



ბიზნეს გარემო, კონკურენტუნარიანობა და ბიზნესმენეჯმენტი

რეზიუმე

ბიორბი შოშიტაშვილი

სტუ-ს დოქტორანტი

E-mail: g.shoshitashvili@yahoo.com

ცალკეული ორგანიზაცია ფუნქციონირებს განსაზღვრულ გარემოში, რომლის კომპონენტები მასთან მჭიდროდ ურთიერთქმედებენ. ამასთან, ორგანიზაციის მენეჯმენტს არ ძალუძს გარემოს ფაქტორთა ზემოქმედების თავიდან აცილება. ამ ფაქტორთა გათვალისწინებით, მისი საქმიანობა შეძლებისდაგვარად უნდა მიესადაგოს გარემოპირობებს. გარემო არ გამოირჩევა მდგრადობით: ცვალებადობა და განუსაზღვრელობა ართულებს ზემოქმედებისადმი ადეკვატური ზომების გატარებას და ამცირებს შინაგანი სტაბილიზაციის შესაძლებლობებს. ამიტომაც, მენეჯერთა საქმიანობაში მნიშვნელოვანია გარემოს სირთულისა და ფაქტორთა ურთიერთკავშირის განსაზღვრა, მისი ზემოქმედების ზუსტად შეფასება.

გარემოს შესწავლა, სადაც ბიზნესს უწევს ფუნქციონირება, წარმოადგენს უმნიშვნელოვანეს ნაწილს ბიზნესწარმოებისათვის. გარემოს ფაქტორები ზემოქმედებენ ბიზნესის თითქმის ყველა ასპექტზე, იქნება ეს ადგილმდებარეობა, პროდუქციის ფასი, საკადრო პოლიტიკა თუ სხვა. აღნიშნულიდან გამომდინარე, მნიშვნელოვანია, შევისწავლოთ ბიზნესგარემოს სხვადასხვა კომპონენტი, რომელიც მოიცავს ეკონომიკის, სოციო-კულტურულ, ტექნოლოგიურ, პოლიტიკურ, სამართლებრივ და სხვა ასპექტებს.

საბაზრო ეკონომიკის ერთ-ერთ ძირითად მამოძრავებელ ძალას წარმოადგენს კონკურენცია და კონკურენტუნარიანობა. კონკურენცია აიძულებს საწარმოებს აკონტროლონ და გააუმჯობესონ პროდუქციისა და სერვისის ხარისხი და შესაბამისად, იგი წარმოადგენს განვითარების მნიშვნელოვან ფაქტორს.

კომპანიები უნდა იყვნენ კონკურენტუნარიანები ბაზარზე, რათა გაყიდონ თავიანთი პროდუქცია და სერვისი. კონკურენტუნარიანობა წარმოადგენს მნიშვნელოვან ფაქტორს, რომელიც განსაზღვრავს შეძლებს თუ არა კომპანია განვითარებასა და წინსვლას.

საკვანძო სიტყვები: ბიზნესგარემო, მენეჯმენტი, კონკურენცია

გარემოს შესწავლა, სადაც ბიზნესს უწევს ფუნქციონირება, წარმოადგენს უმნიშვნელოვანეს ნაწილს ბიზნესწარმოებისათვის. გარემოს ფაქტორები ზემოქმედებენ ბიზნესის თითქმის ყველა ასპექტზე, იქნება ეს ადგილმდებარეობა, პროდუქციის ფასი, საკადრო პოლიტიკა თუ სხვა. აღნიშნულიდან გამომდინარე, მნიშვნელოვანია, შევისწავლოთ ბიზნესგარემოს სხვადასხვა კომპონენტი, რომელიც მოიცავს ეკონომიკის, სოციო-კულტურულ, ტექნოლოგიურ, პოლიტიკურ, სამართლებრივ და სხვა ასპექტებს.

სოციალური, პოლიტიკური, სამართლებრივი და ეკონომიკური ასპექტების ობიექტური გაცნობიერებისათვის აუცილებელია გარკვეული ანალიზის ჩატარება, რომელიც ხელს შეუწყობს ბიზნესის შემდგომ განვითარებას:

- შესაძლებლობებისა და საფრთხეების შესწავლა - შესაძლებლობას აძლევს სტრატეგიული სამოქმედო გეგმის ჩამოყალიბებას;

- განვითარებისათვის საჭირო მიმართულებების ჩამოყალიბება - ბიზნესს აძლევს შესაძლებლობას დაადგინოს საჭირო ქმედებები სამომავლო განვითარებისათვის;

- უწყვეტი შესწავლა და ანალიზი - შესაძლებლობას აძლევს მენეჯერებს უფრო ადვილად გაუმკლავდნენ ბიზნესის გამოწვევებს. მენეჯერები მოტივირებულნი არიან მუდმივად გაზარდონ ცოდნა, გაგება და გამოცდილება, რათა მომზადებულნი შეხვდნენ ბიზნესგარემოს ცვლილებას;

- იმიჯის ჩამოყალიბება - ეხმარება ბიზნესს იმიჯის გაუმჯობესებაში. აღნიშნული მოვლენა გამომდინარეობს იქიდან, რომ ბიზნესი აჩვენებს თავის კეთილ დამოკიდებულებას იმ გარემოს მიმართ, რომელშიც იგი მოღვაწეობს;

- კონკურენციასთან გამკლავება - ბიზნესს აძლევს შესაძლებლობას, გაანალიზოს კონკურენტების სტრატეგიები და შესაბამისად განსაზღვროს თავისი სტრატეგიები;

- ფირმის სიძლიერისა და სისუსტეების განსაზღვრა - პრიორიტეტული მიმართულებების აქტიურად გამოყენება და სუსტი მიმართულებების გაძლიერება.

ბიზნესგარემოს კლასიფიკაცია შესაძლებე-



ლია ეკონომიკურ და არაეკონომიკურ გარემოდ. ეკონომიკურ გარემოში შედის ქვეყნის ეკონომიკური მდგომარეობა (მშპ, მშპ ერთ სულ მოსახლეზე, გაცვლითი კურსი და სხვ.), ეკონომიკური პოლიტიკა (ფისკალური პოლიტიკა, მონეტარული პოლიტიკა, უცხოური ინვესტიციების მიმართ პოლიტიკა და სხვ.) და ეკონომიკური სისტემა (კაპიტალისტური, სოციალისტური და შერეული ეკონომიკა), ხოლო არაეკონომიკური გარემო მოიცავს სოციალურ (ტრადიციები, ღირებულებები, სიცოცხლის ხანგრძლივობა და სხვ.), პოლიტიკურ (სტბილურობა, იდეოლოგია და სხვ.), სამართლებრივ (კანონები, რეგულაციები და სხვ.), ტექნოლოგიურ (ინოვაციები), დემოგრაფიულ (მოსახლეობის რაოდენობა, ზრდა და განაწილება) და ბუნებრივ (გეოგრაფიული და ეკოლოგიური ფაქტორები) გარემოს. ყველა აღნიშნული ელემენტი ზემოქმედებს ბიზნესის სტრატეგიაზე და ამ ელემენტებს შორის, რომელიმეს ცვლილება, ზეგავლენას მოახდენს ფირმის საქმიანობაზე.

ქვეყნის კონკურენტუნარიანობა საერთაშორისო ბაზარზე მნიშვნელოვნად დამოკიდებულია ქვეყნის წარმოების ფაქტორთა ერთობლიობაზე. კონკურენცია წარმოადგენს განვითარებისა და პროდუქციის ხარისხის ამაღლების, ასევე მისი ხარისხის მოთხოვნებთან შესაბამისობაში მოყვანის წინაპირობას.

კომპანიები, რომლებმაც წინასწარ მოახდინეს სახსრების ინვესტირება ახალი პროდუქტების შემუშავებაზე, შესაძლებლობა ეძლევათ, სხვა კომპანიებთან შედარებით, ბაზარზე უპირატესობის მოსაპოვებლად.

ბაზარი ზემოქმედებს კონკურენტუნარიანობაზე მრავალმხრივ, მათ შორის მომხმარებლების მოთხოვნებითა და საჭიროებებით, ფასით, რეკლამირებითა და პოპულარიზაციით.

კონკურენცია ბიზნესში უპირატესობის მოსაპოვებლად ერთ-ერთი ძლიერი ბერკეტი მოგების მაქსიმიზაციისათვის. ამიტომ, კომპეტენტურ მენეჯერებს ბევრი ძალისხმევის დახარჯვა მოუწევთ, რათა კონკურენტუნარიანობის მიმართულებით შეძლონ გლობალური ეკონომიკის პირობებში ბიზნესის სტაბილური განვითარება, ინფორმაციული ეკონომიკის არსებობა-ფორმირება.

ქვეყნის ეკონომიკის კონკურენტუნარიანობის ამაღლება ნებისმიერი სახელმწიფოს უმთავრესი ამოცანაა. სახელმწიფოს თავისი ქმედებით შეუძლია მნიშვნელოვანი წვლილი შეიტანოს ქვეყნის კონკურენტუნარიანობის ამაღლებაში რეგულაციების დაწესებით, ადამიანური და კაპიტალური რესურსების სტიმულირებით, რეგულაციების გატარებითა და სხვა ფაქტორებით.

გლობალური ეკონომიკის პირობებში, სახ-

ელმწიფოებმა მჭიდროდ უნდა ითანამშრომლონ კერძო სექტორთან, ორგანიზაციებთან, საერთაშორისო ფინანსურ ინსტიტუტებთან და სხვა შესაძლო მონაწილე მხარეებთან, რათა განავითაროს ინსტიტუტები, რომლებიც დაეხმარებიან საბაზრო სისტემაში მონაწილე საწარმოებს ჩაერთონ რეგიონულ და გლობალურ ვაჭრობასა და ინვესტიციებში.

თუ გადავხედავთ მსოფლიო ეკონომიკური ფორუმის World Economic Forum) შეფასებას - 2016-2017 წლების "გლობალური კონკურენტუნარიანობის ინდექსი", დავინახავთ, რომ საქართველო 59-ე ადგილზეა 138 ქვეყანას შორის, მაშინ, როდესაც 2015-2016 წლების ინდექსით საქართველოს 66-ე ადგილი ეკავა 140 ქვეყანას შორის.

გლობალურ ეკონომიკაში ქვეყნის კონკურენტუნარიანობის სტიმულირებისა და ხელშეწყობისათვის სახელმწიფოს ძირითადი როლია: პოლიტიკის განვითარება, რომელიც უზრუნველყოფს საწარმოების განვითარებას; ინსტიტუციონალური სტრუქტურის შექმნა, რომელიც გააკონტროლებს ბაზარზე სამართლიან კონკურენციას; სახელმწიფოს ეფექტიანობის, ანგარიშვალდებულებისა და რეაგირების შესაძლებლობის გაუმჯობესება და დახვეწა და სხვ.

კონკურენციაში უპირატესობის მოსაპოვებლად, თანამედროვე მენეჯერს უნდა შეეძლოს:

- სწორი ორგანიზაცია და დაგეგმვა, ასევე პროდუქციისა და მომსახურების რეალიზაცია;

- ყოველი კონკრეტული შემთხვევისათვის ოპტიმალური, სწორი მმართველობითი გადაწყვეტილების მიღება;

- კოლექტიური მართვა ყველაზე თანამედროვე მოთხოვნების დონეზე, ლიდერის როლის შესრულება;

- ადამიანებთან მუდმივი და შემოქმედებითი კონტაქტი;

- მუშაკთა მოტივირება შემოქმედებითი, ინიციატივიანი საქმიანობისათვის, მათი ყოველი მიღწევის შეფასება და აღნიშვნა.

ამრიგად, განვითარებული და ჯანსაღი კონკურენცია, ინვესტიციების მოზიდვისა და ბაზრის ეფექტიანი ფუნქციონირების უმნიშვნელოვანესი წინაპირობაა. თანამედროვე პირობებში, კომპანიები აღმოჩნდნენ ახალ კონკურენტულ გარემოში. განისაზღვრა და გამოიკვეთა კონკურენტი მხარეების ინტერესების მრავალმხრივობა და დინამიზმი. კონკურენცია არის ერთ-ერთი პრიორიტეტული მიმართულება, რომელიც უზრუნველყოფს საქართველოსა და ევროკავშირის შორის ღრმა და ყოვლისმომცველ ინტეგრაციას. ვინაიდან კონკურენციის გარეშე ეკონომიკის განვითარება ვერ მოხდება, იგი განვითარების მთა-



ვარ მოტივად გვევლინება. განათლების წინაშე დადგა არა კონკურენციის უგულებელყოფის, არამედ მისი ცივილიზებული, ადამიანურ საზღვრებში მოქცევის პრობლემა. გამომდინარე

ზემოაღნიშნულიდან, კონკურენციის შესწავლა განათლების სისტემაში და გარკვეული პრობლემების აღმოფხვრა მეტად აქტუალურ პრობლემად გვესახება.

გამოყენებული ლიტერატურა

1. ა. აბრალავა, ეკონომიკისა და ბიზნესის გლობალურ-ინოვაციური პრობლემები, "უნივერსალი", 2014.
2. ათუაშვილი ლ., კონკურენტუნარიანობა განვითარებადი და გარდამავალი ეკონომიკის ქვეყნებში გლობალიზაციის პირობებში, ჟ. სოც. ეკონომიკა, №6, 2015.
3. ასათიანი რ. საზოგადოებრივი სექტორის ეკონომიკა თბ., 2017.
4. ი. ლექვინაძე, ეკონომიკური პოლიტიკის და ადმინისტრაციული გადაწყვეტილებების გავ-

- ლენა კონკურენციაზე საქართველოში, თბ., 2015.
5. ლომაია ც., გედევანიშვილი მ. კავკასიის საერთაშორისო უნივერსიტეტის მაცნე 4, 2012.
6. ს. ფეტელავა, კონკურენციის თეორიის ევოლუცია და ანტიმონოპოლიური რეგულირება საქართველოში, თბ., 2008.
7. <http://competition.ge/ge/page2.php?p=1&m=7>
8. <http://download.nos.org/srsec319new/319EL3.pdf>
9. <http://www.vnseameo.org/ndbmai/CS.pdf>
10. <http://www.entrepreneur.dk/DTU%20Patent%20Course%202015/Porter%205%20forces.pdf>

BUSINESS ENVIRONMENT, COMPETITIVENESS AND BUSINESS MANAGEMENT

GIORGI SHOSHITASHVILI
a student of doctoral studies in GTU
E-mail: g.shoshitashvili@yahoo.com

Summary

Each organization functions in a concrete environment, the components of which are highly interacted with it. Management of an organization is not capable to avoid influence of environmental factors. Studying environment in which the business has to function is essential part for doing business. Due to that fact, it is essential to study different components of business environment, which includes economy, social-cultural, technological, political, judicial and other aspects.

Competition and competitiveness represent the main motive power in market economy. Competition forces companies to control and improve quality of production and service. Companies should be competitive in the market in order to sell their goods and services. Competitiveness determines whether a company will be able to develop.

The main used words: competition, competitiveness, business environment