელი 1-2 ივლისი, გვ.132 www.eprints.iliauni.edu.ge

³ კ. შურღია წარმატებული აუტოსორსინგისათვის საჭიროა კონკრეტული ზაზრის და ბიზნესის იდენტიფიკაცია. იხ. comersant.ge.

აუდიტორული კომპანია "ფინვეი" facebook.com-ზე თავის სარეკლამო გვერდზე მიანიშნებს: "გთავაზობთ აუტოსორსინგულ მომსახურებას, რომელიც განსხვავდება კერძო ბუღალტერიის საქმიანობისგან, რადგან კერძო ბუღალტერი არ არის პასუხისმგებელი თავის დაშვებულ შეცდომაზე, ხოლო სერთიფიცირებულ ბუღალტერთა გუნდი ამ ყველაფერს თავიდან აგარიდებთ (m. facebook.com /finwai. ge /post/1795905877203552); ბუღალტრული აღრიცხვის მომსახურება აუტოსორსინგის ფორმით - ამ სახის რეკლამას სთავაზობს აუდიტორიული კომპანია "პრიმა აუდიტი"; ხოლო, შპს "Financial Chain Corporation" სარეკლამო გვერდზე მიანიშნებს - თბილისში პერსონალის აუტოსორსინგი გავრცელებული მოვლენაა; ან, მაღალკვალიფიციური იურისტი-პრაქტიკოსები - დამოუკიდებელი აუტოსორსინგია. აუდიტორულ ფირმათა ამ სახის პოზიციას სახელმწიფო სტრუქტურებიც არ ჩამორჩა - სახელმწიფო აუდიტის სამსახური 2016 წლის სახელმწიფო შესყიდვების ერთიანი ელექტრონული სისტემის ეფექტიანობის აუდიტის ანგარიშში მიანიშნებს: აუტოსორსინგის პოლიტიკა არააქვს სახელმწიფო შესყიდვების სააგენტოს.⁴

ბიზნეს-სრუქტურაში აუტოსორსინგით სარგებლობა, ან აუტოსორსინგის შეთავაზება მხოლოდ დაინტერესებული მხარის სურვილზე არ არის დამოკიდებული; მართალია საქართველოში აუტოსორსინგის შემთავაზებელი კომპანიები მეორე მხარეს ხარჯების 2/3-ით შემცირებას სთავაზობენ, მაგრამ რამდენად რეალურია ეს შეთავაზება, ამას არ ითვლიან. არადა მსოფლიო პრაქტიკა აღიარებს, რომ დაინტერესების შემთხვევაში უნდა მოხდეს სხვა კომპანიისათვის არაპროფილური ბიზნეს-პროცესების გადაცემის მიზანშეწონილობის ანალიზი. ანალიზის შედეგების გათვალისწინებით კი დამკვეთი კომპანიის ხელმძღვანელობამ სწორედ აუტოსორსინგის მიზანშეწონილობა უნდა შეაფასოს. ეს მომენტი საქართველოს ბიზნეს-სივრცეში არ განიხილება; შეთავაზება

თავისი "მომხიბვლელობის" სინდრომის გარშემო ტრიალებს, ხოლო მეორე მხარე კი რაღაც რისკების პრევენციის მიზნით თანახმანი ხდება მაცდურ შეთავაზებაზე. ამიტომაც მიზანშეწონილად მიგვაჩნია მოკლედ წარმოვადგინოთ აუტოსორსინგით სარგებლობის სქემა და მოქმედების გზა. დღეს მსოფლიო ბიზნესის პრაქტიკაში თითქმის დადგენილია აუტოსორსინგის თაობაზე გადაწყვეტილების მიღების პროცესზე მოქმედი ფაქტორები:

1. მნიშვნელობის ფაქტორი;
2. რესურსული ფაქტორი;

⁴ სახელმწიფო შესყიდვების ერთიანი ელექტრონული სისტემის ეფექტიანობის აუდიტი. აუდიტის ანგარიში. სახელმწიფო აუდიტის სამსახური. თბილისი, საქართველო 2016 გვ. 20. ego. nik.gov.pl/g/egov/ GE/2016/eProcurement/tb-shesyidvebis-eфекtubis-auditi.pdf

3. ღირებულებითი ფაქტორი;
4. ხარისხის ფაქტორი;
5. დროითი ფაქტორი.

აუტოსორსინგის შესახებ გადაწყვეტილებაზე მოქმედი ფაქტორების ე.წ. განლაგება ერთის შეხედვით მიუღებელიც კი არის: ღირებულებითი ფაქტორს მნიშვნელობის და რესურსული ფაქტორთა შემდეგი პოზიცია უჭირავს, და ეს მაშინ, ხდება როცა ბიზნესისთვის ეკონომიკური შედეგი, მოგება პირველხარისხოვანია. რეალურად ეს პოზიცია მართლდება წესით - სად და რისთვის. კერძოდ, თუ გარკვეული არ იქნება უფლებამოსილების, მიზნის და ამოცანების პოზიცია, ასევე არ დადგინდა კომპანიის საქმიანობის რომელი სახე არის ძირითადი თუ რომელი დამხმარე, მაშინ არავითარ ბიზნეს-გათვლას უბრალოდ აზრი არააქვს, რამდენადაც აუტოსორსინგს გადაეცემა საქმიანობის მხოლოდ მხარდაჭერი პროცესები. რაც შეეხება რესურსულ ფაქტორს, აქ უნდა გამოვლინდეს საქმიანობის ის ფუნქციები, პროცესები და სახეები, რომელთა განხორციელების მიზნით შრომითი და მატერიალური რესურსები უპირველესად წარიმართება. რაც შეეხება ღირებულებითი ფაქტორის ანალიზს, კი უნდა მოხდეს აუტოსორსინგზე სავარაუდოდ გადასაცემი ორგანიზაციის საქმიანობის სახესთან ან ფუნქციის შესრულებასთან დაკავშირებული საერთო ხარჯების შეფასება. რაც შეეხება

ხარისხის ფაქტორისა და დროის ფაქტორის ანალიზს, აქ არც თუ ისე "მტკივნეულად" დგას საკითხი: ხარისხის ფაქტორის გაანალიზებით განისაზღვრება საქმიანობის ის სახეები და ფუნქციები, რომელთა რეალიზაცია ორგანიზაციის რესურსების ხარჯზე ხარისხის დონეს ვერ უზრუნველყოფს, სიტუაციის შეფასება კი ადმინისტრაციული რეგლამენტის შესრულების ხარისხთან შესაბამისობაში ხდება. რაც შეეხება დროითი

ფაქტორის შესწავლის პროცესს, აქ აუტოსორსინგზე გადასაცემად საქმიანობის სახის ან ფუნქციის შესრულებასთან დაკავშირებული დახარჯული დროის შეფასება ხდება. ყოველივე ამის შემდეგ სასურველია აუტოსორსინგის ეფექტურობის შეფასება/დათვლა და მიზანშეწონილობის დადგენა მოხდეს.

აუტოსორსინგის ეფექტურობა შესაძლოა დადგინდეს პირდაპირი ანალიზით, ანუ ფინანსური ანალიზით, ასევე შედარებითი ანალიზით, ანუ ბენჩმარკინგით. ამასთან, ეფექტურობის გარკვევის ორივე გზა პრინციპში მისაღებია, მაგრამ აქ მთავარ სიტყვას ამბობს დამკვეთი - მან რეალობის გათვალისწინებით თვითონ უნდა განსაზღვროს აუტოსორსინგის მიზანმართულობა და წარმატების მიღწევის გზა.

ფინანსური ანალიზის დახმარებით აუტოსორსინგის ეფექტურობის დადგენა არც თუ ისე რთულია: აქ ხდება საკუთარი ძალებით ბიზნეს-ფუნქციების შესრულებაზე დანახარჯების შედარება აუტოსორსინგ-

ორგანიზაციის მხრიდან მოცემულ ფუნქციების შესაძენ ფასთან. ამ დროს საკმაოდ მარტივი თანაფარდობა შემდეგ სახეს იღებს:

აუთ. ეფექ. = საკ.დ. დანახარჯის ჯამი / შედ. დანახარჯის ჯამი

ამ სახის თანაფარდობაში "საკ.დ. დანახარჯის ჯამი" - საკუთარი ძალებით ბიზნეს-პროცესების შესრულებაზე გაწეული დახარჯების (პერსონალის, საწარამოო მოედნის, მარაგების შენახვის და ა.შ.) ჯამი არის, ხოლო "შედ.დანახარჯების ჯამი" - შეძენილ ბიზნეს-პროცესების შემენაზე გაწეული დახარჯი. თვით ამ თანაფარდობის ანალიზი მიანიშნებს: თუ "აუთ.ეფექ." > 1-ზე, მაშინ აუთოსორსინგით სარგებლობა ეფექტიანია, ხოლო "აუთ.ეფექ." < 1-ზე, მაშინ აუთოსორსინგით სარგებლობა არაეფექტიანია.

აუთოსორსინგის ეფექტურობის გაანგარიშების წესი საშუალებას იძლევა მხოლოდ აუთოსორსინგით სარგებლობა რაოდენობრივად შევაფასოთ, განვიხილოთ აქ მიმდინარე კონკრეტული პროცესები და დანახარჯები. მაგრამ ამასთან მას გააჩნია სერიოზული ნაკლი - ის აუთოსორსინგის გამოყენების თვისობრივ პარამეტრებს არ ითვალისწინებს.

აუთოსორსინგის ეფექტურობის განსაზღვრის ზემოთაღნიშნული წესის უარყოფითი მხარე ბენჩმარკინგის მეთოდის გამოყენებით ნიველირდება. შედარებითი ანალიზით აუთოსორსინგით მოსარგებლე ფირმა კონკურენტ ფირმას ირჩევს, მიღებულ შედეგებს განიხილავს აუთოსორსინგის გათვალისწინებით და აუთოსორსინგის გარეშე. ამასთან, აუთოსორსინგის გამოყენებიდან მიღებული შედეგები განზოგადებას, გაანალიზებას და შედარებას ექვემდებარება, ხოლო შეფასების ძირითადი მაჩვენებლები: ბაზარზე წილი, ახალი პროდუქციის ათვისება, პერსონალის რიცხოვნება და ა.შ. კონკურენტი ფირმის ანალოგიურ მაჩვენებლებთან უნდა იქნეს შედარებული. ამის შემდეგ კი უნდა გაკეთდეს დასკვნა ამ კონკრეტულ შემთხვევაში აუთოსორსინგის ეფექტურობისა და მისი გამოყენების მიზანშეწონილობის შესახებ.

საქართველოში აუთოსორსინგი საკმოდ განვითარებულია ფინანსურ სექტორში და სამართლებრივ ურთიერთობებში; სულ უფრო მეტად ძლიერდება IT პროცესების აუთოსორსინგი; საქართველოს პოზიცია ამ მიმართულებით, ასევე არქიტექტურული და საინჟინრო მომსახურების აუთოსორსინგის კუთხით საყურადღებოა. ამერიკული კომპანია "ბეისფორი" არქიტექტურული და საინჟინრო ნახაზების აუთოსორსინგს საქართველოდან ეწევა. ამასთან, დამკვიდრებულია აუთოსორსინგის სერვისის ისეთი მარტივი სახეები, როგორც არის ქოლცენტრი, ონლაინჩატი და ა.შ. ყოველივე ეს სულ ხუთიოდე წლის უკან წარმოუდგენელი იყო. პრესაში გამოჩნდა ინფორმაცია, რომ საქართველოს აუთოსორსინგის სექტორში დასაქმებულთა რიცხვა 3500-ს მიაღწია, არადა 2014 წელს სულ 500-750-მდე ადამიანი იყო დასაქმებული.

ჩვენს ქვეყანაში აუტოსორსინგის განვითარების პერსპექტიული მიმართულებად ითვლება აუტოსორსინგი მედიცინაში; მრავალმა ქვეყანამ ამ კუთხით სერიოზულ წინსვლას მიაღწია, ჩვენთან კი არასახარბიელო მდგომარეობა არის - მომსახურების ამ სფერომ არ შეითვისა აუტოსორსინგი. გვაქვს; არადა უტოსორსინგული ურთიერთობა სამედიცინო ორგანიზაციას საშუალებას აძლევს სრულად გადაერთოს სამედიცინო მომსახურების ხარისხისზე და მის ხელმისაწვდომობაზე. ამ დროს კი პროფილურ აუტოსორსინგულ კომპანიებთან თანამშრომლობა საშუალებას იძლევა მათთან უარი თქვან როგორც სამედიცინო დახმარების თანამდე პროცესებზე (მაგ. დასუფთავება, თეთრეულის დამუშავება, პაციენტთა კვების ორგანიზაცია და სხვ. საკითხები), ასევე სამედიცინო დახმარების არათანმდე პროცესებზე მაგალითად, კადრების მართვა, მოწყობილობის და შენობის ექსპუატაცია, მედიკამენტებით და უზრუნველყოფა და ა.შ.).

ამრიგად, აუტოსორსინგის არსში წვდომა არსებითი ნიშნულია აუტოსორსინგული ურთიერთობის წარსამართად; ამ სახის ურთიერთობის განვითარების მიზნით კი საქართველოს ბიზნეს სივრცე საინტერესოა რეალობად ჩამოყალიბდა. აუტოსორსინგმა წარმატებით დაიმკვიდრა ადგილი მომსახურების ამა თუ იმ სფეროში, მაგრამ ასევე მხედველობის მეტად მგძნობიარე სფერო - სამედიცინო მომსახურება, რაც შეეხება წარმოებას, აქ "შავი ლაქები" საკმაოდ ნათლად სჩანს - აუტოსორსინგი უბრალოდ ვერ დაიმკვიდრდა. ჩვენის აზრით წარმოებამ მეტწილად გააცნობიერა აუტოსორსინგის რეალიზაციის პროცესის რეგულირების სამართლებრივი-საკანონმდებლო საწყისის ნაკლი, აუტოსორსინგული ურთიერთობის პოლიტეკონომიკური მოუმწიფებლობა და ზოგადად, მეწარმეთა მხრიდან აუტოსორსინგის მიმართ კეთილი განწყობის არქონა. ამ რეალობის დაძლევა მხოლოდ ეკონომისტებს არ ძალუძს, საჭიროა იურისტების და ბიზნესმენების, ყველა დაინტერესული მხარის ჩართვა ქვეყანაში აუტოსორსინგული ურთიერთობის დასახვეწად და გასანვითარებლად.

ლიტერატურა

1. ბერულავა თ. სახელმწიფო-კერძო პარტნიორობის მოდელი - ჯანდაცვის ინოვაციური მექანიზმი. ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი პაატა გუგუშვილის სახელობის ეკონომიკის ინსტიტუტი საერთაშორისო სამეცნიერო კონფერენცია. ინოვაციური ეკონომიკა და მისი ფორმირების პრობლემები პოსტკომუნისტურ ქვეყნებში. 2016 წელი 1-2 ივლისი. გვ.132 www.eprints.iliauni.edu.ge