

ინოვაციური მენეჯმენტი. როგორც საზოგადოებრივი კეთილდღეობის უმჯინოს საფუძველი

ირმა ჩხაიძე

ეკონომიკის დოქტორი,
ბათუმის შოთა რუსთაველის სახელმწიფო
უნივერსიტეტის ასოცირებული პროფესორი

თანამედროვე საბაზრო ეკონომიკის პირობებში „საზოგადოებრივი კეთილდღეობის“ შექმნას განაპირობებს, როგორც სახელმწიფო „საერთო საზოგადოებრივი“ კეთილდღეობით (რომელიც საზოგადოების თითოეულ წევრს მიენიჭება „თანაბრად“ და არ გამორიცხავს მათგან იმ ეჭვს, თუ ვინ ღებულობს „ძირითადად“ ამ სახის საზოგადოებრივ კეთილდღეობაზე სარგებლობის უფლებას), ასევე ბიზნეს სექტორი „ინდივიდუალური“ კეთილდღეობით (მომხმარებელთა ინდივიდუალური მოთხოვნების დაკმაყოფილებით) ეს უკანასკნელი ეფუძვნება „პირადი კეთილდღეობის“ შექმნას და ითვალისწინებს, ერთი მხრივ, ბაზარზე კონკურენტუნარიანობის მოპოვებას ან შენარჩუნებას და, მეორე მხრივ, „საზოგადოებრივ სათვის არანინაღმდეგობრივი“ კეთილდღეობის შექმნის საფუძველზე მაქსიმალური მოგების მიღებას.

წინამდებარე სტატიაში წარმოდგენილია მსოფლიოში ცნობილი ლიდერი „Gillette“, „Ford Motor“ კომპანიები, რომლებიც, ერთი მხრივ, განახორციელებენ „პირადი კეთილდღეობის“ შექმნის მიზნით მათ მიერ წარმოებული საქონლით მომხმარებელთა შენარჩუნებას და მათი რიცხვის ზრდას ინოვაციური ბიზნეს პროექტების განხორციელებით და, მეორე მხრივ, თავისი მომხმარებლებისათვის ან მომავალი მომხმარებლისათვის როგორი და რა დონის „ინდივიდუალური“ კეთილდღეობის წარმოებას განახორციელებენ, ჩამოყალიბებულია „Gillette“, „Ford Motor“ კომპანიის დამფუძნებლების, ცნობილი ინოვატორების კინგ კემპ ჟილეტის და ჰენრი ფორდის მიზანდასახულობა კომპანიების არა მხოლოდ დაფუძნების, არამედ მათი მოღვაწეობის პერიოდში კომპანიის განვითარებისა და მოქმედების დროს პერიოდულად წარმოშო-

ბილი პრობლემების აღმოსაფხვრელად ყოველ ახალ ინოვაციურ ეტაპზე გადასვლა და ინოვაციურობის ეფექტიანობის განსაზღვრა. განსაზღვრულია თანამედროვე XXI-საუკუნის ინოვაციურ ეტაპზე „Gillette“, „Ford Motor“ კომპანიათა ინოვაციური ტექნოლოგიებით მოქმედების პირობები, რომელიც დაარსებიდან დღემდე ემსახურება მუდმივ და მომავალ მომხმარებელთა ინდივიდუალური მოთხოვნების დაკმაყოფილებას, რაც მათთვის „პირადი კეთილდღეობის“ შექმნის საფუძველია.

მსოფლიოში ცნობილი ლიდერი „Gillette“ კომპანიის დამფუძნებლის კინგ კემპ ჟილეტის უმთავრესი მიზანი იყო „პირადი კეთილდღეობა“ შეექმნა ისეთი ინოვაციური საქონლის გამოგონებითა და წარმოებით, რომელიც მალე შევიდოდა ამერიკელის ცხოვრებაში, რომელიც ყოველთვის დასჭირდებოდა მომხმარებელს და წლობით კი არ შეინახავდა, არამედ მოიხმარდა და გადააგდებდა. კ.კ. ჟილეტის მიერ აღნიშნული ახალი საქონლის გამოყენების კულტურა საფუძველად ედება 1895 წელს ჟილეტის წინაშე პირადი პრობლემის საფუძველზე წარმოშობილ ბიზნეს იდეას-საპარს სამართებელზე. კ. ჟილეტი აღნიშნავს, რომ „ერთ მშვენიერ დღეს ვიდექი და დაბნეული ვუყურებდი გაბლაგვულ საპარს სამართებელს და სწორედ მაშინ დამებადა იდეა. ყოველ შემთხვევაში ის ზუსტად ვიცი, რომ იმ მომენტში დაიბადა ჟილეტის საპარსი“.¹

აქვე აღსანიშნავია კინგის მიერ, ერთი მხრივ, ბიზნეს იდეის წარმოშობის პარალელურად რეპრეზენტაციის ჩარჩოს წარმოსახვა, რომ „მე მთლიანად დავინახე ჟილეტის საპარსი“, და, მეორე მხრივ, მის წინაშე ერთ ნაშში დასმული უამრავი შეკითხვის საფუძველზე ხორციელდებოდა რეპრეზენტაციის ჩარჩოს ზრდა და რომ „ყოველი კითხვისათვის აღმომაჩნდა პასუხი“, რამაც ჟილეტი რეალურ გადაწყვეტილებამდე მიიყვანა.

კ. ჟილეტის მიერ საწყის ეტაპზე „ინოვაციური ცოდნის“ არაეფექტური მართვა განაპირობა იმ უმთავრესმა მიზანმა, რომ ბიზნეს პროექტის განხორციელების დროს არ გაითვალისწინა პროექტზე მოქმედი შემზღუდველი ფაქტორებიდან-მაღალ ხარისხიანი ფო-

1 მ.თეთრუაშვილი, ზ.თეთრუაშვილი, ი.თეთრუაშვილი, „საკუთარი ბიზნესი: პირველი ნაბიჯი“, გვ.97.

ლადის ფირფიტის აუცილებლობა (რის გამოც ჟილეტის ხარისხი-
ანად შემუშავებისათვის 5 წლის მანძილზე 25000\$ დახარჯა), რაც
პირდაპირ კავშირში იყო ფოლადის სიმტკიცის და გამოწრთობის
ინოვაციური ტექნოლოგიების შემუშავებასთან. ბიზნეს პროექტზე
მოქმედი შემზღუდველი ფაქტორის უზრუნველმყოფელ ფაქტო-
რად გადაქცევა მან შესძლო მხოლოდ უილიამ ნიკოლსონის (1900
წელს მასაჩუსეტის ტექნოლოგიური ინსტიტუტის კურსდამ-
თავრებული) გამოგონების შემდეგ, რომელმაც შეიმუშავა ფოლა-
დის სიმტკიცის და გამოწრთობის ახალი ტექნოლოგიები. აღსან-
იშნავია ისიც, რომ ჟილეტი მიზნის მიღწევამდე საკუთარი ცოდნის
შესაძლებლობებს უარყოფითად აფასებდა და აღნიშნავდა, რომ
„ტექნიკური გაუნათლებლობის გამო ვერ გავითვალისწინე, რომ
გაცილებით მაღალხარისხიანი და ძვირადღირებული ფოლადი
მჭირდებოდა“. ჟილეტის წარმატების მიღწევის შემდეგ მეცნიერ-
თა მიერ მისი ქმედება შემდეგნაირად შეფასდა, რომ „ჟილეტს შეს-
აბამისი ტექნიკური განათლება რომ ჰქონოდა, თავის განზრახვაზე
ძალიან მალე ჩაიქნევდა ხელს“¹.

1901 წელს დაფუძნებული „American Safety razor“ კომპანია და
შემდგომ საზოგადოებისათვის „Gillette Safety razor“ სახელწოდებ-
ით ცნობილი კომპანიის მიერ შექმნილი „პირადი კეთილდღეობა“
აისახება წლების მანძილზე მათ მიერ წარმოებული საქონლის
სწრაფი და მზარდი რეალიზაციით. „Gillette Safety razor“ კომპანიამ
1903 წელს ერთჯერადი საპარსი სამართებით დააკმაყოფილა 219,
ხოლო 1904 წელს 91 123 მომხმარებელთა მოთხოვნა. 1908 წელს
კომპანიის ბრუნვამ 13 მლნ დოლარს მიაღწია. 1921 წლისათვის კი
კომპანიის შემოსავალმა რეკორდულ მაჩვენებელს მიაღწია, რასაც
განაპირობებდა 20 წლიან პატენტზე (პატენტის ვადის ამოწურ-
ვამდე 6 თვით ადრე) ახალი მოდელის საპარსის შემუშავება, რომ-
ლის ღირებულება 4-ჯერ შემცირდა და 1\$ შეადგენდა. დღეისათ-
ვის კომპანია „Gillette“ ფლობს თავისი პროდუქციის მწარმოებელ
საწარმოებს 14 ქვეყანაში, ხოლო მის მიერ წარმოებული საქონლის
რეალიზაციით საზოგადოებრივი კეთილდღეობის შექმნას განახ-

¹ მ.თეთრუაშვილი, ზ.თეთრუაშვილი, ი.თეთრუაშვილი, „საკუთარი ბი-
ზნესი: პირველი ნაბიჯი“, გვ.100

ორციელებს 200-ზე მეტ ქვეყანაში და მსოფლიო რეგიონებში.

ამრიგად, კომპანია „Gillette“, რომელმაც მსოფლიო დაიპყრო „პირადი კეთილდღეობის“ შექმნის პარალელურად, ყოველთვის ზრუნავდა და ზრუნავს „არანინალმდეგობრივი საზოგადოებრივი კეთილდღეობის“ შექმნაზე, რაც ნათლად აისახებოდა ჯერ კიდევ 1926 წელს კ.ჟილეტის სიტყვებში: „მე არ ვიცი სხვა ასეთი საქონელი ყოველდღიურ მოთხოვნაზე, როგორც ჩვენი კომპანიის მიერ წარმოებული ბრიტვაა. ჩემს მოგზაურობაში მე შევხვდი მას ყველგან. ეს იყო დასაწყისი, ასე რომ ბრიტვები „Gillette“, უახლესი 50 წელში დაიპყრობს მთელ მსოფლიოს“.¹ კომპანიის მიერ თანამედროვე ეტაპზე „არანინალმდეგობრივი საზოგადოებრივი კეთილდღეობის“ შექმნაზე მეტყველებს მის მიერ წარმოებულ ძირითად პროდუქციата (ბრიტვები, კოსმეტიკური საშუალებები, საკანცელარიო საქონელი, ელექტრობრიტვები, მცირე საყოფაცხოვრებო ტექნიკა, და სხვა) მრავალფეროვნება და მუდმივი ინოვაციურობა.

კ. ჟილეტი ისტორიაში დარჩა ცნობილი, როგორც „ყველაზე დიდი წვრილმანის ინოვაციური და მწარმოებელი“, რომელმაც შექმნა ერთჯერადი საქონლის ინდუსტრია, რომელიც ითვლება არა მხოლოდ წვერის საპარსის გამომგონებლად, არამედ სათავე დაუდო ერთჯერადი ცხვირსახოცების, სანთლების, თეფშების, ჭიქების შექმნის იდეას, რომლითაც (საჭიროების შემთხვევაში) სარგებლობს მსოფლიო მოსახლეობა, ანუ საჭიროების შემთხვევაში მომხმარებელს შეუქმნა „არანინარმდეგობრივი კეთილდღეობა“.

ისტორიაში კ.კ.ჟილეტის მსგავსად გენიალურ ინოვაციორად და ორგანიზატორად სახელდება „Ford Motor“ კომპანიის დამფუძნებელი ჰენრი ფორდი, რომლის იდეათა მრავალფეროვნება საავტომობილო სამყაროში ვლინდება ჯერ კიდევ 1893 წლიდან პირველი კონვეირის და სერიული ავტომობილების (პირველი ბენზინძრავიანი ავტომობილი -მსუბუქი ორადგილიანი ეტლი Quadricycle ველოსიპედის ბორბლებითა და ნახევრადელიფსური რესორებით, რომელიც დიდი ხნის მანძილზე დეტროიტში ერთადერთი ავტო-

¹ მ.თეთრუაშვილი, ზ.თეთრუაშვილი, ი.თეთრუაშვილი, „საკუთარი ბიზნესი: პირველი ნაბიჯი“ გვ.98

მობილი იყო) გამოშვებაში, 1903 წელს ორი ერთნაირი სარბოლო მანქანის (ერთ სარბოლო მანქანაზე ველომბროლემა ბარნი ოლდიფილდმა სისწრაფის ახალი მსოფლიო რეკორდი დაამყარა და ზედიზედ რამდენიმე შეჯიბრში გაიმარჯვა. საპრიზო თანხით ფორდმა შესძლო პირადი კეთილდღეობის შექმნა „Ford Motor“ კომპანიის დაფუძნებით) წარმოებაში. 1919 წლიდან ჰენრი ფორდი „Ford Motor“ კომპანიის აქციათა 100% ფლობით საავტომობილო იმპერიის მფლობელი გახდა. 1947 წლიდან (ფორდის გარდაცვალების შემდეგ) „Ford Motor“ კომპანიამ ერთპიროვნული კონტროლი დაკარგა (ფორდის „სამრეწველო სამეფო“ -ერთ ერთ შეილიშვილს ჰენრი ფორდ უმცროსს უანდერძა). დღეისათვის „Ford Motor“ „სს“ კომპანიის აქციების 40%-ი ოჯახს ეკუთვნის, ხოლო დანარჩენი 60% ნიუ-იორკის საფონდო ბირჟაზე თავისუფლად მიმოიქცევა. თანამედროვე ეტაპზე კომპანია უმსხვილეს ამერიკულ კომპანიებს შორის მეშვიდეა, ხოლო მსოფლიო რეიტინგში მეთორმეტე.

ინოვაციური ცოდნის გამოყენება კომპანიის წარმატების საიდუმლო პრინციპებშია, ეს კი თანამედროვე ეტაპზე ნათლად აისახება „Ford Motor“ კომპანიის ინოვაციურ ტექნოლოგიებში. კომპანია ცდილობს წლების განმავლობაში „პირად კეთილდღეობა“ შექმნას საიდუმლო ინოვაციური ტექნოლოგიებით და შესძლოს არა მხოლოდ მომხმარებელთა და ახალი მძღოლების სახით წარმოდგენილ მომავალ მომხმარებელთა მოთხოვნების დაკმაყოფილება მაღალი ხარისხის სხვადასხვა სახის ავტომანქანებით, არამედ ასევე ავტომობილეთა მოთხოვნებისა.

აღსანიშნავია, რომ „Ford Motor“ კომპანიის მიერ მე-XX საუკუნის დასაწყისში სარბოლო მანქანების წარმოება ერთჯერადი არ იყო და დღესაც კომპანიის საქმიანობის მთავარ მიმართულებას წარმოადგენს. აღნიშნულზე მეტყველებს FIA-ის მიერ ჩატარებულ „Ford FIA World Rally championship“ (WRC) მონაწილეობა (რომელიც ტარდება მთელი წლის მანძილზე მსოფლიოში 22-დან +40 0C ტემპერატურის პირობებში), სადაც „Ford“-ი გამოვიდა „Ford Abu Dhabi World Rally Team“ და წარმოადგინა ახალი ავტომობილი „Ford Fiesta RS“, რომელიც შექმნილია სერიული ავტომობილების ბაზაზე და წარმოადგენს კომპანიის მიერ წარმოებული ინტელექ-

ტუალური ტექნოლოგიების მთელ სპექტრს, პასუხობს უმაღლეს სტანდარტებს და ავტოსპორტის მოთხოვნებს.

„Ford“-მა 2011 წლიდან ყოველწლიურად „Sony“, „Blaupunkt“, „Dyson“, „LG“, „Nokia“, „Panasonic“, „Samsung“, „Toshiba“ და „Vodafone“ კომპანიებთან ერთად „IFA Berlin“ გამოფენაში (რომელიც ეძღვნებოდა თანამედროვე ტექნოლოგიებსა და ელექტრონულ მოწყობილობებს) მონაწილეობის მიღებით მომხმარებლებს, ჟურნალისტებს, მსოფლიოს თითქმის 100 ქვეყანაში ტექნოლოგიების სფეროში მოღვაწე სპეციალისტებს წარუდგინა როგორც დღეს ასევე სამომავლოდ რეალიზებადი ინოვაციები, რომელშიც ჩართულია Mykey ტექნოლოგიები. ამ ტექნოლოგიების გამოყენებით კომპანია ცდილობს დააკმაყოფილოს ახალი მძღოლები მოსალოდნელი რისკის არიდებით, კერძოდ მისი განსაკუთრებულობაა: პროგრამირებადი ლილაკი, რომელიც აუდიო სისტემის ხმის გაზრდით უზრუნველყოფს მანქანის მაქსიმალურ სიჩქარეს, უსაფრთხოების ღვედის შეუკვრელობის და ნაკლები საწვავის შემთხვევაში ნაადრევ შესვენებას (შეუძლებელია გაითიშოს უსაფრთხოების ძირითადი ფუნქციები, კერძოდ, გაფრთხილების სისტემა (Lane Departure Warning) და ავტომანქანის დამუხრუჭების (Activ Park Assist) სისტემა).

„Ford“-ის ინოვაციური ტექნოლოგიებიდან ავტომანქანაზე მოქმედი „Active City Stop“ ფუნქცია ითვალისწინებს დამუხრუჭების ავტომატურ სისტემას, რომელიც მძღოლს ეხმარება ატაროს მანქანა თავისუფლად მჭიდრო საქალაქო საავტომობილო მოძრაობის პირობებში. ე.ი. ავტომანქანა ავტომატურად განახორციელებს წინ მიმავალ ავტომანქანასთან მიახლოებისას სწრაფ ავტომტურ დამუხრუჭებას, ანუ სამუხრუჭე სისტემის მოქმედებაში მოყვანას (თუ ეს არ ხორციელდება მძღოლის მიერ), ხოლო „Active Park Assist“ ფუნქცია გულისხმობს ავტოსადგომში ჩაყენების დამხმარე სისტემის ამოქმედებას, რომელიც ავტომატურად განსაზღვრავს რომ უახლოვდება ავტოსადგომს, რაც მოითხოვს მძღოლიდან მხოლოდ სიჩქარის გაკონტროლებას და სხვა.

კომპანია „Ford“ სამომავლო ტექნოლოგიური ინოვაციები მმართველია კომუნიკაციის განვითარებისაკენ, როგორც ავტო-

მობილებს შორის, ასევე ევროპის გზებზე ავტომობილებსა და ინფრასტრუქტურის ობიექტებს შორის, „Ford Motor company“ ინოვაციური ტექნოლოგიები ავტომანქანების რეალიზაციაში გაშვებამდე ექვემდებარება პროგრამის კვლევის ჩარჩოებში სამომავლო ტექნოლოგიების გამოცდას.

ინოვაციურ სფეროში ლიდერობის შესანარჩუნებლად კომპანია მუდმივად სრულყოფს მათ მიერ წარმოებულ ავტომანქანებს, მუშაობს დინამიურად დიზაინზე და გარე იერსახეზე, აუმჯობესებს ინტუიციურად აღქმადი ფუნქციების ნაკრებს, შიდა სალონის სტილს და ხარისხს. „Ford Motor company“ 2011 წელს ჟენევის ავტოგამოფენაზე წარმოადგინა მანქანები სატარებლად მიმზიდველი და ეკონომიური, რაც, თავის მხრივ განაპირობებს მომხმარებელთა დაინტერესებას.

ამრიგად, პრაქტიკა ცხადყოფს, რომ მსოფლიოში ცნობილი კომპანიების მსგავსად „Gillette“ და „Ford Motor“, კომპანიები უმთავრესი მიზნის - „პირადი კეთილდღეობის“ შექმნისათვის შემუშავებული ინოვაციური ბიზნეს პროექტების რეალიზებით გადავიდნენ განვითარების ახალ ინოვაციურ ეტაპზე, რომელიც გულისხმობს სიახლეთა გამოყენების პროცესის განხორციელებას გააზრებულად და მიზანდასახულად არა მხოლოდ კომპანიის დაფუძნებისათვის, არამედ განვითარებისა და მოქმედების პერიოდში პერიოდულად წარმოშობილი პრობლემების აღმოსაფხვრელად. ყოველივე ეს დიდ გავლენას ახდენს კომპანიის მომავალზე და განსაზღვრავს კომპანიის ლიდერობას. კომპანიის მიერ შემუშავებული ინოვაცია განიხილება პრობლემების გადაწყვეტის მთავარ ინსტრუმენტად, რომლის რეალიზება და მართვა შეუძლებელია ინოვაციური ცოდნის გარეშე.