



საქართველოში ვაგონმშენებლობის ჰოლდინგური კომპანიის შესახებ

ნანა კირვალიძე

ეკონომიკის აკადემიური დოქტორი

რეზიუმე. სტატიაში განხილულია ვაგონმშენებელი საწარმოების მნიშვნელობის საკითხები საქართველოში. კერძოდ: ვაგონმშენებლობის ჰოლდინგური კომპანიის წარმოების დინამიკის, პროდუქციის ექსპორტის, ფასწარმოქმნის, ასორტიმენტის სტრუქტურის ტენდენციები. აღნიშნულია, რომ ვაგონმშენებლობის ჰოლდინგურ კომპანიაში პრაქტიკულად იყენებენ მარკეტინგის კომპლექსის მხოლოდ ცალკეულ ელემენტებს ცალკეული ღონისძიებების სახით. ეს ღონისძიებები მიმართულია მოკლევადიანი კონკრეტული მიზნების მისაღწევად. მარკეტინგის სამსახური ვაგონმშენებლობის ჰოლდინგურ კომპანიაში ჩამოყალიბების პროცესშია და მხოლოდ სარეკლამო საქმიანობით შემოიფარგლება. ის ემსახურება მხოლოდ ცალკეული შეკვეთების მოძიებას და გასაღების სტიმულირებას. არ არის ორგანული კავშირი მარკეტინგის ღონისძიებების გეგმას და ბიზნეს-გეგმას შორის.

სტატიაში ასევე გაანალიზებულია ვაგონმშენებლობის ჰოლდინგური კომპანიის კონკურენტუნარიანობის ექსპერტული შეფასების შედეგები. ჰოლდინგური კომპანიის პროდუქცია გამოირჩევა მაღალი კონკურენტუნარიანობით და ხარისხით.

სტატიის ბოლოს საუბარია ღონისძიებებზე, რომელიც ავტორის აზრით საჭიროა გატარდეს ვაგონმშენებლობის ჰოლდინგურ კომპანიაში სამეურნეო საქმიანობის სრულყოფისათვის.

შესავალი. სტატიაში განხილულია ვაგონმშენებლობის ჰოლდინგური კომპანიის მნიშვნელობა საქართველოში. გაანალიზე-

ბულია ვაგონმშენებლობის ჰოლდინგური კომპანიის სამეურნეო საქმიანობის შედეგები. კერძოდ, წარმოების დინამიკა, პროდუქციის ექსპორტი, ასორტიმენტის სტრუქტურა, ფასწარმოქმნა და საწარმოს კონკურენტუნარიანობის დონე. საუბარია მარკეტიგული საქმიანობის თავისებურებებზე.

საკვანძო სიტყვები: ვაგონმშენებლობის ჰოლდინგური კომპანია, წარმოების დინამიკა, ექსპორტი, ასორტიმენტის სტრუქტურა, ფასწარმოქმნა, ექსპერტული შეფასება, მარკეტიგის კონპლექსი.

საქართველოს ეკონომიკაში საბაზრო მექანიზმის დანერგვის ძირითადი ამოცანა არის შეიქმნას ისეთი საწარმოები, სადაც დაიწერება ახალი ტექნიკა და ტექნოლოგია, იწარმოება ახალი კონკურენტუნარიანი პროდუქცია, ათვისებული იქნება ახალი საწარმოო სიმძლავრეები და ბაზრები, შეიცვლება საწარმოების სტარატეგია და ტაქტიკა. საწარმოს მართვის ყველა რგოლში აუცილებელია საქმიანობის ორიენტაცია საბაზრო ეკონომიკის კანონზომიერებებზე: თავისუფალ არჩევანსა და კონკურენტუნარიან პროდუქციის წარმოებაზე.

ამ კანონზომიერებების არარსებობის გამო საქართველოში მრავალი დარგი და საწარმო უვარგისი გახდა და განადგურდა.

მაგრამ მრეწველობის და სოფლის მეურნეობის საწარმოების აღდგენა და განვითარება ისეთ ჩამორჩენილ და ღარიბ ქვეყანაში, როგორც საქართველოა, წარმოადგენს ყველაზე ძნელ საქმეს, ვინაიდან იგი მოითხოვს გამოცდილი ტექნიკური ძალების ერთგვარ მინიმუმს, იაფ ნედლეულს, ტექნიკურ ბაზას, დიდძალ ფინანსურ ხარჯებს და ხელსაყრელ გარე გარემოს.

საქართველო ყოველთვის იყო აზიისა და ევროპის დამაკავშირებელი სარკინიგზო დერეფანი, მისი ხელსაყრელი მდებარეობის გამო. ამჟამად საქართველოს რკინიგზის მაგისტრალის გავლით ტრანპორტირდება ტვირთი შუა და აღმოსავლეთ აზიიდან ევროპაში და პირიქით.

2008-2014 წლებში საქართველოში ტრანპორტის სექტორში

შექმნილი მთლიანი დამატებითი ღირებულება ზრდის ტენდენციით ხასიათდება (გამონაკლისია 2009 წელი) და მთლიანი შიდა პროდუქტის 6,6%-ს შეადგენს (2014 წლის წინასწარი მონაცემებით) (იხ. ცხრილი 1). ამიტომ რკინიგზასთან დაკავირებული დარგების და საწარმოების განვითარებას გადამწყვეტი მნიშვნელობა აქვს.

ყოველივე ამან გამოიწვია ვაგონშემკეთებელი და ელექტროვაგონმშენებელი ფირმების არსებობა და შექმნა. ამჟამად საქართველოში ამ დარგში ფუნქციონირებს 13 მსხვილი და მცირე საწარმო. თანამშრომელთა რაოდენობა 2014 წელს იყო 1796. 2013 წელს კი მუშაობდა 2629 თანამშრომელი (მათი რაოდენობა არასტაბილურობით ხასიათდება). საწარმოებში დასაქმებულია მოსახლეობა საქართველოს ყველა რეგიონიდან. მცირე საწარმოებში ხდება რკინიგზის მოძრავი შემადგენლობის მცირე სარემონტო სამუშაოები.

ამ დარგში მოქმედი მსხვილი საწარმო არის ვაგონმშენებლობის ჰოლდინგური გაერთიანება. ჰოლდინგურ კომპანიაში გაერთიანებულია: ელექტროვაგონმშენებელი ქარხანა – 2005, ელექტროვაგონშემკეთებელი ქარხანა – 1883, რუსთავის მეტალურგიული ქარხანა და კულტურული დანესებულება არტ-ჰოლი. მეთაური (სათავო) საწარმო, რომელიც აკონტროლებს ჰოლდინგში სხვა საწარმოთა საქმიანობას არის ვაგონმშენებელი ქარხანა – 2005. ის ახალი საწარმოა საქართველოში. ჰოლდინგურ კომპანიაში შემავალი ვაგონშემკეთებელი ქარხანა – 1883 ერთერთი უძველესი და დიდი ტარდიციების საწარმოა ამიერკავკასიაში. საუკუნეზე მეტი ხნის განმავლობაში ქარხანაში არემონტებდნენ სხვადასხვა ტიპის სამგზავრო და სატვირთო ვაგონებს, ელექტრომანქანებს, წვეთს ძრავებს, წვეთოვანებს, დენმიმღებებს, დამხმარე მანქანებს, აწარმოებდნენ რკინიგზის მოძრავი შემადგენლობისათვის საჭირო სათადარიგო ნაწილებს. 1999 წელს სახაზინო საწარმოს ბაზაზე ჩამოყალიბდა სააქციო საზოგადოება. მისი საწარმოები კაპიტალის აქციების 100% კერძო საკუთრებაშია.

რადგან ელექტროვაგონმშენებლობისა და ვაგონშემკეთების საწარმოების მიტოვება არ შეიძლება სტიქიური განვითარების

საქართველოს მთლიანი შიდა პროდუქტი 2008-2014 წლებში მიმდინარე ფასებში, მლნ. ლარი¹
ცხრილი 1

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014*
მთლიანი შიდა პროდუქტი საბაზრო ფასებში	19074,9	17986,0	20743,4	24344	26167,3	26847,3	29187
%-ად წინა წელთან შედარებით	100,0	94,3	115,3	117,4	107,5	102,6	108,7
მ.შ. ტრანსპორტის სექტორში შექმნილი მთლიანი დამატებითი ღირებულება	1162,5	1138,0	1415,1	1573,4	1703,9	1789,2	1929,4
%-ად წინა წელთან შედარებით	100,0	97,9	124,3	111,2	108,3	105,0	107,8
ტრანსპორტის სექტორში შექმნილი დამატებითი ღირებულების ხვედრითი წილი მთლიან შიდა პროდუქტში %-ად	6,1	6,3	5,8	6,4	6,5	6,7	6,6
მ.შ. მეთალურგიული პროდუქციისა და ლითონის მზა ნაკეთობების წარმოების სექტორში შექმნილი მთლიანი დამატებითი ღირებულება	254,0	234,0	465,9	501,6	537,9	540,9	499,6
%-ად წინა წელთან შედარებით	100,0	92,1	199,1	107,7	107,2	100,6	92,4
მეთალურგიული პროდუქციისა და ლითონის მზა ნაკეთობების წარმოების სექტორში შექმნილი დამატებითი ღირებულების ხვედრითი წილი მთლიან შიდა პროდუქტში %-ად	1,3	1,3	2,2	2,1	2,1	2,0	1,7

1 ცხრილი შედგენილია სტატისტიკის დეპარტამენტის მონაცემების საფუძველზე.

* დაზუსტებული შეფასება გამოქვეყნდება 2015 წლის 16 ნოემბერს

ამარა, იაფი და ხარისხიანი ნახევარფაბრიკატების მიწოდების გარეშე, ჰოლდინგში გაერთიანებულია რუსთავის მეტალურგიული ქარხანაც. რუსთავის მეტალურგიული ქარხანა დაარსდა 1948 წელს და ამიერკავკასიაში სრული მეტალურგიული ციკლის პირველი საწარმო იყო. ამჟამად ქარხანაში სისტემატურად ხდება სიმძლავრეთა განახლება, ქარხანაში დასაქმებულია 2100-ზე მეტი ადამიანი. (საქართველოში ამჟამად არსებობს შავი მეტალურგიის 22 საწარმო. 2013 წელს მუშაობდა 19 საწარმო. 2014 წელს ამ საწარმოებში დასაქმებული იყო 7230 თანამშრომელი, ხოლო 2013 წელს – 7499 თანამშრომელი). ქვემოთ მოცემულ ცხრილში, ნაჩვენებია რკინიგზის მოძრავი შემადგენლობის წარმოება-მოღერნიზაციის და შავი მეტალურგიის პროდუქციის წარმოების დინამიკა საქართველოში (იხ. ცხრილი 2.) იგი არასტაბილურობით ხასიათდება, მაგრამ ვაგონმშენებლობის ჰოლდინგური კომპანიის მიერ მიღწეული წარმატებები ყოველგვარ ეჭვს გარეშეა.

ვაგონმშენებლობის ჰოლდინგური კომპანია საწარმოო საქმიანობაში იყენებს საბაზრო მექანიზმის პრინციპებს. ამ მხრივ განსაკუთრებული როლის შესრულება შეუძლია მარკეტინგს, რომელიც შესაძლებლობას აძლევს ფირმებს მაქსიმალურად გამოიყენოს თავიანთი საბაზრო შესაძლებლობები მომხმარებელზე ორიენტაციით. მაგრამ საწარმოო დანიშნულების საქონლის მარკეტინგი გასიათდება გარკვეული თავისებურებებით, რაც განპირობებულია ბაზრის სპეციფიკური ნიშან-თვისებებით. მათ შორის ძირითადია: მყიდველთა გაცილებით უფრო ნაკლები რაოდენობა სამომხმარებლო საქონლის ბაზართან შედარებით, საქონელზე მოთხოვნის ნაკლები ცვალებადობა, მყიდველთა მაღალი პროფესიონალიზმი, მყიდველთა შემოსავლების მაღალი დონე.

ვაგონმშენებლობის ჰოლდინგური კომპანია პრაქტიკულად იყენებს მარკეტინგის კომპლექსის მხოლოდ ცალკეულ ელემენტებს, მარკეტინგულ ღონისძიებათა სახით, რომელიც მიმართულია მოკლევადიანი და საშუალოვადიანი კონკრეტული მიზნების მიღწევაზე. გამოირკვა, რომ ვაგონმშენებლობის ჰოლდინგურ კომპანიაში მარკეტინგის სამსახური ჩამოყალიბების პროცესშია (ანუ,

საქართველოში რკინიგზის მოძრაობის შემადგენლობის, თუჯის, ფოლადის და ფეროშენადნობების წარმოება 2008-2014 წლებში, ათასი ლარი¹. ცხრილი 2

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014**
თუჯის, ფოლადის და ფეროშენადნობების წარმოება	433736,2	235096,2	465979,8	490852	498692	440569,7	1896094
%-ად წინა წელთან შედარებით	100,0	54,2	198,2	105,3	101,6	88,3	430,4
რკინიგზის მოძრაობის შემადგენლობის წარმოება*	102836,3	181256,5	120530,8	123643,7	106450,2	196081,9	546706,6
%-ად წინა წელთან შედარებით	100,0	176,3	66,5	102,6	86,1	184,2	278,8

1 ცხრილი შედგენილია საქართველოს სტატისტიკის დეპარტამენტის მონაცემების საფუძველზე.

* ეს ქვეკლასი შეიცავს რკინიგზის და ტრამვაის ლოკომოტივების და მოძრაობის შემადგენლობის წარმოების და მოდერნიზაციის-რემონტის (შეკეთებული ვაგონების რაოდენობის მონაცემები განზოგადებას არ ექვემდებარება).

** 2014 წლის მონაცემები არის წინასწარი

არ არსებობს მარკეტინგის განყოფილება).

მხოლოდ ერთი თანამშრომელია, რომელიც ასრულებს პროექტების ხელმძღვანელის მოვალეობას. არ არსებობს მარკეტინგის კომპლექსური გეგმა. ეს აიხსნება რიგი ობიექტური და სუბიექტური მიზეზებით: სასაქონლო ბაზრის ინფრასტრუქტურის განვითარების დაბალი დონით, სანარმოს ფინანსური სიძნელეებით, საბაზრო ურთიერთობათა განვითარების დაბალი დონით (ჯანსაღი კონკურენტული გარემოს არ არსებობა), არასახარბიელო პოლიტიკური გარემოთი, ინფორმაციის შეგროვებისა და გაცვლის (ინფორმაციული უზრუნველყოფის განვითარების) არასაკმარისი დონით და სხვა.

მიუხედავად ამისა ვაგონმშენებლობის ჰოლდინგური კომპანია აწარმოებს და არემონტებს (იგულისხმება მოდერნიზაცია) ფართო ასორტიმენტის პროდუქციას. ძირითადი სასაქონლო ჯგუფებია: ელექტროვაგონი – ვმკ 001; სატრანსპორტო დახურული ვაგონები და ნახევარვაგონები ეს-004, ეს-005; ხორბალმზიდები; ვაგონციტერნები; კონტეინერმზიდები; კონტრეილერმზიდები და სამგზავრო ვაგონები. ასორტიმენტის სიღრმე მცირეა – ინარმოება მხოლოდ თითო მოდელი. პროდუქციის ხარისხი შეესაბამება საერთაშორისო (iso) სტანდარტების მოთხოვნებს. ნაწილობრივ გადაიარაღებულია სანარმოს მატერიალ-ტექნიკური ბაზაც, იყენებენ თანამედროვე დანადგარებს, მოწყობილობებს. სისტემატურად ხდება პროდუქციის განახლება. ამჟამად, უკრაინელი კოლეგებისაგან ლიცენზიით შეიძინეს ვაგონის გვერდითი ჩარჩოს და რელსზედა ძელის მოდიფიცირებული კონსტრუქციები. ნახევარფაბრიკატების მასობრივი წარმოება იგეგმება რუსთავის მეტალურგიულ ქარხანაში. რუსთავის მეტალურგიული ქარხანა იაფი და ხარისხიანი ნახევარფაბრიკატებით ამარაგებს ვაგონმშენებელ სანარმოს.

მოცემულ სანარმოში ფასების პოლიტიკა მოქნილია. ფასები დგინდება იმ დანახარჯების საფუძველზე, რომელიც დაკავშირებულია პროდუქციის წარმოებასა და რეალიზაციასთან, ითვალისწინებენ კონკურენტის ფასებს. 2014 წელს წარმოებული ძრავიანი სამგზავრო ვაგონის ფასი იყო – 273,38 ათასი აშშ დოლარი,

2013 წელს კი – 346 ათასი აშშ დოლარი (ფასს შემცირების ტენდენცია აქვს, რაც გამოწვეულია თვითღირებულების შემცირებით). ხოლო სატვირთო ვაგონის ფასი არის 15 ათასი აშშ დოლარი.

ვაგონშემნებლობის ჰოლდინგური კომპანიის ძირითადი მომხმარებელია სს „საქართველოს რკინიგზა“ და სომხეთის რესპუბლიკის რკინიგზა, ასრულებენ აზერბაიჯანის რესპუბლიკის რკინიგზის შეკვეთებსაც. მიმდინარეობს სამუშაოები თურქმენეთის ბაზრის ასათვისებლად. პროდუქციის კონკურენტუნარიანობა მიღწეულია მაღალი ხარისხით და შეადარებით დაბალი ფასებით. რკინიგზის მოძრავი შემადგენლობის წარმოებასა და რემონტში დასაქმებული თანამშრომლების საშუალო თვიური ანაზღაურება 2014 წლის მონაცემებით იყო – 646 ლარი, 2013 წელს შესაბამისად – 825 ლარი, ხოლო 2012 წელს – 792 ლარი, ხოლო რუსთავის მეტალურგიულ ქარხანაში საშუალო თვიური ანაზღაურება 2014 წელს იყო – 809 ლარი, 2013 წელს – 773 ლარი, 2012 წელს კი – 677 ლარი.

მაგრამ მიმდინარე წელს მოსალოდნელია შეკვეთების მნიშვნელოვანი ზრდა, რაც უფრო მეტად გაამყარებს საწარმოს პოზიციებს.

ქვემოთ მოყვანილ ცხრილში (იხ. ცხრილი 3) მოცემულია ვაგონშემნებლობის ჰოლდინგური კომპანიის მიერ წარმოებული პროდუქციის ექსპორტი. რკინიგზის ვაგონები ექსპორტირებული იყო სომხეთში და 2014 წელს ქვეყნის მთლიანი ექსპორტის მოცულობის 0,01 %-ს შეადგენდა. რუსთავის მეტალურგიული ქარხნის პროდუქციის ექსპორტი ხდება დსთ და ევროკავშირის ქვეყნებში, ასევე თურქეთში და აშშ-ში.

ვაგონშემნებლობის ჰოლდინგური კომპანიის მასალებიდან ჩანს, რომ 2010 წელს 26,4 მლნ ლარი გადაიხადეს ბიუჯეტში. მაშასადამე, მათი საოპერაციო მოგება იყო 132 მლნ. ლარი, ხოლო წმინდა მოგებამ შეადგინა 105,6 მლნ ლარი (შედარებით ახალი მონაცემები ვერ მოვიპოვეთ კონფიდენციალობის გამო). საწარმის ფინანსური შედეგები უდაოდ მიუთითებს წარმატებულ ბიზნესზე.

პროდუქციის გასაღების სტიმულირებისათვის სარეკლამო ღონისძიებები ტარდება არარეგულარულად, უსისტემოდ. სარეკლამო ღონისძიებების გეგმა არ მუშავდება. მოცემული

საქართველოს ეკონომიკის განვითარების პოლიტიკური კომპანიის მიერ წარმოდგენილი პროდუქციის ექსპორტი
2011-2014 წლებში¹. ცხრილი №3

საქონლის დასახელება	2011 წელი		2012 წელი		2013 წელი		2014 წელი*	
	დ. მ. ჯ. მ.	მ. ჯ. მ.	დ. მ. ჯ. მ.	მ. ჯ. მ.	დ. მ. ჯ. მ.	მ. ჯ. მ.	დ. მ. ჯ. მ.	მ. ჯ. მ.
ვგონები სამგზავრო ძრავი- ანი, სატვირთო ვაგონები, ღია პლატფორმები	862,5	2	-	-	6230,7	18	2733,8	10
რკინიგზის ან ტრამვაის ვაგონ- ები სამგზავრო არათვირთი- ვალი	15,1	2	-	-	-	-	-	-
რკინიგზის ან ტრამვაის ვაგონ- ები სატვირთო არათვირთი	204	24	45	3	300	20	-	-
თუვი, ფოლადი	4373,7	8699,7 ²	16511,4	35059,6 ²	61254,3	126186,2 ²	44882	92785,9 ²
ბრტყელი ნაგებობა	585,1	628,2	334,6	886,8	453,7	381,7	5677,5	4924,9
კუთხეობები, პროფილები ნახშირბადოვანი ფოლადისაგან	351,3	547,4	126,6	105,8	211,2	140	1321	1025,7
მილები და ღრუ პროფილები უნაქვრო შავი ლითონისაგან	1751,8	1718,3	3708,8	3302,3	28466,3	28706,4	16310,6	18453,9
მეტალკონსტრუქციები შავი ლითონისაგან	755,2	150,7	1315,3	659	1386,8	415,5	1175,6	587,1

1. ცხრილი შედგენილია საქართველოს სტატისტიკის დეპარტამენტის მონაცემების საფუძველზე; 2. ტონა; *
წინასწარი მონაცემები.

სანარმოს პროდუქციის რეკლამირება ძირითადად, ინტერნეტით ხდება, იშვიათად გამოიყენებენ ბეჭდით რეკლამას (ბუკლეტები, ბროშურები და ა. შ). სუსტად არის განვითარებული საზოგადოებასთან ურთიერთობები.

სამგზავრო და სატვირთო ვაგონების მოხმარების ვადაზე მოქმედებს მრავალი ფაქტორი, მათ შორის ძირითადია: ატმოსფერული გარემოს ზემოქმედება, ტექნიკური პარამეტრები, ექსპლუატაციის პირობები, დატვირთვის ინტენსივობა, მეცნიერულ-ტექნიკური პროგრესი და სხვა. მათი კანონზომიერების გავლენა ვაგონმშენებლობის ბაზარზე მოთხოვნის პროგნოზის გამოსათვლელად არასათანდოდ არის შესწავლილი. ჩვენს მიერ ჩატარებული ექსპერტული შეფასებისას ვაგონმშენებლობის ჰოლდინგური კომპანიის სპეციალისტთა 60% კონკურენტულ ბრძოლაში წარმატებას საკვანძო ფაქტორებიდან პირველ ადგილს მარკეტინგს მიაკუთვნებენ. მათი შეფასებით, კომპანიის კონკურენტუნარიანობის მაჩვენებელი – 7,1 ქულა – უტოლდება ძირითადი კონკურენტი (რუსეთი, აზერბაიჯანი) საწარმოების კონკურენტუნარიანობას (7,1 ქულა), ხოლო პროდუქციის ხარისხის კომპლექსურმა მაჩვენებელმა მიიღო მეტი შეფასება (8,2 ქულა), კონკურენტი საწარმოების პროდუქციასთან შედარებით (7,9 ქულა). ექსპერტთა საშუალო შეთანხმების დროს. $V_k=0,2$.

ასეთია ვაგონმშენებლობის ჰოლდინგური კომპანიის ძირითადი მიღწევები, მაგრამ სწორი არ იქნებოდა გვეფიქრა, რომ ნაკლოვანებები არ შეიმჩნევა. ამიტომ საჭიროდ მიგვაჩნია:

- ვაგონმშენებლობის ჰოლდინგურ კომპანიაში ჩამოყალიბდეს მარკეტინგის განყოფილება. შეიქმნას მარკეტინგულ ღონისძიებათა აგეგმა, დამყარდეს ორგანული კავშირი მარკეტინგის გეგმასა და ბიზნეს-გეგმას შორის;

- კომპლექსურად გამოიკვლიონ მიზნობრივი რეგიონული ბაზრები, განისაზღვროს საქმიანობის ძირითადი მიმართულებები და ზრდის მასშტაბები, მოხდეს ასორტიმენტის ოპტიმალური ფორმირება, შემუშავებულ იქნას კონკრეტული საბაზრო სტრატეგიები. შედეგები დაინერგოს წარმოებაში;

- მოწესრიგდეს საზოგადოებასთან ურთიერთობები, ჩატ-

არდეს თემატური ღონისძიებები, პრესაში გამოქვეყნდეს სტატიები, სადაც საზოგადოებას გააცნობენ ვაგონმშენებლობის ჰოლდინგური კომპანიის საქმიანობას;

– გაფართოვდეს სამეცნიერო-კვლევითი და საცდელ-საკონსტრუქტორო სამუშაოები, შედეგები დაინერგოს წარმოებში;

– გამოკვლეული იყოს ვაგონმშენებლობის საწარმოებში მარკეტინგული საქმიანობის თავისებურებანი. (დღეისათვის ასეთი გამოკვლევები არ არსებობს);

– ვაგონმშენებლობის სტატისტიკური აღრიცხვის მონაცემები გახდეს უფრო დეტალიზირებული, სამგზავრო და სატვირთო ვაგონების წარმოება-მოდერნიზაცია ცალ-ცალკე ჯგუფებად იყოს აღრიცხული.

დასკვნა: შედეგებმა ცხადყვეს, რომ ვაგონმშენებლობის ჰოლდინგურმა კომპანიამ შეძლო საბაზრო ეკონომიკის რელსებზე გადასვლა, მან გადალახა საძნელეები სამეურნეო საქმიანობაში და წარმართავს ბიზნესს. იბრძოლეთ!

გამოყენებული ლიტერატურა

1. შუბლაძე გ. „ფირმის მარკეტინგული საქმიანობის ეფექტიანობის შესახებ“ (შპს „ნიკორას“ მაგალითზე). ჟურნ. „კომერსანტი“. 2009 წ. №1. გვ. 72-76;

2. შუბლაძე გ., ნანიტაშვილი მ., დოლიკაშვილი ლ. „სტარატეგიული მენეჯმენტი“. თბ. უნივერსალი 2010 წ. გვ. 70-146, გვ. 301-330;

3. მარკეტინგის საფუძვლები გ. შუბლაძის რედაქციით. თბ. 2009. გვ. 42-46, გვ. 552-373;

4. Черник А. „Товарная политика предприятия“, Минск 2004, стр. 227-238, стр. 272-273;

5. Баумгартен Л.В. „Возможные подходы к выбору показателей и оценке конкурентоспособности (на примере туристских услуг)“ Журнал „Маркетинг в России и за рубежом“ М. 2011г №4. ст. 46-63.

ABOUT THE CARRIAGE-BUILDING HOLDING COMPANY IN GEORGIA

Nana Kirvalidze, PHD

Resume

This article discusses the carriage-building industrial meaning problems in Georgia, privately: the carriage-building holding industrial dynamics, the export of production, pricing, the tendency structure of assortment. As it is stated in the carriage-building holding company practice they use only the separate elements of complex marketing as private arrangement. These arrangements are directed to reach the concrete short – term goals. The marketing service is in the process of formation in the carriage-building holding company and it includes the advertising service. It only serves to search the separate orders and stimulation of the key. There is no organic connection between the marketing arrangement and the business plans.

In this article the results of the carriage-building holding competition expert estimation are analyzed. Moreover, holding company production are distinguished with high competition and quality. In the end of the article there are mentioned some arrangements, which by author's opinion are necessary to pass in the carriage-building holding company for economic, business improvement.

Key Words: Carriage-Building holding Company, Industrial dynamics, export, structure of assortment, complex marketing, competition expert.

REFERENCES:

1. G. Shubladze about "The Effectiveness of a firm's marketing service". magazine "comersant" 2009y. #1 pg. 72-76 (in Georgian language);
2. G. Shubladze, M. Nanitashvili, L. Dolikashvili. Strategic management, Tbilisi, universal. 2010 y. pg. 70-149, pg 301-330 (in Georgian language);
3. Principles of Marketing. According to G. Shubladze editorial staff. Tbilisi, Universal, 2009 y. pg 42-46; pg 352-373. (in Georgian language);
4. N. Chernic, Enterprise product policy, Tutorial, Minck, 2004 y, pg 227-228; pg 272—273. (in Russian language);
5. L. Baumgarten, "Approaches to selection of the indicator and evaluation of competitiveness (by example of travel services), magazine "Marketing in Russia and abroad", Moscow, 2011 y. #4 pg. 46-70. (in Russian language).