

უნივერსალური კონცეფციისა და პროექტის მენეჯმენტის შექმნა ქართულ კომპანიებში

DOI:10.36962/ECS105/8-10/2023-168

ანა გეგეანიძე
სტუ დოქტორანტი
gegeana@gmail.com

რეზიუმე

უნივერსალური კონცეფციის შემუშავება არის შემოქმედებითი პროცესი. მათი ეფექტური წარმოება დაკავშირებულია სანარმოს განვითარებასთან. ცნობილი ნამყვანი ქართული კომპანიები, როგორც მსხვილი, ისე საშუალო წარმოების განვითარების კონცეფციების შესწავლა ნათლად მიუთითებს, რომ მათ მიერ გამოყენებული კონკურენტული უპირატესობები ინდივიდუალურია (ორიგინალურია, უნივერსალურია, არაკოპირებადია). უნივერსალური კონცეფციის წარმატების მთავარი საიდუმლო დაკავშირებულია კომპანიის მენეჯმენტის მთავარ მართვასთან. ფუნდამენტური პუნქტები პირველ რიგში უნდა აისახოს სანარმოს შემოთავაზებულ უნივერსალურ და ორიგინალურ კომპანიის მენეჯმენტის ადაპტურ სისტემაში.

ყოველი ახალი უნივერსალური კონცეფცია სწორად უნდა ასახავდეს ბრენდის ძირითად ღირებულებებს. უნივერსალური კონცეფციების დახმარებით სანარმოს მენეჯმენტის ადაპტურ სისტემას შემოაქვს ახალი ღირებულებები და აფართოებს ბრენდის მიმზიდველობას. უნივერსალური კონცეფცია შექმნილია იმისათვის, რომ დააკავშიროს სანარმოს კომპანიის მართვის მნიშვნელოვანი პრობლემები, ყველა შემადგენელი კომპონენტი და უზრუნველყოს საერთო ფოკუსირება ბრენდის იდენტურობაზე. ამ უნივერსალურ კონცეფციას იყენებენ ქართული კომპანიებიც.

პროექტის მენეჯმენტი უმნიშვნელოვანესი სპეციალიზებული დარგია, რომლის მიზანია უზრუნველყოს პროექტის

განხორციელება სტრატეგიის შემუშავების სტადიიდან მისი პრაქტიკული განხორციელების ეტაპამდე. პროექტი არის ურთიერთდაკავშირებული აქტივობების ერთობლიობა, რომელიც შექმნილია იმისთვის, რომ მიაღწიოს დასახულ მიზნებს, განსაზღვრული დროისა და განსაზღვრული ბიუჯეტის ფარგლებში.

პროექტის შემუშავებისა და განხორციელების ეტაპების დასრულების შემდეგ ქართულ კომპანიებში, დეველოპერი ახორციელებს საწარმოს საქმიანობის სრულ აუდიტს. საქონლისა და მომსახურების განვითარება უნივერსალური კონცეფციის ერთ-ერთი ძირითადი პუნქტია. წარმატებული ბრენდების მექანიზმი ქართული კომპანიები მუდმივად აუმჯობესებენ თავიანთ პროდუქტებსა და სერვისებს. ამ პროცესს აქვს მრავალფეროვანი ფორმები, როგორც თავად პროდუქტის გაუმჯობესება, ასევე მისი თანმხლები სერვისები.

აქედან გამომდინარე, კონპანიის მართვის მნიშვნელოვანი პრობლემა დაკავშირებულია კომპანიის სწორი მენეჯმენტის ადაპტურ სისტემასთან. უნივერსალური კონცეფცია შეიქმნება მაშინ, როცა დაიწყება ინოვაციური პროდუქტის განვითარება, ახალი იდეებისა და კონცეფციების შექმნის საფუძველზე. პროდუქტების განვითარების უნივერსალური კონცეფცია მრავალმხრივია და რთული; და რაც უფრო ახლოსაა კონკურენტი ფირმების პროდუქტები, მით უფრო მნიშვნელოვანია ფასეულობათა მთელი სპექტრის გათვალისწინება.

საკვანძო სიტყვები: კონცეფცია; ღირებულება; ინტეგრირება; მენეჯმენტი; განვითარება.

შესავალი

მნიშვნელოვანი როლი საწარმოების ბრენდის ეფექტურ მენეჯმენტში ეკუთვნის ბაზარზე პოზიციონირების კონცეფციის განსაზღვრას. კონცეფცია - ეს არის მთავარი იდეა ან წამყვანი იდეა, საწარმოთა სხვადასხვა საქმიანობის კონსტრუქციული პრინციპი. სხვადასხვა კონცეფციის შემუშავება არის შემოქმედებითი პროცესი, რომლის შედეგადაც განისაზღვრება განვი-

თარების მიმართულებების ვარიანტები. საშინაო და უცხოური გამოცდილება დამაჯერებლად მიუთითებს, რომ ბაზარზე წარმატებული განვითარება, უპირველეს ყოვლისა, გულისხმობს მათი განვითარების ეფექტური სტრატეგიების, კონცეფციების შემუშავებასა და დასაბუთებას.

თანამედროვე წარმატებული შიგა გლობალური კომპანიები, მათ შორის ქართული კომპანიები, მათი ხელმძღვანელები, გამოჩენილი მენარმეები ბაზარზე, შეძლეს, შექმნა კონკურენტული უპირატესობები, რაც უზრუნველყოფს დაწესებულებების მდგრად ზრდას დიდი ხნის განმავლობაში.

უნივერსალური კომპანიების შექმნა, მათი ეფექტური წარმოება დაკავშირებულია საწარმოს განვითარებასთან. ეფექტური საწარმოების შექმნისა და განვითარების საფუძველია ის ცნებები, რომლებიც არიან განსხვავებულები, ანუ სხვა საწარმოებისგან შეუსაბამო, ამიტომ კონკურენტული უპირატესობები თან ახლავს საწარმოებს.

ქართულ კომპანიებში მენეჯმენტის ადაპტური სისტემების ჩამოყალიბება დამოკიდებულია კონკურენტული უპირატესობების ინდივიდუალიზაციაზე, რომელიც დაფუძნებულია საწარმოს განვითარების უნივერსალურ კონცეფციაზე. ეს არის წარმატებული ფუნქციონირების მთავარი ფაქტორი და გარანტი.

ცნობილი წამყვანი ქართული კომპანიები, როგორც მსხვილი, ისე საშუალო წარმოების განვითარების კონცეფციების შესწავლა ნათლად მიუთითებს, რომ მათ მიერ გამოყენებული კონკურენტული უპირატესობები ინდივიდუალურია (ორიგინალურია, უნივერსალურია, არაკოპირებადია). უნივერსალური კონცეფციის წარმატების მთავარი საიდუმლო დაკავშირებულია კომპანიის მენეჯმენტის მთავარ მართვასთან. ფუნდამენტური პუნქტები პირველ რიგში უნდა აისახოს საწარმოს შემოთავაზებულ უნივერსალურ და ორიგინალურ კომპანიის მენეჯმენტის ადაპტურ სისტემაში.

ქირითაღი ტექსტი

ყოველი ახალი უნივერსალური კონცეფცია სწორად უნდა ასახავდეს ბრენდის ძირითად ღირებულებებს. ახალი კონცეფციების დახმარებით სანარმოს მენეჯმენტის ადაპტურ სისტემას შემოაქვს ახალი ღირებულებები და აფართოებს ბრენდის მიმზიდველობას. სანარმოს უნიკალური კონცეფცია შეიძლება შეიცვალოს დროთა განმავლობაში. ეს ხდება ჩვეულებრივ ხუთ წელიწადში ერთხელ.

სანარმოს უნივერსალურ კონცეფციაში მნიშვნელოვანი ადგილი უკავია სლოგანს. სლოგანი ანუ კომპანიის დევიზი არის სანარმოს კონცეფციისა და იდეოლოგიური წყობის ზუსტი, კონცენტრირებული განსახიერება, გამოხატვა და ამავე დროს მოკლე, შთამბეჭდავი წარმოდგენა. ასევე სანარმოს კონცეფციის განუყოფელი ნაწილია მისი ლოგო - კომპანიის ან ორგანიზაციის სახელის სტილიზებული (ხშირად შემოკლებული) ფორმა, რომელიც სპეციალურად შექმნილია უკეთესი გახსენებისა და უკეთესი გამოყენებისთვის.

უნივერსალური კონცეფცია შექმნილია იმისათვის, რომ დააკავშიროს სანარმოს კომპანიის მართვის მნიშვნელოვანი პრობლემები, ყველა შემადგენელი კომპონენტი და უზრუნველყოს საერთო ფოკუსირება ბრენდის იდენტურობაზე. ამ უნივერსალურ კონცეფციას იყენებენ ქართული კომპანიებიც.

პროექტის მენეჯმენტი უმნიშვნელოვანესი სპეციალიზებული დარგია, რომლის მიზანია უზრუნველყოს პროექტის განხორციელება სტრატეგიის შემუშავების სტადიიდან მისი პრაქტიკული განხორციელების ეტაპამდე.

პროექტი არის ურთიერთდაკავშირებული აქტივობების ერთობლიობა, რომელიც შექმნილია იმისთვის, რომ მიაღწიოს დასახულ მიზნებს, განსაზღვრული დროისა და განსაზღვრული ბიუჯეტის ფარგლებში.

პროექტისთვის დამახასიათებელი ძირითადი მახასიათებლებია:

- უპირველეს ყოვლისა პროექტზე ფოკუსირება;
- ალგორითმის ნაკლებობა, განმეორებადობა, პროექტის მკაცრი რეგულაციები;

- ფოკუსირება გარკვეული უნიკალური მიზნების მიღწევაზე და კონკრეტულ შედეგებზე;

- კოორდინირებული შესრულება მრავალრიცხოვანი ურთიერთდაკავშირებული საქმიანობა;

- შეზღუდული დრო განსაზღვრული დასაწყისით და დასასრულით;

- მრავალმხრივობა, მრავალფეროვნება;

- პროექტის უნიკალურობა და შედეგი;

- ფიქსირებული ვადები და რესურსები;

- პროექტის განმახორციელებელი ადამიანების სხვადასხვა ქმედებების კოორდინაცია;

- შეზღუდვების არსებობა (დროის, რესურსების, პროცესების, ზოგიერთი მახასიათებლისა და შედეგების თვალსაზრისით);

- პროექტის, როგორც პროცესის გაგება - ხშირ შემთხვევაში, ორგანიზაციის ძირითადი ბიზნეს საქმიანობის განხორციელების პროცესი;

- საქმიანობის მიზანმიმართულობა, რომელიც ძირითადად ცვლილებების განხორციელებას გულისხმობს (პროექტების განხორციელებისას ხდება სხვადასხვა სახის ცვლილებები, ამიტომ პროექტის მენეჯმენტი არსებითადაა ცვლილებების მართვა).

- პროექტის დროში შეზღუდული (მკვეთრად განსაზღვრული დასაწყისი და დასასრული) ხასიათი;

- პროექტის მიერ შექმნილი პროდუქტის (მიზნის) უნიკალურობა;

პროექტები, როგორც წესი, იყოფა ოპერატიულებად, რომლებიც ქმნიან ახალ ობიექტებს. ისინი უშუალოდ გამოიმუშავენ შემოსავალს და ორგანიზაციულს, ე.ი. ცვლილებებს მოიცავს-ორგანიზაციის მთლიანობაში, იგულისხმება თანამშრომლების მუშაობის გაუმჯობესება.

სამუშაოს ხანგრძლივობა განვითარების დაწყებიდან პროექტის განხორციელების დასრულებამდე ახალი ობიექტებისა და პროდუქტების შესაქმნელად სჭირდება დაახლოებით წელი-

ნადნახევარი. იქმნება პროექტის განვითარების ძირითადი ეტაპები, სადაც შედის:

პირველი ეტაპი: ახალი პროექტისთვის მომხმარებლის იდენტიფიკაცია, მომხმარებლის მიერ საერთო მიზნებისა და ამოცანების დადგენა, ასევე მათი საერთო ხედვა; პროექტის შესახებ საწარმოს შექმნისა და ექსპლუატაციის კონცეფციის შესაქმნელად. ამ ეტაპზე გროვდება მაქსიმალური ინფორმაცია შემოთავაზებული ბიზნესის ინტერესებისა და მიზნების შესახებ (ფულის გამომუშევებისთვის, კარიერისთვის, რათა მეგობრები გაახალისოთ, ამბიციების დაკმაყოფილებისთვის და სხვ.). ახალი პროექტების შექმნის გამოცდილება მიუთითებს, რომ შეკვეთების 90% მიმართულია ბიზნესის განვითარებაზე.

მეორე ეტაპი: სამომავლო პროექტში დამკვეთის საერთო ინტერესებისა და იდეების დადგენის შემდეგ იქმნება საჭირო სპეციალისტების ჯგუფი, რომლებიც წარუდგენენ მომხმარებლებს ზოგადი ფორმით. ამ ეტაპზე წინადადებების განხილვის პროცესში ირკვევა, რამდენად შეესაბამება წინადადებების პროექტი დამკვეთის იდეებს, ინტერესებსა და სურვილებს, დამატებით ირკვევა და ზუსტდება პროექტის პარამეტრები მისი სურვილის შესაბამისად.

მესამე ეტაპი: კონტრაქტორსა და მომხმარებელს შორის ახალი პროექტის შემუშავების თაობაზე ხელშეკრულების გაფორმება. დამკვეთის წარმომადგენლების პროექტის შემუშავებაში მონაწილეობის ხარისხის მიხედვით, რომლებიც უნდა მიიღონ მონაწილეობა საწარმოს შემდგომ მუშაობაში, განისაზღვრება პროექტისთვის გადახდის ოდენობა. თუ მოსალოდნელია მომხმარებლის მონაწილეობა, მაშინ ეს არის ერთი მაჩვენებელი, თუ ჩართულია მეორე. როგორც წესი, ამ ეტაპზე მონაწილეობენ მომხმარებლის წარმომადგენლები, რადგან ეს აუცილებელია მისი შემდგომი ადაპტაციისთვის საქმიანობის მოდელის კონცეფციასთან.

მეოთხე ეტაპი: პროექტის შემუშავებისა და განხორციელების პროცესის ორგანიზება. ამ ეტაპზე მიმდინარეობს სამუშაოს მოსამზადებელი სამუშაოები. ამ ეტაპის ხანგრძლივობა დაახლოებით 6-7 თვეა.

ეს ეტაპი იყოფა შემდეგ ქვეეტაპებად: იურიდიული პირის რეგისტრაცია; პროექტის და ტექნოლოგიური დიზაინის შემუშავება; ტენდერი სამშენებლო პროექტებზე; მოძიება საჭირო შენობის, რომელიც უნდა აკმაყოფილებდეს ყველა მოთხოვნას, რომ პროექტი მოერგოს ამ შენობას; სამშენებლო სამუშაოები, შენობების ხელახალი დაგეგმვა, დასრულების სამუშაოები, დაქირავება, ორგანიზება და სამუშაო გეგმის მომზადება.

მეხუთე ეტაპი: პროექტის პრეზენტაცია. ამ ეტაპზე მომხმარებელი და მომავალი მფლობელი ახორციელებს მხოლოდ ფინანსურ კონტროლს, ხოლო საწარმოს საქმიანობის ორგანიზების მთელ პროცესს გუნდი ახორციელებს. უფრო მეტიც, ბიზნესის გადაცემის პროცესს აქვს თავისი ქვეეტაპები: ახორციელებს ფუნქციებისა და საქმეების ადმინისტრაციულ გადაცემას მესაკუთრის გუნდზე (დირექტორზე, მთავარ ბუღალტერზე); სრულად არის გამჭვირვალე საწარმოს ყველა განყოფილების მუშაობა; ორმხრივი ანგარიშსწორება კონტრაქტორსა და პროექტის დამკვეთს შორის (როგორც წესი, სამუშაოს საწყის ეტაპზე, წინასწარი გადახდა შეადგენს პროექტის მთლიანი ღირებულების დაახლოებით 30%-ს.).

პროექტის შემუშავებისა და განხორციელების ზემოაღნიშნული ეტაპების დასრულების შემდეგ ქართულ კომპანიებში, დეველოპერი ახორციელებს საწარმოს საქმიანობის სრულ აუდიტს. საქონლისა და მომსახურების განვითარება უნივერსალური კონცეფციის ერთ-ერთი ძირითადი პუნქტია. წარმატებული ბრენდების მქონე ქართული კომპანიები მუდმივად აუმჯობესებენ თავიანთ პროდუქტებსა და სერვისებს. ამ პროცესს აქვს მრავალფეროვანი ფორმები, როგორც თავად პროდუქტის გაუმჯობესება, ასევე მისი თანმხლები სერვისები. პროდუქტის თანმხლები სერვისების კომპლექსის გაუმჯობესება უდრის თავად პროდუქტის გაუმჯობესებას.

პროდუქტის განვითარება ჩვეულებრივ იყოფა პროდუქტის ტრადიციულ გაუმჯობესებად და პროცესის გაუმჯობესებად. წარმოების პროცესის გაუმჯობესება ან მომსახურების მიწოდების პროცესი შეიძლება იყოს ისეთივე მნიშვნელოვანი, როგორც თავად საქონლის შექმნა. ბრენდის განვითარების

თვალსაზრისით, ეს ორი ტიპი ექვივალენტურია. რატომ არის მნიშვნელოვანი პროცესის გაუმჯობესება? რადგან პროცესები: გავლენას ახდენს ხარისხის სტანდარტებზე, წარმოების ხარჯებსა და გამომუშავებაზე.

ქართულ კომპანიებში საქონლისა და სერვისების წარმატებული ინოვაციური განვითარებისა და გაუმჯობესების სანწყისი პრინციპებია: სიმარტივისკენ სწრაფვა - არ უნდა განავითაროთ და განახორციელოთ რთული პროექტები; სარისკო ნახტომების თავიდან აცილება - გაუმჯობესების პროცესი უნდა ხასიათდებოდეს ნახტომების არარსებობით; ექსპერტიზა ახალი ტექნოლოგიებით - არ გამოიყენოთ შეუმონმბელი ტექნოლოგიები ძირითად პროექტებში; ინოვაციის ეტაპობრივი დანერგვა.

ქართული კომპანიის მენეჯმენტის ადაპტური სისტემის ჩამოუალენის დროს ტრადიციული პროდუქტის განვითარებაში ორი დონეა:

- ახალი პროდუქტების განვითარება - ახალი პროდუქტების შექმნა და ბაზარზე გაშვება, როგორც არსებული სავაჭრო ნიშნებით;
- ძველი პროდუქტის შემუშავება - არსებული პროდუქტების გაუმჯობესება ან უფრო ეფექტური გზების პოვნა უკვე ცნობილია საქონლისა და მომსახურების არსებული ბრენდებით წარმოებისთვის.

დასკვნა

კომპანიის მართვის მნიშვნელოვანი პრობლემა დაკავშირებულია კომპანიის სწორი მენეჯმენტის ადაპტურ სისტემასთან. უნივერსალური კონცეფცია შეიქმნება მაშინ, როცა დაიწყება ინოვაციური პროდუქტის განვითარება, ახალი იდეებისა და კონცეფციების შექმნის საფუძველზე.

უნივერსალური კონცეფცია, რომელიც ახლოსაა საწარმოს არსებულ საქმიანობასთან, ასევე რეკომენდირებულია დაკავშირებული იყოს რაიმე კორპორატიულ ატრიბუტთან. პროდუქტის შემუშავების მნიშვნელოვანი საკითხია ინოვაციის ეკონომიკური ეფექტურობის ასპექტი. პროექტის მენეჯმენტის განვითარება

პროდუქტიული იქნება მაშინ, თუ ის სრულად იქნება ინტეგრირებული კომპანიის ბრენდის განვითარების გეგმებთან. თუ პროექტი ასოცირდება არსებულ სავაჭრო ნიშანთან, პროდუქტი უნდა მოერგოს ბრენდის იერარქიას და გაიზარდოს, მაგრამ არ შეამციროს ბრენდის ღირებულება. პროდუქტების ეფექტური განვითარება ხორციელდება ბრენდის ღირებულებებთან ჰარმონიაში. პროდუქტების განვითარებისთვის მთავარი პრიორიტეტი უნდა იყოს ბრენდის ძირითადი ღირებულებები. თუ ბრენდის მთავარი ღირებულება საიმედოა, მაშინ მისი გაზრდაა საჭირო. ბრენდი მიმზიდველი დარჩება, თუ მისი პროდუქცია ან მომსახურება აკმაყოფილებს უმაღლეს სტანდარტებს. პროდუქტების განვითარების უნივერსალური კონცეფცია მრავალმხრივია და რთული; და რაც უფრო ახლოსაა კონკურენტი ფირმების პროდუქტები, მით უფრო მნიშვნელოვანია ფასეულობათა მთელი სპექტრის გათვალისწინება.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. ე. ბარათაშვილი, გ. ნაკაიძე, ნ. ჯანელიძე, ეკონომიკური განვითარებისა და მენეჯმენტის თანამედროვე თეორიები, თბილისი, საქართველოს საინჟინრო აკადემია, „რუბიკონი“, 2000;
2. ქალაგანიძე შ., „საინოვაციო საქმიანობის პრობლემები საქართველოში“, თბ., 2000;
3. I. M. Abassov, R. F. Sadigov, Management (Manual), Viana do Castelo, 2015;
4. Richard L. Daft, New of Management, 11th ed 2017;

REFERENCES:

1. E. Baratashvili, G. Nakaidze, N. Janelidze, Modern theories of economic development and management, Tbilisi, Engineering Academy of Georgia, “Rubikoni”, 2000;
2. Chalaganidze Sh., “Problems of innovative activity in Georgia”, Tb., 2000;
3. I. M. Abassov, R. F. Sadigov, Management (Manual), Viana do Castelo, 2015;
4. Richard L. Daft, New of Management, 11th ed 2017;

CREATION OF UNIVERSAL APPLICATION AND PROJECT MANAGEMENT IN GEORGIAN COMPANIES

Ana Gegeshidze

PhD Student of Georgian Technical University
gegeana@gmail.com

RESUME

Developing an universal concept is a creative process. Their effective production is related to the development of production. Studying the concepts of development of well-known leading Georgian companies, both large and medium production, clearly indicates that the competitive advantages they use, are individual. The fundamental points must first be reflected in the universal and original adaptive system of company management proposed by the enterprise.

Each new universal concept must correctly reflect the core values of the brand. The universal concept is designed to connect the important problems of enterprise company management, all constituent components and provide a common focus on brand identity. This universal concept is also used by Georgian companies.

After the completion of the project development and implementation stages in Georgian companies, the developer carries out a full audit of the enterprise's activities. The development of goods and services is one of the main points of the universal concept. Georgian companies with successful brands are constantly improving their products and services. This process takes many forms, both improving the product itself and accompanying services.

Therefore, an important problem of company management is related to the adaptive system of correct management of the company. A universal concept will be created when the development of an innovative product begins, based on the creation of new ideas and concepts. The universal concept of product development is multifaceted and complex; And the closer the competing firms' products are, the more important it is to consider the entire range of values.

Keywords: Concept; Value; Integration; Management; Development.