ქეთევან ომანაძე, სოფიო ჯანაშია

სინერგეტიკული მენეჯმენტის საკითხები

რეზიუმე

მართვის თანამედროვე სფერო გამოირჩევა მრავალფეროვნებით და მას საკმაოდ რთული აგებულება აქვს,კონკურენციის დონე საკმაოდ მაღალია და, შესაბამისად სხვადასხვა პროცესები,ღირებულებები,სწრაფად ცვალებადი მოვლენები ზემოქმედებას ახდენს მართვის პროცესზე.გადაწყვეტილების მიღების პროცესი მრავალფაზიანი და დინამიურია. იგი მოითხოვს საკმაოდ დიდ დროს, რომლის მსვლელობის პროცესში შეიძლება შეიცვალოს მოცემულობები.

თვითორგანიზება, როგორც მოწესრიგებულობის,ურთიერთკავშირების, ურთიერთობებისა და შეზღუდვების პროცესი, თანამედროვე მართვაში განსაკუთრებულად მნიშვნელოვანი აღმოჩნდა. თვითორგანიზებისას, სისტემას შეიძლება წარმოეშვას ნაირგვარი თავისებურებები, რომელსაც არ ფლობს მისი არცერთი ნაწილი, ამიტომ, სინერგეტიკას შეიძლება ვუწოდოთ მეცნიერება ახალი ხარისხის წარმოშობის შესახებ.

საძიებო სიტყვები: მართვა, სპეციფიკა, მეცნიერება, სინერგეტიკა, პროცესი.

ქეთევან ომანაძე
ბიზნესის ადმინისტრირების მაგისტრი

სოფიო ჯანაშია
ბიზნესის ადმინისტრირების მაგისტრი

ძირითადი ტექსტი

მძლავრი გლობალიზაციის პირობებში ძალიან მნიშვნელოვანია კრეატიული მენეჯმენტის განვითარების თანამედროვე ტენდენციების გამოყენება, ამ მხრივ დღეისათვის გვაქვს სამი ძირითადი მიმართულება და ესენია: სინერგეტიკული მენეჯმენტი, ექსტრიმ მენეჯმენტი და ენტროპიული მენეჯმენტი.

ტერმინი სინერგია(სყნერგეია) ბერძნული წარმოშობის სიტყვაა და ნიშნავს თანამეგობრობას,თანამშრომლობას. ტერმინი „სინერგიზმი“ ეკონომიკურ პრაქტიკაში წარმოგვიდგება, როგორც მოვლენა, როდესაც საერთო შედეგი მეტია ცალეული ეფექტების ჯამზე. თანამედროვე ეკონომიკაში მიმდინარე თვისობრივი ცვლილებები, რომ არაერთი ფაქტორისა და წყაროს მნიშვნელოვანი ნაწილი გადაჯგუფებულია, ისინი დიდ გავლენას ახდენენ და განსაზღვრავენ ინტერესების შეთანწყობა -შეთანადებას;

სინერგეტიკამ გაიარა განვითარების საკმაოდ დიდი გზა და ის წარმოადგენს რთული თვითრეგულირებადი სისტემების თეორიას,იძენს უფრო და უფრო დიდ გავლენას სხვადასხვა პროცესებზე და იზრდება სხვადასხვა დარგის მეცნიერების მხრიდან ინტერესი.

საერთაშორისო ბიზნესში ძალიან დიდი ყურადღება ექცევა მიზნის განსაზღვრის პროცესში, რამდენად მოდის შესაბამისობაში საერთაშორისო და საშინაო გარემო.ნებისმიერი კომპანია ცდილობს სტრუქტურულად და სტრატეგიულად მოერგოს გლობალიზაციის პრინციპებს. გლობალური სტრატეგია ერთის მხრივ უნდა იყოს მოქნილი, რათა მარტივად მოახდინოს რეაგირება ახალ გამოწვევებზე და მეორეს მხრივ რეაგირების გარეშე დატოვოს ნაკლებ მომგებიანი საქმეების განხორციელება.

როდესაც გლობალურ ბაზარზე ვსაუბრობთ, აუცილებლად უნდა ითვალისწინებდეს კომპანია მსოფლიო ბაზარზე ქცევის წესებსა და მოთხოვნებს:

- აუცილებლად უნდა იცნობდეს საკუთარ კონკურენტებს ძალიან კარგად.
- კარგად უნდა ჰქონდეს გააზრებული ბაზრის კონკურენციის გლობალური ხედვა.
- უნდა შეეძლოს საკუთარი ოპერაციების კონტროლი მსოფლიო მასშტაბით.
- უნდა იქცეოდეს ისე,როგორც „გლობალური მოთამაშე“ ანუ სწრაფად უნდა ცვლიდეს მუშაობის მეთოდებსა და მანერებს, როცა იგრძნობს კონკურენტების მხრიდან მისი შევიწროვების საფრთხეს.
- წარმოება უნდა განალაგოს იქ, სადაც დანახარჯები იქნება უფრო მეტად რენტაბელური.

სინერგეტიკული მიდგომის საფუძველზე, კომპანიაში მარკეტინგის მართვის პროცესს სტიმულს აძლევს სხვადასხვა მიზეზები: მყიდველის მხრიდან მოთხოვნილებების გაზრდა, სინამდვილესა და შემთხვევითობის თანაფარდობა,რაც უფრო დაბალია წინასწარ დანახული სინამდვილე და მაღალია შემთხვევითობის ალბათობა, მით უფრო ნაკლებად გამოვლინდება თვითორგანიზება. თვითორგანიზაციის მაღალ დონეს განაპირობებს : ინფორმაციის ხარისხის ამაღლება და კარგი სტრუქტურა.

უნდა აღინიშნოს ის ფაქტიც, რომ სინერგეტიკული მიდგომის წარმატება წინასწარ ვერ იქნება განსაზღვრული, ეს საკითხი მოითხოვს სტრუქტურის შესახებ სერიოზულ განსჯაგაზრებას. წარმატებული მენეჯმენტის აუცილებელი პირობა უნდა იყოს პერსონალის კვალიფიკაციის ამაღლებაზე ზრუნვა და მათი ორიენტაცია კრეატიულობის კუთხით. ჯანდაცვის სექტორში რაც უფრო კარგად შეფუთავ სამედიცონო მომსახურებას, რომელიც უნდა მიაწოდო მომხმარებელს ეს უზრუნველყოფს დარგში დასახული მიზნების მიღწევას, შესაბამისად მაღალი იქნება კომპანიის მიერ შეთავაზებული სიახლეების პრიორიტეტულობა.

თუ სინერგეტიკა დაკავშირებულია მარკეტინგის ინოვაციური განვითარების მოდელთან, ამ შემთხვევაში მნიშვნელოვანია შემდეგი ფაქტორების გამოყოფა:

- ორგანიზაციის პერსონალის სინერგეტიკული მარკეტინგი;
- სინერგეტიკული ეგომარკეტინგი;
- სინერგეტიკული მარკეტინგ-მენეჯმენტი;
- საწარმოს სინერგეტიკული მარკეტინგი დარგში;

სინერგეტიკის საგნის სპეციფიკა ისაა, რომ იგი ხაზობრივი აზროვნების თვალთახედვით ღია სისტემაში შეისწავლის თვითორგანიზაციის პროცესებს.თვითორგანიზება -არის მოწესრიგებულობის, ურთიერთობების, ურთიერთავშირებისა და შეზღუდულობათა თვითნებურად წარმოშობილი პროცესი, რაც მეტად მნიშვნელოვანია თანამედროვე მართვაში.

მარკეტინგის სისტემის არსი მდგომარეობს მოუწესრიგებლობიდან მუდმივი მოწესრიგებულობისაკენ. მარკეტინგის სისტემურობა მოწესრიგებულობაა, ეს არის ელემენტების ოპერატიული ქმედების შედეგი, რომელსაც ცვლილებებისკენ მიჰყავს სისტემის ხარისხი, მისი განვითარების ტრაექტორია.

სინერგეტიული მიდგომის გამოყენების სფერო საშუალებას იძლევა ვამტკიცოთ, რომ სწორად შერჩეული მმართველობითი გადაწყვეტილება აყალიბებს კავშირებს, რომლებიც უზრუნველყოფენ სისტემის მყარ ფუნქციონირებასა და განვითარებას. სინერგეტიკის საგნის სპეციფიკა ისაა, რომ სისტემებში თვითორგანიზაციის პროცესები ფასდება არახაზობრივი აზროვნების კუთხით.

დასკვნა:

ამრიგად, სინერგეტიკული მარეტინგ-მენეჯმენტი გულისხმობს მართვის განსხვავებული, სხვადასხვა სტილის მაქსიმაურად ეფექტიანად, კომპლექსურად შეხამებას თანამედროვე ბიზნეს გამოწვევებთან და ახალ მერკეტინგულ ეტაპზე გადასვლას. ნებისმიერ ორგანიზაციას სინერგეტიკული ეფექტის მისაღებად შეუძლია დანერგოს თანამედროვე მარკეტინგული სისტემები, გამოიყენოს ხელმძღვანელობის ყველაზე უფრო ეფექტური სტილი და მოგების მექანიზმების და ხარჯების შემცირების მიზნით გააერთიანოს კომპანიები, მაგრამ თუ კომპანიაში არ არის მცოდნე, მიზანმიმართული და ახალი ტექნოლოგიებით აღჭურვილი პერსონალი, რომელიც მოახდენს ზემოთ აღნიშნული მოდელების რეალიზებას,კომპანიისთვის საკმაოდ რთული იქნება წარმატების მიღწევა.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. ბარათაშვილი ე. ყურაშვილი გ. მახარაშვილი ი.“კრეატიული მენეჯმენტის მნიშვნელობა თანამედროვე მართველობით საქმიანობაში“. თსუ შრომათა კრებული. 2018
2. აბრალავა ა. „ეკონომიკისა და ბიზნესის გლობალურ-ინოვაციური პრობლემები“ 2014
3. ოონელეყ, . ’სულლივან , . ჩორმიცან, . (2003) “Idea Management for Organisational Innovation”. International Journal of Innovation Management,7(04)
4. ფრანგიშვილი ა. იმნაიშვილი, ლ. ბენაშვილი, ა. ‘ციფრული მრავალფუნქციური მიმდევრული სქემების სინთზი.გამომცემლობა „ტექნიკური უნივერსიტეტი“, თბილისი , 2006
5. Baratashvili. E. Kurashvili.G. Makharashvili. I. “The Importance of Creative Managments in Modern Enlightenment Activities.” Collection of Works TSU. 2018
6. Abralava. A. “Global Innovative Problems in Economics and Busines” 2014
7. Dooneley,L. O’sullivan ,D. Cormican,K. (2003) “Idea Management for Organisational Innovation”. International Journal of Innovation Management,7(04)
8. Prangishvili. A. Imnaishvili.L. Benashvili. A. “Synthesis of Digital Multifunctional Sequentail”, Publishing bu Technical University.Georgia, Tbilisi, 2006

Synergy Management Issues

Ketevan Omanadze
Sophio Janashia

Summary

The modern field of management is characterized by diversity and it has a rather complex structure, the level of competition is quite high and, consequently, different processes, values, and rapidly changing events affect the management process. The decision-making process is multistep and dynamic. It requires a significant amount of time, during which the actual givens may be changed.

Self-organization, as a process of ordering, interconnections,relationshipsand limitations, is especially important in modern management,as it turned out. When the system is self-organized, it may show various features that none of its parts has, so synergy can be called the science of the emergence of new grades.

Keyword: management, specificity, science, synergy, process.

ჟურნალი „სოციალური ეკონომიკა“ – XXI საუკუნის აქტუალური პრობლემები.
რეგისტრირებულია თბილისის რეგიონული ცენტრის (საგადასახადო ინსპექციის) მიერ.
რეგისტრაციის №19181.
რედაქტორის ტელ.: 2-36-51-16; 2-36-43-78; 599-33-53-92.
web: socialuri-economica.bpengi.com; www.socialuri-economica.ge
e-mail: social_economica@mail.ru; socialuri-economica@bpengi.com

გადაეცა ასაწყობად 10.03.20.
ხელმოწერილია დასაბეჭდად 20.03.20.
სააღრიცხვო-საგამომცემლო თაბახი – 12.

ტექნიკური რედაქტორი და კორექტორი: ნანა სახეჩიძე

სტილური რედაქტორი: ბადრი ცხადაძე

კორექტორები: თინა ცისკარიშვილი, ნანა ბოლქვაძე

კომპიუტერული უზრუნველყოფა და დიზაინი: ასმათ ფიფია