

ტექნოლოგიური და ორბანიზაციულ- მმართველობითი ინოვაციები ბიზნესში

დრო, რომელშიც ჩვენ ვცხოვრობთ, შეუჩერებლად მიფრინავს წინ, შეუჩერებელი სისწრაფით ცვლის ჩვენი გარემოცვის პირობებს. იმისათვის, რომ თანამედროვე საწარმო, ობიექტი არ დარჩეს განვითარების ბორცის მიღმა იძულებული ხდება სწრაფად შეეგუოს შრომისა და ცხოვრების ახალ პირობებს. დღევანდელი აქტიურად განვითარებადი ეკონომიკა ფირმებს და ორგანიზაციებს კარნახობს მუდმივად ევოლუციონირებად პირობებს, რათა არ გახდეს პროგრესისა და ბიზნესის აუტსაიდერი.

ახალი ტექნოლოგიების და კომპიუტერიზაციის განვითარება გვერდს ვერ აუვლის ისეთ უმნიშვნელოვანეს პროცესს, როგორიც არის მმართველობა. ადრე შესწავლილი და აქტიურად გამოყენებული მეთოდები სწრაფად ძველდება, ზოგი ერთი კი საერთოდ წყვეტს მოქმედებას. ამის შედეგად სისტემები ფუნქციონირებენ არაეფექტურად. წარმოიქმნება მმართველობის გაუმჯობესებული, ინოვაციური მეთოდების ძიებისა და დანერგვის აუცილებლობა, რომლის დახმარებითაც მოხდება მმართველობის აპარატის გაუმჯობესება და მათი საქმიანობის მაჩვენებლების ზრდა.

თანამედროვეობის ერთ-ერთი ყველაზე გამოყენებადი ტერმინი „ინოვაცია“ ხშირად გამოიყენება როგორც დამოუკიდებლად, ისე რიგი მონათესავე ცნებების და პროცესების აღსანიშნავად: „ინოვაციური საქმიანობა“, „ინოვაციური პროცესი“, „ინოვაციური გადაწყვეტილება“ და ა.შ.

მაგრამ რას აღნიშნავს ეს ტერმინი, დასაბუთებულია თუ არა მისი გამოყენება წარმოების, მეცნიერების, კულტურის, განათლების სხვა და სხვა დარგებში; ეკონომიკურ, სამართლებრივ, სოციალურ ურთიერთობებში და ადამიანის საქმიანობის სხვა სფეროებში?

სოციოლოგიურ ლექსიკონში „ინოვაცია“ (ლათ. „innovatio“, ინგ. და გერმ. „innovation“-რადაც ახლის შემოღება) არის ცვლილების პროცესი, დაკავშირებული განსაზღვრულ სო-

მეზენი ბარათაშვილი
ეკონომიკის მეცნიერებათა დოქტორი
სტუ-ს სრული პროფესორი
ნაირა ბალახვაჩიძე
ეკონომიკის დოქტორი,
სტუ-ს ასოცირებული პროფესორი
ნათია მარტინენკო
გორის სახელმწიფო
სასწავლო უნივერსიტეტის
მოწვეული სპეციალისტი

ციალურ სისტემაში მატერიალური და არა მატერიალური კულტურის ახალი ელემენტების (ან მოდელების) შექმნასთან, აღიარებასთან და დანერგვასთან. უცხო სიტყვათა განმარტების ლექსიკონის მიხედვით „ინოვაცია“ (ფრ. „innovation“) - განახლება, ცვლილება. თანამედროვე ეკონომიკური ლექსიკონის მიხედვით კი „ინოვაციები“ - ეს არის სიახლეების შემოღება ტექნიკის, ტექნოლოგიის, შრომის ორგანიზაციისა და მართვის სფეროში, რომლებიც დაფუძნებულია მეცნიერებისა და მოწინავე გამოცდილების გამოყენებაზე, აგრეთვე ამ სიახლეების გამოყენება ხდება საქმიანობის სხვა და სხვა სფეროში და დარგში.

არსებობს ტერმინ „ინოვაციის“ უფრო ვიწრო განმარტებაც, რომელშიც გათვალისწინებულია მხოლოდ სამეცნიერო-ტექნოლოგიური ასპექტი, რომელიც შეეხება სიახლეების შემოტანას მხოლოდ ტექნოლოგიებში და პროდუქციის ახალი სახეობების შექმნას. მაგალითად პ.დრულერს ნაშრომში „ეფექტიანი მართვა. ეკონომიკური ამოცანები და ოპტიმალური გადაწყვეტილებები“ მოყვანილი აქვს ინოვაციის შემდეგი განსაზღვრება: „...ინოვაცია - ახალი, ადრე არ არსებულის შემუშავება და დანერგვა, რომლის დახმარებითაც ძველი, ცნობილი ელემენტები ანიჭებენ მოცემული ბიზნესის ეკონომი-

კას ახალ მოხაზულობებს. აქ მიზანშეწონილია გავამახვილოთ ყურადღება განსხვავებაზე ტერმინებს „გამოგონება“ და „ინოვაცია“-ს შორის. გამოგონება არის ახალი პროდუქტი, ხოლო ინოვაცია - ახალი სარგებელი, სწორედ ამაზე აიგება ინოვაციების მარკეტინგული სტრატეგია. ტერმინი „ინოვაციური საქმიანობა“ ნიშნავს ბაზრის მიერ მოთხოვნილი ახალი ან გაუმჯობესებული პროდუქციის, ახალი ან გაუმჯობესებული ტექნოლოგიური პროცესის შექმნის, წარმოებაში ათვისების და პრაქტიკული გამოყენების სამუშაოების შესრულებას/მომსახურების გაწევას დასრულებული სამეცნიერო კვლევების და ძიების ან სხვა სამეცნიერო-ტექნოლოგიური მიღწევების საფუძველზე.

კერძოდ, ინოვაციურ საქმიანობას მიეკუთვნება:

1. საქმიანობა ბაზარზე ახალი პროდუქციის გატანის მიხედვით;
2. ინოვაციური ინფრასტრუქტურის შექმნა და განვითარება;
3. ინოვაციური საქმიანობის დაფინანსების ორგანიზაცია;
4. ინოვაციური საქმიანობის განსახორციელებლად კადრების მომზადება, გადამზადება ან კვალიფიკაციის ამაღლება;
5. სამეცნიერო-კვლევითი საქმიანობის ან კონფიდენციალური სამეცნიერო-ტექნიკური ინფორმაციის შედეგებზე უფლებების გადაცემა ან შეძენა;
6. ახალი ან გაუმჯობესებული პროდუქციის/ტექნოლოგიური პროცესის შექმნის ან/და გამოყენების საკონსულტაციო, ინფორმაციული, იურიდიული ან სხვა მომსახურება, ექსპერტიზა.

„ინოვაციის“ შინაარსის განსაზღვრებისადმი მიდგომების ჩატარებული ანალიზი მოწმობს ამ ცნების არაერთმნიშვნელობაზე. ჩვენი თვალსაზრისით, ინოვაცია არის სამეცნიერო-ტექნოლოგიური პროგრესის ორიგინალური გამოვლენა, რომელსაც აქვს სიახლის ელემენტი, შემოქმედებითი შრომის შედეგი, განხორციელებული ახალი ან გაუმჯობესებული პროდუქტის სახეობაში, ახალ ტექნოლოგიურ პროცესში, რომელსაც გააჩნია ფუნქციების ერთობლიობა, საქონლის/მომსახურების წარმოების მიხედვით, რომელიც აკმაყოფილებს ბაზრის მოთხოვნებს და მოაქვს ეფექტი. თოველი ინოვაცია უნიკალურია, ხოლო მათი დანერგვა ამცირებს დანახარჯებს პროდუქციის წარმოებაზე. ამიტომ ინოვაცია – ეს არის ტექნიკური სიახლეების და ეკოლოგიური ეფექტის ერთობლიობა. ამგვარად, ინოვაცია ეწოდება ღონისძიებას,

რომელიც ზრდის შრომისმწარმოებლურობას, ამაღლებს კონკურენტუნარიანობას და უზრუნველყოფს დამატებითი მოგების (რენტაბელობის) მიღებას.

ხშირად ხდება ცნებების „ინოვაციის“, „ახალი ტექნიკა და ტექნოლოგია“ გაიგივება, მაგრამ ცნება „ინოვაცია“ უფრო ფართოა, ვიდრე „ახალი ტექნიკა“. იგი გამოიყენება ყველა სიახლის მიმართ საწარმოო, ორგანიზაციულ, ფინანსურ, სამეცნიერო-კვლევითი, სასწავლო და სხვა სფეროებში, რომლებიც უზრუნველყოფენ მაქსიმალური სოციალურ-ეკონომიკური ეფექტის მიღებას ინტელექტუალური პოტენციალის გამოყენების ხარჯზე.

საბაზრო ეკონომიკის პირობებში ინოვაციების ტერმინოლოგიას საფუძვლად უდევს საერთაშორისო სტანდარტები, რომელთა რეკომენდაციები მიღებულია ოსლოში 1992 წელს, აქედან დასახელება „ოსლოს სახელმძღვანელო“. ისინი შემუშავებულია ტექნოლოგიური ინოვაციების მიმართ გამოსაყენებლად და მოიცავენ ახალ პროდუქტებსა და პროცესებს, ასევე მნიშვნელოვან ტექნოლოგიურ ცვლილებებს.

ტექნოლოგიური ინოვაციები არის ინოვაციები, რომლებიც მიმართულია ახალი ცოდნის მიღებასა და გამოყენებაზე ტექნოლოგიური და საინჟინრო ამოცანების გადასაჭრელად ტექნიკის და წარმოების ფუნქციონირების უზრუნველსაყოფად ორგანიზაციაში, როგორც ერთიან სისტემაში. მათ მიაკუთვნებენ ყველა ცვლილებას, რომელიც განსაზღვრავს სამეცნიერო-ტექნიკურ პროგრესს და წარმოების ორგანიზებისა და წარმოების ტექნოლოგიების საშუალებებს და მეთოდებს. ტექნოლოგიური ინოვაციები იყოფა პროდუქტულად და პროცესულად.

პროდუქტული ინოვაციები მოიცავენ ტექნოლოგიურად ახალი და ტექნოლოგიურად გაუმჯობესებული პროდუქტების შემუშავებასა და დანერგვას. ტექნოლოგიურად ახალი პროდუქტი – ეს არის პროდუქტი, ტექნოლოგიური მახასიათებლები, ფუნქციონალური ნიშნები, კონსტრუქციული შესრულება, რომლის დამატებითი ოპერაციები, აგრეთვე გამოსაყენებელი მასალების და კომპონენტების შემადგენლობა არსებითად განსხვავდება ადრე წარმოებული პროდუქტების ანალოგიური მაჩვენებლებისგან, რადგან მისი შექმნა ემყარება პრინციპულად ახალ ტექნოლოგიებს.

თუ ხდება არსებული პროდუქტის ხარისხობრივი მახასიათებლების გაუმჯობესება, იზრდება წარმოების ეკონომიკური ეფექტიანობა უფრო ეფექტიანი კომპონენტებისა და მასალების

გამოყენების გზით, ასეთ პროდუქტს ეწოდება ტექნოლოგიურად გაუმჯობესებული პროდუქტი.

პროცესული ინოვაციები მოიცავენ ტექნოლოგიურად ახალი ან ტექნოლოგიურად მნიშვნელოვნად გაუმჯობესებული საწარმოო მეთოდების შემუშავებასა და დანერგვას, პროდუქტების გადაცემის მეთოდების ჩათვლით. ამგვარი ინოვაციები შეიძლება იყოს დამყარებული ახალი საწარმოო მოწყობილობებისა და მათი ორგანიზაციის ახალი მეთოდების გამოყენებაზე, ან ამ ორი დასახელებული ხერხის ერთობლიობაზე, აგრეთვე კვლევებისა და ძიებების შედეგების გამოყენებაზე.

არატექნოლოგიურ ინოვაციებს მიეკუთვნება ორგანიზაციული, მმართველობითი, სამართლებრივი, სოციალური და ეკოლოგიური ხასიათების ძიებები.

ფინანსურ-ეკონომიკური ინოვაციები – ეს არის ინოვაციები, რომლებიც მიმართულია მართვის ეკონომიკური მექანიზმის შეცვლაზე, მათ შორის ფასწარმოქმნის, მატერიალური სტიმულების, შრომის ანაზღაურების სისტემის ცვლილებაზე და ა.შ.

ორგანიზაციულ-მმართველობითი ინოვაციები მიეკუთვნება ინოვაციები, რომლებიც მიმართულია ცვლილებებზე ორგანიზაციის მართვის სისტემაში მისი ფუნქციონირების და განვითარების მიზნების მისაღწევად.

კითხვას იმის შესახებ, თუ რომელი ინოვაციები არის პირველადი (ტექნოლოგიური თუ ორგანიზაციულ-მმართველობითი), არ გააჩნია ერთმნიშვნელოვანი პასუხი. ზოგიერთ კომპანიაში, რომლებიც განსაკუთრებით დიდხანს (და მონოპოლიურად) მუშაობენ ბაზარზე, თავისთავად მართვის სისტემას არ შეუძლია მოახდინოს დროული ცვლილებები თავისი ტექნოლოგიური განვითარების სფეროში; მხოლოდ ბიზნესის მართვისადმი მიდგომების რეფორმირებას და რესტრუქტურისაციას შეუძლია გაზარდოს მათი ინოვაციური ათვისების უნარი და აქტიურობა ტექნოლოგიის დარგში. სხვა კომპანიებში ორგანიზაციულ-მმართველობითი ინოვაციების სტიმულირება ხდება ინოვაციური განვითარების მოთხოვნილებებით საწარმოო-ტექნოლოგიურ სფეროში: ახალი მაღალტექნოლოგიური პროცესების მართვა ძველი მეთოდებით დაუშვებელია.

ორგანიზაციულ-მმართველობითი ინოვაციების ძირითადი მახასიათებლები, რომლებიც განასხვავებენ მათ ტექნოლოგიური ინოვაციებისაგან არის:

- მათი განხორციელების პროცესი ორგანიზაციისა და მართვის სფეროში;

- არ გააჩნიათ პირდაპირი ეკონომიკური ეფექტი, ხოლო ირიბი ეფექტის რაოდენობრივი შეფასებები ან რთულია, ან შრომატევადია, ან მიახლოებითი და არაზუსტია.

ტექნოლოგიური და ორგანიზაციულ-მმართველობითი ინოვაციებს შორის განსხვავება მდგომარეობს მიდგომებში გაანგარიშებისადმი და მათი შედეგების დასაბუთებაში. ორგანიზაციულ-მმართველობითი ინოვაციების სპეციფიკა მდგომარეობს იმაში, რომ ხშირად შეუძლებელია მათი ეფექტიანობის ტრადიციული ხერხებით შეფასება, რადგან ეფექტი მათი რეალიზაციიდან ირიბ გავლენას ახდენს ბიზნესის შედეგებზე და შეუძლებელია მათი გამოყოფა ყოველთვის.

საქართველოში ინოვაციური ორგანიზაციების განვითარების პერსპექტივები დაკავშირებულია, უპირველეს ყოვლისა, მეცნიერებისა და ტექნოლოგიების დარგში ზოგადსახელმწიფოებრივი მხარდაჭერის ეროვნული სისტემის რეალიზაციასთან და მეცნიერმომცულობითი პროდუქციის ექსპორტზე რესურსდამზოგი ტექნოლოგიების დანერგვის ხარჯზე.

ორგანიზაციის ხელმძღვანელი არის პირი, რომელიც იღებს გადაწყვეტილებებს ინოვაციებთან დაკავშირებით, ამ საკითხების პრაქტიკაში გადაწყვეტა დაეაღებული აქვს ტექნიკურ დირექტორს (მთავარ ინჟინერს).

ხელმძღვანელის ქმედებები პროექტებთან მიმართებაში უკავშირდება პასუხისმგებლობას ორგანიზაციის წინაშე და მოითხოვენ მმართველობით ხელოვნებას.

საქართველოში მიუხედავად ფართოდ გავრცელებული აზრისა, ჯაჭვში „ინოვაციური-ინოვაციური-მომხმარებელი“ სუსტ რგოლს წარმოადგენს არა იმდენად არასაკმარისი დაფინანსება, რამდენადაც ინოვაციური პროცესების მართვის უნარების უქონლობა. ამჟამად სპეციალისტები, რომლებიც დაკავებული არიან ქართულ კომპანიებში ორგანიზაციულ-მმართველობითი ინოვაციების შემუშავებითა და დანერგვით, მოქმედებენ ან დაქირავებით, ან იმ ცოდნის საფუძველზე, რომელიც მიღებული აქვთ ბიზნესის დასავლურ სკოლებში. სამწუხაროდ, საკითხი მეწეჯერების კომპეტენციაზე, რომლებიც ახდენენ ორგანიზაციულ-მმართველობითი ინოვაციების ინიცირებასა და რეალიზაციას, წინა პლანზე ამ დრომდე არ წამოწეულა და მათი მომზადების პროგრამები განათლების ცალკეულ მიმართულებად არ გამოყოფილა.

ინოვაციური საქმიანობის მეწეჯერი უზრუნველყოფს ინოვაციური პროცესის ეფექტურ

მართვას. იგი ინიშნება გადაწყვეტილების მიმღებ პირად მას შემდეგ, რაც მიღებული იქნება საავტორო განაცხადი, როგორც მისაღები ინოვაციის პროექტის დასაბუთებულობის მოსამზადებლად და რეალიზაციის გეგმის მისაღებად. მისი კომპეტენციის სფერო მოიცავს, ისეთ დარგებს, როგორიცაა:

პროექტის მომზადებისა და რეალიზაციის გეგმის კოორდინაციასა და ხარისხის კონტროლი;

მონაწილე მხარეების საქმიანობის კოორდინაცია ეტაპების მიხედვით, ამ მხარეთა პირდაპირი პასუხისმგებლობის შენარჩუნებით;

სამომხმარებლო მოთხოვნის და კლიენტების ქცევაზე თვალყურის დევნა;

პროექტის რეალიზაციის დინამიკის აღწერა და რეგისტრაცია;

პროექტის საზღვრების (საკვანძო მოვლენების) გავლის კონტროლი;

ინოვაციური პროცესების შეფერხების და ურთიერთგაუგებრობის თავიდან აცილება და მიზეზების აღმოჩენა;

პროექტის კატასტროფის ნიშნების აღმოჩენისას ვადადგენ დასრულების წინადადებების მომზადება;

მონაწილეების ქმედებების პირადი შედეგების შეფასების და მათი წახალისების სანაცვების ორგანიზება;

პროექტის შედეგების შემოწმებისა და მიღების ორგანიზაცია.

ფუნქციების წარმოდგენილი ერთობლიობა მოითხოვს ინოვაციური საქმიანობის მენეჯერების მაღალ პროფესიულ მომზადებას. მას უნდა გააჩნდეს უმაღლესი განათლება სპეციალობით „ინოვაციების მართვა“ ან სოლიდური მომზადება ერთ-ერთი საბაზისო სპეციალობის მიხედვით, რომელიც მიეკუთვნება მენეჯმენტს და სოციოლოგიას, წარმოადგენდეს შემოქმედებით პიროვნებას მკვეთრად გამოხატული ორგანიზაციული უნარებით.

მართვის თეორიაში გამოყოფენ ორგანიზაციულ-მმართველობითი ინოვაციების შემდეგ სახეებს.

1. ორგანიზაციული სიახლეების შემოღება - ეს არის წარმოებისა და შრომის ორგანიზაციისა და რეგლამენტაციის ახალი ფორმებისა და მეთოდების ათვისება, კომპანიის სტრუქტურული ქვედანაყოფების, სოციალური ჯგუფების და ცალკეული პირების გავლენის სფეროების (როგორც ბერტიკალურად, ისე ჰორიზონტალურად) თანაფარდობის ცვლილება.

იმ ადამიანებს შორის, რომლებიც ავსებენ კომპანიის ორგანიზაციულ სტრუქტურას (რომ-

ლებიც ერთმანეთთან არიან ურთიერთკავშირში და ურთერთდამოკიდებულებაში), ფორმირდება ჰორიზონტალური და ვერტიკალური კავშირების მჭიდრო ქსელი.

იგი მოითხოვს მკაცრ კოორდინაციასა და რეგულირებას, რითიც დაკავებულია მმართველობის სისტემა, რომლის მეშვეობითაც ხდება იმ გადაწყვეტილებების მიღება და შესრულება, რომლებიც მიმართულია კორპორაციის დასახული მიზნების მისაღწევად.

ცალკეული ორგანიზაციული სისტემების გაერთიანება სისტემურ-ინტეგრირებულ კომპლექსში განიხილება ტიპოლოგიური, სტრუქტურულ-ფუნქციონალური და სოციალურ-ეკონომიკური ინტეგრაციის თვალსაზრისით. თოპოლოგიური ინტეგრაცია წარმოადგენს ორგანიზაციის საპროექტო, ზოგადსამშენებლო, სპეციალიზირებული, მაკომპლექტებელი, სამონტაჟო და გამშვებ-გამმართველი ქვედანაყოფების ერთ სისტემად გაერთიანებას. ამასთანავე მიიღწევა მმართველობითი ფუნქციებისა და ამოცანების: სტრატეგიული დაგეგმარების, მატერიალურ-ტექნიკური მომარაგების, სამეცნიერო-ტექნიკური პროგრესის მართვის და სხვ. ინტეგრაციას.

ტიპოლოგიურ ინტეგრაციას აგრეთვე მიეკუთვნება გარე ინტეგრაცია ანუ ორგანიზაციული სისტემის ურთიერთკავშირები მასალების მომწოდებლებთან, სატრანსპორტო ორგანიზაციებთან, დამკვეთებთან, მოწოდებლობების მომწოდებლებთან. ასეთი ინტეგრაციის მიზანს წარმოადგენს რაციონალური მატერიალურ-ტექნიკური ურთიერთკავშირების შექმნა სისტემაში.

2. მმართველობითი სიახლეების შემოღების რეალიზაცია ხდება მართვის აპარატის მუშაობის მეთოდების, მართვის პროცესის ორგანიზაციისა და ტექნოლოგიების სტრუქტურულ-ფუნქციონალური ინტერესების შეცვლით.

3. ეკონომიკური სიახლეების შემოღება ხასიათდება ცვლილებებით ორგანიზაციის საქმიანობის ფინანსურ-ეკონომიკურ სფეროში, მ.შ. ფასწარმოქმნაში, პერსონალის საქმიანობის შედეგების შეფასებისა და შრომის ანაზღაურების სრულყოფაში. ეკონომიკური სიახლეების შემოღების მაგალითად შეიძლება მოვიყვანოთ რეზერვების შექმნის სისტემა. მაგალითად, სამშენებლო პროდუქციაზე შეკვეთების შესრულება დადგენილ ვადაში ხშირად რთულდება ე.წ. შიდა და გარე შეფერხებებით, რომელიც ხდება სისტემაში. მათი ლიკვიდაციისათვის საჭიროა მატერიალური, შრომითი, ტექნიკური რეზერვების შექმნა წარმოქმნილი გადახვევების კომპენსაციის

მიზნით. რეზერვირების სისტემა აგრეთვე საჭიროა სამშენებლო კომპანიის ინოვაციური განვითარების პირობებში პრინციპულად ახალი პროდუქციის საცდელ-ექსპერიმენტული წარმოების შემუშავების წინაპირობების შესაქმნელად, რაც აგრეთვე იძლევა იმის საშუალებას, რომ მოქნილად მოხდეს რეაგირება ინოვაციუბზე სამშენებლო წარმოებაში.

4. სოციალური სიახლეების შემოღების რეალიზაცია ხდება კომპანიის ადამიანური პოტენციალის აქტივიზაციისათვის ორგანიზაციული კულტურის სრულყოფის გზით, რომელიც წარმოადგენს კომპანიაში მიღებული და მისი წევრების მიერ დაცული კულტურულ-ეთნიკური, მორალური და სხვა პოსტულატების სისტემას (არ არის აუცილებლად ფორმალიზებული) მიზნებთან, საქმესთან, შიდასაფირმო ურთიერთობებთან, და გარემოსთან (კლიენტებთან, პარტნიორებთან, კონკურენტებთან, სახელმწიფო სტრუქტურებთან, ზოგადად საზოგადოებასთან) მიმართებაში. მოცემული პოსტულატების სისტემა პოულობს თავის გამოხატულებას კომპანიის და მისი წევრების მიერ სპონტანურად ან გააზრებულად ჩამოყალიბებულ კულტივირებულ და გამოცხადებულ (დეკლარირებულ) ფასეულობებში, მიდგომებში, ნორმებში, პრინციპებში, წესებში, პროცედურებში, სტანდარტებში, ასევე წეს-ჩვეულებებში, ტრადიციებში, მანერებში, რიტუალებში.

ორგანიზაციული (კორპორატიული) კულტურა – არის მრავალფაქტორიანი სუბსტანცია, და ამიტომ იგივე ყოველთვის ინდივიდუალურია, რაც, როგორც წესი, წარმოადგენს ერთ-ერთ ფაქტორს, რომელიც ანიჭებს ორგანიზაციას ინდივიდუალურ ნიშნებს. ყოველ ორგანიზაციას გააჩნია თავისი ფასეულობები და პრინციპები, რომლებსაც ისინი ეფუძნებიან.

5. მარკეტინგული სიახლეების შემოღება დაკავშირებულია პროდუქტების ბაზარზე გასვლის ახალ ფაქტორებსა და მეთოდებთან. მაგალითად, ახალი მარკეტინგული მიდგომის დროს წინა პლანზე იწევს ის ფაქტი, რომ მომხმარებლებს სჭირდებათ არა თავად ახალი პროდუქტი, არამედ ახალი სარგებელი მისგან, გამომდინარე იმ ფაქტიდან, რომ ახალი პროდუქტი - არის გამოგონება, ხოლო ახალი სარგებელი – ინოვაცია. მიტომ მნიშვნელოვანია დაინახო სხვაობა საქონლის იდეასა და მომხმარებლისთვის მისი პოზიციების კონცეფციას შორის. საქონლის იდეა – ეს არის ახალი კეთილდღეობა ან ფუნქციონალური მომსახურება, რომელიც წარმოადგენილი განსახილველად. საქონლის იდეისაგან განსხვავებით პოზიცი-

ების კონცეფცია მიეკუთვნება მიზნობრივი ბაზრის და სარფიანი შეთავაზების არჩევის სფეროს. სხვაობა საქონლის იდეასა და მისი კონცეფციის პოზიცირებას შორის წარმოადგენს გადამწყვეტს, რადგან ნაკეთობების უმრავლესობის პოზიცირების სტრატეგია მნიშვნელოვნად განსხვავდება ერთმანეთისაგან. არსებითად, ყოველი წარმატებული სიახლის შემოღება ნიშნავს არა მხოლოდ საქონლის იდეის გამოგონებას, არამედ მისი პოზიცირების ახალ კონცეფციასაც.

6. იურიდიული სიახლეების შემოღება დაკავშირებულია კორპორატიულ ნორმა-შემოქმედებასთან და იმ კორპორატიული აქტების სრულყოფასთან, რომლებიც არეგულირებენ კომპანიის საქმიანობის ყველა სფეროს.

7. კორპორატიული სიახლეების შემოღება ვლინდება კორპორატიულ ქცევაში და კონფლიქტების მართვაში. უცვლელად იმის გათვალისწინება, რომ ორგანიზაციული ცვლილებების პროცესი ციკლურად მეორდება ტექნოლოგიური, პროდუქტული, მმართველობითი ნოვაციების გამოვლინებებისას. შესაბამისად, არსებობს ორგანიზაციული განვითარების ურთიერთკავშირი ნოვაციებთან, რომელიც უნდა იქნეს დაბალანსებული დროსა და რესურსებთან მიმართებაში. წინააღმდეგ შემთხვევაში მოსალოდნელია დიდი ეკონომიკური რხევები ან გაბანკროტებაც კი ინოვაციური განვითარების პროცესში.

მენეჯერების აღქმაში ტექნოლოგიური ინოვაციები წინ უსწრებენ ორგანიზაციულ-მმართველობითს. მენეჯერთა ასოციაციის მიერ ჩატარებული კვლევების მიხედვით მმართველობაში დანერგილ სიახლეებს შორის ყველაზე გავრცელებულია ახალი ორგანიზაციული სტრუქტურის ფორმირება (75%). რესპოდენტთა თანაბარი შეფასება (55%) მიიღეს ტექნიკური და პროგრამული სიახლეების დანერგვამ, ასევე ახალმა ტექნოლოგიებმა და ბიზნეს-პროცესებმა ცალკეულ ფუნქციონალურ დარგებში- ფინანსებში, მარკეტინგში, პერსონალის მართვაში, კავშირებში საზოგადოებასთან. ნაკლებად გავრცელებული აღმოჩნდა ინოვაციები მმართველობითი შრომის ორგანიზაციასა და განაწილებაში (45%).

ორგანიზაციის ახალი ფორმების შექმნა, ახალი ტექნოლოგიების გამოყენება მმართველობაში ნიშნავს კორპორატიული კულტურის აუცილებელ შეცვლას, ანუ ორგანიზაციის წევრებს შორის იმ ურთიერთობების, ქცევის ეტალონების, სიმბოლოების, ბიზნესის წარმართვის ხერხების, მთელი კომპლექსის გარდაქმნას, რომელიც ხაზს უსვამს კომპანიის ინდივიდუალურობას. არსებითად, ლაპარაკია ახალ სიტუაციაში ორგანიზაცი-

ის სულიერი ატმოსფეროს შეცვლაზე. ხოლო ინოვაციური კორპორატიული კულტურის შეცვლა არ არის უბრალოდ საქმიანობის დივერსიფიკაცია, ღოზუნგების, ან ხელმძღვანელების შეცვლა. ეს ნიშნავს კომპანიის ცხოვრების პრინციპულად ახალი წესის დანერგვას.

მმართველობაში სიახლეების შემოღების შედეგიანობის გაზომვის, შეფასების და ანალიზის პრობლემა წარმოადგენს მმართველობის ერთ-ერთ ყველაზე რთულ ამოცანას, ამიტომ მმართველობაში სიახლეების შემოღების პროექტების ეფექტიანობის დრმა ანალიზისა და შეფასების გარეშე არ შეიძლება მიღებული იქნეს გადაწყვეტილება მათი რეალიზაციის შესახებ.

ინოვაციების ეფექტიანობას უკავშირებენ უნარს დაზოგოს შრომის, დროის, რესურსებისა და ფულის შესაბამისი რაოდენობა სასარგებლო საქონლის ერთეულზე გაანგარიშებით და ამით იმ ეფექტებზე გაანგარიშებით, რომელსაც მიიღებენ საქონლის რეალიზაციისაგან.

ინოვაციების რეალიზაციიდან მიღებული ეფექტის სიდიდე კი ვლინდება: ა) პროდუქტიულობაში (სასაქონლო ასორტიმენტის ხარისხის გაუმჯობესება და ზრდა); ტექნოლოგიურში (შრომის მწარმოებლურობის ზრდა და მისი პირობების გაუმჯობესება); ფუნქციურში (მმართველობის ეფექტიანობის ზრდა); სოციალურში (ცხოვრების ხარისხის გაუმჯობესება).

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. Асаул.А Капаров Б. Перевязкин В. Старовойтов М. Модернизация экономики на основе технологических инноваций. Институт проблем экономического возрождения Санкт-Петербург.2008.
2. Национальный доклад „Организационно-управленческие инновации: развитие экономики основанной на знаниях “. Под ред. С.Е.Литовченко.-М. Ассоциация Менеджеров.-2008.
3. Лапин.Н. Целенаправленное воплощение знаний в инновациях. Проблемы теории и практики управления.- 2008 №6

ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ И ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ ИННОВАЦИИ В БИЗНЕСЕ

ЕВГЕНИЙ БАРАТАШВИЛИ - проф. ГТУ

НАИРА ГАЛАХВАРИДZE - ассоц. проф. ГТУ

НАТИЯ МАРТИНЕНКО - приглашенный спец. Горьковского учебного университета

Время, в котором мы и живем сейчас, стремительно летит вперед, заставляя меняться условия нашего окружения с непреодолимой скоростью. Для того, чтобы не остаться за бортом современного развития каждый объект, в том числе и предприятия, вынужден быстро приспосабливаться к новым условиям труда и жизни. Сегодняшняя активно развивающаяся экономика диктует фирмам и организациям такие условия, в которых, чтобы не стать аутсайдером прогресса и бизнеса, они должны постоянно эволюционировать. Развитие новых технологий не обходит стороной такой важнейший процесс, как управление.

TECHNOLOGICAL AND ORGANIZATIONAL AND ADMINISTRATIVE INNOVATIONS IN BUSINESS

EVGENI BARATASHVILI - Full prof. of GTU

NAIRA GALAKHVARIDZE - assoc. prof. of GTU

NATIA MARTINENKO - Specialist of Gori Study University

Time, where we live, flies ahead non-stop and changes our surrounding conditions rapidly. In order not to stay overboard of modern development the objects, among them am enterprise, are to adapt the new living and working conditions very quickly. The actively developing economics of today prompts the firms and organizations such conditions which enable them to be involved in the process of evolution constantly in order not to become outsiders of progress and business. The development of modern technologies cannot avoid such important process as management isb