

REFERENCES:

1. Revaz Shengelia, Jujuna Tsiklauri-Shengelia, Natia Shengelia -A Creative Person as Self-increasing His Value. Journal "Economics", #11-12, 2016 y. (in Georgian Language).
2. Revaz Shengelia, Jujuna Tsiklauri-Shengelia, Natia Shengelia- Human Capital- the Special Sphere of Investment and the Main Condition for Increasing a Country's Competitiveness. Journal "Economics", #7-8, 2016 y. (in Georgian Language).
3. Journal "Economics", #5-6, #5-6, 2016 y. (in Georgian Language).
4. Journal "Economist", # 6, 2013.

THE CREATIVE PERSON- THE KEY FACTOR FOR RAISING THE COMPETITIVENESS AND ECONOMICS GROWTH OF A COUNTRY

Vera Dzvelaia

PHD student,
Georgian Technical University

RESUME

Economic growth is important for any country development. The economic growth rate depends on the use of labor and natural resources, as well as the country's economic ability to use these resources to produce competitive goods and services. All this will be reflected in the economic growth of the country as well as the welfare of the population. The main role in this is the creative person. It is a major factor for the growth of the country's competitiveness and economic growth.

Key words: Economic growth, competitiveness, globalization, investments, innovations, creative people, the latest technologies.

ლიდერობა - ორგანიზაციის კონკურენტუნარიანობის უზრუნველყოფის საფუძველი

თამარ დუდაური

ეკონომიკის აკადემიური დოქტორი, კავკასიის
საერთაშორისო უნივერსიტეტის ასოცირებული პროფესორი

რეზიუმე

ბოლო დროს სულ უფრო ხშირად გვხვდება სიტუაცია, როდესაც კომპანიები შრომის ბაზარზე ეძებენ არა მხოლოდ პროფესიონალ თანამშრომელს, არამედ ადამიანს, რომელსაც გააჩნია ლიდერის თვისებები. ლიდერების ძირითადი ამოცანაა ადამიანებში ქმედებისადმი მზადყოფნის აღძვრა. თანამედროვე ეტაპზე მსოფლიო ბაზარზე შეიქმნა ისეთი კონკურენტული სიტუაცია, რომ აღიარებული ლიდერების გარეშე შეუძლებელია გადარჩეს, როგორც კომერციული, ისე ნებისმიერი სხვა ორგანიზაცია. თანამედროვე ბიზნესში ლიდერობა შედგება არა მხოლოდ უნარისაგან აიძულონ ადამიანები დაემორჩილონ ვინმეს, არამედ ლიდერმა უნდა მოახდინოს იდეების გენერირება და მისცეს ამის საშუალება სხვებსაც. ორგანიზაციაში უნდა შეიქმნას ისეთი სიტუაცია, რომელიც ყველა თანამშრომლისაგან შექმნის ლიდერს. ამ შემთხვევაში შესაძლებელია უფრო ეფექტიანად იქნეს გამოყენებული თანამშრომლების პირადი პოტენციალი და ამით წარმატებით გადაწყდეს კომპანიის კონკურენტუნარიანობის პრობლემები.

საკვანძო სიტყვები: ლიდერი, ლიდერობა, თანამოაზრეთა გუნდი, კონკურენტუნარიანობა, სოციალური ზემოქმედება, ხარისხის კონტროლი,

შესავალი

ლიდერობის თემა წარმოადგენს საკვანძო საკითხს ადამიანის ცხოვრების მრავალი სფეროსათვის, როგორებიცაა: ბიზნესი, პოლიტიკა, სპორტი, ხელოვნება და სხვა. არის ორგანიზა-

ციები, რომლებშიც ერთი შეხედვით ყველაფერი სწორად არის ორგანიზებული, მაგრამ მაინც რაღაცა არ ხორციელდება ისე, როგორც უდა იყოს. მათში არ არის სული, არ არის მექანიზმი, რომელიც შთაბერავს სიცოცხლეს მკვდარ სისტემას. ისინი არსებობენ რწმენის, სიყვარულისა და ესე იგი იმედის გარეშე. ასეთი ორგანიზაციები განწირულები არან, თუ არ მოინახება ადამიანი, ან თანამოაზრეთა გუნდი, რომლებიც დაადგენენ ამ სისტემის არსს და მიზანს და მაშინ გაჩნდება იმედი. ასეთ ადამიანს ეწოდება ლიდერი, ხოლო კონცეფციას, რომლის ჩარჩოში ასრულებს იგი წამყვან როლს - ლიდერობა. ლიდერობა, ეს არ არის ხელმძღვანელობა, როგორც მას ხშირად წარმოაჩენენ, მართალია ლიდერი შესაძლოა იყოს ხელმძღვანელიც, მაგრამ ყველა ხელმძღვანელი ლიდერი არ არის.

თანამედროვე მსოფლიოში მიმდინარეობს ხარისხის სისტემის მუტაცია TQM-ის (TQM- Total Quality Management-ხარისხის ტოტალური მართვა) საფუძველზე, ვინაიდან დაჩქარებულად ხდება ხარისხის კონცეფციის შერწყმის პროცესი საერთო მენეჯმენტთან. მაგრამ ნათელია, რომ საკვანძო საკითხს ამ შემთხვევაში წარმოადგენს კონკურენტუნარიანობა. რა როლიც არ უნდა ითამაშოს მომავალში ხარისხის კონცეფციამ, ცხადად ჩანს ისიც, რომ იგი უკვე წარმოუდგენელია ლიდერობის გარეშე.

ლიდერობის პრობლემური არსის ანალიზს, დაფუძნებულს მისი ძირითადი თეორიების დიაქრონულ კვლევებზე, გააჩნია დიდი მნიშვნელობა, როგორც მართვის თეორიის, ისე ლიდერის თვისებების ფორმირების თვალსაზრისით. არავისათვის საიდუმლო არ არის, რომ ეფექტური და დინამიური მართვის საფუძველზე, ასევე იმის გამო, რომ ორგანიზაციის ლიდერები მის მართვას უდგებიან ინოვაციურად, ორგანიზაცია წარმატებით ვითარდება. ამრიგად, მთლიანობაში მართვა და ლიდერობა არ წარმოადგენენ ურთიერთშეცვლად მნიშვნელობებს. ლიდერობა წარმოადგენს მართვის ურთიერთობების განსაკუთრებულ სახეს, რომელიც ეფუძნება ორგანიზაციაში სოციალური ზემოქმედების პროცესს. აღნიშნული ფენომენი, მართვისაგან

განსხვავებით, გულისხმობს ორგანიზაციაში არა ხელქვეითებს, არამედ მიმდევრებს, ე.ი. ურთიერთობა „უფროსი-ხელქვეითი“ იცვლება ურთიერთობით „ლიდერი-მიმდევარი“. ლიდერი ხდება სამაგალითო მიმდევრებისათვის იმის გამო, რომ მას შეუძლია დაინახოს ის, თუ რა იქნება მიღებული ან მიღწეული იმ ძალისხმევის შედეგად, რასაც სწევნ თვითონ და მისი მიმდევრები.[1]

ძირითადი ტექსტი

თანამედროვე პირობებში ბევრ ორგანიზაციაში ცდილობენ შექმნან მოტივაციურ სისტემაზე დაფუძნებული გუნდი. ორგანიზაციის ხელმძღვანელები იმდენად ჭკვიანურად ქმნიან „სულების“ შესყიდვის სისტემას, რომ სჯერათ სასურველი ეფექტის მიღებისა (მუშაკების კეთილსინდისიერი მუშაობის). ასეთი ორგანიზაციები ჰგავს დაქირავებულ არმიას. ისინი კარგად იბრძვიან სანამ უხდიან, მაგრამ ასეთი მებრძოლეები ვერ ჩაიდენენ გმირობას.

თანამედროვე მსოფლიოში ორგანიზაციები, რომლებიც აგებული არიან ძლიერი მოტივაციის სისტემაზე არიან საკმაოდ წარმატებულნი. არის ლიდერები, რომლებიც ისე წარმატებით ქმნიან ასეთ სისტემებს, რომ მათ შეგვიძლია ვუწოდოთ ბიზნეს-შედევრები.[2]

არავინ იცის, საიდან მოდიან ლიდერები. მაგრამ, როდესაც ორგანიზაციას გაუჩნდება ლიდერი (ინდივიდუალური ან ჯგუფური) შეუიარაღებელი თვალითაც კი კარგად ჩანს, რომ მისი საქმეები თანდათან უმჯობესდება. ამჟამად აღარავის ეპარება ეჭვი იმაში, რომ ლიდერობა არის ბიზნესის საკვანძო ელემენტი.

დოქტორი დემინგი წერდა, რომ ხარისხის კონტროლი - ეს არის მისი უზრუნველყოფის მხოლოდ 2% [3]. მაგრამ რა არის სხვა დანარჩენი? რამდენად ეფექტურად იმუშავებს სისტემა, თუ ჩაირთვება ყველა ელემენტი ლიდერობის გარდა? ლიდერობის არ არსებობა სულაც არ ნიშნავს იმას, რომ სისტემა დაინგრევა. მიუხედავად ამისა ლიდერობა არის ხარისხის სისტემის მუშაობის გამშვები მექანიზმი და მის გარეშე ეს სისტემა უფრო

ფიქციაა, ვიდრე რეალობა. „ლიდერობა საჭიროა სისტემის ყველა კომპონენტისათვის“ - აღნიშნავდა ედუარდ დემინგი ნივას ნიგნის წინასიტიყვაობაში [3]. პირველ რიგში მნიშვნელოვანია უმაღლესი ხელმძღვანელობის ლიდერის როლი, რომლის გარეშეც კონსტრუქციული გარდაქმნების გატარება გაძნელებულია და ზოგჯერ შეუძლებელიც. ნათელია, რომ ლიდერობა არის ორგანიზაციაში ინოვაციური პროცესისა და ხარისხის კულტურის მხარდაჭერის საკვანძო ელემენტი.[4]

ის, რომ მენეჯერს, რომელიც მართავს სხვა ადამიანების ქცევას, უნდა გააჩნდეს ლიდერის თვისებები, არავისში არ ინვეს ეჭვს. ბიზნესის მართვის ყველა წამყვან მოდელში იგრძნობა ლიდერის წამყვანი როლი [5]. 2000 წელს ბუდაპეშტში გამართულ კონფერენციაზე პროფესორმა კენდომ აღნიშნა, რომ: „ლიდერობის მნიშვნელობის უგულვებელყოფა შეუძლებელია უმაღლესი და საშუალო რგოლების მენეჯერების მიერ“[6]. ასევე ამერიკელმა მეცნიერმა პიტერ სენგემ თავის ერთ-ერთ ინტერვიუში აღნიშნა, რომ ორგანიზაციას უნდა ყავდეს სამი ტიპის ლიდერი: ლიდერი-კომპანიის ან ორგანიზაციის ხელმძღვანელი; ლიდერი მენეჯერები, რომლებიც ატარებენ კომპანიის პოლიტიკას ადგილებზე და ლიდერი აქტივისტები, რომლებიც არიან კომპანიის რიგითი თანამშრომლები, ისინი უძღვებიან საქმიანობას, როცა მენეჯერები არ არიან ადგილზე [7].

არსებობს მოსაზრება, რომ შესაძლებელია ლიდერობის შეცვლა კონტროლის დახვეწილი, მკაცრი სისტემით, სადაც გამოყენებული იქნება დასჯისა და წახალისების მეთოდები. ე.ი. არ არის ლიდერი და მკაცრია კონტროლი (გაკონტროლება უნდა ხორციელდებოდეს უფრო ხშირად), ამ შემთხვევაში დიდი დრო იხარჯება ამოცანების დაყენებაზე, გაუარესებულია კლიმატი კოლექტივში, ხდება როგორც ადამიანური, ასევე დროითი დანაკარგების ზრდა. საჭიროა თანხების მოძიება დამატებითი კონტროლიორების დასაქირავებლად, იზრდება კადრების დენადობა, უარესდება კლიმატი კოლექტივში და შედეგად უარესდება ორგანიზაციის ფინანსური მდგომარეობა. ყოველივე ეს აუარესებს წარმოების ეფექტიანობასა და პროდუქციის ხარისხს. წა-

რმოებული პროდუქციის დაბალი ხარისხი იწვევს ხელსაყრელი კონტრაქტების დაკარგვას და პროდუქციის იძულებით შედარებით დაბალ ფასში რეალიზაციას. ამასთან, სახსრების მოჩვენებითი ეკონომიის მაგიერ, რომელიც უნდა მოეცა კონტროლის გამკაცრებას, ვიღებთ დანახარჯების ზრდას. ამრიგად, გამოდის, რომ ლიდერობა - არის კონტროლზე საჭირო სახსრებისა და დროის ეკონომია და იმის რწმენა, რომ ყველაფერი კეთდება უფრო უკეთესად ვიდრე ყველაზე მკაცრი კონტროლი.

ეს მაგალითი არის ძალიან ნათელი. ხშირად გვხვდება შემთხვევა, როდესაც ერთი ადამიანი გუნდში, აღარ ვლაპარაკობთ ხელმძღვანელთა გუნდზე, არ იზიარებს საერთო მიზნებს, მაშინ იგი უნებლიეთ ხდება პროცესების დამამუხრუჭებელი. ნებისმიერ შემთხვევაში მნიშვნელოვანი ელემენტის შეცვლა (ისეთის როგორიცაა ლიდერობა), მისი იგნორირება ან ნაწილობრივი რეალიზაცია იწვევს ფინანსურ დანაკარგებს. მათი წინასწარ განსაზღვრა შეუძლებელია, უფრო ძნელია განისაზღვროს მათი გამომწვევი მიზეზები, მაგრამ მათი თავიდან აცილებაც შეუძლებელია. აქედან გამომდინარე შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ თუ ორგანიზაციის მართვა არ არის დაფუძნებული ლიდერობაზე, ლაპარაკიც კი ზედმეტია ხარისხზე ე.ი, კონკურენტუნარიანობაზე.

იმის მიუხედავად, რომ ლიდერობა მოქმედებს ორგანიზაციაში მიმდინარე პროცესებზე, მათ ეფექტიანობაზე და წარმოადგენს კარგ ორგანიზაციასა და კონკურენტუნარიანობას გლობალურ მასშტაბში, ლიდერობის შესაძლებლობები მენეჯმენტში არასოდეს არ გამოიყენება სრულად. მხოლოდ ცალკეულმა კომპანიებმა, კერძოდ რამდენიმე იაპონურმა კომპანიამ, დაიწყეს მიახლოება მაქსიმალურ შედეგთან. ლიდერობის როლის და მისი დიდი შესაძლებლობების დემონსტრირების ერთ-ერთ ყველაზე მკაფიო მაგალითს წარმოადგენს კომპანია „Xerox“. მისი პროგრამა „ლიდერობა ხარისხისათვის“ გახდა შესწავლისა და მიზანძვის მაგალითი. საჭიროა, რომ კომპანიების ხელმძღვანელობამ რაც შეიძლება მალე მოახდინოს ლიდერობის როლის გააზრება და გაანალიზება. [8]

ცხრილი 1

გლობალური რეიტინგი „საუკეთესო კომპანიები
ლიდერებისათვის“ პირველი ათეული (2016 წ.)[9]

1.	Proctor & Gamble
2.	Microsoft
3.	General Electric
4.	Coca-Cola
5.	Unilever
6.	IBM
7.	Wal-Mart
8.	McDonald's
9.	Telefonica
10.	Facebook

საერთაშორისო კონსალტინგური კომპანია Hay Group-ის მონაცემებით ორგანიზაციები, რომლებიც შევიდნენ ევროპულ რეიტინგში „საუკეთესო კომპანიები ლიდერებისათვის“ (Best Companies for Leadership), ბაზრის სხვა მოთამაშეებისაგან განსხვავდებიან პირველ რიგში ეფექტიანი ლიდერებით, რომლებიც მხარში უდგანან თანამშრომლებს და შთააგონებენ მათ იმუშაონ მაღალი უკუგებით. ამ კვლევების თანახმად კომპანიებში, სადაც ლიდერობა წამყვან პოზიციებს იკავებს, ლიდერების დახმარებით, წარმატებით ვითარდებიან ტალანტები და ინერგება ინოვაციები. ყოველწლიურად ამ კვლევებში მსოფლიოს მასშტაბით მონაწილეობას იღებს 2200-მდე მსხვილი ორგანიზაცია.[9]

კომპანია Hay Group-ის კვლევების თანახმად გლობალური რეიტინგი „საუკეთესო კომპანიები ლიდერებისათვის“ პირველი ათეული მოცემულია პირველ ცხრილში.

დასკვნა

მსოფლიო ბაზრის ეკონომიკური პერსპექტივების განუსაზღვრელობით იხსნება ორგანიზაციების დიდ მოთხოვნილება ლიდერებზე, რომელთაც უნარი შესწევთ შთააგონონ და სტიმული მისცენ თანამშრომლებს უკეთ და მოტივირებულად იმუშაონ. ყველა კომპანიამ თავის პრიორიტეტებში უნდა ჩართოს თანამშრომლებში ლიდერული თვისებების განვითარება, ვინაიდან ეს უკანასკნელი ხელს შეუწყობს კომპანიის კონკურენტუნარიანობის ზრდასა და ბიზნესის წინსვლას.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. Фонарев А.В. Воспитание лидерства: от основных теорий к практике. Альманах современной науки и образования, № 3 (70) 2013. Ст. 198-201.

2. Лысов С.А. Как создается команда? Деловой мир. <https://delovoymir.biz/2016/08/03/kak-sozdaetsya-komanda.html>

3. Henry r. Neave The Deming Dimension. 1st Paperback Edition Edition. 1990.

4. Juran, J.M. Strategies for world class quality //Quality Progress. — 1991. Pp. 81. <http://www.pqm-online.com/assets/files/lib/books/juran.pdf>

5. Juran J. M. Juran on leadership for quality. An executive handbook. — New York, N.Y.: Free Press. 1989. https://books.google.ge/books?hl=en&lr=&id=_30uNnb6dQIC&oi=fnd&pg=PP7&dq=Juran+J.+M.+Juran+on+leadership+for+quality.+An+executive+handbook.+—+New+York,+N.Y.:+Free+Press.+1989.&ots=P-udmE3n0w&sig=CLSfdZMPcmHaT8fhm13kJCBLgLg&redir_esc=y#v=onepage&q=Juran%20J.%20M.%20Juran%20on%20leadership%20for%20quality.%20An%20executive%20handbook.%20%E2%80%94%20New%20York%2C%20N.Y.%3A%20Free%20Press.%201989.&f=false

6. Kondo Yoshio. Participation and Leadership. — Proceedings 44th EOQ Congress, Vol. 2. — Budapest, 2000. — p. 110-117.

7. Сенге П. «Как научиться изменяться». Интервью с Аланом Вебером, // Искусство управления, март, 2000. — С. 6-20.

8.. Kearns D. T., Nadler D. A. Prophets in the Dark: How Xerox Re-invented Itself and Beat Back the Japanese // HarperCollins, 1993. Pp. 352

9. Dan Weinfurter and J.P. Donlon. 2016 Best Companies for Leaders. <http://chiefexecutive.net/2016-best-companies-for-leaders/>

REFERENCES

1. Fanarev A.B. Leadership education: from basic theories to practice. Almanac of modern science and education, № 3 (70) 2013. Pp. 198-201. (In Russian Language).

2. Lisov C.A. How to create a team? Practical online magazine for business. <https://delovoymir.biz/2016/08/03/kak-sozdaetsya-komanda.html> (In Russian Language).

3. Henry r. Neave The Deming Dimension.1st Paperback Edition Edition. 1990.

4. Juran, J.M. Strategies for world class quality //Quality Progress. — 1991. Pp. 81. <http://www.pqm-online.com/assets/files/lib/books/juran.pdf>

5 Juran J. M. Juran on leadership for quality. An executive handbook. — New York, N.Y.: Free Press. 1989. https://books.google.ge/books?hl=en&lr=&id=_30uNnb6dQIC&oi=fnd&pg=PP7&dq=Juran+J.+M.+Juran+on+leadership+for+quality.+An+executive+handbook.+—+New+York,+N.Y.:+Free+Press.+1989.&ots=P-udmE3n0w&sig=CLSfdZMPcMHaT8fhm13kJCBLgLg&redir_esc=y#v=onepage&q=Juran%20J.%20M.%20Juran%20on%20leadership%20for%20quality.%20An%20executive%20handbook.%20%E2%80%94%20New%20York%2C%20N.Y.%3A%20Free%20Press.%201989.&f=false

6. Kondo Yoshio. Participation and Leadership. — Proceedings 44th EOQ Congress, Vol. 2. — Budapest, 2000. — p. 110-117.

7. Senge P. “How to learn to change.” Interview with Alan Weber, // The Art of Management, March, 2000. - P. 6-20. (In Russian Language).