ქართული ფირმების საქმიანი კულტურის თავისებურებები: სტერეოტიპებიდან რეალობამდე

მაია ჩეჩელაშვილი
სტუ-ს ასოცირებული პროფესორი
E-mail: maiko_23@mail.ru
სოფიკო დეკანოსიძე
სტუ-ს დოქტორანტი
E-mail: sopodeko@gmail.com

რეზიუმე

სტატიაში განხილულია მენეჯმენტისა და მართვის სტილის თავისებურებები, რომლებზეც სერიოზულ გავლენას ახდენს სახელმწიფოს საქმიანი კულტურა. საქართველოს საქმიანი კულტურის ჩამოყალიბების ისტორიაში ავტორები პირობითად დაყოფენ შემდეგ ძირითად ეტაპებად: რევოლუციამდელი, სსრკ-სა და თანამედროვე პერიოდები. გარდა ამისა, ავტორები სტატიაში აღნიშნავენ, რომ საქმიანი კულტურების შესწავლისადმი ისტორიულად ჩამოყალიბდა ორი მიდგომა: მითოლოგიური და მეცნიერული.

ავტორები აღნიშნავენ, რომ ქართული კულტურა ნაკლებად არის ორიენტირებული მატერიალურ სიკეთეებზე, რის გამოც საქართველოში არ იყო გავრცელებული სწრაფვა დაგროვებისაკენ და გამდიდრებისკენ ნებისმიერი გზით. სწორედ ამიტომ, თუ დასავლეთში სიმდიდრე ტრადიციულად ითვლებოდა ადამიანის საქმიანობის, ენერგიისა და შრომისმოყვარეობის შედეგად, იქმნებოდა თაობათა შრომით და გადაიცემოდა მემკვიდრეობით, საქართველოში გამდიდრებული ადამიანი ხალხში უფრო ხშირად უპატიოსნო, სხვის ხარჯზე გამდიდრებულად ითვლებოდა.

საკვანძო სიტყვები:
მენეჯმენტის სტილი
საქმიანი კულტურა
სტერეოტიპი
წეს-ჩვეულებები

შესავალი

მენეჯმენტსა და მართვის სტილის თავისებურებებზე სერიოზულ გავლენას ახდენს სახელმწიფოს საქმიანი კულტურა. საქმიანი კულტურის ქვეშ იგულისხმება ბიზნესის სფეროში ნორმებში, ღირებულებებში და ცოდნაში გამოხატული ურთიერთობების სისტემა. ადამიანის ქცევაზე ბიზნესის სფეროში უამრავი ფაქტორი ახდენს გავლენას - გეოგრაფიული, სოციალური, ბუნებრივი, ეკონომიკური, რელიგიური და ზოგიერთი სხვა, რომელიც შემდეგ აისახება გარკვეული ტრადიციებისა და ჩვევების ფორმირებაში. ეს პირობები წარმოშობენ ცხოვრების, აღზრდის, შრომის გარკვეულ სისტემებს. კვლევები კი აჩვენებენ, რომ ისინი მეურნეობის გაძღოლის ცვლილებების დროსაც კი აგრძელებენ ზემოქმედებას მოსახლეობის მნიშვნელოვანი ნაწილის შრომით ჩვევებზე და ფსიქიკის თავისებურებებზე.

1. ქართული ეკონომიკური ქცევის თავისებურებები

ბიზნესის ტრადიციები საქართველოში ყალიბდებოდა როგორც ბუნებრივი, ისე ისტორიულ-პოლიტიკური და სოციალური ფაქტორების ზეგავლენით, რაც განაპირობებდა მათ ცვალებადობას და მრავალსახეობას. ამასთან ერთად, რელიგიური და კულტურული წეს-ჩვეულებების მრავალფეროვნება, ასევე მეურნების აწყობა საქართველოში განაპირობებდა საქმიანი ადამიანების მრავალვარიანტობას და საქმიანი ურთიერთობების მრავალსახეობას, რის შედეგადაც დღეისათვის ქართული საქმიანი კულტურა გამოირჩევა ძალზე დიდი მრავალფეროვნებით.

მრავალი საუკუნის განმავლობაში ყალიბდებოდა მეურნეობრიობის ის პრინციპები, რომლებიც დღესაც წარმოადგენენ ადამიანთა ქცევის საფუძველს. ისინი განპირებული იყო ისტორიული, გეოგრაფიული და კლიმატური ფაქტორებით.

საქართველოს საქმიანი კულტურის ჩამოყალიბების ისტორიაში პირობითად შეიძლება გამოიყოს შემდეგი ძირითადი ეტაპები: რევოლუციამდელი, სსრკ-ს და თანამედროვე პერიოდები. პირველი ორი ძალზე მნიშვნელოვანი იყო. მაგალითად, ქართული ეროვნული ხასიათის თავისებურებები, რომლებიც საუკუნეების განმავლობაში გამომუშავდებოდა, ანდა საბჭოთა ნორმები, წესები, ასევე ეკონომიკური და მართვითი ორიენტაციები, დღესაც აისახება საქმიანი ურთ-

იერთობის ქართულ სტილზე.

საქართველოს ისტორიაში არ არსებობს კაპიტალისტური მეწარმეობის ძლიერი ტრადიციები, რომელთაც შეეძლოთ ხელშეწყობა საქმიანი ტრადიციების განვითარებისათვის. ასე, ბიზნესის ახალი განვითარების არც ისე შორეული პერიოდი აღინიშნებოდა მე-20 საუკუნის პირველ ნახევარში, საქართველოს დამოუკიდებელი რესპუბლიკის (1918-1921წწ) პირობებში, თუმცა შემდეგ, 70 წლის განმავლობაში ბიზნეს-საქმიანობა უკანონოდ ითვლებოდა და ეს კი საკმარისი დრო აღმოჩნდა იმისათვის, რომ დაკარგულიყო მეწარმეობის ნებისმიერი უნარი და დავიწყებას მისცემოდა ქართული სამეწარმეო ტრადიციები და კულტურა.

უკანასკნელი საუკუნის განმავლობაში ეკონომიკის მართვის საფუძველს გეგმიური სისტემა წარმოადგენდა, რომელიც ფაქტიურად დაიშალა ქართული თანამედროვე რეფორმების პროცესში. სსრკ-ს დანგერვასთან ერთად მმართველობითმა ქცევამ სერიოზული ტრანსფორმაცია განიცადა. ადრე სახელმწიფო წარმოადგენდა მესაკუთრეს და უფრო მეტად ზრუნავდა კონტროლსა და შეზღუდვებზე, ვიდრე შემოქმედებით მიდგომასა და წახალისებაზე. ისახებოდა კონკრეტული ამოცანები, რომლებიც ძირითადად იზომებოდა ნატურალური სახით. საბოლოო ჯამში, საბჭოთა ეკონომიკა ცნობილი იყო გაფლანგვით, არასაჭირო პროდუქციის გამოშვებით, სამეურნეო დისპროპორციებითა და სხვა ნეგატიური მოვლენებით. საქართველოში შემოქმედებითი მიდგომა საფრთხის ქვეშ აყენებდა გეგმის შესრულებას და არ სარგებლობდა წარმატებით, გარდა ამისა, მოსახლეობას შეთვისებული ჰქონდა ისეთი ნიშნები, როგორებიცაა უინიციატივობა და ა.შ.

მეურნეობრიობისა და მართვის საბაზრო ტიპზე გადასვლამ გამოიწვია ცვლილება მმართველობით ქცევაში და აიძულა ადამიანები, გადაეხედათ თავისი მოძველებული პრინციპებისათვის. ამასთან ერთად, თანამედროვე საქმიანი კულტურის მრავალი უარყოფითი ნიშნის, მათ შორის საქმიანი ეთიკის დაბალი დონის, მთავარი მიზეზი ისაა, რომ საქართველოში ინსტიტუციური სფეროს ნელი განვითარება არ შეესაბამება პრინციპულ და მკვეთრ ცვლილებებს ფასეულობათა სისტემაში. პირველ რიგში სოციალისტური სისტემა, რომელიც ქადაგებდა კოლექტივიზმსა და ინდივიდუალური ღირებულებების არარსებობას, შეიცვალა სხვა, ინდივიდუალურ ინიციატივაზე და პასუხისმგებლობაზე დაფუძნებული საბაზრო სისტემით. მაგრამ რადიკალური ცვლილებებს არ ახლდა თან ადეკვატური განვითარება პოლიტიკაში, ეკონომიკაში, სოციალურ სფეროში, რამაც გამოიწვია განმარტებებში და ღირებულებებში აღრევა. გაუგებარი იყო, რა არის სწორი და არასწორი, ეთიკური ან არაეთიკური. ეს ეხებოდა როგორც ყოველდღიურ ცხოვრებას, ისე ბიზნეს-ქცევებს.

მიუხედავად ამისა, მსოფლიო სისტემაში ჩართვის პროცესი, გლობალიზაციის გავლენა და მსოფლიო სავაჭრო ორგანიზაციაში გაწევრიანება მოითხოვს საქართველოსგან მართვის სფეროში გარკვეული კონცეფციის შემუშავებას.

ბევრი უცხოელი და ქართველი მკვლევარი ეცადა, გაეკეთებინა ქართული საქმიანი კულტურის ანალიზი მისი ძირითადი ნიშნების გამოყოფით, აქცენტს აკეთებდნენ მის ძლიერ და სუსტ მხარეებზე, მიმართავდნენ მისი თითოეული პარამეტრის ისტორიულ წყაროებს. მათი შრომების ანალიზის შემდეგ ჩვენ მივდივართ დასკვნამდე, რომ ქართული ბიზნესის ნებისმიერ თანამედროვე ნიშანს შეიძლება მოეძებნოს ახსნა ისტორიულ ჭრილში. მაგალითად, სამუშაოს საქმიანობის კოლექტიური ფორმები - გლეხთა თემი სოფლის მეურნეობაში და არტელი წარმოებაში - ხელს უწყობდა საქმიანობის კოლექტიური ფორმების პოპულარიზაციას და ა. შ. არ არსებობს ქართული ბიზნესის განსაზღვრებების სტანდარტული ნაკრები, მიუხედავად ამისა ძალზე ხშირად ქართველი და უცხოელი მკვლევარები თანხმდებიან, რომ შეიძლება გარკვეული პარალელების გავლება მათ მიერ მიღებულ ცნებებს შორის.

2. ქართული საქმიანი კულტურის შესახებ

ქართული საქმიანი კულტურის უცხოელ მკვლევართა შორის, უნდა გამოვყოთ რ. ლიუისი, რომელიც თავის კვლევაში აღნიშნავს, რომ საქართველოს საქმიან კულტურას მრავალსაუკუნოვანი ისტორია აქვს, გარდა ამისა, მასზე დიდი გავლენა იქონია კომუნისტური რეჟიმის 70-წლიანმა პერიოდმა. მკვლევარის აზრით ქართველი ხალხის მრავალი თვისება, რომლებიც აქამდე ახდენდა გავლენას მის ხასიათზე, აიხსნება ისტორიულ-გეოგრაფიული ფაქტორებით. მიმზიდველმა გეოპოლიტიკურმა მდგომარეობამ და უცხოელი დამპყრობლების მუდმივმა სწრაფვამ, ხელში ჩაეგდოთ ჩვენი ტერიტორია და ესარგებლათ ამ პრივილეგიით, პროვოცირება გაუკეთა დაუცველობის კომპლექსს, რამაც გამოწვია კოლექტივიზმი, ხოლო მრავალი წლების განმავლობაში მუდმივმა დუბლირებულმა ექსპანსიამ (მაგალითად, ოსმალეთისა და სპარსეთის, აღმოსავლეთ და დასავლეთ საქართველოში) გამოიწვია ლავირების უნარის განვითარება და ინიციატივიანობის შემცირება. კლიმატური პირობები აიძულებდა ხალხს წლის

დიდი ნაწილის განმავლობაში უქმად ყოფნას, ხოლო დარჩენილ პერიოდში ქანცის გაწყვეტამდე უთანაბროდ მუშაობას. აქცენტი კეთდება ქართველი ხალხის ისეთ უარყოფით თვისებებზეც, როგორიცაა ეჭვიანობა, უდარდელობა და უინიციატივობა, როგორც ისტორიული მოვლენებისა და რეჟიმების შედეგი. უნდა ითქვას, რომ ამ შემთხვევაში არაფერს ახალს არ ვამბობთ, მხოლოდ განვანზოგადებთ სხვა მკვლევართა აზრს. მეორეს მხრივ, ზოგიერთი ნიშან-თვისება,ჩვენის აზრით,ან ჰიპერტროფირებულია, ან განეკუთვნება საქართველოს განვითარების უფრო ადრეულ პერიოდს. ჩაკეტილობა, ეჭვიანობა და ზოგიერთი სხვა თვისება, უეჭველია, არსებობს ქართულ ხასიათში, მაგრამ არ წარმოადგენს მის ძირითად მახასიათებლებს.

მიუხედავად ზოგიერთი ასპექტის გარკვეული ჰიპერტროფირებულობისა (რაც ახასიათებს ბევრ უცხოელ ავტორს), მთლიანობაში ჩვენი აზრი ემთხვევა ლუისის მიერ მიღებულ მონაცემებს.

ქართულის, ისევე, როგორც სხვა ნებისმიერი საქმიანი კულტურის, ბიზნესის თავისებურებების ფორმალიზების მცდელობისას წარმოიშობა რიგი პრობლემები, რომლებიც ძირითად საფუძვლად უდევთ საქმიანი კულტურების შეფასებისათვის ერთიანი სკალის არარსებობა.

ისტორიულად არსებობს საქმიანი კულტურების შესწავლისადმი ორი მიდგომა: "მითოლოგიური", პოლემიკური, თავისუფალი დაშვებებით, კონცენტრირებული ეროვნული სულის ამოცნობაზე და "საქართველოს განსაკუთრებულ გზაზე" და მეცნიერული, ეთნოსოციოლოგიური, რომელიც დაფუძნებულია საქართველოს განზომად მოვლენებზე (დემოგრაფიულის, მუშაობის, კულტურულის, პოლიტიკურის და ა. შ.). სამწუხაროდ, დიდი ხნის განმავლობაში ჭარბობდა პირველი მიდგომა, და ამას ხელს უწყობდა ის ფაქტი, რომ სამეცნიერო მეთოდოლოგიაში დიდი ხნის განმავლობაში არ არსებობდა ურთიერთშედარებითი პრინციპი - არ იყო ქართული მენტალობის სხვა ტიპის მენტალობებთან კორექტული შედარებები კოორდინატების ერთიან სისტემაში. პუბლიკაციების უმეტესი ნაწილი აღწერს ქართულ ეკონომიურ მენტალობას ხარისხობრივი მახასიათებლების დახმარებით. უარეს შემთხვევაში შეიძლება ავტოსტერეოტიპების პოვნა, ხოლო უკეთეს შემთხვევაში - ავტორიტეტების ფრაზების ნახვა - ლიტერატურულის (რუსთაველი, ი. ჭაჭავაძე, კ. გამსახურდია და სხვანი), ფილოსოფიურის ანდა რელიგიურის (მართლმადიდებლობის იდეოლოგია). მაგრამ ავტოსტერეოტიპები და ნებისმიერი ავტორიტეტის აზრი ასახავენ რეალობას გასაშუალოებულად, სუბიექტურად, რაც იწვევს დამახინჯების საფრთხეს. ამიტომ, მოცემულ საკითხში აუცილებელია ვეცადოთ, რომ მოვნახოთ ხარისხობრივი შეფასებებიდან რაოდენობრივ შეფასებამდე გადასვლის გზები, რომლებიც განაზოგადებენ მასობრივი ანკეტირების შედეგებს. ქართული ეკონომური მენტალობის შესწავლაზე დიდი გავლენა იქონიეს ისეთი უცხოელი მეცნიერების კვლევებმა, როგორებიცაა ტრომპერაანსი, ლიუისი,ჰოფსტედე და სხვ., ვისი მეთოდოლოგიებიც ხშირად გამოიყენება ქვეჯნების საქმიანი კულტურების დასახასიათებლად.

ხაზი უნდა გაესვას, რომ სამამულო ეთნოსოციოლოგია ახლა ორიენტირებულია სწორედ დასავლეთზე (აშშ, დასავლეთ ევროპა), და არა აღმოსავლეთზე. თუ აღმოსავლური ტრადიციისათვის (მაგალითად, იაპონური ეთნოლოგიისათვის) დამახასიათებელია თეორიის პრივალირება პრაქტიკაზე, დასავლურ ტრადიციას გააჩნია მკვეთად გამოხატული გამოყენებითი, ინსტრუმენტული ხასიათი - ის დაკავებულია არა იმდენად შესასწავლი მოვლების მიზეზებითა და სიღრმისეული არსით, არამედ საქმიან პრაქტიკაში მისი გამოყენების საშუალებების ძიებით.

ამრიგად, სამამულო საქმიანი კულტურის თავისებურებებზე დასკვნების გაკეთების წყაროებს წარმოადგენს: მეცნიერების მიერ მიღებული განზოგადებული მომაცემები, რომლებმაც გარკვეული წესრიგი და სისტემატიზაცია შეიტანეს საქმიანი კულტურის შესწავლაში; ქართველი და უცხოელი პრაქტიკოსებისა და მკვლევარების დაკვირვებების შედეგები; სტანდარტული სკალებით ჩატარებული სოციოლოგიური გამოკითხვების შედეგების მონაცემები.

არ შეიძლება ლაპარაკი მონაცემების ასპროცენტიან სიზუსტეზე, რადგანაც ყველა გამოკვლევას არ გააჩნდა საკმაო მეცნიერული დასაბუთება: სოციოლოგიური გამოკითხვების მნიშვნელოვანი ნაწილი არ გამოირჩეოდა რეპრეზენტატულობით, ბევრი დასკვნა ჩამოყალიბდა ავტორების სუბიექტური შეხედულებებიდან გამომდინარე. მიუხედავად ამისა, ჩვენი შეხედულებით, თავისებურებების დიდ ნაწილს გააჩნია სიღრმისეული, კულტურული ხასიათი, მეორე ნაწილი კი წარმოადგენს საგარეო, ეკონომიკური და პოლიტიკური გარემოს დახასიათებას, რომელიც თავის ასახვას ჰპოვებს ბიზნესის წარმართვის მეთოდებში.

დამოკიდებულება სიმდიდრის, ფულის, მოგების მიმართ ტრადიციულად ითვლება ნებისმიერი საზოგადოების საქმიანი კულტურის ერთერთ ყველაზე ნათელ მაჩვენებლად. სწრაფვა მოგების მიღებისაკენ და დაგროვებისაკენ ითვლება ერთერთ აუცილებელ პოსტულატად კაპიტალისტური საზოგადოების ასაშენებლად. თუ დასავლეთში სიმდიდრე ტრადიციულად ითვლებოდა ადამიანის საქმიანობის, მისი საქმის უნარიანობის,

ენერგიისა და შრომისმოყვარეობის შედეგად, იქმნებოდა თაობათა შრომით და გადაიცემოდა მემკვიდრეობით, საქართველოში გამდიდრებული ადამიანი ხალხში უფრო ხშირად უპატიოსნო, სხვის ხარჯზე გამდიდრებულად ითვლებოდა.

დასკვნა

ქართული კულტურა ნაკლებად არის ორიენტირებული მატერიალურ სიკეთეებზე, ამიტომაც არ იყო გავრცელებული სწრაფვა დაგროვებისაკენ, გამდიდრებისკენ ნებისმიერი გზით. საზოგადოებრივ აზრში ადამიანის ღირსებები ტრადიციულად ფასდებოდა უფრო შინაგანი ხასიათით და არა მატერიალური მდგომარეობით. მოგების მიღება არ წარმოადგენს ჩვენთვის მთავარ სტიმულს, ქართველი ხალხი მთლიანობაში არ არის მისწრაფებული გრძელვადიანი შემოსავლების მიღებისა და დაგროვებისაკენ. ქართველების დამახსიათებელი მისწრაფების არქონა პირადი გამორჩენისაკენ წარმოადგენს ბიზნესისა და მეწარმეობის საკმაოდ სუსტი მოტივაციის მიზეზს, რომელიც დაფუძნებულია მკაცრ აღრიცხვასა და მართვაზე. ასე რომ, ქართველ ხალხს მთლიანობაში არ შეუძლია აღმაფრენა განაცდევინოს მხოლოდ მატერიალისტურმა ინტერესებმა; ჩვენს ისტორიაში მრავლად მოიძებნება შემოქმედებისა და გმირობის სასწაულები სიცოცხლის აზრის მაჩვენებელი მაღალი იდეალების სახელით ჩადენილი გმირობა. სამშობლოს გადარჩენისათვის, რწმენისა და ძირეული ცხოვრებისეული ფასეულობების დასაცავად ქართველ ხალხს შეუძლია ზემობილიზაცია და ზეძალსიხმევა. არა მატერიალური სტიმულები, არამედ ეროვნული გენიის სულიერი საყრდენები ქმნიდნენ და ქმნიან საქართველოს უდიდეს მიღწევებს. აქედან გამომდინარეობს მოთხოვნილება უფრო მაღალი ჭეშმარიტებების შეხებისა და იდეებისაკენ. "მისიონერობის" ელემენტს აღნიშნავს მრავალი უცხოელი ავტორიც. კომპანიის დონეზე ეს მენტალობა შეიძლება გამოვლინდეს თანამშრომელთა მოთხოვნილებაში, იმუშაონ არა მხოლოდ საკუთარი სარგებელისათვის (რაც ხშირად წარმოადგენს უცხოური ფირმების ჩვეულებრივ ფილოსოფიას), არამედ უფრო მაღალი და მასშტაბური ამოცანების მიღწევისათვის როგორც საწარმოს, ისე ქვეყნის დონეზე. აქ უპრიანია საკუთარი სიმბოლიკის, ლოზუნგების, ღირებულებათა სისტემის გამოყენება.

REFERENCES

1. ბარათაშვილი ე., ჩეჩელაშვილი მ., ზარანდია ჯ...შედარებითი მენეჯმენტი, თბილისი, 2016
2. ბარათაშვილი ე., ჩეჩელაშვილი მ., მენეჯმენტის პარადიგმები და მათი მონაცვლეობა, ჟურნალი „სოციალური ეკონომიკა“ №4, 2014
3. ბარათაშვილი ე., ბოლქვაძე ა., საქმიანი კულტურა-შედარებითი მენეჯმენტის საკვანძო ელემენტი ჟურნალი „ეკონომიკა“ №7, 2013
4. ბარათაშვილი ე., ჯოლია გ., ბულია ლ., კომპარატივისტიკული მენეჯმენტი ჟ. "ეკონომიკა" №10, 2008
5. Bass B. M., Burger P.Assessment of Managers: An International Comparison. - N. Y.: Free Press, 1979.
6. Ronen, S.Flexible Working Hours: An Innovation in the Quality of Work Life. - New York: McGraw-Hill, 1981.
7. J. Rokeach.The Nature of Human Values, N.Y.: Free Press, 1973.

FEATURES OF THE BUSINESS CULTURE OF THE GEORGIAN COMPANIES: FROM STEREOTYPES TO REALITY

MAIA CHECHELASHVILI
Assoc. Professor of GTU
SOPIKO DEKANOSIDZE
Doctoral Student of GTU

Summary

Differences and peculiarities of management style are presented in the article. these differences seriously affect the business culture of Georgia. Georgian business culture history was splitted by its evolution to following major stages: the pre-revolutionary, USSR and modern periods. In addition, the authors of the article considered that the study of business cultures has a background of two approaches: the mythological and scientific.

The authors mentioned that the Georgian culture is less focused on material benefits, which is the reason why there was not accumulation of wealth in Georgian society. In Western countries the accumulation of wealth was considered the result of human activities energy and hard work, which was transmitted to generations. In Georgia, the rich people were considered as dishonest people, and were believed that those people were enriched at the expenses of others.