

ხელმძღვანელის სქესის ადგილი მსირა და საშუალო ბიზნესის წარმატებულობის ფაქტორების ანალიზში

რეზიუმე

ამოცანა, რომლის გადაჭრაც საშუალო ბიზნესის წარმატებულობის პრობლემის კვლევის ფარგლებში წარმოადგენს ინტერესის საგანს, ეს არის ხელმძღვანელის სქესის გავლენა ბიზნესის წარმატებაზე. ნაშრომში გაანგარიშებულია წარმატებულობის საშუალო მაჩვენებლები „მამაკაცებისა“ და „ქალების“ საწარმოებისთვის, ხოლო შემდგომ, საშუალოთა სხვაობის არსებობის შესახებ ჰიპოთეზის შემოწმების მეშვეობით განსაზღვრულია განსხვავების მნიშვნელობა. ნაშრომში დახასიათებულია ხელმძღვანელის პიროვნება. ბიზნესის წარმართვისას გენდერულ განსხვავებებზე საუბრის დროს გამოყოფილია ზოგიერთი თავისებურებები, რომლებიც სპეციფიკურია მამაკაცის ან ქალის მიერ მართული ბიზნესისათვის. გაკეთებულია დასკვნები.

საკვანძო სიტყვები: ბიზნესი, წარმატებულობის ფაქტორები, რენტაბელობის მაჩვენებელი, ალბათობა, მეწარმეობა.

პირითადი ტექსტი

ბიზნესის წამატებულობაზე მოქმედ ერთ-ერთ მნიშვნელოვან საკითხს შეიძლება მივაკუთვნოთ ხელმძღვანელის სქესის გავლენა. ნაშრომში გავიანგარიშეთ წარმატებულობის საშუალო მაჩვენებლები „მამაკაცებისა“ და „ქალების“ საწარმოებისთვის, ხოლო შემდგომ, საშუალოთა სხვაობის არსებობის შესახებ ჰიპოთეზის შემოწმების მეშვეობით განვსაზღვრეთ განსხვავების მნიშვნელობა. რენტაბელობის მაჩვენებლისთვის მივიღეთ შემდეგი შედეგები: სულ, განხილულ შერჩევაში ქალები ხელმძღვანელობენ 26 საწარმოს, რაც შეადგენს საერთო რაოდენობის დაახლოებით 5,2 %-ს. ცხრილში 1. ვხედავთ მამაკაცი ხელმძღვანელების წილის განაწილებას საქმიანობის სფეროების მიხედვით. საწარმოთა 95 %-ზე მეტს ხელმძღვანელობენ მამაკაცები შემდეგ სფეროებში: „სამრეწველო დანიშნულების საქონლით საბი-

თონა აბულაძე
სტუდ. დოქტორანტი

თუმო ვაჭრობა“ (98 %), „სამრეწველო წარმოება და მანქანათმშენებლობა“ (96,8 %), „მშენებლობა“, „სასარგებლო წიაღისეულის მოპოვება, დამუშავება და რეალიზაცია“, „უძრავი ქონების გაქირავება“ და „კვების მრეწველობა (100-100 %). საწარმოთა 80-95 %-ს ხელმძღვანელობენ მამაკაცები შემდეგ სფეროებში: „სამომხმარებლო საქონლით საბითუმო ვაჭრობა“ (87,1 %), „სამშენებლო მასალების წარმოება“ (80 %) და „სამომხმარებლო საქონლის წარმოება (87,5 %). მამაკაცი ხელმძღვანელების ყველაზე ნაკლები წილი შეინიშნება სფეროებში: „სამომხმარებლო საქონლით საცალო ვაჭრობა“ (71,4 %) და „ფინანსური მომსახურებები“ (60 %). მთლიანობაში, ხელმძღვანელების განაწილება სქესის მიხედვით ექვემდებარება გონივრულ ახსნას და ჯდება საზოგადოებრივ სტერეოტიპებში.

თუმცა, არსებობს თუ არა კავშირი დირექტორის სქესსა და ბიზნესის წარმატებულობას შორის? ამ კითხვაზე პასუხის გასაცემად გავიანგარიშეთ წარმატებულობის საშუალო მაჩვენებლები „მამაკაცებისა“ და „ქალების“ საწარმოებისთვის, ხოლო შემდგომ, საშუალოთა სხვაობის არსებობის შესახებ ჰიპოთეზის შემოწმების მეშვეობით განისაზღვრა განსხვავების მნიშვნელობა.

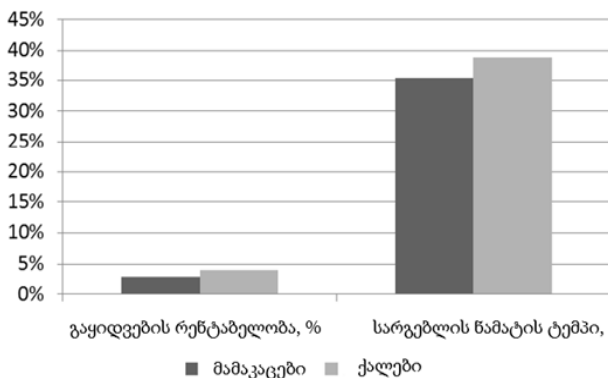
რენტაბელობის მაჩვენებლისთვის მივიღეთ შემდეგი შედეგები: საშუალო მაჩვენებელი მამაკაცებისთვის 2,9 % (საშუალოზე დაბალი ყველა მაჩვენებლის მიხედვით), ქალებისთვის 4,1 %-ია.

(1) ფორმულას, რომელიც გამოიყენება საწარმოების წარმატებულობაზე სქესის გავლენის შეფასებლად, ჰიპოთეზა საშუალო მაჩვენებლების სხვაობის არსებობის შესახებ, აქვს შემდეგი სახე:

$$Z = \frac{\bar{x}_F - \bar{x}_M}{\sqrt{\left(\frac{\sigma_F^2}{n_F} + \frac{\sigma_M^2}{n_M}\right)}} \quad (1)$$

(1) ფორმულით გაანგარიშებული Z-ის ფაქტობრივი მნიშვნელობა 1,385-ის ტოლი იქნება. მას შეესაბამება მნიშვნელოვნობის დონე 8,3 %. ამრიგად, 91,7 % ალბათობით შეგვიძლია ვამტკიცოთ, რომ შემთხვევითი არ არის ქალების მიერ მართული საწარმოების მაღალი რენტაბელობა.

სარგებლის ნამატის ტემპის მაჩვენებლისთვის შედეგები ასევე არასასურველია მამაკაცი ხელმძღვანელებისთვის: ნამატის საშუალო ტემპმა მათთან შეადგინა 35,5 %, მაშინ როცა ქალებთან იგივე მაჩვენებელი უფრო მაღალი აღმოჩნდა - 38,8 %. გავიანგარიშოთ ამავე ფორმულით, რის შედეგადაც მივიღებთ, რომ $Z=0,34$, ხოლო საშუალო მაჩვენებლებში განსხვავებათა არაშემთხვევითობის ალბათობა შეადგენს 63 %-ს. როგორც არ უნდა იყოს, იმის ალბათობა, რომ ხელმძღვანელის მუშაობას საშუალო ბიზნესის საწარმოებში ქალები მამაკაცებზე უკეთ ართმევენ თავს, საკმაოდ მაღალია (ნახ.2).



ნახ. 2. წარმატებულობის მაჩვენებელთა თანაფარდობა ქალებისა და მამაკაცების მიერ მართულ ფირმებში

მიუხედავად ამისა, იმგვარი ტიპის პრაქტიკული რეკომენდაციების შემუშავება, როგორიცაა: „ბიზნესის წარმატებულობის ასამაღლებლად საჭიროა ქალი-ხელმძღვანელის დაქირავება“, - ნაადრევია. საქმე ის გახლავთ, რომ სავსებით დასაშვებია, რომ ეს განსხვავებები გამოწვეუ-

ლი იყოს იმით, რომ ქალებს იწვევენ უფრო წარმატებული საწარმოები, ხოლო კრიზისულ სიტუაციებში მმართველობის სადავეები გადაეცემათ მამაკაცებს. გარდა ამისა, აუცილებელია შემოწმდეს, ხომ არ მოხდა ისე, რომ თავად ღარგები, სადაც მეტია ქალი-ხელმძღვანელები, უფრო მომგებიანი და სწრაფად მზარდია? ასეთ შემთხვევაში შეიძლება გამოვიდეს, რომ „ადგილს ალამაზებს“ მშვენიერი სქესის წარმომადგენელი. იმავდროულად, მიღებული შედეგი შეიძლება ნიშნავდეს, რომ ძალზე მნიშვნელოვანია აღნიშნული პრობლემის უფრო საფუძვლიანად შესწავლა მომავალში.

ხელმძღვანელი პიროვნება. უამრავი ნაშრომი აქვს დათმობილი ბიზნესის წარმატებულობაზე ხელმძღვანელის გავლენის კვლევას. ეს ნაშრომები ძირითადად დასავლეთის ეკონომისტების კვლევებზეა დაფუძნებული. მათ წარმოდგენილი აქვთ საწარმოების წარმატებულობაზე ხელმძღვანელის სქესის, ხელმძღვანელობის სტილის გავლენის (დ. რეიტცი, ჩ. უელში, მ. პენრეკსონი, ფ. უელტერი, დ. სმოლბონი), ხელმძღვანელების განათლებისა და საქმიანობის მოცემულ სფეროში (რ. აიდისი) გამოცდილების გავლენის ანალიზი. ამ ნაშრომთა ნაწილი მოიცავს მცირე და საშუალო ბიზნესის ანალიზს.

ხელმძღვანელის პიროვნული თვისებები საკმაოდ მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს მის მიერ პიროვნული წარმატების მიღწევაზე (შესაბამისად მისი ბიზნესის წარმატებაზე), გააცნია ისტორიული განპირობებულობა და სწორად და ნომინალურად აღიქმება ბიზნესგარემოსა და საზოგადოების მიერ, როგორც წარუმატებლობის ან წარმატების ნიშნები, რითაც მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს ბიზნესის წარმატებულობაზე.

ისტორიულად ისე ჩამოყალიბდა, რომ მეწარმეობით უფრო ხშირად დაკავებული არიან მამაკაცები (განვითარებულ ქვეყნებში იზრდება ყოველწლიურად, ბიზნესის მფლობელ ქალთა წილი), ბიზნესგარემოში მათი აღქმა უფრო სერიოზულია, რის გამოც მამაკაცები შედარებით აქტიურად ერთვებიან ბიზნეს ურთიერთობაში პარტნიორებთან. შეიძლება ითქვას, რომ ეს წარმოადგენს ბიზნესის მაღალი წარმატებულობის ფაქტორს.

ბიზნესის წარმართვის გენდერულ განსხვავებაზე საუბრისას შეიძლება გამოვიყოს

ზოგიერთი თავისებურებები, რომლებიც ახასიათებთ ქალის ან მამაკაცის მიერ მართულ ბიზნესს. კვლევებმა გვიჩვენეს, რომ (რ. აიდისი, დ. რეიტცი, ე. შვარცი, მ. ჰენრეკსონი), მამაკაცები ქალებთან შედარებით მეტ დროს ატარებენ სამუშაო ადგილზე. ეს ფაქტი მათი ბიზნესის მეტ წარმატებულობაზე მეტყველებს. მამაკაცთა მიერ მართული საწარმოები უფრო მსხვილია, ვიდრე ქალთა მიერ შექმნილი. ეს ვლინდება ბიზნესის წარმართვის შერჩეულ ორგანიზაციულ-სამართლებრივ ფორმაში: ქალები უფრო ხშირად კერძო სამეწარმეო სტრუქტურებს ქმნიან, მამაკაცები კი-კორპორაციულ ორგანიზაციებს ხელმძღვანელობენ. ეს აისახება ბრუნვის დონეზეც - ქალ ხელმძღვანელთა პირობებში ეს მონაცემი უფრო დაბალია.

აღსანიშნავია, აგრეთვე რომ ხელმძღვანელ მამაკაცებს საკუთარი საწარმოს საქმიანობის სფეროში ხელმძღვანელობის და მუშაობის მეტი გამოცდილება აქვთ. ცხადია, ხელმძღვანელის გამოცდილება ბიზნესის მაღალი წარმატებულობის საწინდარია, რაც ადასტურებს მამაკაცთა საწარმოების მეტ წარმატებულობას.

მეორე მნიშვნელოვანი ფაქტორი არის ხელმძღვანელის მოლოდინები ქვეყნის ეკონომიკის პერსპექტივებთან და ბიზნესის შემდგომ განვითარებასთან მიმართებით. საიდუმლოს არ წარმოადგენს, რომ ქალები შედარებით ემოციურად აღიქვამენ მოვლენებს, რაც უარყოფითდ აისახება მათ მოლოდინებზე საკუთარ ბიზნესთან მიმართებით. ქალების მიერ უფრო ნეგა-

ტიურად ფასდება თუნდაც უმნიშვნელო არასასურველი მოვლენები, ვიდრე მამაკაცების მიერ. ამიტომ მათი მოლოდინები ბიზნესის მომავალთან დაკავშირებით არასასურველი აღმოჩნდება ხოლმე მამაკაცებთან შედარებით. მოლოდინები, როგორც ცნობილია, ხშირად მართლდება ხოლმე.

თუმცა, ქალთა მართვის მოდელში არის პოზიტიური თავისებურებები. როგორც აქსიომა, ქალები ყურადღებიანი არიან დეტალების მიმართ, რაც შესაძლებლობას აძლევს უკეთესად გაერკვნენ სიტუაციებში, გააკეთონ სწორი გათვლები. საინტერესო თავისებურებაა ის ფაქტიც, რომ ხელმძღვანელი ქალებიკაცებთან შედარებით ნაკლებ თანამშრომელს ქირაობენ. ეს დანახარჯების ეკონომიას იწვევს და საწარმოს წარმატებულობის მაჩვენებლებზე დადებითად აისახება.

დასკვნა

კვლევათა ანალიზმა საშუალება მოგვცა გავვეკეთებინა დასკვნები, თუ როგორია ხელმძღვანელი პიროვნების გავლენა მისსავე ბიზნესზე. რასაკვირველია, არსებობს ზოგიერთი ეროვნული თავისებურებები, რომლებიც ახასიათებს როგორც თავად ხელმძღვანელის პიროვნებას, ასევე ხელმძღვანელობის სტილს. თუმცა, არსებობს მახასიათებლები, რომლებიც უცვლელია ეროვნულობის მიხედვით, ისინი კავშირშია ადამიანის ბუნებასთან, მენტალურ და ფიზიკურ გენდერულ თავისებურებებთან.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. Welsch, H.B. "Comparative Analysis of Male and Female Entrepreneurs with Respect to Personality Characteristics, Small Business Problems and Information Source Preferences." Proceedings / H.B. Welsch, & E.C. Welsch // International Council for SmallBusiness: 2-10. – 1982.
2. Schwartz, E.B. "Entrepreneurship: A New Female Frontier." / E.B. Schwartz // Journal of Contemporary Business. – 1976. – P. 47-76.
3. Smallbone, D. "The Distinctiveness of Entrepreneurship in Transition Economies." / D. Smallbone, F. Welter // Small Business Economics 16:249-62. – 2001.
4. Reitz, D.A. Testing the Female Underperformance / A. Du Reitz, M. Henrekson. – 2000.
5. Aidis, R. Why Less? The Gendered Aspects of Small- and Medium-sized Enterprise (SME) Ownership under Economic Transition (2002) / R. Aidis // Tinbergen Institute Discussion Paper. – Vol.. 2002-055/2.

Summary

The task, which is to be solved within the scope of the research of the problem of the success of the average business, is the subject of interest, which is the influence of the gender of the head on the success of the business. The paper calculates the average indicators of success for “men’s” and “women’s” enterprises, and further, by checking the hypothesis about the existence of a difference in averages, the significance of the difference is determined.

The work describes the personality of the head. When talking about gender differences in running a business, there are some features that are specific to a business run by a man or a woman. Conclusions are made.

Key words: business, success factors, rate of profitability, probability, entrepreneurship.

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 10.12.21.

ხელმოწერილია დასაბეჭდად 20.12.21.

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