



ეკონომიკური თეორიის თანამედროვე პრობლემები



საწარმოს კონკურენტუნარიანობა გლობალური ეკონომიკის პირობებში

მარინე ლუარსაბიშვილი

ეკონომიკის აკადემიური დოქტორი

მაია კილაძე

ინჟინერიის აკადემიური დოქტორი

მთვარისა თანანაშვილი

ინჟინერიის აკადემიური დოქტორი

რეზიუმე

განხილულია თანამედროვე საწარმოს კონკურენტუნარიანობის ამალგამის საკითხები, კონკურენტუნარიანობის მართვის სისტემა და მათი სრულყოფის პირობები.

საკვანძო სიტყვები: გლობალიზაცია, კონკურენტუნარიანობა, კონკურენტული უპირატესობები, ეკონომიკა, საწარმო.

ძირითადი ტექსტი

კონკურენტუნარიანობა ეს არის საქონლის საბაზრო წარმატებისა და მისი მწარმოებლის გასაღები, ხოლო კონკურენტუნარიანობის გადაჭრა - ნებისმიერი საქონელმწარმოებელ ფირმის საქმიანობის მნიშვნელოვანი ამოცანაა, რომელიც მოითხოვს შეთანხმებას და ყველა ქვედანაყოფის მიზანმიმართულ საქმიანობას. იმისათვის, რომ საწარმოს კონკურენტუნარიანობაზე მოხდეს ზემოქმედება აუცილებელია ნათელი წარმოდგენა გვექონდეს იმ ფაქტორებზე, რომლებიც მას განსაზღვრავენ. ამისათვის საჭიროა გავაანალიზოთ საწარმოს ამოცანები და გამოვავლინოთ საკვანძო მახასიათებლები, ან კონკურენტუნარიანობის ინდიკატორები, რომლებიც გამოხატავენ მის მდგომარეობას განვითარების დონის მხრივ (ცხრილი 1).

საწარმოს მდგომარეობის სტრატეგიული დონე

გადახდისუნარიანობა	კონკურენტუნარიანობის მართვის ოპერატიული დონე
მომგებიანობა	
პროდუქტის კონკურენტუნარიანობა	
მართვის სტრატეგიულობა	კონკურენტუნარიანობის მართვის ტექნიკური დონე
მართვის სისტემის აქტიურობა	
ფინანსური და მართვის გამჭირვალობა	
ბიზნესის მართვა	კონკურენტუნარიანობის მართვის სტრატეგიული დონე
საინვესტიციო მიმზიდველობა (საწარმოს ღირებულების ზრდა)	

პირველ ეტაპზე საბაზრო პირობებში საწარმოს ძირითადი ამოცანაა გაანალიზოს თავისი ანგარიშები, ანუ უზრუნველყოს გადახდისუნარიანობა. ეს ამოცანა გადაწყდება ექსტრემალური ღონისძიებებით, უკვე წარმოებული პროდუქციის რეალიზაციით. მოვიყვანთ რამოდენიმე მარკეტინგული ღონისძიების მაგალითს: ბაზრის ანალიზის, ასორტიმენტის, საფასო პოლიტიკის და აშ.გადახდისუნარიანობის მიღწევისათვის წარმოქმნება მომგებიანი საქმიანობის ბუნებრივი ამოცანა. ამ ეტაპზე მარკეტინგული ღონისძიებები უნდა შეივსოს ეკონომიკური ღონისძიებებით (წარმოების დანახარჯების, თვითღირებულების, ფასწარმოქმნის ანალიზი) და ორგანიზაციული ტექნოლოგიებით (წარმოების ეფექტიანობა, ტექნოლოგიები და სხვა).

ორგანიზაციის ფინანსური კეთილდღეობა და მისი მდგრადობა, როგორც წესი, კანონზომიერად მიყვება გამოშვებული

პროდუქციის კონკურენტუნარიანობას და როგორც პრაქტიკა გვიჩვენებს, ამ მიზანს ისეთი საწარმოები აღწევენ, რომლებსაც მაღალი კონკურენტული პოტენციალი გააჩნიათ. საწარმოს კონკურენტული პოტენციალის ქვეშ იგულისხმება საწარმოს როგორც რეალური, ისე პოტენციური უნარი დაამუშავოს, დაამზადოს, გაყიდოს და მოემსახუროს ბაზრის კონკრეტულ სეგმენტში კონკურენტუნარიან საქონელს, რომლებიც თავისი ხარისხობრივ-საფასო პარამეტრებით საუკეთესოა და მომხმარებლის პრიორიტეტული მოთხოვნით სარგებლობენ.

ამჟამად ეკონომიკის ყველა დარგის საწარმოები თავიანთ საწარმოო-სამეურნეო საქმიანობას ახორციელებენ მძიმე ეკონომიკურ პირობებში. საწარმოთა შესაძლებლობები კონკურენტული პროდუქციის მხრივ შეზღუდულია, ყველა სახის რესურსების დეფიციტია, განსაკუთრებით კი ნედლეულის, მატერიალურ-ტექნიკური რესურსების. გამოშვებული პროდუქციის ასორტიმენტის ეფექტიანი მართვა, მისი სრულყოფა საშუალებას იძლევა გაიზარდოს მოგება და ფულადი სახსრების მოდინება მოკლე ვადაში ინვესტიციებით. რეალიზებული საქონლიდან მაქსიმალური ეფექტის მიღებისათვის აუცილებელია ასორტით მანიპულირება ანუ გამოვლენილ უნდა იქნეს რომელ საქონელს მიეცეს უპირატესობა და როგორი პროპორციით იქნეს გამოშვებული სხვადასხვა პროდუქცია.

მეორე დონეზე მნიშვნელოვანი საკითხია მართვის სტრატეგიულობა. კომპანიის მენეჯმენტმა მიმდინარე ამოცანების გადანაცვების შემდეგ თავისი ყურადღება უნდა მიაპყროს უფრო მნიშვნელოვან მიზნებსა და ამოცანებს. ამისათვის მუშავდება სტრატეგიული კონცეფცია, საწარმოს სტრატეგია და SWOT-ის და ბიზნეს გეგმის ანალიზის შემდეგ თითოეული ქვედანაყოფისათვის სტრატეგია. შემდეგი მნიშვნელოვანი ამოცანა საწარმოს მენეჯმენტისათვის არის ამ პრობლემის სტრუქტურულიზაცია და შესაბამისი დახასიათება, მართვის სისტემის ადპტირება. ადაპტირების სისტემის ქვეშ უნდა ვიგულისხმოთ მთლიანად საწარმოს მართვის ორგანიზაციული სტრუქტურის, მეთოდების შეთანწყობა საწარმოს მიზნებსა, ფუნქციებსა და სტრუქტუ-

რებთან.საწარმოსათვის მეორე აქტუალური პრობლემაა ფინანსური და მართვის გამჭვირვალობა: საერთაშორისო პრინციპებსა და აღრიცხვის სტანდარტების GAAP,LAS-ის შესაბამისი ფინანსური სტრუქტურების არსებობა,ფინანსური და სააღრიცხვო პოლიტიკა.ამ მიზნის მისაღწევად გამოიყენებენ ისეთ ინსტრუმენტებს, როგორიცაა: ფინანსური ანალიზი,საფინანსო დაგეგმვა, პროგნოზირება და გეგმების შედგენის საფუძველზე გადანყვეტილებების მიღება,

სახსრების მოზიდვის მენეჯმენტი,თავისუფალი საშუალებების განლაგების მენეჯმენტი, ინვესტიციების პორტფელის მართვა, ანტიკრიზისული მართვა, ლიზინგი, დაზღვევა და აშ.

ამჟამად-მსოფლიო ეკონომიკის გლობალიზაციის, კონკურენციის ინტერნაციონალიზაციის დროა, რომელიც სწრაფად ცვლის გარემო პირობებს-მენეჯმენტის წინაშე დგება ახალე ამოცანები. წარმოება თავისი განვითარების პროცესში აწყდება ისეთ პრობლემებს, როგორიცაა: ინფორმაციული, მატერიალური და სხვა, რაც იწვევს ფინანსური მდგომარეობის გაუარესებას, საერთო ორგანიზებულობის შესუსტებასა და ბევრ სხვას. რესურსების, ფინანსური წყაროების, ინვესტიციების ფორმებისა და ხერხების არჩევის ამოცანა საწარმოს ყოველი მენეჯერის არსებითი პრობლემაა.ამიტომ საინვესტიციო მიმზიდველობის უზრუნველყოფის აუცილებლობა-საწარმოს მდგომარეობის მესამე საკვანძო პირობაა.

საწარმოს მდგომარეობის, კონკურენტუნარიანობის შეფასებისა და ამაღლების დახასიათებისას შეიძლება განისაზღვროს საწარმოს კონკურენტუნარიანობის განსაზღვრის ძირითადი კრიტერიუმები:

1 .ოპერატიულ დონეზე საწარმოს კონკურენტუნარიანობის ძირითადი მაჩვენებელია პროდუქციის კონკურენტუნარიანობის ინტეგრალური მაჩვენებელი. მოხმარებისათვის ფასეულია არა საქონელი, როგორც ის სიკეთეები, რომლებსაც ის ღებულობს მისი გამოყენებისას. ამიტომ საქონლის კონკურენტუნარიანობის დადგენისას ფასდება ის, თუ რამდენად კარგია ან ცუდია და რანდენად აკმაყოფილებს ის მომხმარებელთა

მოთხოვნებს კონკურენტებთან შედარებით. პროდუქციის კონკურენტუნარიანობის შეფასება უნდა მოხდეს პერიოდულად და არა სიტუაციის წარმოშობისას.

2. ტაქტიკურ დონეზე საწარმოს კონკურენტუნარიანობის უზრუნველყოფა ხდება მისი საფინანსო-სამეურნეო მდგომარეობით. კონკურენტუნარიანობის მაჩვენებელთა ანალიზისას იღებენ ფინანსებს, მაგრამ პრაქტიკაში მრავალი შემთხვევაა, როცა საწარმო რომელსაც აქვს ნორმალური ფინანსური მაჩვენებლები ხდება ბანკნოტები.

ცხრილი 2

საწარმოს კონკურენტუნარიანობის მართვის დონეები

საწარმოს კონკურენტუნარიანობის უზრუნველყოფა		
ოპერატიული დონე	ტაქტიკური დონე	სტრატეგიული დონე
პროდუქციის კონკურენტუნარიანობა; მდგომარეობის ინდიკატორი; კონკურენტუნარიანობის ინტეგრალური მაჩვენებელი	საწარმოს საერთო მდგომარეობა; მდგომარეობის ინდიკატორი; საწარმოს კონკურენტული პოტენციალის კომპლექსური მაჩვენებელი.	საინვესტიციო მიმზიდველობა; მდგომარეობის ინდიკატორი;
შეფასების მეთოდები	შეფასების მეთოდები	ბიზნესის ღირებულების ზრდა
ექსპერიმენტული; კვალიმეტრული; კომპლექსური; ინტეგრალური	კონკურენტუნარიანობის კომპლექსური შეფასება	მიდგომების შეფასებისადმი შედარებითი ხარჯვითი შემოსავლითი ოფციური

3. სტრატეგიულ დონეზე საწარმოს კონკურენტუნარიანობა შეიძლება დაახასიათოს საინვესტიციო მიმზიდველობამ, რომლის კრიტერიუმიცაა ბიზნესის ზრდა.მართლაც დასავლეთისა და სამამულო გამოცდილება გვიჩვენებს, რომ კომპანიები რომლებიც მიმდინარე წლის მოგებაზე ან რენტაბელობაზე არიან ორიენტირებულები, დაავადებულნი არიან ახლომხედველობით.არის შემთხვევები როცა მოგების შემთხვევაში საწარმო გადახდისუნაროა. მსოფლიო პრაქტიკა გვიჩვენებს, რომ მესაკუთრეთა კეთილდღეობის ზრდა (აქციების,მფლობელების წილის ან პაის ზრდა) შეიძლება განსაზღვრულ იქნეს როგორც სხვაობა საწარმოს შექმნისას აქციონერის მიერ შექმნილ კაპიტალის ღირებულებასა და მის წილზე გაყიდვის დროს.თუ კაპიტალი გაიხარჯა, მაშინ მენეჯმენტმა თავისი ამოცანა შეასრულა. აქედან შეიძლება დავასკვნათ,რომ მენეჯერები რომლებიც მუშაობენ საწარმოს მესაკუთრეთა კეთილდღეობის ამაღლებაზე, თავიანთი ყოველი ნაბიჯი უნდა გაანალიზონ. კონკურენტუნარიანობის კრიტერიუმი ეს არის პროდუქციის ხარისხობრივი მაჩვენებელი. კონკურენტიანობის ფაქტორი, უშუალო მიზეზია იმისა, რომ შეიცვალოს კონკურენტიანობის ესა თუ ის მაჩვენებელი. პროდუქციის კონკურენტიანობის ცალკეულ კრიტერტიუმებად შეიძლება დასახელდეს ფაქტორული ანალიზი, რომელიც ნაწილია კონკურენტუნარიანობის შეფასების საერთო სქემის.

დასკვნა

ჩატარებული კვლევის შედეგად შეიძლება დავასკვნათ, რომ კონკურენტუნარიანობის შეფასება ყოველთვის აუცილებელია. მისი განსაზღვრისას გამოიყენება მრავალი ფაქტორი და მაჩვენებელი, რომლებმაც უნდა დაახასიათოს მიკრო, მეზო და მაკრო დონეებზე და რომლებიც განსაზღვრავენ სამეურნეო სისტემის ფუნქციონირებას და განვითარების პერსპექტივასაც.საქართველოს ეკონომიკის კონკურენტუნარიანობის ზრდის ელემენტად აგრეთვე შეიძლება დასახელდეს ინოვაციური სფეროც. კონკურენცია ძირითადი მამოძრავებელი და აუცილებელი

პირობაა საბაზრო ურთიერთბების, იგი აიძულებს საქონელ-მწარმოებლებს აამაღლონ ხარისხი და შრომის ნაყოფიერება, შეამცირონ დანახარჯები, შეცვალონ სანარმოს იმიჯი და ა.შ. იმ პირობით, რომ მიწოდება მოთხოვნაზე მაღალია და კონკურენცია იქმნება წარმოებულ საქონლებს და არა მწარმოებლებს შორის.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. საერთაშორისო გამჭვირვალობა - საქართველოს კონკურენციის პოლიტიკა საქართველოში. თბ.2012.
2. გ.ბენაშვილი-კონკურენციის თანამედროვე პოლიტიკა. თანამედროვე ტენდენციები და გამოწვევები. ევროკავშირთან პროგრამების ხელშეკრულება და კონკურენტული პოლიტიკის ჩამოყალიბების მნიშვნელობა. თბ.2017.
3. ე.ბარათაშვილი, ბ.გეჩბაია, ვ.ღლონტი-საწარმოების ეკონომიკის კონკურენტუნარიანობის ინდექსი. თბ.2018.
4. გ.ღალანტიძე-კონკურენტული უპირატესობის კვლევის საკითხები. თბ.2014.

REFERENCES

1. International Transparency - Georgia's competition policy in Georgia. Tbilisi. 2012.
2. Benashvili G. - Modern competition policy. Current trends and challenges. Harmonization of programs with the European Union and the importance of creating competition policy. Tbilisi. 2017.
3. Baratashvili E., Gechbaya B., Glonti V. - Competitiveness Index of the Georgian Economy. Tbilisi. 2018.
4. Gaganidze G. Problems of research of competitive advantages. Tbilisi, 2014.

ENTERPRISE COMPETITIVENESS IN THE GLOBAL ECONOMY

Marine Luarsabishvili,

Academic Doctor of Economics

Maya Kiladze,

Academic Doctor of Technical Sciences

Mtvarisa Tananashvili,

Academic Doctor of Technical Sciences

RESUME

As a result of the research, we can conclude that competitiveness assessment is always necessary. It is determined by many factors and indicators, which should characterize the micro, meso and macro levels and which determine the functioning of the economic system and development prospects. Competition is the main driving and necessary condition of market relations, it forces the producers to increase the quality and productivity of labor, reduce costs, change the image of the enterprise, etc. Provided that supply is above demand and competition is created between manufactured goods and not between manufacturers.

Key words: Globalization, Competitiveness, Competitive Advantages, Economy, Enterprise.