

ISSN 2233-3606

საქართველოს ბიზნესის მეცნიერებათა აკადემია
GEORGIAN ACADEMY OF BUSINESS SCIENCES

საერთაშორისო რეფერირებადი და რეცენზირებადი
სამეცნიერო-პრაქტიკული ჟურნალი

მოამბე
XLIV
MOAMBE

**INTERNATIONAL PRECISED AND REVIEWED
SCIENTIFIC-PRACTICAL MAGAZINE**

თბილისი 2022 TBILISI

„მოამბე“ გამომცემის 1995 წლიდან
„MOAMBE“ IS PUBLISHED SINCE 1995

სტატიები მიიღება შემდეგი მოთხოვნების გათვალისწინებით

1. ტექსტი აკრეფილი უნდა იყოს Word-ში, AcadNusx-ში, შრიფტის ზომა 12, ინტერვალი სტრიქონებს შორის 1.5, ველების დაშორება მარჯვენა-მარცხენა მხარეს 2 და 3 სმ. შესაბამისად, ზედა და ქვედა 2.5 და 2.5 სმ. ტექსტი უნდა აიკრიფოს გადატანების გარეშე. ცხრილები გადაყვანილი JPEG ფორმატში. სტატიის მინიმალური მოცულობა უნდა იყოს 5 გვერდი A4 ფორმატის.
2. ავტორის სახელი, გვარი, სამეცნიერო წოდება და თანამდებობა, საკონტაქტო კოორდინატები (ტელეფონები, ელ-ფოსტა).
3. სტატიას უნდა ახლდეს რეზიუმე ქართულ და ინგლისურ ენებზე. მოცულობით 120-150 სიტყვა, აკრეფილი შესაბამისად AcadNusx-ში და Times New Roman-ში, შრიფტის ზომა 12, სამეცნიერო სტატიას უნდა დაერთოს გამოყენებული ლიტერატურის სია.
4. სტატია შეიძლება გამოქვეყნდეს ინგლისურ, რუსულ, გერმანულ ენებზეც. ასეთ შემთხვევაში, ჩვენი მოთხოვნაა რეზიუმე მოგვანოდოთ ქართულ და ინგლისურ ენებზე.

სტატიის გამოქვეყნების ღირებულება შეადგენს: ჟურნალის ერთი გვერდი 8 ლარი, რომელსაც ავტორი გადაიხდის დადებითი რეცენზიის მიღების შემდეგ, ხოლო ჟურნალის ღირებულება 5 ლარი. უცხოელი ავტორებისთვის სტატიის სრული გადასახადი 50 აშშ დოლარის ექვივალენტი ლარში.

სტატიების გადმოგზავნა შესაძლებელია შემდეგ ელექტრონულ მისამართზე:

temur.babunashvili@mail.ru; mariizoria@mail.ru;

ტელეფონები: 593 23 99 58; 593 95 92 47

ვებ-გვერდი: www.sbma.ge

Continues taking articles according to this requests:

1. Text must be gathered in Word, size of AcadNusx font 12, interval between lines – 1.5; borders in right and left side – 3 and 2 sm. Also, up and down borders – 2,5 and 2,5 sm. Text must be picked up without transferring. Tables should be in JPEG. The minimal size of article is Spages of A4 format.
2. The first name of author, last name, scientific rank and post, coordinates (telephone number, e-mail).
3. The article must have reziume in Georgian and English languages. The size should be 120-150 words, it must be picked up in AcadNusx and in Times New Roman, size of font – 12. Scientific article must have list of used literature.
4. The article may be published in English, Russian, German languages. So, it is also our request to prepare reziume in Georgian and English languages too. The price of article's publication is one page of Journal 8 Gel (lari). And author will pay tjis price after getting positive respond. Also, the price of Journal is 5 GEL (lari). For foreign authors the full tax of the article is 50 USD equivalent in GEL.

E-mail: temur.babunashvili@mail.ru; mariizoria@mail.ru;

Tel: 593 239 958; 593 959 247

www.sbma.ge

საქართველოს ბიზნესის მეცნიერებათა აკადემია დაფუძნდა 1995 წლის 23 მარტს. აკადემია საქართველოს იუსტიციის სამინისტრომ რეგისტრაციის ბაზარა 1995 წლის 9 აპრილს, რეგისტრაციის სერტიფიკატის №1982

THE GEORGIAN ACADEMY OF BUZINESS SCIENCES WAS ESTABLISHED ON MARCH 23, 1995. THE ACADEMY WAS REGISTERED ON APRIL 9, 1995 BY MINISTRY OF GEORGIA (CERTIFICATE #1982)

„მოამბე“

საერთაშორისო რეზერირებადი და რეცენზირებადი
სამეცნიერო ჟურნალი, №44, 2022 წელი

თეიმურაზ ბაბუნაშვილი- მთავარი რედაქტორი და სარე-
დაქციო კოლეგიის თავმჯდომარე,
ეკონომიკურ მეცნიერებათა დოქტორი,
პროფესორი, საქართველოს ბიზნესის
მეცნიერებათა აკადემიის პრეზიდენტი,
ქ. თბილისის საპატრიო მოქალაქე.

სარედაქციო კოლეგია მეცნიერებათა დოქტორები, პროფესორები

აბდუშელიშვილი გივი, აბესაძე რამაზი, აბრალავა ანზორი, არნანი თამ-
ილა, ბაბუნაშვილი გიორგი (აშშ), ბაკაშვილი ნიკოლოზი, ბარათაშვილი ევ-
გენი, ბერიძე თეიმურაზი, გვალია ნარბიზი, გომოხია რევაზი, გვარამია
ვასტანგი, გველესიანი მერაბი, გეგუაძე პაპი, ელიაშვილი ლია, თურნაია ნა-
თია, იზორია მარინა, კურტანიძე დავითი (აშშ), კვარაცხელია ვახტანგ, ლაბ-
არტყავაძე გულთაზი, ლომოვანი პარმენი, ლომოვანი გივი, ლეკაშვილი იაკობ,
მელაძე სერგო, მეტეხიანი ელგუჯა, ნარმანი დავითი, პაიჭაძე ნუბ-
ზარი, როკატლიშვილი მიხეილ (აშშ), სილაგაძე ავთანდილ (საქ. მეცნიერე-
ბათა ეროვნული აკადემიის აკადემიკოსი), სოლომონი დავით, უბრეხელიძე
მინდია, ძარჩავა ლომიკი, ქეშელაშვილი ომარ, ქუთათელაძე რუსუდანი,
ყიფიანი გელა, შენგელია თეიმურაზი, შენგელია რევაზი, ჩაბელიშვილი
ლალი, ჩაქვაშვილი მანა, ჩიხლაძე ნიკო, ჭითანაძე ნოდარ, ჭუმბურიძე
მამია, ხელაშვილი იოსებ, მამედოვი ფიზული (აზერბაიჯანის რესპუბლიკა),
მელნიკი ტატიანა (უკრაინა), სერძიანი ნიკი (სომხეთი), ალირზაევი ალი
(აზერბაიჯანის რესპუბლიკა), ბორზდოვა ტატიანა (ბელორუსია), ალუხანოვი
ესპერანო (ყაზახეთის რესპუბლიკა), ბალინა ლოპუშინა (უკრაინა), ზალენი-
ნი ინგა (ესტონეთი), ვლოჟენკო ნატალია (უკრაინა), მიხაილ ვარჩოლა (სლოვა-
კეთი), ბალინა კუზმენკო (უკრაინა), ტაღეუშ ტროციკოვსკი (პოლონეთი). ანა-
ტოლი შიშკოვი (რუსეთი), იანკო სტროჟნი (პოლონეთი), ალიონა ალინიკოვა
(უკრაინა), ევგენი შუკოვი (რუსეთი), მანტაშტას რასკაუსკას (ლიეტუვა), ვიძ-
ტორია ბრიგალივანა (ლიეტუვა).

შეიქმნა რედაქცია ყოველთვის არ იზიარებდას ავტორის აზრს

№44, 2022 წელი

„MOAMBE“
QUARTELY INTERNATIONAL SCIENTIFIC MAGAZINE,
PRECISED AND REVIEWED №44, 2022

TEIMURAZ BABUNASVILI- Editor-in-Chief and Head of Editorial Board,
Doktor of Economic Science, President of
Georgian Academy of Business Science,
Honored citizen of Tbilisi

E EDITORIAL BOARD
Doctors of science, Professors

ABDUSHELISHVILI GIVI, ABESADZE RAMAZI, ABRALAVA ANZORI, ARNANIA TAMILA, BABUNASHVILI GIORGI (USA), BAKASHVILI NIKOLOZI, BARATASHVILI EVGENI, BERIDZE TEIMURAZI, GVALIA NARGIZI, GOGOKHIA REVAZI, GVARAMIA VAKHTANGI, GVELESIANI MERABI, GECHBAIA BADRI, ELIAVALIA, TURNAVA NATIA, IZORIA MARINA, KURTANIDZE DAVITI (USA), KUTATELADZE RUSUDANI, KVALIASHVILI VAJA, LABARTKAVA GULTAZI, LEMONJAVA PARME NI, LOBJANIDZE GIVI, LEKASHVILI EKA, MELADZE SERGO, MEQVABISHVILI ELGUJA, NARMANIA DAVITI, PAICHADZE NUGZARI, ROKETLISHVILI MIKHEI LI (USA), SILAGADZE AVTANDILI (Member of Georgian national Academy of Science), SOLOGASHVILI DALI, UGREKHELIDZE MINDIA, KARCHAVA LOIDI, KESHELASHVILI OMARI, KIFIANI GELA, SHENGELIA TEIMURAZI, SHENGELIA REVAZI, CHAGELISHVILI LALI, CHECHELASHVILI MAIA, CHIKHLADZE NIKO, CHITANA VA NODARI, CHUMBURIDZE MAMIA, KHELASHVILI IOSEBI, MAMEDOVI FIZULI (AZERBAIDJAN), MELNIKI TATIANA (UKRAINA), SERKHAIANI NAIKI (ARMENIA), ALIRZAEVI ALI (AZERBAIDJAN), BORZDOVA TATIANA (BELORUSIA), ALUKHANOVI ESBERGI (KAZAKHSTAN), GALINA LOPUSHNIAK (UKRAINA), ZALENIENI INGA (ESTONIA), VDOVENKO NATALIA (UKRAINA), VARCHOLA MI CHAL (SLOVAKIA), GALINA KUZMENKO (UKRAINA), TADEUSZ TROCIKOWSKI (POLAND), ANATOLI SHEVCHUK (RUSSIA), IACEK STROJNI (POLAND), ALIONA ALEINIKOVA (UKRAINA), EVGENI DJUKOV (RUSSIA). MANTAUTAS RASKAUSKAS (LITHUANIA), VIKTORIA GRIGALIVANAITE (LITHUANIA).

შინაარსი

1. ელისაგაძე პალიაშვილი	7
მრავალეროვნული პანონალიზის მართვა, როგორც გლობალიზაციის გამომწვევა	
2. მირანდა ჯანსოთელი	11
კონსერვაციის შედეგების და წარმოების ფაქტორების ურთიერთქმედება ჯანდაცვის მენეჯმენტში	
3. ნინო ჩუბინიძე, ნინო ფანცულაია,	19
მომავალი ადამიანური კაპიტალის კვლავწარმოების ღირებულების სავარაუდო შეფასება	
4. ნინო აქიმიშვილი	23
ხელოვნური ინტელექტის კავშირი სასტუმრო ინდუსტრიასთან	
5. ზურაბ გებენავა	28
მოტივაცია, ანუ როგორ დავაკავოთ დასაქმებულები კომპანიაში	
6. თამარ აბლაძე	33
საბანკო სერვისებზე მოქმედი ფაქტორები და ძირითადი გამომწვევები	
7. მაია როსვაძე	43
ვინ არის კომპანიაში „ვირველი კაცი“ - მესაკუთრე თუ მენეჯერი?	
8. მირანდა ჯანსოთელი, ნატალია ჭანტურია	48
ინოვაციური პროექტების მართვის თავისებურებები მეღვინეობასა და ჯანდაცვის სისტემაში	
9. ვაჟა დანელია	56
საქართველოში სპორტის ინდუსტრიის ფორმირება-ბანკითარების თეორიული და პრაქტიკული ასპექტები	
10. ნინო გომართელი	62
საქართველო და ევროინტეგრაცია	
საქართველოს ევროპული მომავალი	65
მილოცვები - აკადემიის წევრების იუბილეებთან დაკავშირებით	70

CONTENTS

1. ELISABED BALIASHVILI	7
Managing multinational personnel as a challenge to globalization	
2. MIRANDA JANKHOTELI	11
Interaction of competition results and production factors in healthcare management	
3. NINO CHUBINIDZE, NINO PANTSULAIA	19
The Value of Reproducing Future Human Capital Predictive Assessment	
4. NINO AKIMISHVILI	23
Connecting Artificial Intelligence to the Hospitality Industry	
5. ZURAB GEGENAVA	28
Motivation or how to retain employees in a company	
6. TAMAR AGLADZE	33
Factors Affecting the Banking Services and Key Challenges	
7. MAIA ROKHVADZE	43
Who is the “first man” in a company - the owner or the manager?”	
8. MIRANDA JANKHOTELI, NATALIA TCHANTURIA	48
Features of innovative project management in winemaking and healthcare system	
9. VAJHA DANELIA	56
Theoretical and practical aspects of the formation and development of the sports industry in Georgia	
10. NINO GOMARTHELI	62
Georgia and Euro integration	
GEORGIAN EUROPEAN FUTURE	65
Congratulations on the anniversaries of the members of the Academy	70

მრავალეროვნული პერსონალის მართვა, როგორც გლობალიზაციის გამოწვევა

ელისაბედ ბალიაშვილი

ეკონომიკის დოქტორი, ივანე ჯავახიშვილის სახელობის
თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის
ეკონომიკისა და ბიზნესის ფაკულტეტის
მოწვეული პერსონალი

საკვანძო სიტყვები: მრავალეროვნული პერსონალი, კულტურათა განსხვავებულობა; კულტურათა მოცემულობები; შრომითი იმიგრანტები.

შესავალი.

მეცნიერებს გ. ჯონსს და ჯ. ჯორჯს თავიანთ ნაშრომში „თანამედროვე მენეჯმენტის საფუძველები“ აქვთ ასეთი გამონათქვამი: „მრავალეროვნული პერსონალის ეფექტური მართვა კარგ ბიზნესს ნიშნავს“ [1. გვ. 80]. რადგან ეს გამონათქვამი თანამედროვე მენეჯმენტის სახელმძღვანელოში მოხვდა, ეს იმას ნიშნავს, რომ ეს საკითხი თანამედროვე მენეჯმენტის პრობლემაა. ეს არის ახალი გამოწვევა, რომელიც გლობალიზაციამ წარმოშვა. გაიხსნა რა ქვეყნების საზღვრები, ამას თან მოჰყვა შრომითი რესურსების ნაკადების მოძრაობა - აზიიდან ევროპაში, ევროპიდან - ამერიკაში, აფრიკიდან - აზიაში და ა. შ.

ამ პროცესში ჩართულია საქართველოც. საქართველოდან არა მხოლოდ გადიან საზღვარგარეთ სამუშაოდ, არამედ, საქართველოშიც ჩამოდიან იმავე მიზნით. ასე რომ, საქართველოს კომპანიები დღეს ამ გამოწვევის წინაშე დგანან და თუ მათ მენეჯერებს უნდათ რომ ჰქონდეთ კარგი ბიზნესი, უნდა ისწავლონ მრავალეროვნული კოლექტივების მართვა.

ძირითადი ტექსტი.

საქართველოში შემოსულ უცხო ეროვნების მოქალაქეთა იმიგრაციულ ტალღებს ქვეყანა საკანონმდებლო დონეზე მომზადებული შეხვდა. საქართველოში შექმნილია კანონი „შრომითი მიგრაციის შესახებ“, „საქართველოში მცხოვრებ უცხოელთა რეგისტრაციის წესის შესახებ“, „ლტოლვილთა და ჰუმანიტარული სტატუსის შესახებ“ და ა. შ. ამ პროცესში ჩართულია არა მხოლოდ საქართველოს პარლამენტი, არამედ, საგარეო საქმეთა სამინისტრო, იუსტიციის სამინისტრო, უსაფრთხოების სამსახური და სხვები.

რაც შეეხება კერძო სექტორს, ანუ ბიზნესს, და მის ცალკეულ კომპანიებს, ამ მიმართულებით მათთან არც მზადყოფნა ჩანს და არც მისი მოსამზადებელი სამუშაოებია დაწყებული. ეს კი იმ საფრთხის წარმოშობის საფუძველი შეიძლება გახდეს, რომელსაც კონფლიქტი ჰქვია და რომელსაც ორი, ან მეტი ურთიერთშეთავსებელი არსებების ძალადობრივი შეერთება იწვევს.

ადამიანები ერთმანეთისგან განსხვავდებიან ტრადიციებით, ფასეულობებით, რწმენით, ენით და ღირებულებებით. ეს განსხვავებებები განსაკუთრებით მკვეთრად არის გამხატული სხვადასხვა ეროვნების ხალხებში. თუ გლობალიზაციამდე ეს ხალხები თავიანთ ქვეყნებში ცხოვრობდნენ და შრომობდნენ, გლობალიზაციის შემდეგ, მათ ზოგს იძულებით (ლტოლვილები), ზოგს კი, საკუთარი ნებით (სამუშაოს მაძიებლები) მოუწიათ სხვა ქვეყნებში წასვლა და იქ მათთვის უცხო ღირებულებების და ფასეულობების მქონე ხალხთან ერთ კომპანიაში (ერთ გუნდში) დასაქმება.

2014 წლის მონაცემებით მსოფლიოში 105 მლნ ადამიანი საკუთარი ქვეყნის გარეთ მუშაობს [2. გვ. 2].

გუნდურ მუშაობას, მაშინც კი, როცა იგი ერთი ეროვნების ხალხისგან არის დაკომპლექტებული ახასიათებს მღელვარების ეტაპი [3. გვ. 115]. ცხადია, იგი უფრო მძაფრია მრავალეროვნულ გუნდებში. ასეთ გუნდებში მღელვარება დაპირისპირებაში, გაფიცვებში და დემონსტრაციებში გადადის, შედეგად, ცდება სამუშაო დღეები. ცნობილია, რომ ამ მიზეზით წელიწადში ყოველ 1000 დასაქმებულზე ანგარიშით იტალიაში ცდება 140 სამუშაო დღე, ისლანდიაში - 554 დღე, ესპანეთში - 250 დღე და დანიაში - 175 დღე [4]. იგივე მიზეზით აშშ-ის ფირმები 64 მლნ დოლარით ზარალდებიან ყოველწლიურად [5. გვ. 72].

ეს არ მოხდებოდა იმ შემთხვევაში, რომ ამ ქვეყნების კომპანიების მენეჯერები წინასწარ მომზადებულიყვნენ მრავალეროვნული კოლექტივების სამართავად. მაშასადამე, მრავალეროვნულ კოლექტივში დამაბული ფსიქოლოგიური კლიმატია, ურთიერთშორისი კომუნიკაცია ნაკლებია, გადაწყვეტილებების შეთანხმება რთულია და კონფლიქტებიც მეტია. ყოველივე ამის მიუხედავად, მრავალეროვნული კოლექტივები კომპანიების დამატებითი წარმატების წყაროებიცაა, კერძოდ, კომპანიაში მათ მოაქვთ ახალი (უცხო) კრეატიული იდეები, მათი მეშვეობით კომპანია ამყარებს ფართო ბიზნესურთიერთობებს მათ მშობელ ქვეყანასთან, ასევე, მათი მეშვეობით კომპანიას ემატება მყიდველების (კლიენტების) რიცხვი, ასევე, მათი წარმოშობის ქვეყნიდან და ა. შ. [6. გვ. 623].

არიან ქვეყნები, რომლებიც წარმატების ამ დამატებით წყაროს უკვე დღესვე კარგად იყენებენ. მათ გლობალური მრავალეროვნულობისადმი მზადყოფნის მაღალი ინდექსები აქვთ. ასეთ ქვეყნებს მიეკუთვნება: ნორვეგია - 72,2, ფინეთი - 63,4, კანადა - 70,1, შვედეთი - 73,0, ახალი ზელანდია - 71,5 [7. გვ. 103]. მაგრამ მათი რიცხვი მცირეა. რამოდენიმეჯერ მეტია იმ ქვეყნების რიცხვი, რომელთა შორის არის საქართველოც, რომლებიც მოუმზადებლები ხვდებიან გლობალიზაციის მიერ მოტანილ ამ ახალ გამოწვევას - მრავალეროვნული კოლექტივების მართვას.

ადამიანები ამა თუ იმ კულტურას მიეკუთვნებიან. არსებობს ინგლისური კულტურა, გერმანული კულტურა, ლათინო-ამერიკული, აზიური და ლათინო-ევროპული კულტურები. მსოფლიოს ხალხები ამ კულტურებშია დაჯგუფებული. მეცნიერ ტრომპანერესს შესწავლილი და გამოქვეყნებული აქვს ამ კულტურათა მოცემულობები - ინდივიდუალიზმი/კოლექტიურობა; ნეიტრალური კულტურა/ემოციური კულტურა; მიღწევადი კულტურა/მიკუთვნებადი კულტურა [8. გვ. 54].

საქართველოს კომპანიების მენეჯერებმა უნდა შეისწავლონ ეს კულტურები და თითოეულ ამ კულტურას მიკუთვნებული ხალხები. ამით ისინი ადვილად შეძლებენ მათთან დასაქმებული უცხოელების ფასეულობების გაგებას და ამ გზით ურთიერთობის გაადვილებას.

დასკვნა.

ჩვენი აზრით, რადგან დღეს საქართველოში შრომითი დასაქმების მიზნით უპირატესად აზიური კულტურის ადამიანები შემოდებიან (კორეელები, ჩინელები, ინდოელები), საქართველოს კომპანიების მენეჯერებმა პირველ რიგში, აზიური კულტურა უნდა შეისწავლონ საფუძვლიანად. ამ კულტურას ახასიათებს კოლექტიურობა. მათთვის სამსახურიც ოჯახია და უფრო საპატივცემულოც კი, ვიდრე პირადი ოჯახი. ისინი კარგად მუშაობენ გუნდში. მათი ეს თვისებები უნდა გაითვალისწინონ იმ ქართველმა მენეჯერებმა, რომელთა კომპანიებშიც ისინი მუშაობენ. ცნობილია, რომ საქართველოში ჩინელებს 2014-2021 წლებში 820 საწარმო გაუხსნიათ, 8180 ჩინელს კი, შრომითი ნებართვა მიუღია საქართველოს მთავრობისგან

[9. გვ. 21]. ეს იმას ნიშნავს, რომ მათი იმიგრაცია საქართველოში მომავალში კიდევ უფრო გაიზრდება, ამიტომ ქართველი მენეჯერები უნდა მოემზადონ ამ გამოწვევებისთვის.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. ჯონსი გ., ჯორჯი ჯ. თანამედროვე მენეჯმენტის საფუძვლები. თბ., 2007. გვ. 80.
2. შრომითი მიგრაციის სამართლებრივი რეგულირების ასპექტები. ფრიდრიხ ებერტის ფონდი. თბ., 2014. გვ. 2.
3. როხვაძე მ. გუნდური თუ ჯგუფური მართვა? ჟურნალი „ეკონომიკა“. #9-10. 2016. გვ. 115.
4. Kranheld K. (2009) Chima is price for Market Entry: Give us Your Techbology. too. the Wall Street Journal Febrauaru 26.
5. Gilgoff D. Investing in Diversity U. S. & World Report. November. 2009. p. 52.
6. შენგელია თ. საერთაშორისო მენეჯმენტი. თბ., 2012. გვ. 623.
7. ნიჟარაძე დ. ადამიანური რესურსების მართვის მულტიკულტურული კონტექსტი. ჟურნალი „ეკონომიკა“. #12. 2018. გვ. 103.
8. Сравнительный менеджмент, под. ред. С. Э. Пивоварова. М., 2006. გვ. 54.
9. იმიგრანტთა ინტეგრაციის პოლიტიკა და პრაქტიკა საქართველოში, მიღწევები და გამოწვევები. თბ., გვ. 21.

რეზიუმე

სტატიაში - „**მრავალეროვნული პერსონალის მართვა, როგორც გლობალიზაციის გამოწვევა**“ - დასმულია საკითხი იმის შესახებ, რომ დღეს თუ არა ხვალ საქართველოს კომპანიების კოლექტივები გახდებიან მრავალეროვნულები და მათი მართვა ვეღარ მოხერხდება იმ მეთოდებით, რომლებითაც ისინი დღეს იმართება.

ავტორი მოუწოდებს საქართველოს კომპანიების მენეჯერებს, რომ გაიცნობიერონ ეს ვითარება და მოემზადონ ამისთვის. მას მოჰყავს მაგალითები იმ ქვეყნებისა, რომლებიც თავის დროზე ვერ მოემზადნენ საამისოდ, რის მიზეზითაც ყოველ 1000 დასაქმებულზე ანგარიშით წელიწადში 200-300 სამუშაო დღე დაკარგეს, უცხოელ დასაქმებულთა გაფიცვებით, კონფლიქტებითა და დემონსტრაციებით.

სტატიაში მოტანილია ინფორმაცია საქართველოში შრომითი დასაქმების მიზნით ჩინელებზე გაცემული ნებართვების რაოდენობის შესახებ, და, გამოთქმულია ვარაუდი, რომ ეს რაოდენობა მომავალში კიდევ უფრო გაიზრდება. სტატიის ავტორი მოუწოდებს ქართველ მენეჯერებს, რომ უპირველესად დაიწყონ აზიური კულტურის ფასეულობების და ღირებულებების შესწავლა, რაც მათ გამოადგებათ აზიიდან საქართველოში იმიგრირებულ მოსახლეობასთან შრომით ურთიერთობებში.

MANAGING MULTINATIONAL PERSONNEL AS A CHALLENGE TO GLOBALIZATION

Elisabed Baliashvili, Doctor of Economics, Invited staff of the Faculty of Economics and Business of Ivane Javakhishvili Tbilisi State University

Abstract

The article - “Managing Multinational Personnel as a Challenge of Globalization” - raises the question of whether today or tomorrow the teams of Georgian companies will become multinational and can no longer be managed by the methods they use today.

The author calls on the managers of Georgian companies to understand this situation and prepare for it. He cites examples of countries that failed to prepare in time for the loss of 200-300 working days a year for every 1,000 employees, through strikes, conflicts and demonstrations by foreign workers.

The article provides information on the number of permits issued to the Chinese for employment in Georgia, and suggests that this number will increase in the future. The author of the article calls on Georgian managers to first start studying the values and values of Asian culture, which will help them in their labor relations with the population who immigrated to Georgia from Asia.

keywords: Multinational staff, cultural differences; Data on cultures; Labor immigrants.

კონკურენციის შედეგების და წარმოების ფაქტორების ურთიერთქმედება ჯანდაცვის მენეჯმენტში

მირანდა ჯანსოთელი

საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტის ბიზნესის ადმინისტრირების სადოქტორო პროგრამის დოქტორანტი

საკვანძო სიტყვები: ჯანდაცვის მენეჯმენტი, კონკურენცია ჯანდაცვის სექტორში, ფაქტორთა ურთიერთქმედება ჯანდაცვაში, თანამედროვე ჯანდაცვის სისტემა

შესავალი

სტატიაში განხილულია ჯანდაცვის მენეჯმენტში კონკურენციის შედეგების და წარმოების ფაქტორების ურთიერთქმედების, როგორც ჯანდაცვის სისტემის კონკურენტუნარიანობის განუყოფელი ნაწილების განსაზღვრის მიდგომები. ჯანდაცვის სისტემაში კონკურენცია განიხილება როგორც სისტემის ფუნქციონირება ყველა დონეზე, ურთიერთქმედებისა და ურთიერთკავშირის პრიზმაში, მომხმარებელთათვის სერვისების მიწოდებისათვის ბრძოლის პროცესში საბაზრო წილის გაზრდისა და მოგების მისაღებად.

სტატიაში ასევე გაანალიზებულია ჯანდაცვის სისტემის კონკურენტუნარიანობის არსისა და წარმოების ფაქტორების სპეციფიკა, რის საფუძველზეც გამოკვეთილია კონკურენციის ის ძირითადი მეთოდები, რომლებიც გამოიყენება პრაქტიკაში მის შესაფასებლად. ყურადღება გამახვილებულია იმ ფაქტორებზე, რომლებიც გავლენას ახდენენ ჯანდაცვის სისტემის კონკურენტუნარიანობასა და წარმოებაზე ჯანდაცვის ერთიან მენეჯმენტში.

ძირითადი ნაწილი

ჯანდაცვის სისტემის ფუნქციონირება თანამედროვე საბაზრო ეკონომიკაში, მსოფლიო ეკონომიკისა და გლობალიზაციის კონკურენტული პირობებში, არსებული კოვიდ 19 გამოწვეული პანდემიის და მეზობელ ქვეყნებში მიმდინარე ომის ფონზე, მუდმივ დინამიურ ცვლილებებსა და ინტეგრაციას მოითხოვს. აქედან გამომდინარე, ჯანდაცვის სისტემის თითოეული სუბიექტის საქმიანობაში, ყველა დონეზე, მნიშვნელოვანი ადგილი ეკუთვნის პროდუქციის, სამუშაოებისა და მომსახურების სერვისების კონკურენტუნარიანობის განსაზღვრასა და შეფასებას. სისტემის კონკურენტუნარიანობის ამ ფენომენის სირთულემ და მრავალფეროვნებამ წარმოქმნა მისი მრავალგვარი ინტერპრეტაციისა და ანალიზის სხვადასხვა კონცეფცია და მეთოდი. ამასთან, მიუხედავად ეკონომიკური მეცნიერების ზოგადი პროგრესისა და სამეცნიერო საზოგადოების მიერ საბაზრო ეკონომიკური სისტემის ფუნქციონირების მექანიზმის გაცნობიერებისა, ჯერ კიდევ არ არსებობს კონკურენციის ზოგადად მიღებული თეორია. თანამედროვე ჯანდაცვის მენეჯმენტში კონკურენციის ტერმინოლოგიური საკითხები, კონკურენტუნარიანობისა და წარმოების ფაქტორების ინტერპრეტაციისა და შეფასების მიდგომები ბოლომდე შესწავლილი არაა. ზოგადად მიღებული, ცალსახა ტერმინისა და განმარტების არარსებობა იწვევს გაუგებრობას და შეცდომებს შესწავლილი ფენომენების მეცნიერულ გაგებაში [1]. სწორედ ამიტომ, იურიდიულ ლიტერატურასა თუ პრაქტიკაში ამჯობინებენ, რომ ყურადღება არა

კონკურენციის ცნების ჩამოყალიბებაზე, არამედ მის მნიშვნელოვან ელემენტებსა თუ ფუნქციებზე გამახვილდეს. ამ გზით, უფრო მარტივად აღსაქმელი და ნათელი ხდება ეკონომიკური კონკურენციის არსი და მისი მნიშვნელობა თანამედროვე საბაზრო წესრიგის პირობებში [2].

მსგავსი მიდგომაა განვითარებული ასევე „მონოპოლიური საქმიანობისა და კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონში სადაც კონკურენცია განმარტებულია როგორც „შესაბამის ბაზარზე მოქმედ ან პოტენციურ ეკონომიკურ აგენტებს შორის მეტოქეობა ამ ბაზარზე უპირატესობის მოსაპოვებლად.“ ქართული კანონმდებლობისგან განსხვავებით, დასავლური მართლწესრიგები პრაქტიკულად არ ცნობენ კონკურენციის ცნების ლეგალურ დეფინიციას. გერმანულ კანონმდებლობაში კონკურენციის ცნების არარსებობას ასაბუთებენ იმით, რომ ამ ცნების საკანონმდებლო დეფინიციის ჩამოყალიბებისას ბაზრის სტრუქტურაზე, ქმედებათა სახეებსა თუ შედეგებზე ფოკუსირებით შესაძლოა, შეიზღუდოს კონკურენციის, როგორც ღია და მრავალმხრივი კატეგორიის ცნების ფარგლები.

საზოგადოებისა და ეკონომიკური აზროვნების უახლესი სკოლების განვითარებასთან ერთად გაღრმავდა საბაზრო ურთიერთობების და თავად კონკურენციის კონცეფციის არსის უფრო ღრმა გაგება.

სამედიცინო ბაზარზე დიფერენცირებული მწარმოებლების ფუნქციონირება კონკურენტული საბაზრო ეკონომიკის მთავარი მახასიათებელია. თითოეული მწარმოებელი თავისი მომსახურების მომხმარებლის მოზიდვისა და შენარჩუნებისათვის ბრძოლაში იძულებულია შეამციროს ფასები და გააუმჯობესოს მომსახურების ხარისხი. რესურსებისა და პროდუქტის კონკურენციიდან მომხმარებელთა კონკურენციაზე გადასვლა და ამ სფეროში ურთიერთობების გამკაცრება გახდა სახელმწიფო ეკონომიკის განვითარების მძლავრი ფაქტორი. „რეგიონში ეკონომიკური პროცესები მიმდინარეობს უწყვეტად, ერთიანი ნაკადით, ამიტომ პროცესები იკვრება: კონკურენციის შედეგები მოქმედებს წარმოების ფაქტორებზე, შემდეგ კი შედის მათ შემადგენლობაში, ხოლო საწარმოო ფაქტორები, თავის მხრივ, გაშუალებულად მოქმედებს კონკურენციის შედეგებზე _ ხარისხობრივი მახასიათებლების გაუმჯობესების და ახალ აუცილებელ რესურსებზე მოთხოვნების დონის ზრდით. მიმდინარეობს უწყვეტი განახლების პროცესი, რომლის დროსაც რეგიონული კონკურენტუნარიანობის ხარისხი იზრდება“ [3]. თუ აღნიშნულ ფორმულირებას გავიაზრებთ ჯანდაცვის სისტემაში არსებულ კონკურენტულ ურთიერთობებთან მიმართებაში, კიდევ უფრო თვალსაჩინო გახდება ადამიანის ფაქტორის გავლენა ჯანდაცვის სისტემის ეფექტურობაზე და ჯანდაცვის სისტემის სტრუქტურის გავლენა მომსახურების ეფექტურობაზე. შედეგად, ჯანდაცვის მენეჯმენტის უპირველესი ამოცანა გახდა არამხოლოდ პაციენტის მოლოდინის გამართლება, არამედ მათ მოტივაციაზე ზრუნვა და ჩვეულებრივი პაციენტისგან პარტნიორების და მარკეტერების შექმნა.

გარემოს დაცვითი საკითხების უპრეცედენტო ესკალაცია, მდგრადი განვითარების მიზნების მიღწევის სიჩქარის შემცირება და მათი განხორციელების საფრთხის გაჩენა ჯანდაცვის სიტემას ურთულესი ამოცანების გადაჭრის წინაშე აყენებს. კერძოდ, სამმაგი- ეკოლოგიურ, სოციალურ, ეკონომიკური კრიზისიდან ღირსეული გამოსავალი, ღირებულებების ჯაჭვში ჩართულ ყველა დაინტერესებულ მხარეს, ყველა დონეზე, უბიძგებს მოქნილი და ეფექტური კონკურენტუნარიანობის ინსტრუმენტების, მომხმარებელთა კმაყოფილების გაზრდის, ეკონომიკური ზრდისა და მდგრადი განვითარებისთვის საჭირო ინდიკატორთა ძიება- გამოყენებისაკენ. ეკონომიკური ზრდა უნდა ეფუძნებოდეს კარგად გააზრებულ კონკურენტულ

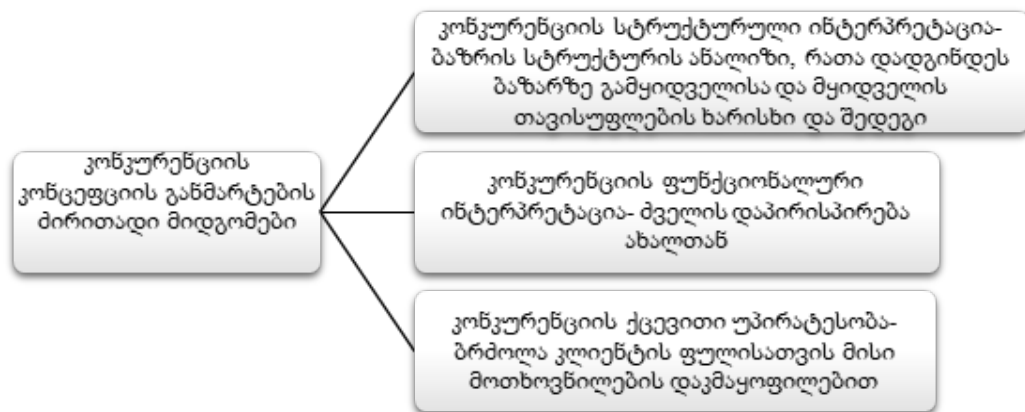
უპირატესობებს, ხოლო ხელშემწყობი ქმედებები უნდა უზრუნველყოფდეს არსებული კონკურენტული უპირატესობების სამართლიან და ეფექტურ რეალიზაციას. კონკურენციის გაძლიერებაზე, ასევე, გავლენას ახდენს ისეთი ფაქტორები, როგორცაა მოსახლეობის მზარდი ყურადღება მათი ჯანმრთელობის მიმართ, ინტერნეტ-ტექნოლოგიები და ინფორმაციის სწრაფი გავრცელება, სიცოცხლის ხანგრძლივობის ზრდა, გარემო სიტუაციების ცვალებადობა და ა.შ., რაც აყალიბებს მოთხოვნას სამედიცინო ბაზარზე. რის განსახორციელებლადაც აუცილებელია ჯანდაცვის სისტემის ორგანიზაციული სისტემის საფუძვლიანი ადაპტირება არსებულ მოთხოვნებთან, ძირითადი საშუალებების, ტექნოლოგიების დროული განახლება, პერსონალის (არა მხოლოდ ექიმებისა და ექთნების) უნარების გაუმჯობესება და ღირებული მარკეტინგული გეგმების შემუშავება. ეს, თავის მხრივ, ასტიმულირებს მეცნიერებისა და ტექნოლოგიების განვითარებას, ხელს უწყობს საერთაშორისო თანამშრომლობას, ზრდის ჯანდაცვის სისტემის ეფექტურობას და დადებითად მოქმედებს მთლიანად სახელმწიფოს განვითარებაზე. აღნიშნულის საფუძველზე შეიძლება დავასკვნათ, რომ კონკურენცია არის მამოძრავებელი ძალა. ჯერ ერთი, ის ქმნის პირობებს საზოგადოებრივი ცხოვრების ყველა სფეროს, უპირატესად კი, ჯანდაცვის სფეროს განვითარებისათვის და მეორე, არანაკლებ მნიშვნელოვანი, იცავს თითოეულ, ინდივიდუალურ მომხმარებელს და აძლევს კონკრეტულად მასზე მორგებული სერვისების ფართო არჩევანს ხელმისაწვდომ, კონკურენტულ ფასებში. ანუ, კონკურენცია არის მექანიზმი, რომელიც ადგენს ფასს იმ დონეზე, რაზედაც მიიღწევა ბაზრის წონასწორობა და უზრუნველყოფილია რესურსებისა და შემოსავლის ოპტიმალური განაწილება. შედეგად კი, არაიშვიათად თვალსაჩინოა მდგომარეობა, როცა სამედიცინო ბაზარზე არსებულ, კონკრეტულ სერვისებზე სხვადასხვა პროვაიდერს პრაქტიკულად ერთი და იგივე ფასი აქვთ. რთულია დადგინდეს აღნიშნული ფასი სრული კონკურენციის შედეგია თუ შეთანხმებული ქმედებისა. აღნიშნული გარემოება ეკონომიკური აგენტებისთვის ამცირებს იმის სტიმულსა და მოტივაციას, რომ მუდმივად ინოვაციასა და განვითარებაზე იყვნენ ორიენტირებულნი. ასეთ პირობებში ეკონომიკური აგენტები მოკლებულნი არიან შესაძლებლობას, კონკრეტულ შემთხვევაში მიიღონ დიდი ოდენობის მოგება, რაც, საბოლოო ჯამში, მათ აიძულებს, უარი თქვან კვლევებსა და ტექნოლოგიურ განვითარებაზე. ინოვაციასა და ტექნოლოგიური განვითარებისკენ სწრაფვის მოტივაციას ასევე ამცირებს ბაზრის შესახებ სრულყოფილი ინფორმაციის ფლობა. მსგავს პირობებში კი ხდება ეკონომიკურ აგენტებს შორის მეტოქეობის ხარისხის მინიმიზაცია და ისინი „მშვიდობიანად“ თანაარსებობენ საკუთარ კონკურენტებთან. ბაზრის მსგავსი მდგომარეობა კი გერმანულ ლიტერატურაში ცნობილია ე.წ. “Schlafmützenkonkurrenz”-ის სახელით, რომელიც ქართულად შესაძლოა ითარგმნოს როგორც „მძინარე კონკურენცია“. თუმცა საგულისხმოა ერთი მნიშვნელოვანი ფაქტორი: ფასწარმომქნელი ალგორითმები, თუნდაც იმ შემთხვევაში, როცა ისინი დაპროგრამებულნი არიან ყველაზე დაბალი ფასის მქონე კონკურენტის ქცევასთან კორელაციის კუთხით, შესაძლოა უსასრულოდ არ გაყვნენ კონკურენტის ფასს. ასე რომ, ფასების ირგვლივ ბრძოლამ, ზოგჯერ უშედეგომ, დასაბამი მისცა „შემოქმედებითი ნგრევის“ პროცესს, მოძველებული მეთოდების და სერვისების ახლით ჩანაცვლებას. მომსახურების სფეროში სწორედ ეს პოზიცია წარმოადგენს საფუძველს კონკურენციის ცნების განსაზღვრისადმი მრავალმხრივი მიდგომის არსებობას[4].

ზოგადად, ჯანდაცვის მენეჯმენტში წარმოების ფაქტორების კონკურენცია განიხილება როგორც საბაზრო მექანიზმის ძირითადი ელემენტი და ბაზრის მოთამაშეებს შორის ურთიერთქმედების და ბრძოლის ფორმა მოიპოვონ ყველაზე

ხელსაყრელი პირობები კაპიტალის ინვესტირებისა და სერვისების მომგებიანი ბაზრებისათვის. კონკურენცია საბაზრო პირობებში არის ეკონომიკური პროპორციების ფორმირების მთავარი მექანიზმი. ჯანდაცვის სისტემაში არსებული ურთიერთობები მკვეთრად განსხვავდება კლასიკური ბაზრის მოდელისაგან. „არსებითად ეს ეხება ბაზრის დიზაინს სამეწარმეო ქცევის ზოგიერთი ინსტრუმენტის გამოყენებით ჯანდაცვის პოლიტიკის პრიორიტეტების დასაკმაყოფილებლად. ამიტომ ეკონომიკური ლიტერატურაში შიდა ბაზრისა და რეგულირებადი კონკურენციის მოდელები განიხილება, როგორც ბაზრის იმიტაცია ან როგორც „კვაზი- ბაზრობა“, რომელსაც გააჩნია ურთიერთობის გამორჩეული მახასიათებლები: ფასის ფაქტორის შეზღუდული როლი და კომერციული სექტორის შეზღუდული განვითარება.

ეტიმოლოგიურად ტერმინი „კონკურენცია“ ლათინურად ნიშნავს „ერთად სირბილს“, ანუ კონკურენტის არის ის, ვინც გვერდით გარბის. სირბილის დროს, როგორც წესი, იღვიძებს კონკურენციის გრძობა, ამიტომ ამ სიტყვის მოგვიანებითი თარგმანი გულისხმობდა კონკურენციას, შეჯიბრებას, მეტოქეობას, ბრძოლას საუკეთესო შედეგების მისაღწევად. ჯანდაცვის მენეჯმენტში წარმოების ფაქტორების კონკურენციის განმარტებით ეკონომიკური კონკურენციის ჭრილში, ეკონომისტები ამ კონცეფციას სხვადასხვა პოზიციიდან განიხილავენ, რაც დამოკიდებულია საზოგადოების განვითარების ხარისხზე, ეროვნული ბაზრის დონესა და ხასიათზე, სახელმწიფოს საერთაშორისო ავტორიტეტზე .

თანამედროვე სამეცნიერო საზოგადოება კონკურენციის ინტერპრეტაციის სამ ძირითად მიდგომას განიხილავს, რომელიც ნაჩვენებია ნახ. 1.



ნახაზი 1: „კონკურენციის“ ცნების განმარტების ძირითადი მიდგომები [შექმნილია ავტორის მიერ].

მიმდინარე პერიოდში, გლობალიზაციისა და არსებული COVID-19 პანდემიის პირობებში, ჯანდაცვის ყველა სისტემისათვის მათმა კონკურენტუნარიანობამ მნიშვნელოვანი როლი ითამაშა. პანდემიის დასაწყისშივე გამოიკვეთა, რომ ჯანდაცვის სისტემები სრულიად უკაცრიელ გარემოში აღმოჩნდნენ: არასაკმარისი დაფინანსება, სამედიცინო პერსონალის არა მხოლოდ მკვეთრი დეფიციტი, არამედ მათი შიში სრულიად უცნობი ვირუსის მიმართ, ინტერნეტ- ტექნოლოგიების არასაკმარისი გამოყენება და არა მხოლოდ სპეციალიზებული პროცესების დიგიტალიზაციის დაბალი დონე, არამედ ისეთი სტრუქტურების ნაკლებობა, რომლებიც უზრუნველყოფდა ციფრული პორტალების შექმნას ან შესყიდვა-ექსპლოატაციას. აღნიშნულმა გარემოებებმა მოითხოვა ფუნდამენტური ცვლილებები და სახელმწიფოს

სხვა სისტემების დახმარებით ჯანდაცვის სისტემამ შეძლო ინოვაციური ინტერნეტ-ტექნოლოგიების სათანადო დანერგვა. გადადგმულია მნიშვნელოვანი ნაბიჯები, რათა თანამედროვე ჯანდაცვის სისტემა იყოს კონკურენტუნარიანი, ციფრული, კონკრეტულ ადამიანზე სათანადოდ მორგებული.

ეტიმოლოგიურად ტერმინი „კონკურენტუნარიანობა“ განისაზღვრება როგორც ობიექტის უნარი, არჩევანის მოპოვების უფლებისათვის კონკურენცია გაუწიოს სხვა მსგავს ობიექტებს. ამავე დროს, მორგებული არჩევანი ხორციელდება ობიექტის გამორჩეული მახასიათებლების არსებობისას- მისი კონკურენტული უპირატესობის შემთხვევაში. აღსანიშნავია, რომ მითითებული ინტერპრეტაცია არ იძლევა საშუალებას სრულად განისაზღვროს „კონკურენტუნარიანობის“ ცნება, ვინაიდან იგი მხოლოდ ირიბადაა დაკავშირებული არჩევანის პრობლემასთან.

ჯანდაცვის მენეჯმენტში კონკურენციის შედეგებსა და წარმოების ფაქტორებს შორის ურთიერთქმედება უმეტესწილად დამოკიდებულია ინდუსტრიის, რეგიონისა და მთლიანად საქართველოს ეკონომიკის კონკურენტუნარიანობაზე, რაც აყალიბებს კონკურენტულ გარემოს. ეს უკანასკნელი, თავის მხრივ, განსაზღვრავს ბიზნეს სუბიექტებს შორის კონკურენციის პირობებს, ურთიერთქმედებას და ხასიათს. ამ შემთხვევაში, პროდუქტის კონკურენტუნარიანობა განისაზღვრება, როგორც მისი უპირატესობა კონკურენტის წარმოებულ მსგავს პროდუქტებთან შედარებით, პოტენციური მომხმარებლის მიერ საკუთარი, არსებული ან შესაძლო პრობლემის გადასაწყვეტად. ანუ, ეს არის პროდუქტის შესაბამისობის ხარისხი სამიზნე ჯგუფების მომხმარებელთა მოთხოვნებთან ან ყველაზე მნიშვნელოვანი ინდიკატორების მიხედვით შერჩეული ბაზარი.

პროდუქციის კონკურენტუნარიანობის შეფასება შეიძლება განხორციელდეს სხვადასხვა მეთოდით. პირდაპირი მეთოდები დაფუძნებულია მთელ რიგ კრიტერიუმებზე, მათ შორის აღსანიშნავია ინტეგრალური ხარისხის ინდექსი და იგი განისაზღვრება როგორც ხარისხის თანაფარდობა ფასთან. ხშირად, ამ კოეფიციენტის მნიშვნელობიდან გამომდინარე, პროდუქციის რანჟირება ხდება, რაც პირველ ადგილს ანიჭებს საუკეთესო თანაფარდობის მქონე ანალოგს. მომხმარებელთა ორგანიზაციები აქტიურად იყენებენ ამ მეთოდს პროდუქტის შემოწმებისას. არაპირდაპირი მეთოდები მოიცავს ნომენკლატურაზე დაფუძნებულ მეთოდებს, რომლებიც მოიცავს მხოლოდ ხარისხის მახასიათებლებს [6]. ნომენკლატურაში გასაყიდი ფასის არარსებობა საშუალებას იძლევა ირიბად განისაზღვროს პროდუქციის კონკურენტუნარიანობა. აქედან გამომდინარე, ამ მეთოდის გამოყენება გამართლებულია იმ შემთხვევებში, როდესაც შეფასებულ პროდუქციას აქვს მსგავსი საცალო ფასები. პროდუქციის კონკურენტუნარიანობის შესახებ დასკვნების გასაკეთებლად გამოიყენება როგორც რაოდენობრივი მახასიათებლები (ხარისხის დონე, კომპლექსური ხარისხის მაჩვენებელი), ასევე ხარისხობრივი მახასიათებლები (სტანდარტების მოთხოვნებთან შესაბამისობის ხარისხი).

თანამედროვე ორგანიზაციების ბიზნეს გარემოში არასტაბილურობის მზარდი დონე მოითხოვს მათი მენეჯერების გაზრდილ ყურადღებას მართვის სტრატეგიული ასპექტებისადმი, რაც შესაძლებელს ხდის უზრუნველყოს სათანადო პირობები წარმატებული ფუნქციონირებისათვის გრძელვადიან პერსპექტივაში [7]. ეს განსაკუთრებით ეხება სამედიცინო მომსახურების მიმწოდებელ ორგანიზაციებს, რადგან ისინი მუშაობენ როგორც გარე, ისე შიდა გარემოს მაღალი არასტაბილურობის პირობებში. მენეჯმენტის ახალი, თანამედროვე მიდგომების, კერძოდ, სტრატეგიული ანალიზის გამოყენების მიუხედავად, მართვის პრობლემები კვლავ აქტუალურია სამედიცინო მომსახურების მიმწოდებელ სისტემებში.

ჯანდაცვის სისტემა არის პრიორიტეტი ქვეყნის მოქალაქეების ცხოვრების მაღალი ხარისხის და, შესაბამისად, საერთაშორისო კონკურენტუნარიანობის მისაღწევად. ამავე დროს, სამედიცინო მომსახურების ბაზრის ფუნქციონირება რადიკალურ რეფორმას მოითხოვს. საგულისხმოა, რომ სახელმწიფო და მუნიციპალური ჯანდაცვის დაწესებულებებმა, სახელმწიფოს შეზღუდული დაფინანსებისა და ქვეყანაში არსებული მრავალმხრივი კრიზისული მოვლენების გაღრმავების ფონზე, შეძლეს მოსახლეობისათვის მიეწოდებიათ მაღალი ხარისხის, ადექვატური მომსახურება. თუმცა, აქაც შეინიშნებოდა მნიშვნელოვანი ხარვეზები, რამაც მოითხოვა სასწრაფო რეაგირება და ინოვაციური ტექნოლოგიების აქტიური დანერგვა ჯანდაცვის სისტემაში[8]. საერთაშორისო პრაქტიკამ გამოავლინა კერძო სამედიცინო დაწესებულებებში სამედიცინო მომსახურების ხარისხის მნიშვნელოვანი უპირატესობა სახელმწიფო დაწესებულებებთან შედარებით. სამედიცინო ბაზარზე კერძო სამედიცინო დაწესებულებების ფუნქციონირების გაძლიერება მოითხოვს ეკონომიკური საქმიანობების, კერძოდ, სტრატეგიული მენეჯმენტის მიახლოებას საერთაშორისო სტანდარტებთან.

ჯანდაცვის სისტემაში კონკურენტული გარემო ორაზროვანი და წინააღმდეგობრივია. ჯანდაცვის სფეროში კონკურენციის სისტემის ფუნქციონირებისას მრავალი წინააღმდეგობა წარმოიშობა, მათ შორის წინააღმდეგობა ჯანდაცვის სტიმულირების სისტემისა და კონკურენციის ფუნდამენტურ კანონებს შორის(სამედიცინო მომსახურების მაღალი ფასები ნარჩუნდება ჭარბი მიწოდების შემთხვევაშიც კი), ძვირადღირებულ სამედიცინო ტექნოლოგიებსა და სამედიცინო სერვისების საყოველთაო ხელმისაწვდომობას შორის, პაციენტების რეალურ ხელმისაწვდომობასა და სამედიცინო მომსახურების მაღალ ღირებულებას შორის (სამედიცინო მომსახურების ხარისხის გაუმჯობესების გარეშე). წინააღმდეგობა, რომელიც შეიცავს იმ ფაქტის არსს, რომ სამედიცინო სისტემის მუშაობის არსებული მექანიზმი ხელსუწყობს ინოვაციების დანერგვას, ზრდის ხარჯებს ან აუმჯობესებს ხარისხს სამედიცინო მომსახურების ღირებულების შესაბამისი შემცირების გარეშე.

დასკვნა

ამრიგად, კონკურენციის შედეგების დაწარმოების ფაქტორების ურთიერთქმედების განხილვა ჯანდაცვის მენეჯმენტში, განსაკუთრებით კი თანამედროვე ეტაპზე, სისტემის ქვედარგების კონკურენტუნარიანობის ფორმირების პროცესში, განსაკუთრებულად საინტერესოა. სამედიცინო მომსახურების ბაზარზე ეკონომიკური სუბიექტის დონეზე კონკურენტუნარიანობის შეფასებისა და გაზრდის საკითხები ჯერ კიდევ შესწავლის პროცესშია, ჯანდაცვის სისტემის კონკურენტუნარიანობასა და სამედიცინო მომსახურების კონკურენტუნარიანობას შორის კავშირი დეტალურ განვითარებას მოითხოვს სამედიცინო მომსახურების ბაზრის კონკურენციის თავისებურებების გათვალისწინებით. რაც გვაფიქრებინებს იმას, რომ სწრაფად განვითარებადი ეკონომიკური ბაზრის პირობებში ჯანდაცვის სისტემის სათანადო განვითარებისათვის საჭიროა არასტანდარტული მიდგომების შემუშავების აუცილებლობა. სისტემური და ინტეგრირებული მიდგომის თვალსაზრისით, სამედიცინო მომსახურების კონკურენტულ უპირატესობას, სისტემის ყველა რგოლისა და პროცესის გამართულ და ჰარმონიზებულ ფუნქციონირებას უზრუნველყოფს იურიდიული, პროფესიული, ტექნოლოგიური, საბაზრო, სამეცნიერო, ეკონომიკური, ორგანიზაციული, ფსიქოლოგიური და სხვა ასპექტები, ასევე, მათი სისტემური

კორელაცია.

კონკურენციის შედეგების და წარმოების ფაქტორების ურთიერთქმედების განხილვა, ისევე როგორც ჯანდაცვის სისტემის კონკურენტუნარიანობასა და სამედიცინო მომსახურების კონკურენტუნარიანობას შორის კავშირის კვლევა გვაფიქრებინებს შემდეგი სტრუქტურულად, ქვემოთ ჩამოთვლილი ღონისძიებების განხორციელებას:

საინფორმაციო და სამეცნიერო კვლევითი ამოცანები: სამედიცინო მომსახურების წარმოებისა და მოხმარების სფეროში კონკურენციის მოდელების მეცნიერული დასაბუთება; სამედიცინო დაწესებულებების მართვის ეკონომიკური მეთოდები; ჯანდაცვის სექტორში კომერციული ინვესტიციების კანონმორჩილი თავისუფლება; სამედიცინო მომსახურების ბაზრის საინფორმაციო ფლობა და სათანდო მართვა (უპირველეს ყოვლისა, დაცვა).

ადმინისტრაციული, მენეჯერული და ორგანიზაციული ღონისძიებები - სამედიცინო მომსახურების დემომოპოლიზაცია; სამედიცინო დაწესებულებებისა და სერვისების ადმინისტრაციული გამიჯვნისა და ვერტიკალური ინტეგრაციის აღმოფხვრა; პირველადი ჯანდაცვის სერვისების ინტეგრაცია; პირველადი ჯანდაცვის დაწესებულებებისა და სერვისების რესტრუქტურისაციისათვის ოპტიმალური და ფუნქციონალური გადაწყვეტილებების განხორციელება;

სახელმწიფო რეგულირება- კანონმდებლობის შემუშავება და ადექვატური კონტროლი აღსრულებაზე, რომელიც ქმნის პირობებს, გარანტიებს და სტიმულს მეწარმეობის, კონკურენციისა და ჯანდაცვის სისტემის რესტრუქტურისაციისათვის, ასევე ბიზნესისა და მასში მონაწილე ბიზნესსუბიექტების ეკონომიკურ უსაფრთხოებისათვის; ახალი ჯანდაცვის პროგრამებისა და პროექტების გადაადგილება ვერტიკალურად კოორდინირებული დაწესებულებებიდან პირველადი ჯანდაცვის სისტემების დონეზე; სამედიცინო მომსახურების ბაზრებზე კონკურენტული გარემოს რეგულირება; მოსახლეობის გარკვეული კატეგორიის სამედიცინო დახმარების მიღებისას მიზნობრივი სოციალური გარანტიების სისტემის ადექვატური ფორმირება სეგმენტის ადექვატური შესწავლის ფონზე.

ბიბლიოგრაფია:

1. Громач Л.Н. Конкуренция как фактор неопределенности в бизнесе. В сборнике: Развитие экономики в условиях глобализации и цифровизации. Материалы V международной научно-практической конференции. Саратов, 2021. გვ. 28-33

2. https://books.google.de/books?id=QtfNAwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=de&source=gb_atb#v=onepage&q&f=false Dreher Meinrad, Kulka Michael, Rittner Fritz, Wettbewerbs- und Kartellrecht, 8. Auflage, Rn. 5.

3. ევგენი ბარათაშვილი, ირმა ბარათაშვილი - კლასტერების მენეჯმენტი, სახელმძღვანელო, 2019 წ. გვ. 51-52

4. გივი ადამია - ეკონომიკური კონკურენციის ძირითადი ასპექტები. [https://const-court.ge/files/7/JCL-GEO-Vol-2-\(2020\)/JCL-2020-Vol.2-GEO-91-123.pdf](https://const-court.ge/files/7/JCL-GEO-Vol-2-(2020)/JCL-2020-Vol.2-GEO-91-123.pdf) გვ. 91-123. გვ 98. 28.04.22

5. Хвалевич А.Г. Повышение конкурентоспособности компании путем внедрения инновационных технологий. В сборнике: Способы, модели и алгоритмы модернизации науки в современных условиях. Сборник статей Международной научно-практической конференции. 2020 წ. გვ. 63-67.

6. Коулибали А.А., Лозовская Я.Н. Стратегическое управление как инструмент

устойчивого развития предприятия. В сборнике: Новые идеи в науках о Земле. Материалы XV Международной научно-практической конференции. В 7-ми томах. Москва, 2021. გვ 110-113

7. Снегирев В.А. Управление поставками сырья и материалов как фактор обеспечения бесперебойности производственного процесса. В сборнике: Начало в науке. материалы IV международной научно-практической конференции школьников, студентов, магистрантов и аспирантов: в 3 частях. 2017. გვ 285-287.

8. Яско Ю.С. Производственная демократия как фактор управления персоналом. В сборнике: Современные технологии управления персоналом. Сборник научных трудов IV межрегиональной научно-практической конференции. 2017. გვ. 314

9. „მონოპოლიური საქმიანობისა და კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონი <https://matsne.gov.ge/ka/document/view/31462?publication=3>

10. ნატა ყაზახაშვილი, სამედიცინო ხარისხის უზრუნველყოფა, მართვა და გაუმჯობესება. http://press.tsu.edu.ge/data/image_db_innova/Nata-Yazakhishvili.pdf 1-268 გვ. 28.04.22

INTERACTION OF COMPETITION RESULTS AND PRODUCTION FACTORS IN HEALTHCARE MANAGEMENT

Miranda Jankhoteli

GTU, PhD student in Business Administration

The article discusses approaches to determining the interaction of the results of competition as an integral part of the competitiveness of the enterprise and production factors in health management. Competition should be viewed through the prism of the economic process of interaction, interconnection and struggle of commodity producers for buyers, increasing market share in order to obtain profit. The essence of the competitiveness of the enterprise and production factors in health management are investigated, the main methods of competitiveness that are used in practice to assess it are determined. The most important factors affecting the competitiveness of the enterprise and production factors in health management are highlighted

Keywords: Healthcare Management, Competition in the Healthcare Sector, Interaction of Factors in Healthcare, Modern Healthcare System

მომავალი ადამიანური კაპიტალის კვლავწარმოების ღირებულების საპროგნოზო შეფასება

ნინო ჩუბინიძე
ბიზნეს ადმინისტრირების დოქტორი (Ph.D.)
კავკასიის უნივერსიტეტის განათლების სკოლის ასოცირებული პროფესორი
ნინი ფანცულაია
ქართულ-ამერიკული უნივერსიტეტის ბიზნეს სკოლის დოქტორანტი

საკვანძო სიტყვები: ადამიანური კაპიტალი, კვლავწარმოების თვითღირებულება, გაანგარიშების მეთოდები.

შესავალი

ქართული ადამიანური კაპიტალის ხარისხის გასაუმჯობესებლად საჭიროა მისადმი სისტემური ინვესტიციური მიდგომა, ანუ აუცილებელია მის ყველა კომპონენტში ინვესტიციების განხორციელება წინმსწრები ტემპებით. ასე განხორციელეს თავის დროზე „ინოვაციური ნახტომი“ ფინეთმა, სინგაპურმა, სამხრეთმა კორეამ და სხვა. სტრატეგიებში და პროცესებში არ უნდა გაიმიჯნოს ინვესტიციები კულტურაში, განათლებაში, ჯანდაცვასა და ინფრასტრუქტურაში, ვინაიდან ყოველივე ეს წარმოადგენს ადამიანურ კაპიტალში და მისი ცხოვრების ხარისხში ინვესტირებას.

დისკუსია

ვახასიათებთ რა ადამიანური კაპიტალის შეფასების მეთოდოლოგიების განვითარების დონეს, უნდა აღვნიშნოთ, რომ ჯერ-ერთი, არსებობს მეთოდი, რომელიც ეფუძნება ფუნქციონირებადი სამუშაო ძალის შეფასებას და მეორე, არ არსებობს მკაფიო კავშირი ასეთ გათვლებსა და ინდივიდის მიერ შრომით საქმიანობაში დახარჯულ საკუთარ შესაძლებლობებს (ცოდნა, უნარები, პროფესიული კვალიფიკაცია, პროფესიული სამუშაო გამოცდილება და სხვ.) შორის. თუ მხედველობაში არ მივიღებთ არსებულ განსხვავებებს, ადამიანური კაპიტალის აბსტრაქტული შეფასება დაბალ შედეგებს მოგვცემს, ანუ, ვერ მოხერხდება მისი სიღრმისეული შეფასება. მიზანშეწონილად მივიჩნევდით ადამიანური კაპიტალის საერთო (ინტეგრალური) ღირებულების დიფერენცირებას და პარალელურად შემდეგი ლოკალური გაანგარიშებების შესრულებას:

- ინდივიდის ადამიანური კაპიტალის ღირებულება (იმ ნაწილში, რომელიც ფორმირებულია ინდივიდის პირადი დაბანდებებით საკუთარ თავში);
- ადამიანური კაპიტალის ღირებულება სოციუმში (ადამიანური კაპიტალის საერთო ღირებულების ის ნაწილი, რომელიც მასში განხორციელა საზოგადოებამ);
- ადამიანური კაპიტალის ღირებულება ოჯახში აღზრდისას (ანუ, ადამიანური კაპიტალის საერთო ღირებულების ნაწილი, რომელიც მასზე დახარჯეს მშობლებმა).

ასეთი დიფერენცირება საჭიროდ მიგვაჩნია იმისთვის, რომ ჯერ ერთი, განისაზღვროს ადამიანური კაპიტალის კვლავწარმოების პროცესის ყველა მონაწილის რეალური წილი მომავალი ადამიანური კაპიტალის ღირებულებაში, მეორეც, რათა გახდეს შესაძლებელი უფრო რაციონალური პროპორციების შემდგომი კონსტრუირება.

ყურადღებას ვამახვილებთ ადამიანური კაპიტალის ღირებულების დაანგარიშების არსებული მეთოდების სტატისტიკურობაზე. როგორც წესი, იგი ანგარიშდება არსებული მომენტისათვის, ანდა რეტროსპექტიულად - მაგალითად, იმ ფაქტიური დანახარჯების მიხედვით, რომლებიც უკვე იქნა გაწეული მის რეპროდუქციაზე. ანუ, სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, ეს მეთოდები ან მყისიერია (მომენტალური), ანდა წარსულის მონაცემებს ეყრდნობა. ვფიქრობთ, რომ დაანგარიშების დინამიკური მეთოდი გაცილებით უპრიანია, ვინაიდან მას დაგროვებითი თვისება ექნება.

დინამიკური მეთოდის ერთერთი მაგალითია შრომის ძალის ღირებულების ინდექსი, რომელსაც პერმანენტულად აქვეყნებს აშშ შრომის სამინისტრო. იგი მოიცავს ხელფასებსა და უმუშევრების დახმარებებს. ამ მხრივ იგი ასრულებს ქვეყნის ეკონომიკაში არსებული ინფლაციური პროცესების ინდიკატორის როლსაც. ამ მაჩვენებელს ყურადღებით სწავლობს ამერიკის ფედერალური სარეზერვო სისტემა საკუთარი ფულადი პოლიტიკის წარმართვისათვის.

ანალოგიური ინდიკატორის გამოყენება შესაძლებელია, აგრეთვე, რეპროდუქციული დანახარჯების კონტროლისთვისაც. საქმე იმაშია, რომ ხვედრითი რეპროდუქციული დანახარჯების საერთო დინამიკა (მისი ძირითადი სახეებისა და კვლავწარმოების პროცესის მონაწილეთა მიხედვით დიფერენცირებული ჩაშლით) საშუალებას იძლევა, ადამიანური კაპიტალის კვლავწარმოების პირობების მონიტორინგის ორგანიზებისათვის. თუ ხდება სრული კვლავწარმოების, ანდა მისი მდგენელების ღირებულების ზრდა, ეს ხდება ოპერატიული ჩარევის საფუძველი სიტუაციის გამოსწორების მიზნით. ანუ, სტატისტიკური გაანგარიშების მეთოდები გამორიცხავს ადამიანური კაპიტალის კვლავწარმოების ეფექტიანი მართვის შესაძლებლობას. უნდა აღინიშნოს აგრეთვე ორი რამ:

- დღემდე არ არსებობს ადამიანური კაპიტალის მომავალი ღირებულების გაანგარიშების მეთოდები,
- არ არსებობს მეთოდი, რომლის მეშვეობითაც შესაძლებელია ადამიანური კაპიტალის კვლავწარმოების ღირებულების გაძვირების ზემოქმედების პროგნოზირება კვლავწარმოების პროცესის ხასიათზე.

მაგალითისათვის განვიხილოთ მეუღლეების მიერ გადაწყვეტილების მიღება შვილის გაჩენის შესახებ. ხშირ შემთხვევაში მომავალი ხარჯების საკუთარ პერსპექტივებთან და შესაძლებლობებთან შედარება ინტუიციურ დონეზე ხდება. ხოლო ინტუიციური გადაწყვეტილება კი ხშირად ვერ ხდება ოპტიმალური. ანუ, მომავალი ადამიანური კაპიტალისა დანახარჯების გაანგარიშების მეთოდოლოგიის არარსებობა არ იძლევა საშუალებას, მიღებულ და განხორციელებულ იქნას დემოგრაფიული ხასიათის გადაწყვეტილებები არა თუ სახელმწიფოს, არამედ ოჯახის დონეზეც კი.

ადამიანური კაპიტალის ღირებულების გაანგარიშებები ძირითადად ფოკუსირებულია ფუნქციონირებადი სამუშაო ძალის ეკონომიკურ შეფასებაზე, ანუ მომავალი ადამიანური კაპიტალი ამ გაანგარიშების მეთოდოლოგიაში საერთოდ არ არის ნაგულისხმევი. არადა კვლავწარმოების პროცესის უფრო ეფექტიანი მართვისათვის საჭიროდ მიგვაჩნია მომავალი ადამიანური კაპიტალის ერთეულის საპროგნოზო კალკულაცია ყველა ელემენტისა და დანახარჯთა მუხლების მიხედვით. ამ მიზნისათვის აუცილებელია ადამიანური კაპიტალის ღირებულების ღრმა და სრული სტრუქტურირება, ანუ დანახარჯების რაიმე ნიშნით დაჯგუფება. ჩვენი აზრით, ეს ნიშნები ყველაზე უფრო სრულად ზემოქმედებს ადამიანური კაპიტალის მომავალ ღირებულებაზე და შეიძლება კლასიფიცირდეს შემდეგნაირად:

1. დანახარჯების ორგანიზაციულ-მმართველობითი ჯგუფი;
2. დანახარჯების ფინანსურ-ეკონომიკური ჯგუფი;
3. დანახარჯების ინსტიტუციურ-სამართლებრივი ჯგუფი;
4. დანახარჯების სოციალურ-ფსიქოლოგიური ჯგუფი.

დასკვნა

ამდენად, საქართველოს ეკონომიკური და სოციალური განვითარება მომავალში მნიშვნელოვანწილად არის დაკავშირებული საზოგადოების დამოკიდებულებაზე ადამიანური კაპიტალის კვლავწარმოების პროცესთან. პრობლემები სოციალურ და შრომით სფეროში, რა თქმა უნდა, ვერ იქნება გადაჭრილი დამსაქმებლების, მშრომელების, მათი დაჯგუფებებისა და ასოციაციების, მთელი საზოგადოების გარეშე. აქვე აღვნიშნავთ, რომ ამ საკითხში სახელმწიფოს განყენებული და ინერტული პოზიცია, ადამიანური კაპიტალის კვლავწარმოებას პრობლემებისგან გამიჯვნა მეტად სახიფათოა. მოვლენების ოპტიმისტური სცენარით განვითარება ითვალისწინებს ადამიანური კვლავწარმოების სფეროში მიმდინარე პროცესების მართვას მთელი საზოგადოების მიერ.

ადამიანური კაპიტალის თეორია განვითარების საწყის სტადიაში იმყოფება. ამიტომაც პრაქტიკაში ადამიანური კაპიტალის გაანგარიშებისა და შეფასების არსებული მეთოდების გამოყენების დროს, აუცილებელია ყველაზე უფრო მისაღების შერჩევა. საჭიროა ადამიანური კაპიტალის კვლავწარმოება არა მისი ცალკეული მდგენელების, მიხედვით, არამედ კომპლექსურად. ეს კი სახელმწიფოს ეკონომიკური პოლიტიკის პრეროგატივაა, რომელიც აქტიურად ზემოქმედებს ადამიანური კაპიტალის განვითარებაზე და სრულყოფაზე მისი ინოვაციური განვითარების სტადიაზე გადასვლის მიზნით.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. არჩვაძე ი., ადამიანური კაპიტალი, როგორც ეროვნული სიმდიდრის უმნიშვნელოვანესი კომპონენტი (საქართველოს მაგალითზე), „ეკონომიკა“ N5, 2006
2. ცერცვაძე ვ., ხურცია ლ., ინვესტიცია ინტელექტში - გლობალური გამოწვევა განვითარებადი ქვეყნებისათვის; ბიზნესი და მენეჯმენტი, N 2(18), 2008
3. ჯულაყიძე მ., თანამედროვე ეკონომიკაში ადამიანური ფაქტორის როლი სულ უფრო იზრდება, ბანკები და ფინანსები, ივლისი, 2010
4. მასურაშვილი ი., ცოდნის მენეჯმენტის ორგანიზაციული კულტურა ევროკავშირში; საერთაშორისო კონფერენციის „საერთაშორისო ბიზნესის სოციოკულტურული გარემო“ The Socio Cultural Environment of International Business// მასალები, ნაწ. I, თბ., 2011
5. ნადარაია ო., გორგოძე ო., უტიაშვილი დ., შარუმაშვილი ნ., ეკონომიკური ზრდა და სტრუქტურული ტრანსფორმაცია, 2012, სრული ტექსტი: საქართველოს ე.ბ. საიტი, https://www.nbg.gov.ge/uploads/journal/2013/n_2/nadaraia.pdf
6. ჟვანია ლ., ადამიანური კაპიტალი, კულტურა და ინოვაციები სომხეთის ქალაქებში, 2013, სრული ტექსტი საიტზე Intermedia.
7. ბარათაშვილი ე., გველესიანი რ., ბიზნეს-გარემოს ეროვნულ-კულტურული მოდელები, საერთაშორისო კონფერენციის „საერთაშორისო ბიზნესის

სოციოკულტურული გარემო“ The Socio Cultural Environment of International Business// მასალები, ნაწ. I, თბ., 2011

8. სიხარულიძე დ., ეროვნული კულტურის გავლენა ახალი ბიზნესის ფორმირებაზე, საერთაშორისო კონფერენციის „საერთაშორისო ბიზნესის სოციოკულტურული გარემო“ The Socio Cultural Environment of International Business// მასალები, ნაწ. I, თბ., 2011

9. შაბურიშვილი შ., სოციალური კაპიტალის ფორმირების თავისებურებები გარდამავალი ეკონომიკის ქვეყნებში, საერთაშორისო კონფერენციის „საერთაშორისო ბიზნესის სოციოკულტურული გარემო. The Socio Cultural Environment of International Business// მასალები, ნაწ. I, თბ., 2011

რეზიუმე

სტატიაში განხილულია მომავალში ფორმირებული ადამიანური კაპიტალის კვლავწარმოების საპროგნოზო ღირებულების საკითხი და მისი განსაზღვრის პრობლემა. ავტორები დეტალურად განიხილავენ ადამიანური კაპიტალის შეფასების მეთოდოლოგიების განვითარების დონეს და აღნიშნავენ მეთოდს, რომელიც ეფუძნება ფუნქციონირებად სამუშაო ძალის შეფასებას. ავტორების აზრით, ამ მეთოდში არ არსებობს მკაფიო კავშირი კვლავწარმოების ღირებულების გათვლებსა და ინდივიდის მიერ შრომით საქმიანობაში დახარჯულ საკუთარ შესაძლებლობებს შორის. ავტორები აყალიბებენ აზრს იმის შესახებ, რომ არსებული განსხვავებების უგულვებელყოფის შემხვევაში ადამიანური კაპიტალის აბსტრაქტული შეფასება დაბალი შედეგების მომტანია. ამდენად, მიზანშეწონილად მიაჩნიათ ადამიანური კაპიტალის ინტეგრალური ღირებულების დიფერენცირება და თანმდევი ლოკალური გაანგარიშებების შესრულება.

THE VALUE OF REPRODUCING FUTURE HUMAN CAPITAL PREDICTIVE ASSESSMENT

Nino Chubinidze

Doctor of Business Administration (Ph.D.)

Associate Professor of Education School of Caucasus University

Nino Pantsulaia

The Doctoral Student of Business School
of Georgian-American University

RESUME

Abstract. The article discusses the projected value of future reproduction of human capital and the problem of its definition. The authors discuss the level of development of human capital valuation methodologies and point out a method based on the assessment of a functioning workforce. According to the authors, in this method, there is no clear link between the cost of reproduction calculations and the individuals own capabilities spent on labor. The authors argue that the abstract assessment of human capital has low results if we ignore the existing differences. Thus, it is advisable to differentiate the integral value of human capital and perform the accompanying local calculations.

Keywords: Human capital, cost of reproduction, calculation methods.

საქართველოს ინტელექტის კავშირი სასტუმრო ინდუსტრიასთან

ნინო აქიმიშვილი
საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტის
ბიზნესტექნოლოგიების ფაკულტეტის
დოქტორანტი

საკვანძო სიტყვები: სასტუმრო, ინდუსტრია, COVID-19, ვირუსი, პანდემია, ხელოვნური, ინტელექტი, მენეჯმენტი, პრაქტიკა, რობოტები, ჯანდაცვა, ჰიგიენა, სისუფთავე, ჯანმრთელობა, უკონტაქტო, სტრატეგია, მართვა, მეცნიერ-მკვლევარები, ტექნოლოგიური, გლობალური.

ძირითადი საკითხი

მსოფლიოში COVID-19 ვირუსის პანდემიად ჩამოყალიბებამ მნიშვნელოვნად შეზღუდა გლობალური ტურიზმისა და სტუმართმასპინძლობის ინდუსტრიის ფუნქციონირება. შედეგად, მრავალი სასტუმრო, რესტორანი, კაფე-ბარები და სხვა სახის კვების ობიექტები დაიხურა ან შემცირდა მათი შემოსავლიანობის ეფექტიანობა, ასევე, გაუქმდა ან შეიზღუდა სამუშაო ადგილები. მსოფლიო მოგზაურობისა და ტურიზმის საბჭოს პრეზიდენტისა და აღმასრულებელი დირექტორის გლორია გევარას [1] ღია წერილის თანახმად, 2020 წელს COVID-19 პანდემიის გამო, გლობალური მასშტაბით ტურიზმისა და სტუმართმასპინძლობის ინდუსტრიას 50 მილიონი სამუშაო ადგილის დაკარგვის საშიშროების წინაშე იდგა. მთლიანობაში კი, ტურიზმისა და სტუმართმასპინძლობის ინდუსტრია გლობალური კოლაფსის წინაშე დადგა და რეალური საფრთხე დაემუქრა. მკვლევარ ჰოიზინგტონის [2] აზრით 2020 წლის ბოლოს მნიშვნელოვნად შემცირდა სასტუმრო ინდუსტრიის წარმადობის მაჩვენებლები და 2021 წლისათვის გაარგძელებს ვარდნის ტენდენციას. მაგალითისათვის, 2020 წლის დასაწყისიდან „მერიოტის“ სასტუმროებში ხელმისაწვდომ ნომრებიდან (RevPAR) შემოსავალი თითქმის 90% -ით ხოლო, ჩინეთსა, აზიისა და წყნარი ოკეანის რეგიონის სხვა ნაწილებში გასული წლის ანალოგიურ პერიოდთან შედარებით წარმადობა 25% -ით შემცირდა.

არსებული პანდემიიდან გამომდინარე, პროგნოზირებულია, რომ აშშ – სა და ევროპაში ხელმისაწვდომ ნომრებიდან (RevPAR) შემოსავალი კვლავ შემცირდება, რადგან დასვენებისა და საქმიანი მოგზაურობის შეფერხება ან გაუქმება მოხდება COVID-19 ვირუსთან დაკავშირებული შიშების გამო [3].

საერთოდ, მსოფლიოში მიმდინარე სხვადასხვა სახის უარყოფით გლობალურ მოვლენებს (პანდემია, კატასტროფები და სხვ.) მძიმე შედეგები მოყვება და უბიძგებენ კომპანიებს მიიღონ ზომები, კრიზისებით გამომდინარე სხვადასხვა გამოწვევების გადასაჭრელად.

ვირუსული პანდემიიდან გამომდინარე, არსებულ საერთო პრობლემას ემატება ისიც, რომ სასტუმრო ინდუსტრია დაუცველია ისეთი მოულოდნელი საფრთხეებისაგან, როგორცაა სტიქიური უბედურებები და ტერაქტები, რასაც მძიმე ინდუსტრიული შედეგები მოაქვს. მაგალითისთვის, თავდასხმებიდან გამომდინარე, ჰონგ კონგის სასტუმროებმა გაამკაცრეს უსაფრთხოების ზომები დახურული

წრიული სატელევიზიო სისტემების განახლებით და სასატუმროს თანამშრომლების უსაფრთხოების თრეინინგის გაძლიერების გზით [4].

ამჟამად, მსოფლიო სასატუმრო ინდუსტრიაში აუცილებელი სამუშაოები მიმდინარეობს მომხმარებელთა მოთხოვნის ცვლილებების მოგვარებაზე COVID-19 პანდემიის შემდგომი პერიოდისათვის და ამ მიზნით მოგზაურთა დამოკიდებულების გათვალისწინება. ეს კი ითხოვს ახალი მიდგომების დანერგვას და შესაბამისად, რაც აღმოფხვრის პოტენციურ, გაუთვალისწინებულ პრობლემებს.

მეტად აქტუალურ თემას ეხება მომავალში, სასატუმრო ინდუსტრიაში ისეთი ახალი ტექნოლოგიების დანერგვა, რომელიც მაქსიმალურად უზრუნველყოფს შემდგომი პერიოდისთვის ეპიდემიებთან გამკლავებას. ეს საკითხი ეხება სასატუმროებში ხელოვნური ინტელექტის (AI) შემოტანას, რაც დაკავშირებულია პირველად, სასატუმროს მენეჯმენტის პრაქტიკაში რობოტების გამოყენების თემატიკასთან [5]. უშუალოდ კი, რობოტების გამოყენების მეთოდის დანერგვას ინდივიდუალურ და ორგანიზაციულ დონეზე ნიშნავს, ხელოვნური ინტელექტით (AI) აღჭურვილი რობოტების გამოყენებას, როგორც სოციალური დისტანცირების როლის გათვალისწინებით, ისე „ფრონტ ოფისის“ სამსახურის თანამშრომლების დაცვისათვის, როგორც, ერთ-ერთი ეფექტური პრევენციული სტრატეგია COVID-19-ის წინააღმდეგ.

XXI – საუკუნის დასაწყისიდან, მეცნიერებმა ინტენსიურად დაიწყეს მუშაობა სასატუმრო ინდუსტრიაში ხელოვნური ინტელექტის დანერგვაზე და უახლოეს მომავალში, ეს ტექნოლოგიაც მასიურად გამოყენებული იქნება გაუთვალისწინებელი, პოტენციური, სხვადასხვა გლობალური პრობლემური გამოწვევების გადასაჭრელად.

სავარაუდოდ უახლოეს მომავალში, რობოტები უზრუნველყოფენ სრულიად უკონტაქტო სერვისს, სასატუმროში სისუფთავის კონტროლს, დეზინფექციის პროცედურების ეფექტურად ჩატარებას, ადამიანების სახის სკანირებას, სტუმრების კონტროლს, მომსახურების სფეროში ყველა მაღალტექნოლოგიური საშუალებების გამოყენებას და სხვ..

სასატუმროებში რობოტების გამოყენება წარმოადგენს მომსახურების ახალ კონცეფციასთან დაკავშირებულ განვითარებადი კვლევის სფეროს. რობოტების გამოყენების მომსახურების ინოვაციამ შესაძლოა მნიშვნელოვნად გააუმჯობესოს სასატუმროების მდგრადი კონკურენტუნარიანობა. ამასთან დაკავშირებით, მკვლევარებმა დაადგინეს ფაქტორთა ჯგუფი, რამაც შესაძლოა მნიშვნელოვანი გავლენა მოახდინოს სასატუმროს ინდუსტრიაში რობოტების განვითარებაზე. ესენია: შესაბამისი სამთავრობო სტრუქტურების მხარდაჭერა; ბაზრის ანალიზი და შესაბამისი განვითარება; სასატუმროების ფინანსური შესაძლებლობები ხელოვნური ინტელექტის ტექნოლოგიების დასანერგად; რობოტების სასატუმრო ინდუსტრიაში მასიურად დანერგვა.

როგორც ვირუსული ეპიდემიის, ისე სხვა გამოწვევების სპეციფიკურ კონტექსტში ერთ – ერთი კვლევითი მიმართულება უნდა იყოს, თუ როგორ შეუძლიათ სასატუმროებს რეალურ დროში მონაცემების შექმნა-დაგროვება პროგნოზირებისა და განგაშის სისტემის შესაქმნელად, დიდი მონაცემების ბაზისა და ანალიტიკური ხელოვნური ინტელექტის (AI) – ს საფუძველზე მეცნიერ-მკვლევარებთან ერთად. მიუხედავად იმისა, რომ ხელოვნური ინტელექტით (AI) აღჭურვილ რობოტების გამოყენებასთან კავშირში, სასატუმრო მომსახურებაში შესაძლოა არსებობდეს როგორც

პოზიტიური, ისე ნეგატიური დამოკიდებულებები, აუცილებელია შეფასდეს გაწეული ინვესტიციების ფონზე სასტუმროების მდგრადი განვითარების ტენდენციები, რაც მთლიანობაში საფუძველს იძლევა სასტუმრო ინდუსტრიის განვითარების ახალ ეტაპზე გადასასვლელად. აღნიშნული მიდგომა განაპირობებს სასტუმროების ფორსმაჟორულ ვითარებაში წარმატებულ მართვას.

გასათვალისწინებელია ის, რომ ხელოვნური ინტელექტი (AI) სულ უფრო მეტად ჩაენაცვლება ადამიანის შრომას, ხოლო სასტუმროს თანამშრომელთა გარკვეულმა ნაწილმა შესაძლოა დაკარგოს სამუშაო ადგილი, ბუნებრივია, ეს მოცემულობა აღიქმება უარყოფითად. თუმცა უნდა აღინიშნოს ისიც, რომ სასტუმროებში დანერგილ ავტომატიზაციის პროცესების მართვაში აუცილებელი ფაქტორია მომსახურე პერსონალის აქტიური ჩართულობა, რაც გარკვეულწილად არბილებს უარყოფით დამოკიდებულებას ხელოვნური ინტელექტის (AI) გამოყენებასთან დაკავშირებით.

ამჟამად, მსოფლიოში არსებული მძიმე მდგომარეობიდან გამომდინარე, ბევრმა ადამიანმა დაიწყო ცხოვრების წესის გადახედვა და ძირითადი ფოკუსირება მოახდინა ფიზიკურ და ფსიქიკურ ჯანმრთელობაზე. ამიტომ სასტუმრო ინდუსტრიაში შეიქმნა საჭიროება სტუმრებისათვის პოსტპანდემიის პერიოდისათვის, ჯანსაღი ცხოვრების წესის დასამკვიდრებლად ახალი პროგრამების დასაწერად, დაკავშირებული - მედიტაციასთან, დეტოქსიკაციასთან, ჯანსაღ დიეტასთან, ძილის ჰიგიენასთან და სხვა ჯანმრთელობის პროგრამებთან. ასევე მნიშვნელოვანია სასტუმროებმა მოახდინონ სტუმრებისათვის ისეთი საექსკურსიო ტურების მომზადება, რომელიც დაკავშირებული იქნება ბუნებაში მოგზაურობასთან (ეკოტურიზმი), რათა მათ მაქსიმალურად ქონდეთ ბუნების ჰარმონიასთან წვდომა. ასეთი პროგრამების დანერგვა უფრო პოპულარული გახდება სასტუმროების მარკეტინგულ მიქსში, რაც პირდაპირ დაკავშირებული იქნება სტუმართა კეთილდღეობასთან.

ამ თვალსაზრისით მნიშვნელოვანია სასტუმროებში სამედიცინო თვალსაზრისით, ჯანმრთელობის დაცვის გარკვეული ატრიბუტების ინტეგრირება, სტუმრებისთვის უფრო მეტი დაცვითი კომფორტის ღირებულებების შესაქმნელად. გასათვალისწინებელია ისიც, თუ რამდენად მოახდენს გავლენას სამედიცინო მომსახურება სასტუმროს სტუმართა ფსიქოლოგიურ განწყობაზე და რამდენადაა შესაძლებელი ამგვარი გავლენასოციალურად დადემოგრაფიულად განსხვავდებოდეს. გარდა ამისა, სასტუმროების პოტენციური მნიშვნელობის გათვალისწინებით, საჭიროა ღრმა ანალიზი, კატასტროფის რისკების მენეჯმენტში სასტუმროებსა და ჯანდაცვის სექტორს შორის არსებულ ურთიერთობათა დამოკიდებულების დროს. მაგალითად, საზოგადოების ჯანმრთელობის კრიზისების არსებობის დროს, საკარანტინო ადგილებად სასტუმროების გამოყენების მიზანშეწონილობასთან დაკავშირებით.

დასკვნა

მსოფლიოში არსებულ COVID-19 ვირუსულ პანდემიასთან დაკავშირებით, საჭიროა ეფექტური სტრატეგიების შემუშავება, რაც ხელს შეუწყობს გარკვეულწილად მოგზაურთა უსაფრთხოების ნდობის ამაღლებას და სასტუმრო ინდუსტრიის ბიზნესის დროულად „გამოჯანმრთელებას“ მსოფლიოში არსებულ ჯანდაცვის კრიზისის შემდეგ. სასტუმროს ინდუსტრიის მდგრადობა შეიძლება განმტკიცდეს მრავალმხრივი საჭიროებების გათვალისწინებით და მნიშვნელოვანი ნაბიჯების გადადგმით. ეს ძალისხმევა დაკავშირებულია ბაზრის მოთხოვნის პროექტირებულ ტენდენციებთან,

როგორცაა - ხელოვნური ინტელექტის გამოყენება უკონტაქტო მომსახურებასთან დაკავშირებით, ჰიგიენა, ჯანმრთელობა, ბუნებაში მოგზაურობა, ველნესი და სხვ. აღნიშნული პირდაპირ კავშირშია სასტუმროების სამოქმედო კურსთან და ბაზრების დინამიურ მოთხოვნა-განვითარებასთან.

ამგვარად, ხელოვნური ინტელექტის, ჰიგიენისა და ჯანმრთელობის დაცვის საშუალებების ტექნოლოგიურად დანერგვა-გამოყენება სასტუმრო ინდუსტრიაში, მნიშვნელოვნად შეუწყობს ხელს კრიზის მენეჯმენტის გამართულ მუშაობას ინფექციური დაავადებების წინააღმდეგ და ამავდროულად, სასტუმროებს შეეძლება დადებითი წვლილი შეიტანონ სავაკუაციო ადგილებისა და მოკლევადიანი თავშესაფრების გამოყენების მიზანშეწონილობით.

გამოყენებული ლიტერატურა

1. Guevara, G. (2020), "Open letter from WTTC to governments", available at: www.wttc.org/about/media-centre/press-releases/press-releases/2020/open-letter-from-wttc-to-governments;
2. Hoisington, A. (2020), "5 Insights about how the COVID-19 pandemic will affect hotels", available at: www.hotelmanagement.net/own/roundup-5-insights-about-how-covid-19-pandemic-will-affect-hotels;
3. Courtney, E.J. (2020), "COVID-19 will cause a significant decline in global RevPAR, cash flow, for rated lodging companies", available at: www.spglobal.com/ratings/en/research/articles/200311-covid-19-will-cause-a-significant-decline-in-global-revpar-cash-flow-for-rated-lodging-companies-11382396#ID493;
4. Chan, E.S. and Lam, D. (2013), "Hotel safety and security systems: bridging the gap between managers and guests", *International Journal of Hospitality Management*, Vol. 32, pp. 202-216;
5. Zabin, J. (2019), "Artificial intelligence: working hand in hand with hotel staff", available at: <https://hoteltechnologynews.com/2019/07/artificial-intelligence-working-hand-in-hand-with-hotel-staff/>.

რეზიუმე

ნაშრომში განხილულია მსოფლიოში მიმდინარე სხვადასხვა სახის უარყოფითი გლობალური მოვლენების (ვირუსული პანდემია და სხვ.) შედეგად, მძიმე კრიზისული ვითარების არსებობასთან დაკავშირებით, სასტუმრო ინდუსტრიის კომპანიების მიერ კრიზისების თავიდან აცილების ან შერბილების მიზნით ხელოვნური ინტელექტის გამოყენების აუცილებლობა. ამ მიზნით, შემუშავებულია სასტუმროს მენეჯმენტის პრაქტიკაში რობოტების გამოყენების თემატიკა. უშუალოდ კი, ხელოვნური ინტელექტით აღჭურვილი რობოტების გავლენა ინდივიდუალურ და ორგანიზაციულ დონეზე სოციალური დისტანცირების როლის გათვალისწინებით როგორც, ერთ-ერთი ეფექტური პრევენციული სტრატეგია ვირუსული ინფექციის წინააღმდეგ.

CONNECTING ARTIFICIAL INTELLIGENCE TO THE HOSPITALITY INDUSTRY

Nino Akimishvili

Georgian Technical University
Faculty of Business-Technology
P.H. Candidate

Abstract

The article discusses the need to use artificial intelligence by hospitality companies to prevent or mitigate crises in the face of a serious crisis caused by various global events (viral pandemics, etc.). The article discusses the use of robots in the practice of hotel management at the individual and organizational levels, as well as the use of artificial intelligence as one of the most effective strategies for the prevention of viral infection, taking into account the role of social distance.

მოტივაცია, ანუ როგორ დავაკავოთ დასაქმებულები კომპანიაში

ზურაბ გეგენავა,

საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტის დოქტორანტი

საკვანძო სიტყვები: მოტივი; მოტივირება; დაჯილდოვების მოტივი; სოციალური მოტივი; პროცესული მოტივი; წარმატების მიღწევის მოტივი; იდეურობის მოტივი.

შესავალი.

ადამიანთა საქმიანობა ყოველთვის განპირობებულია რაიმე მოტივით. მოტივი არის ის, რაც უბიძგებს და წახალისებს ადამიანს ამოიჩიოს და აკეთოს შრომის ის სახეობა, რომელიც მას იზიდავს და მასში გამოავლინოს მთელი თავისი უნარი“ [1. გვ. 199]. მაშასადამე, მოტივი არის „ადამიანის საქციელის გამომწვევი სურვილი, მისი აღმშრავი მიზეზი, რომელიც დაკავშირებულია ადამიანის მოთხოვნილებების დაკმაყოფილებასთან [2. გვ. 110]. წლები დასჭირდა იმას, რომ დასაქმებულებს გაეთავისებინათ კომპანია SAS-ის უმაღლესი აღმასრულებელი დირექტორის სიტყვები: „შენი მომუშავეები შენი კომპანიის მთავარი აქტივია“, და, კომპანიის მოტივაციის პოლიტიკა აეგოთ დასაქმებულთა მოტივების, ანუ მათი ინტერესების გათვალისწინებით. ეს განსაკუთრებით ეხება მაღალპროფესიონალ კადრებს, რომლებიც თანამედროვე XXI საუკუნეშიც კი, ძნელად „მოსაპოვებელია“ და თუ გაგიმართლა და „მოიპოვე“, არ უნდა დაკარგო, უნდა გახსოვდეს, რომ ისინი „იმავე მიზეზით მიდიან, ანუ სტოვებენ სამსახურს, რა მიზეზითაც მოდიან“ [3. გვ. 474]. ეს მიზეზი არის მოტივი. ასე რომ, თუ მათ აქვთ მოტივი, დარჩებიან თქვენს კომპანიაში, თუ არადა დატოვებენ თქვენს კომპანიას.

ეს საკითხი პრობლემად დგას არა მხოლოდ საქართველოში, არამედ, საზღვარგარეთაც. მისი გამწვავება გამოიწვია მაღალპროფესიონალთა დეფიციტმა, ანუ დადგა დრო, როდესაც პროფესიონალი თვითონ ირჩევს სად იმუშაოს და არა პირიქით, როგორც ეს ადრე იყო.

ასეთ პირობებში, მეტად მწვავედ დგას კომპანიაში საკითხი იმის შესახებ, თუ როგორ დავაკავოთ კომპანიაში კარგი სპეციალისტები. წინამდებარე სტატიაში ვიმსჯელებთ სწორედ ამ საკითხზე.

ძირითადი ტექსტი.

კომპანიის წარმატებული საქმიანობის საფუძველს დასაქმებულთა მოტივირება წარმოადგენს. მოტივირება მენეჯმენტის ფსიქოლოგიური ფუნქციის ერთ-ერთი ურთულესი სახეა, რომლის მეშვეობით ხდება დასაქმებულთა შეგულიანება საკუთარი ძალისხმევის მაქსიმალურ აქტივაციისკენ, რათა მიღწეული იყოს, როგორც საკუთარი, ისე დასაქმებულის მიზანი. და რადგან ეს უტყუარი მოცემულობაა, ნებისმიერი კომპანიის სტრუქტურაში უნდა არსებობდეს პერსონალის მოტივირების ქმედითი მექანიზმი, თავისი აღმასრულებელი სამსახურით. მას შეიძლება ვუწოდოთ დასაქმებულთა მოტივირების განვითარების განყოფილება“. ამ დასახელებაში სიტყვა განვითარება გვეუბნება, რომ ამ განყოფილების საქმიანობა ვერ იქნება სტატიკური, იგი იქნება მუდმივად განახლებადი, მოქნილი, დასაქმებულებზე ინდივიდუალიზებული, საჭირო დროს სიტუაციური.

მოტივაციის ერთიანი, უნივერსალური კონცეფცია არ არსებობს. წლების მანძილზე

ამ სფეროს სპეციალისტები მოტივაციის სხვადასხვა კონცეფციებს გვთავაზობდნენ - ა. მასლოუს მოთხოვნილებების იერარქიის თეორია, დ. მაკ-კლელანდის თეორია, ფ. გერცბერგის ორფაქტორიანი თეორია და სხვები, მოცემულ სტატიაში ჩვენ მიზნად არ გვაქვს დასახული მათი განხილვა და კრიტიკული ანალიზი, აღვნიშავთ მხოლოდ იმ ფაქტს, რომ, რადგან დღემდე ამ ჩამოთვლილთაგან ვერცერთი ვერ იქცა უნივერსალურ მოტივაციის თეორიად, ეს იმას ნიშნავს, რომ არცერთი მათგანი არ იყო უნაკლო და სრულყოფილი.

კომპანიების მენეჯერები დღეს მეცნიერებისგან არა ზოგად, სქელტანიან კონცეფციებს მოითხოვენ, არამედ, კონკრეტულ პრაგმატულ შეთავაზებებს. მათ კითხვაზე - „რა არის ის მოტივები, რომლებიც უზიძგებს სპეციალისტებს კომპანიაში იმუშაონ თუ მუდმივად არა, ხანგრძლივი ვადით მაინც?“ მეცნიერების პასუხები ასეთია: ეს არის ხუთი ჯგუფის მოტივები, რომელთა შორისაა [4. გვ. 9-15]:

- დაჯილდოვების მოტივი;
- სოციალური მოტივი;
- პროცესული მოტივი;
- წარმატების მიღწევის მოტივი;
- იდეურობის მოტივი

მათივე აზრით, ყველა ეს მოტივი თითოეულ ადამიანშია, განსხვავება მხოლოდ მათი გამომჟღავნების ხარისხია. ზოგ ადამიანში ერთი მოტივი მეტად დომინირებს, ზოგში - მეორე და ა. შ.

წინამდებარე სტატიაში გავაანალიზებთ ამ მოტივებს და შევეცდებით ავხსნათ, რატომ ხდება, რომ მოტივი „სტოვებს“ ადამიანს, რის გამოც, ადამიანი სამსახურიდან მიდის და შეიძლება თუ არა მისი შეჩერება.

დაჯილდოვების მოტივი. ეს არის ჯილდოს მიღებაზე ორიენტირებული მოტივი. ასეთი ადამიანი დაჯილდოვებას ელოდება დამსაქმებლებისგან. იგი კომპანიაში დარჩება მანამ, სანამ მისი ხელფასი დარგში არსებულ საშუალო ხელფასზე მაღალია, მაგრამ როგორც კი გარედან უფრო მაღალი ხელფასის შეთავაზებას მიიღებს, უმაღლეს დატოვებს სამუშაო ადგილს და იქ გადავა. მისთვის დემოტივატორი შეიძლება გახდეს ის ფაქტიც, რომ ვინმე მისი კოლეგა, რომელიც მისნაირი მონდომებით არ მუშაობს, მის ტოლ ხელფასს იღებს და სხვა.

ასეთი სპეციალისტი, რომ სამსახურში დავაკავოთ, საჭიროა:

- დავდოთ მასთან ორ-სამ წლიანი კარიერული წინ წაწევის ხელშეკრულება. სპეციალისტი დაინახავს, რომ თანამდებობრივი წინსვლით ხელფასიც მოემატება;
- შევუქმნათ ე. წ. „გადავადებული ბონუსის“ პირობები, ე. ი. ხელფასის მატება დავუთქვათ თანდათან - სტაჟის მიხედვით;
- ხელფასის და ბონუსის გარდა, შევუქმნათ სხვა ტიპის ჯილდოების პაკეტი (მაგალითად, ყოველ წელს დაბადების დღის მილოცვა საჩუქრით, ტურისტული საგზურის ჩუქება და სხვა).

სოციალური მოტივი. მკვეთრად გამოხატული სოციალური მოტივის ადამიანები შექებისთვის მუშაობენ. ისინი ცდილობენ თავი წარმოაჩინონ კომპანიის იდეალურ მუშაკად. თუ ისინი მოცემულ კონკრეტულ კომპანიაში მათთვის საჭირო ყურადღების საკმარისი დოზით იღებენ, მაშინ, დიდხანს რჩებიან ამ კომპანიაში, მაგრამ როგორც კი ეს ყურადღება მოაკლდება, მაშინვე დატოვებენ ამ კომპანიას.

სოციალურად მოტივირებული ადამიანები შემდეგი მეთოდებით შეიძლება დავაკავოთ კომპანიაში [5. გვ. 17]:

- მუდმივად ვაგრძნობინოთ მათ, რომ ისინი მეტად საჭირო არიან კომპანიისთვის და მათ ვერავინ ვერ შეცვლის;

- დავნიშნოთ ისეთი პროექტის ხელმძღვანელებად, რომელთა სახელი ჟღერს;
- ხშირად მივცეთ სიტყვის და აზრის გამოთქმის საშუალება სხდომებზე, კონფერენციებზე;

➤ გენერალური მენეჯერის შვებულების პერიოდში, შევასრულებინოთ კომპანიის გენერალური მენეჯერის რომელიმე ფუნქცია;

- მივანიჭოთ სხვადასხვა სტატუსები - „წლის საუკეთესო მუშაკი“ და ა. შ.

პროცესუალური მოტივის ადამიანს ახალისებს თვით სამუშაო პროცესი. მას უყვარს ეს პროცესი, ჩაფლულია მასში და მის იქით არც ხელფასი აინტერესებს და არც შექება. ასეთები არიან შემოქმედებითი (კრეატიული) ადამიანები. თუ დაკისრებული სამუშაო მათი მოტივია, მაშინ ისინი არასოდეს არ დატოვებენ ამ კომპანიას. ასეთ ადამიანებს უყვართ სამუშაოს თავისუფლად, კონტროლის და ვადების გარეშე კეთება. თუ კომპანიაში ასეთი ადამიანები გვყავს, მათ უნდა მივცეთ შემოქმედებითი მუშაობის სივრცე და სამუშაოს შესრულების სრული თავისუფლება, აგრეთვე, დავავალოთ ისეთი სამუშაოს შესრულება, რომელიც მოითხოვს არაორდინალურ აზროვნებას.

წარმატების მიღწევის (წინსლის) მოტივის მქონე ადამიანები მუშაობენ იმისთვის, რომ დაუმტკიცონ თავის თავს (და სხვებსაც), რომ შეუძლიათ მიზნის მიღწევა. ისინი თვითონ ირჩევენ შესასრულებლად რთულ სამუშაოებს და მთელ ძალისხმევას ახმარენ მათ. მათთვის მთავარი არის წარმატება საქმეში. ისინი ამით ხარობენ. ასეთი ადამიანი მხოლოდ მაშინ ტოვებს სამსახურს, როდესაც მას ხელს უშლიან მუშაობაში და, კიდევ მაშინ, როდესაც ერთი საქმის წარმატებით დამთავრების შემდეგ, იგი ვეღარ ხედავს კვლავაც ასეთ მნიშვნელოვან საქმეს.

კომპანიაში მისი დაკავება შეიძლება შემდეგი გზებით:

- ყურადღებით ვადევნოთ თვალი როდის მიაღწევს ეს მუშაკი დაკავებულ საქმეში მიზანს და მაშინვე შევთავაზოთ ახალი;
- დავნიშნოთ გრძელვადიანი, მაგრამ ეტაპებად ჩასაბარებელი პროექტის ხელმძღვანელად. ყოველი ეტაპის წარმატებით დამთავრება მისთვის შემდგომი ეტაპის სამუშაოს შესრულების დიდი წამქეზებელი მოტივი იქნება;
- მოვახდინოთ როტაცია: დასახული მიზნის ყოველი მიღწევის შემდეგ, დავნიშნოთ ახალ თანამდებობაზე, ანუ დავაყენოთ ახალი გამოწვევების წინაშე;
- დავავალოთ ისეთი სამუშაოების შესრულება, რომელთა შესრულება ერთი შეხედვით შეუძლებელია.

იდეურობის მოტივი. იდეურობის მოტივი არ უნდა ავუროთ წარმატების მიღწევის მოტივში. ამ უკანასკნელში ადამიანები თავის თავს, თავის შესაძლებლობებს წარმოაჩენენ, იდეური მოტივის ადამიანები კი, კომპანიის სახეები არიან, ისინი კომპანიის მიზნებს და ფასეულობებს ემსახურებიან. ასეთი მოტივი ძირითადად ახასიათებს გუნდურ მომუშავეებს (უმთავრესად აზიელებს). მათ აქვთ ერთიანობის გრძნობა. მათ ერთობლივი შრომით წარმატების მიღწევა აინტერესებთ. თუ კომპანია შეძლებს კომპანიის მიზნები და დასაქმებულთა მოტივები (ინტერესები) ერთ მთელად აქციოს, მას არასოდეს კადრების დენადობა არ დაემუქრება. ასეთ დროს, დასაქმებულები კომპანიაში დაქირა-ვებულ-დაქვემდებარებულებად კი არ გრძნობენ თავს, არამედ, კომპანიის მეპატრონეებად. ამ შინაარსს სდებენ ისინი სიტყვებში: - მე წარმოვადგენ კომპანია „ტოიოტას“, მე წარმო-ვადგენ კომპანია „მიცუბიუს“.

ამის მიუხედავად, ასეთ კომპანიაშიც დასაქმებულებმა რომ არ დატოვონ სამსახური, იქ უნდა იყოს:

- შეკრული კოლექტივი, რომელიც მხოლოდ ერთ მთელად გაერთიანებული ერთობლივი ძალისხმევით აღწევს კომპანიის მიზნებს;
- განუხრელად უნდა სრულდებოდეს კომპანიის ფასეულობები;

➤ ინფორმაცია უნდა იყოს საჯარო (როგორც წარსულის, ისე მიმდინარე და ისე სამომავლო);

➤ სისტემატურად ტარდებოდეს ღონისძიებები კომპანიის ცხოვრებაში დასაქმებულთა ჩასართავად, მათი წინადადებების და რეკომენდაციების გასათვალისწინებლად და ა. შ.

დასკვნა.

შეჯამების სახით აღვნიშნავთ, რომ თუ გვინდა, რომ ჩვენი კომპანია დასაქმებულებმა არ დატოვონ, საჭიროა ვიცოდეთ თითოეული მათგანის შრომითი მოტივი და ვითვალისწინებდეთ მას შრომით საქმიანობის მართვაში. განსაკუთრებით უნდა გავუფრთხილდეთ იდეური მოტივის ადამიანებს. ნებისმიერი კომპანიის გენერალური მენეჯერისთვის ბედნიერებაა თუ ის შეძლებს ჰყავდეს შტატში იდეური მოტივირების ადამიანები. ამის მისაღწევად, მენეჯერი არც შრომას, არც ძალისხმევას და არც ფულად რესურსს არ უნდა ზოგავდეს. დღეს, XXI საუკუნეში ყველა კარგად იცნობიერებს, რომ დასაქმებული ადამიანები კომპანიის ძირითადი აქტივია“. დასაქმებულთა შორის კი, კომპანიისთვის ყველაზე ფასეული იდეური მოტივირების ადამიანები არიან.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. ერიაშვილი ნ. დ., სტოლიარენკო ა. მ. მენეჯმენტის ფსიქოლოგია. თბ., სამართლიანი საქართველო“. 2014. გვ. 199.

2. ხარხელი მ., ქეშელაშვილი გ. მენეჯმენტის საფუძვლები. თბ., გამომც.: „საჩინო“. 2013. გვ. 110.

3. Современные технологии менеджмента, под ред. В. И. Королева. М., Магистр. 2012. гв. 474.

4. Завадский В. Нематериальная мотивация, или как удержать специалистов не повышая зарплаты. Ж. «PC Week/RE». 2004. №8. гв. 9-15.

5. Домбровский И. Высокие технологии мотивации. Ж. «Директор ИС». №8. 2004. гв. 17.

რეზიუმე

სტატიაში - „მოტივაცია, ანუ როგორ დავაკავოთ დასაქმებულები კომპანიაში“ - განხილული და წინა პლანზე წამოწეულია დასაქმებულების როგორც კომპანიის ყველაზე ფასეული აქტივის საკითხი და მთელი სტატია ამ რაკურსში არის დამუშავებული.

სტატიის ავტორის განხილული საკითხის კონტექსტში, XXI საუკუნეს განსხვავებულს უწოდებს, რადგან დადგა დრო, როდესაც მაღალი რანგის სპეციალისტებს დამსაქმებლები კი არ ირჩევენ, არამედ პირიქით, ისინი ირჩევენ - სად, რომელ კომპანიაში იმუშავონ. მაღალპროფესიონალთა დეფიციტის პირობებში კი, რომელიც ყოველთვის იყო, არის და იქნება, კომპანიებისთვის გამოწვევად იქცა თუ როგორ დააკავონ ისინი სამსახურში.

სტატიაში განხილულია სხვადასხვა მოტივირების მქონე ადამიანთა ტიპები და დასაქმებულის რანგში თითოეული ამ ტიპის კომპანიაში დაკავებისთვის მოცემულია რეკომენდაციები.

MOTIVATION OR HOW TO RETAIN EMPLOYEES IN A COMPANY

ZURAB GEGENAVA,
Doctoral of Georgian Technical University

ABSTRACT

In the article : «Motivation or how to retain employees in the company» - discusses and brings to the fore the issue of employees as the most valuable asset of the company, and the whole article is treated in this perspective.

In the context of the issue discussed by the author of the article, he calls the XXI century different, because the time has come when high-ranking specialists are not chosen by employers, but on the contrary, they choose - where, in which company to work. Even in the face of a shortage of highly skilled professionals, which has always been, is and will be, it has become a challenge for companies on how to hire them.

The article discusses the types of people with different motivations and gives recommendations for employment in each of these types of companies as an employee.

Keywords: motive; Motivation; Reward motive; Social motive; Procedural motive; The motive for success; Motivation of ideology.

საბანკო სერვისებზე მოქმედი ფაქტორები და ძირითადი გამონაკვეთები

თამარ აგლაძე ქართულ-ამერიკული უნივერსიტეტის ეკონომიკის სადოქტორო პროგრამის დოქტორანტი,

საკვანძო სიტყვები: ოპტიმიზაცია; მოდერნიზაცია; ონ ლაინ სესხები; პრობლემური ადგილები; მომხმარებლის მომსახურების ხარისხი, საბანკო იმიჯი.

შესავალი

საბანკო სფეროში ბიზნეს პროცესი გულისხმობს ერთმანეთზე დაკავშირებული ქმედებების ან ამოცანების ერთობლიობას, რომლებიც მიმართულია კონკრეტული მიზნის განსახორციელებლად, როგორცაა მაგალითად მომსახურება ან პროდუქტი. თითოეულ პროცესს ჰყავს მასში უშალოდ ჩართული მხარე/მონაწილე, რომელიც პასუხისმგებელია ზემოთ აღნიშნული ქმედებების შესრულებაზე. პროცესის უშუალო მონაწილე არის როგორც მომხმარებელი, ასევე კონკრეტული ბიზნეს ერთეულის თანამშრომელი. გარკვეული პროცესები საბანკო ინსტიტუტებში იწყება მომხმარებლის მოთხოვნით და მთავრდება მომხმარებლისათვის კონკრეტული შედეგით.

საბანკო პროცესების ოპტიმიზაციის საჭიროების გამოსავლენად და პროცესების ეფექტიანობის უზრუნველსაყოფად კვლევის მიზანს წარმოადგენს სესხების გაცემის პროცესზე მომხმარებლის დამოკიდებულების შესწავლა და საბანკო იმიჯზე მოქმედი ფაქტორების განსაზღვრა.

იმდენად, რამდენადაც საბანკო პროცესები მეტად მასშტაბურია და მისი ერთ ნაშრომის რულყოფილად განხილვა ვერ მოხერხდებოდა, კვლევისას ჩვენი ყურადღება შეჩერდა ისეთ საბანკო პროცესზე, როგორცაა სესხების გაცემა. მოცემულ პროცესში კარგად ჩანს 2 და 2ჩ სეგმენტთა ურთიერთკავშირი, სადაც უფრო ნათლად ჩანს ის ნაკლოვანებები, რომელსაც ადგილი აქვს სესხების გაცემისას საბანკო ოპერაციების დროს, რაც მნიშვნელოვნად მოქმედებს როგორც მომხმარებლის კმაყოფილებაზე, ასევე მანკის რეპუტაციასა და შემოსავლებზე.

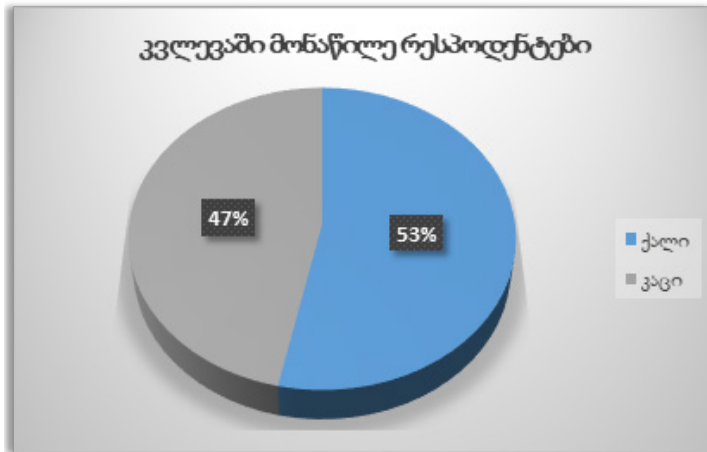
იმდენად, რამდენადაც კვლევის პერიოდი დაემთხვა პანდემიას, კვლევის ინსტრუმენტად გამოყენებულ იქნა სოციალური ქსელი.

როგორც უკვე ზევით აღვნიშნეთ, კვლევა ჩატარდა თბილისსა და თელავში რაოდენობრივი კვლევის მეთოდის გამოყენებით, სადაც გამოყენებულ იქნა ანკეტური გამოკითხვა. სოციალური ქსელის მეშვეობით ანკეტა გავრცელდა საქართველოს ბანკის კლიენტებს შორის. წინასწარ მოვიძიეთ საქართველოს ბანკის კლიენტების ბაზა თბილისსა და თელავში, რის შემდეგაც შემუშავებული კითხვარი გადაეგზავნა 70 რესპოდენტს (45 თბილისში ხოლო 25 თელავში). საბოლოოდ გამოკითხვაში მონაწილეობა მიიღო 60 რესპოდენტმა, მათგან კაცი არის 28, ხოლო ქალი - 32. მათი ასაკი 18 დან 55+ წლამდე მერყეობს.

რესპოდენტთა შორის 27 იურიდიული პირი იყო, ხოლო 33 რესპოდენტი ფიზიკური პირის სტატუსს ფლობდა. რესპოდენტთა 70% საქართველოს ბანკის მომსახურების მუდმივი კლიენტია, ხოლო 30 % იშვიათად მიმართავს საქართველოს ბანკის მომსახურებას სესხის მიღებასთან დაკავშირებით. უნდა აღინიშნოს მუდმივ

კლიენტთა რიცხვში 45% იურიდიული პირია.

სქემა 1.¹



კითხვარი შედგებოდა 17 ლია და დახურული კითხვისგან. რესპოდენტს შეეძლო სხვადასხვა კითხვებზე არსებული სავარაუდო პასუხის გარდა თავისი პასუხიც დაეფიქსირებინა.

სესხებზე მომხმარებლის ინფორმირებულობა

საინტერესოა ის ფაქტი, თუ რამდენად ინფორმირებულები არიან რესპოდენტები სესხის პირობების შესახებ. გამოკითხულთა 52% სრულიად ინფორმირებულია ონლაინ სესხის პირობებით, 45% მეტ-ნაკლებად არიან ინფორმირებული, ხოლო 3% საერთოდ არ არის ინფორმირებული. უნდა აღინიშნოს რომ ინფორმირებულობა კარგად გამოჩნდა ჩვენს მიერ გამოკითხულ რესპოდენტებში, რადგან უმრავლესობამ ყოველთვის იცოდა საკომისიოს, პროცენტის არსებობა და ოდენობა და ასევე თითქმის ყველა პირობა.

მომხმარებელთა კმაყოფილება

რაც შეეხება მომხმარებელთა კმაყოფილებას, ის რამდენიმე მიმართულებით განხორციელდა. პირველდ ჩვენი ინტერესის საგანს წარმოადგენდა სესხის გაცემის პროცესთან დაკავშირებით რამდენად კმაყოფილი იყო მომხმარებელი. მათ პროცესი 10 ქულიანი შკალით უნდა შეეფასებინათ (1 ძალიან რთული 10 ძალიან მარტივი). თბილისის მომხმარებლის მიერ სესხის გაცემის პროცესი შემდეგნაირად შეფასდა: რესპოდენტთა (38 ადამიანი) 47 %-მა (18 ადამიანი) სესხის გაცემის პროცესი შეაფასა 5-დან 7 ქულამდე; 26%-მა (10 ადამიანი) 1-4 ქულამდე; ხოლო 27%-მა (11 ადამიანი) 7-დან 8 ქულამდე.

ძალიან რთული პროცესები აღინიშნა თბილისის გარეუბნების ფილიალებში, სადაც პერსონალის გამოცდილება ნაკლებია; ხოლო დანარჩენ შემთხვევებში ოპერაციების სიმარტივე და მოქნილობა საშუალო დონით შეფასდა.

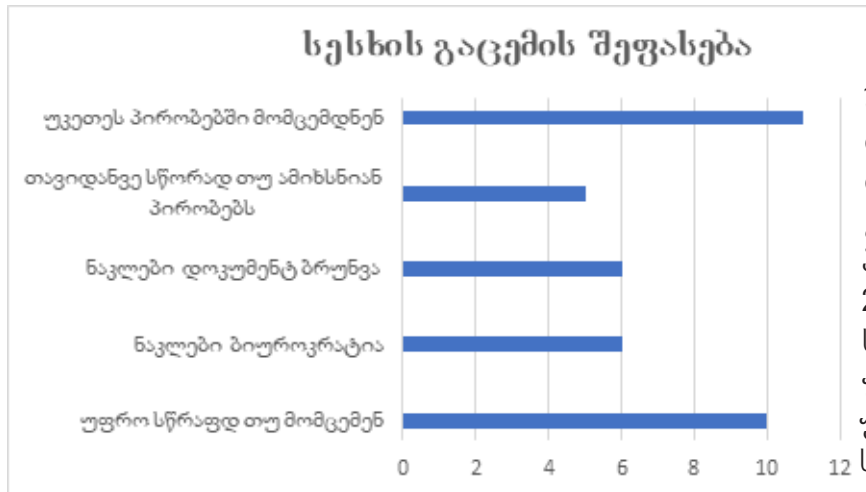
რაც შეეხება თელავის რეგიონის მიხედვით რესპოდენტთა კმაყოფილებას, რესპოდენტთა (22 ადამიანი) 41 %-მა (9 ადამიანი) სესხის გაცემის პროცესი შეაფასა 1-დან 3 ქულამდე; 36%-მა (8 ადამიანი) 4-6 ქულამდე; ხოლო 23%-მა (5 ადამიანი) 7 ქულამდე. როგორც ვხედავთ რეგიონში სესხის გაცემის ოპერაციები საშუალოზე დაბალ დონეზეა შეფასებული. რესპოდენტებმა პროცესების საუკეთესო შეფასებისათვის ხაზი გაუსვეს შემდეგ გარემოებებს:

26%-მა (10 ადამიანი) აღნიშნა რომ პროცესებს უკეთეს შეფასებას მისცემდა, თუ უფრო სწრაფად მოხდებოდა სესხის გაცემა; 16%-მა (6 ადამიანი) პროცესების სიმარტივის ხელიშემშლელად დაასახელეს დიდი რაოდენობით დოკუმენტაციის მოთხოვნა; რესპოდენტთა 16 %-მა (6 ადამიანი) ხაზი გაუსვა ბიუროკრაციას, ხოლო 13-% თავიდანვე პირობების სწორად ახსნა დაასახელა, ხოლო 29%-მა (11 ადამიანი) რესპოდენტმა კი ხაზი, უკეთეს პირობებში სესხის მიცემას გაუსვა. როგორც ვხედავთ,

1* ყველა სქემა აგებულია ავტორის მიერ გამოკითხვის შედეგების საფუძველზე 2021

რესპოდენტთა უმრავლესობა გადაიხარა სესხის უკეთესი პირობებით გაცემისაკენ.

სქემა 2



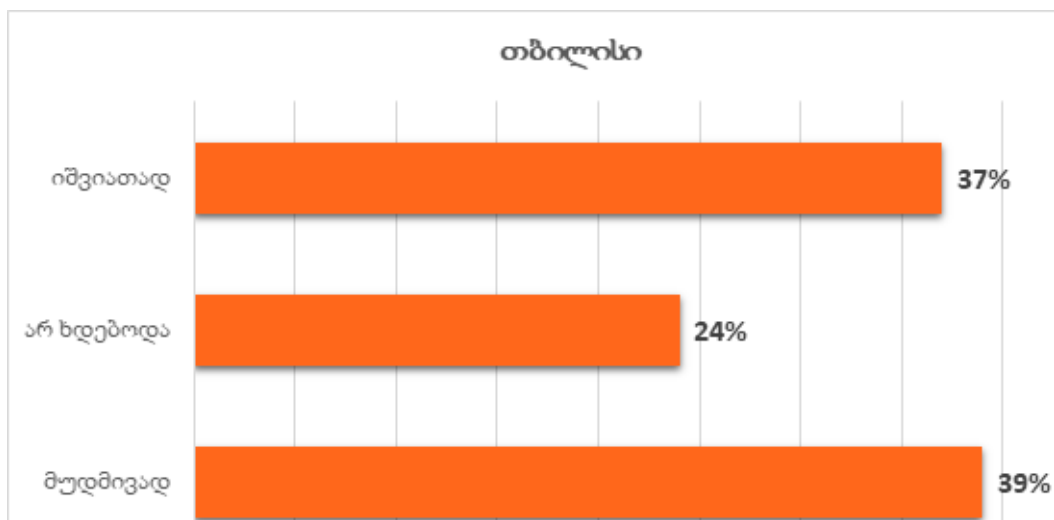
მსგავსი შედეგები მოგვცა რეგიონის (თელავი) რესპოდენტების გამოკითხვამ. აქაც რესპოდენტთა (22ადამიანი) 27%-მა (6 ადამიანი) სესხის გაცემის პროცესის უკეთესი შეფასებისათვის უკეთესი პირობებით სესხის მიცემა აღნიშნა.

კითხვაზე, გადანყვეტილების მიღების პროცესში ბანკირის მხრიდან თუ ხდებოდა უკუკავშირის დაბრუნება მიმდინარე სტატუსის შესახებ, თბილისის მასშტაბით 39%-მა (15 კაცი) აღნიშნა, რომ მუდმივად ხდებოდა ბანკირის მხრიდან უკუკავშირი, 38%-მა (14 კაცი) აღნიშნა, რომ უკუკავშირს იშვიათი ხასიათი ჰქონდა 24%-მა (9 კაცი) კი უარყოფითი პასუხი გასცა მოცემულ კითხვას.

თელავის რეგიონში კი რესპოდენტთა 23%-მა აღნიშნა, რომ მუდმივად ხდებოდა ბანკირის მხრიდან უკუკავშირი, 36%-მა აღნიშნა, რომ უკუკავშირს იშვიათი ხასიათი ჰქონდა, 41%-მა კი უარყოფითი პასუხი გასცა მოცემულ კითხვას.

სქემა 3

ბანკის მხრიდან განხორციელებული უკუკავშირი

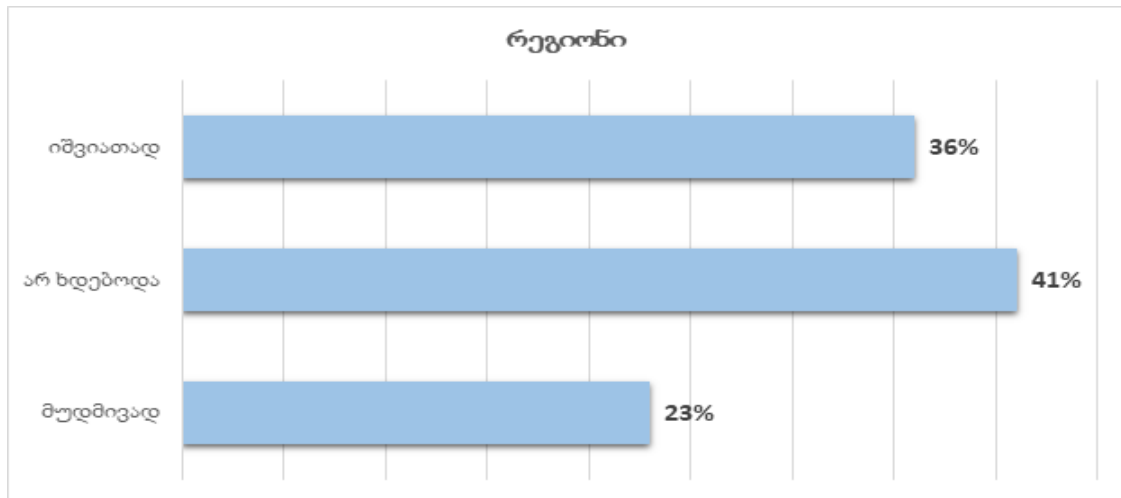


სესხის გაცემის ოპერაციებზე მომხმარებელთა კმაყოფილების შემდეგი ასპექტი იყო სესხის გაცემის ვადების დაცვა, რომლის კვლევის შედეგად აღმოჩნდა, რომ სესხის ვადებთან დაკავშირებული ყველა პუნქტი 5-დან 7 ქულის ფარგლებში მერყეობს, რაც იმას ნიშნავს, რომ მომხმარებელი ნაწილობრივ კმაყოფილია პროცესების შესრულებისა, თუმცა არის გარკვეული ხარვეზები, რაც ბანკის მხრიდან პროცესების მიმდინარეობის შესახებ ინფორმირებულებასთან არის დაკავშირებული. ამ მხრივ რეგიონის მასალებიდან ირკვევა, რომ ყველაზე დაბალი შეფასება 3 ქულა-ბანკის მხრიდან პროცესების მიმდინარეობაზე ინფორმირებულებას

ეკუთვნის. ეს აზრი რესპოდენტთა 14% -ს ეკუთვნის, ხოლო რესპოდენტთა 27%, რომელიც 6 ქულაზე მეტით არ აფასებენ დაპირებული პრობებით სესხის მიღებას, მოთხოვნილი დოკუმენტაციის მისაღებ ხასიათსა და დამატებით წარსადგენ დოკუმენტაციი საჭიროებას აღნიშნული შეფასებაც, შეფასების საშუალო შკალის ფარგლებშია, რაც იმაზე მიუთითებს, რომ ამ მხრივ საქართველოს ბანკის ფილიალებს განსახორციელებელი აქვთ ქმედითი ღონისძიებები.

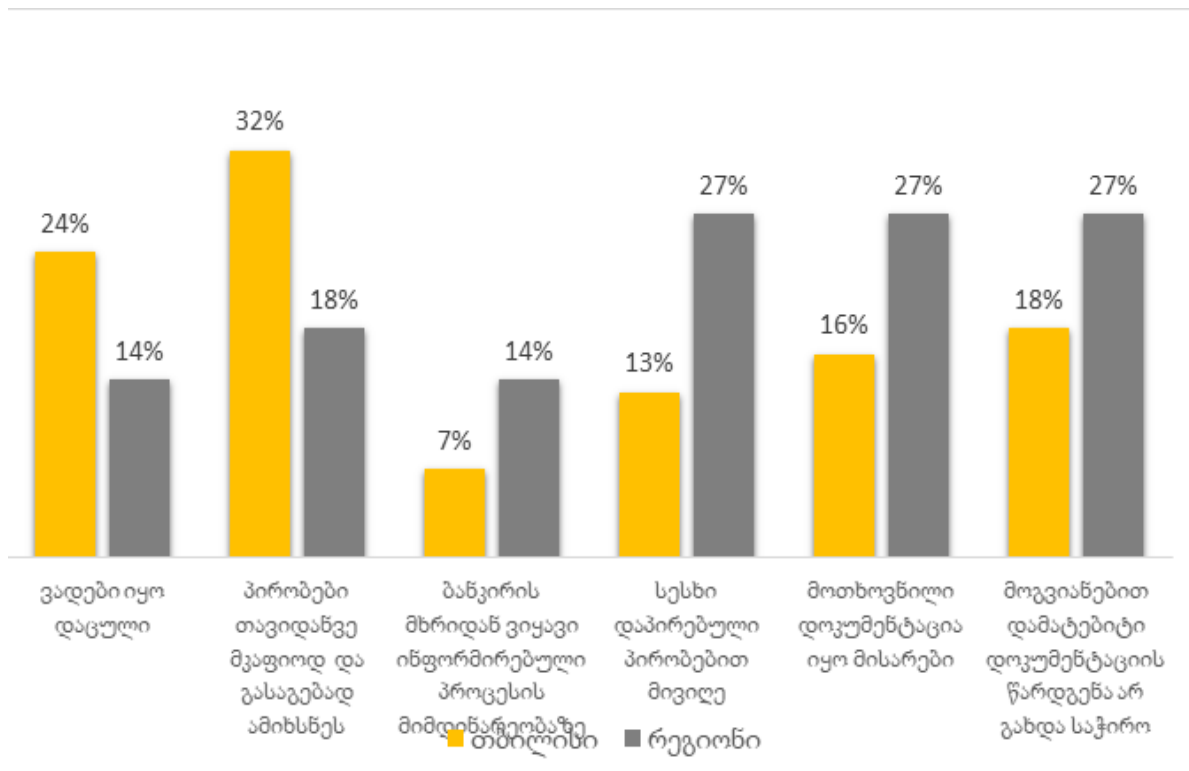
სქემა 4

ბანკის მხრიდან განხორციელებული უკუკავშირი



სქემა 5

საბანკო ოპრაციების შესრულებაზე მომხმარებელთა კმაყოფილება



ბანკის იმიჯზე მოქმედი ფაქტორების გამოვლენა

ბანკის იმიჯზე მოქმედი ფაქტორების კვლევამ გვიჩვენა, რომ მომხმარებლები ამ მხრივ დიდ მნიშვნელობას ანიჭებენ ბრენდს, გარემო პირობებს და მომსახურების ხარისხს. სამივე მათგანი, თთქმის ერთნაირად დახასიათდა როგორც თბილისის, ასევე თელავის ფილიალების მომხმარებლების მიერ.

ბანკის არჩევისას 1-დან 5 ქულამდე 5 ქულა მიენიჭათ ბრენდს და გარემო პირობებს. ამ ფაქტორებს ეს შეფასება მომხმარებლის 58%-მა მისცა; სწრაფი მომსახურება მნიშვნელოვანი აღმოჩნდა მომხმარებელთა 42%-ისათვის.

იგივე მახასიათებლები აღნიშნეს რესპოდენტებმა კითხვაზე პასუხში, თუ რა ფაქტორებზე დაყრდნობით მიიღეს გადაწყვეტილება რომ ეთანამშრომლათ საქართველოს ბანკთან. პირველ ადგილზე აქაც სამი მახასიათებელი გამოვიდა: ბრენდის ცნობადობა, ხარისხიანი სერვისი და გარემო პირობები დასახელდა - რესპოდენტთა 67%; მეორე ადგილზე არიან ფაქტორები: საანდობა; ფასი და დადებითი გამოცდილება - რესპოდენტთა 23%; ხოლო მესამე ადგილზე დასახელდნენ: ბანკის სიდიდე და ფილიალების სიმრავლე, ტერიტორიული სიახლოვე და მეგობრებისა და ახლობლების რეკომენდაციებია - რესპოდენტთა - 10%.

კითხვაზე, თუ რა შემთხვევაში ისარგებლებენ მომხმარებლები სხვა ბანკის მომსახურებით მომხმარებელი ბანკებთან მიმართებით არჩევანს მათი მომსახურების/შეთავაზებების მრავალფეროვნების მიხედვით აკეთებს. კვლევამ ცხადყო, რომ რესპოდენტთა 35%-მა (21 კაცი) უპირატესობა მრავალფეროვან არჩევანს მიანიჭა; 41%-ისათვის (24 კაცი) მნიშვნელოვანი ფასი აღმოჩნდა; რესპოდენტთა 18% (11 კაცი) მნიშვნელოვნად მომსახურების ხარისხი მიაჩნია, ხოლო 6% (4 კაცი) ტერიტორიულ სიახლოვეს უჭერს მხარს.

საბანკო იმიჯის ფორმირებაზე მოქმედ ფაქტორთა შორის კი მომხმარებელმა პირველ სამეულში დაასახელა:

- მომსახურების ხარისხი/კულტურა - 47%
- საბანკო პროდუქტების მრავალფეროვნება - 37%
- თანამედროვე და სრულყოფილი ონ ლაინ პლატფორმა - 16%

დასასრულს რესპოდენტთა 89%-მა აღნიშნა, რომ საქართველოს ბანკში მომსახურების მიღებაზე გაუნეცს ახლობლებს რეკომენდაციას, რაც მხოლოდ 7 ქულით შეფასდა. რესპოდენტთა 11%-მა პასუხისაგან თავი შეიკავა. აღნიშნული მეტყველებს საქართველოს ბანკში პროცესების განხორციელებისას არსებულ ნაკლოვანებებზე, რომელთა დადგენაც მოხდა მიმდინარე კვლევისას.

საბანკო პროცესების განხორციელებაში პრობლემური/სუსტი ადგილები

ვინაიდან მოცემული კვლევა ეხებოდა საქართველოს ბანკში განხორციელებულ ბიზნეს პროცესებიდან ისეთ პროდუქტს, როგორც სესხების გაცემაა, სუსტი მხარეების დადგენაც სესხების გაცემასთან დაკავშირებულ ოპერაციებს შეეხო.

რესპოდენტთა დიდმა უმრავლესობა ამ შემთხვევაში უპირატესობა სესხების მიღების ტრადიციულ ფორმას მიაკუთვნა. აქ პროცენტული მაჩვენებელი შემდეგნაირად გადანაწილდა 74% 26%-ის წინააღმდეგ. ონ ლაინ სესხების მომხრეთა დიდი უმრავლესობა ვაჭები არიან 18-დან 25 წლამდე. მათ ონ ლაინ სესხების უპირატესობად სესხის მიღების სისწრაფე მიაჩნიათ და ის, რომ ამ შემთხვევაში საჭირო არ არის ზუსტი შემოსავლის დაფიქსირება.

რაც შეეხება ონ ლაინ სესხის უარყოფით მხარეებს, აქ რესპოდენტთა 12% პრობლემურ მხარედ მიიჩნევს იმას, რომ ის არ მოითხოვს ზუსტი შემოსავლების დაფიქსირებას; რესპოდენტების 6%-ს არ მოსწონთ ის რომ ონლაინ სესხი არ

მოითხოვს თავდებს, 6% უარყოფითად მიიჩნევს იმას, რომ მან მიჩვევა იცის. 19%-ს არ მოსწონს მაღალი საკომისიოს არსებობა. 11%-ს არ მოსწონს მაღალი პროცენტის არსებობა, ხოლო უმრავლესობას 46%-ს არ მოსწონს ონლაინ სესხის სიმარტივე.

იმ რესპონდენტებს რომლებსაც ონლაინ სესხი აქვთ აღებული, შემდეგი პასუხები გამოკვეთეს: 2.50% უარყოფითად თვლის რომ ონლაინ სესხი არ მოითხოვს თავდებს, 7.50 უარყოფითს მიაწერს რომ ონლაინ სესხმა მიჩვევა იცის, თანაბარი პროცენტები 12.50% მიიღეს შემდეგმა პასუხებმა, არ მოითხოვს ზუსტი შემოსავლის დაფიქსირებას და მაღალი საკომისიოს არსებობამ, 12%-მა დააფიქსირა მაღალი პროცენტი, ხოლო უმრავლესობა, 13%-მა სუსტი უკუკავშირი დაასახელა; 40% უარყოფითად მიიჩნევს იმას რომ ონლაინ სესხი ზედმეტად მარტივია.

ასევე აქაც უარყოფით მხარეებზე კითხვა დაესვათ იმ რესპონდენტებს, რომლებსაც არა ქვთ ონლაინ სესხი აღებული, რაზეც შემდეგი პასუხები მივიღეთ. თანაბარი 10-10%-ები მივიღეთ პასუხებზე: არ მოითხოვს ზუსტი შემოსავლის დაფიქსირებას, მაღალი პროცენტი და მაღალი საკომისიო, ხოლო ყველაზე მეტი 70% დაფიქსირდა პასუხზე, ზედმეტად მარტივია. პასუხებიდან გამომდინარე შეიძლება ვთქვათ, რომ სწორედ ეს სიმარტივე იწვევს ადამიანებში უნდობლობას.

ონლაინ სესხს ძირითადად ერთჯერადად ან ნაკლები სიხშირით იყენებენ გამოკითხული რესპონდენტები. აღსანიშნავია რომ სესხის აღების სიხშირე ქალებსა და მამაკაცებს შორის დიდად არ განსხვავდება ერთმანეთისგან. გამოკითხული რესპონდენტი ქალები დაახლოებით იგივე სიხშირით იღებენ ონლაინ სესხს როგორც გამოკითხული მამაკაცები. თუმცა, უნდა აღინიშნოს, რომ ონლაინ სესხის აღებისას ასკობრივი ჯგუფები 18- 25 წლის საზღვრებშია, განსხვავებით ტრადიციული ფორმით სესხების ოპერაციებზე.

აღნიშნული ძირითადად დაკავშირებულია სტუდენტურ სესხებთან, რომლებსაც უფრო აქტიურად იყენებენ სწორედ აღნიშნული ასაკობრივი ჯგუფის წარმომადგენლები. ონლაინ სესხებზე მოთხოვნის ზრდა განპირობებულია ასევე ბოლოდროინდელი მოვლენებითაც, როცა, საზოგადოების სულ უფრო დიდი ნაწილი იყენებს ონლაინ საბანკო მომსახურებას.

რაც შეეხება სესხის ტრადიციული ფორმით გაცემას, როგორც ზემოთ უკვე იყო ნაჩვენები რესპოდენტები ბანკირის მხრიდან გადაწყვეტილების მიღებისას უკუკავშირის იშვიათ ხასიათს უსვავენ ხაზს; სუსტ მხარეებში ასევე სახელდება სესხის გაცემის პირობები. რესპოდენტებს მიაჩნიათ, რომ უფრო მეტ მომხმარებელს მოიზიდავს და მეტი შემოსავალიც ექნება ბანკს, თუ სესხების გაცემის პირობები გაუმჯობესდება და ისინი მომხმარებელზე იქნება მორგებული (59% ჯამში, თბილის-თელავი); ასევე აღინიშნა მომსახურების სისწრაფე და საბანკო მომსახურებაში პროფესიონალიზმი, რაც აყოვნებს სესხის გაცემის პროცესს, ზრდის მის ხანგრძლივობას და იწვევს მომხმარებლის უკმაყოფილებას.

კვლევის შედეგები

ჩატარებული კვლევის შედეგად ნათელი გახდა, რომ სესხი რესპოდენტთა 80%-ს გამოყენებული აქვს. 20 %-ს არ აქვს გამოყენებული სესხის აღების ოპერაციები სხვადასხვა მიზეზის გამო.

სესხის აღების აქტივობა/სიხშირე მამაკაცებში უფრო მეტია, ვიდრე ქალებში. 28 კაციდან სესხით სარგებლობს 23 კაცი, რაც 82 %-ს შეადგენს, ხოლო 32 ქალიდან სესხით სარგებლობს 25 ქალი ანუ 78 %. უნდა აღინიშნოს, რომ სესხის აღების აქტივობა შეიმჩნევა 24-დან 55+ ასაკობრივ ჯგუფებში.

თბილისში სესხებთან დაკავშირებული ოპერაციების 60% პროცენტი მოდის,

ხოლო რეგიონზე(თელავი) 20 %.

რაც შეეხება ონ ლაინ სესხების სიხშირეს, ამ სახის სესხებს ხშირად მიმართავს რესპოდენტთა 53% (32 კაცი), იშვიათად მიმართავს 27% (16 კაცი), ხოლო 20% (12 კაცი) არ მიმართავს ონ ლაინ სესხს. ონ ლაინ სესხი ერთხელ აღებული აქვთ 15 რესპოდენტს (25%) რაც ყველაზე დიდი მაჩვენებელია, ეს შეიძლება იმით აიხსნას, რომ პირველი სესხი ძირითადად უპროცენტოა, ხოლო შემდგომ უკვე მაღალი პროცენტის სესხებს გასცემენ. 2-ჯერ და 3-ჯერ აღებული აქვს 8-8 რესპოდენტს (20%-20%), ონლაინ სესხი 4-ჯერ აღებული აქვს 5 კაცს (10%), 5-ჯერ აღებული აქვს 6 ადამიანს, ანუ 12.50%, ადამიანების რაოდენობა უკვე იკლებს სესხის სიხშირის ზრდასთან ერთად 6-ჯერ აიღო ორმა ადამიანმა ხოლო 7-ჯერ და 8-ჯერ თითო-თითო ადამიანმა.

არსებული სურათის შემდეგ, იმის დასადგენად, თუ რა მიზეზის გამო არ მიმართავს მომხმარებლის ფართო ნაწილი ონლაინ სესხების ოპერაციებს. პირველი ესაა ონლაინ ოპერაციების არასაიმედოება ნაკლები ინფორმაციულობიდან გამომდინარე(რესპოდენტთა 47%), ხოლო ტრადიციულ სესხებთან დაკავშირებით, მომხმარებლის 51,7% აღნიშნავს სესხებზე ოპერაციების დიდ დროს, რაც მათთვის ხშირად უკმაყოფილების საგანი ხდება.

გარდა სესხებზე ოპერაციებისა, მომხმარებელმა აღნიშნა საბანკო მომსახურების სერვისებზე ხანგრძლივი ლოდინის არსებობა (ლოდინი ხანგრძლივობა თითო ოპერაციაზე საშუალოდ 15-20წთ).

ჩატარებულმა კვლევამ ცხადყო, რომ ონლაინ სესხს ძირითადად ერთჯერადად ან მცირე სიხშირით იყენებენ გამოკითხული რესპოდენტები. აღსანიშნავია რომ სესხის აღების სიხშირე ქალებსა და მამაკაცებს შორის დიდად არ განსხვავდება ერთმანეთისგან. გამოკითხული რესპოდენტი ქალები დაახლოებით იგივე სიხშირით იღებენ ონლაინ სესხს როგორც გამოკითხული მამაკაცები. თუმცა, უნდა აღინიშნოს, რომ ონ ლაინ სესხის აღებისას ასკობრივი ჯგუფები 18- 25 წლის საზღვრებშია, განსხვავებით ტრადიციული ფორმით სესხებზე ოპერაციებისა.

აღნიშნული ძირითადად დაკავშირებულია სტუდენტურ სესხებთან, რომლებსაც უფრო აქტიურად იყენებს სწორედ აღნიშნული ასაკობრივი ჯგუფის წარმომადგენლები. ონ ლაინ სესხებზე მოთხოვნის ზრდა განპირობებულია ბოლოდროინდელი მოვლენებით, როცა, საზოგადოების სულ უფრო დიდი ნაწილი იყენებს ონ ლაინ საბანკო მომსახურებას.

დასკვნა

ჩატარებული კვლევის შედეგად გამოვლინდა ის სუსტი ადგილები, რომელთაც ადგილი აქვთ საქართველოს ბანკში სასახო ოპერაციების განხორციელებისას, რაც ზეგავლენას ახდენს მომხმარებლის კმაყოფილებაზე, ეს კი საბოლოო ჯამში ბანკის შემოსავლისა და იმიჯის მაჩვენებელზე აისახება.

მიუხედავად ზემოდ დასახელებული სუსტი მხარეებისა, რესპოდენტები უპირატესობას მომსახურების განევსა და საბანკო პროდუქტის შერჩევასთან მიმართებაში არჩევანს საქართველოს ბანკზე აკეთებენ, რაც მოცემული ბანკის საიმედოობრივად გამომდინარეობს. ამდენად, ბრენდის შესანარჩუნებლად საჭიროა იმ სუსტი ადგილების დაძლევა, რაც კვლევამ გამოავლინა. **მეტწილად ეს რეგიონის საბანკო სტრუქტურებს ეხებათ. აქ მნიშვნელოვანია პროფესიონალიზმისა და მომსახურების ხარისხის/კორპორატიული კულტურის მიმართულებით მუშაობა. ეს რესპოდენტთა პასუხებში ხაზგასმულია. მათ დამატებით რეკომენდაციებში ხაზი გაუსვეს საპროცენტო განაკვეთის შემცირებას, დიდი ხნის/მუდმივ**

კლიენტებზე უფრო მოქნილი სასესხო პირობების არსებობას, სესხის აღების პროცესის გამარტივებას, ოპერატიულობასა და ნაკლებ ბიუროკრაციას, მომსახურებაზე დროის შემცირებას.

აღნიშნულის დაძლევა შესაძლებელია პირველყოვლისა საბაკო სისტემაში მონიტორინგის გზით, საჭიროების შემხვევაში კი ოპტიმიზაციის განხორციელებით, ხანგრძლივი ეფექტის მისაღებად კი საჭიროა პარარელურად პერსონალის კვალიფიკაციის ამაღლება.

აღნიშნულს ემატება ასევე ბანკების გაციფრულების სტრატეგია, რაც თავის მხრივ რთული და ხანგრძლივი პროცესია. მიუხედავად საქართველოს ბანკის 2021 წლის ანგარიშებში ასახულმა დიჯიტალიზაციის დადებითმა შედეგებმა, გაზრდილმა მომხმარებელმა, რომელთა 60%-ზე მეტს იურიდიული პირები შეადგენენ, ვერ ვიტყვით რომ ბანკების გაციფრულება დასრულებულია, პროცესი მოითხოვს ბანკის ფილიალების ოპერაციული სისტემის მოდერნიზაციას, ასევე, ადმინისტრირების შეცლასაც, რათა მოხდეს სრული ჰარმონიზაცია ადმინისტრირებისა და სერვისული მომსახურების. რაღა თქმა უნდა, საბოლოო შედეგი, საბანკო მომსახურების როგორც მაღალი ხარისხი, ასევე ბანკების იმიჯის და ნდობის გამყარება იქნება, რაც თავისთავად გაზრდის საბანკო პროდუქტებზე მოთხოვნას. თუმცა, მოდერნიზაციის არასწორად განხორციელებამ და ააეფექტურმა მოდელმა, შესაძლოა უკუ შედეგიც კი გამოიღოს. ამდენად, ეს უკანასკნელი ცალკე, მომავლის კვლევის საგანია.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. მმართველობითი ანგარიშგება 2020; საქართველოს ბანკი; თბილისი 2020
2. საქართველოს ეროვნული ბანკი, წლიური ანგარიში, 2020
3. საქართველოს ეროვნული ბანკი, წლიური ანგარიში, 2021
4. ა. რაიბული; დ. სიხარულიძე; ევროკავშირსადა საქართველოს შორის ასოცირების შეთანხმებით ქართულიმხარისმიერსაბანკოსფეროში აღებული ვალდებულებების შესრულების ანალიზი; ევროკავშირი საქართველოსათვის, ჩშლ, 2020
5. Jayakumar M., Pradhan R., Dash S., Maradana R., Gaurav K. Banking Competition, Banking Stability, and Economic Growth: Are Feedback Effects at Work? // Journal of Economics and Business. 2018. Vol. 96. Pp. 15–41. DOI: 10.1016/j.jeconbus.2017.12.004.
6. Bhatia V., Basu S., Mitra S. K., Dash P. A Review of Bank Efficiency and Productivity // Opsearch. 2018. Vol. 55, No. 3–4. Pp. 557–600. DOI: 10.1007/s12597-018-0332-2.
7. . Quaranta A. G., Raffoni A., Visani F. A Multidimensional Approach t o Measuring Bank Branch Efficiency // European Journal of Operational Research. 2018. Vol. 266, No. 2. Pp. 746–760. DOI: 10.1016/j.ejor.2017.10.009.
8. Berger A., Humphrey D. Efficiency of Financial Institutions: International Survey and Directions for Future Research // European Journal of Operational Research. 1997. Vol. 98, No. 2. Pp. 175–212. DOI: 10.1016/s0377–2217 (96) 00342-6.
9. Fethi M., Pasiouras F. Assessing Bank Efficiency and Performance with Operational Research and Artificial Intelligence Techniques: A Survey // European Journal of Operational Research. 2010. Vol. 204, No. 2. Pp. 189–198. DOI: 10.1016/j.ejor.2009.08.003.

რეზიუმე

საბანკო სერვისებზე მოქმედი ფაქტორები და ძირითადი გამოწვევები

თამარ აბლაძე

ქართულ-ამერიკული უნივერსიტეტის
ეკონომიკის სადოქტორო პროგრამის დოქტორანტი,

თანამედროვე პერიოდში საბანკო სისტემის განვითარება და საბანკო კონკურენციის ძირითადი ხაზი მთლიანად მართულია საბანკო მომსახურების გაციფრულებაზე. ციფრული ბანკის კონცეფცია ახალი გამოწვევაა საქართველოს საბანკო სფეროში, რომლის წარმატებით განხორციელებაც საბანკო კონკურენციის პირობებში ეტად მნიშვნელოვანია.

არის თუ არა დღეს აღნიშნულის უზრუნველსაყოფად საქართველოს საბანკოს სისტემა. რა გამოწვევების წინაშე დგას ის? რა საშუალებებია ახლი გამოწვევის უზრუნველსაყოფად და რა ნაკლოვანებებია მოსაგვარებელი? აი ისკითხვები, რომლებზეც პასუხის გაცემას შევეცადეთ ერთნაშრომის ფარგლებში საქართველოს ბანკის მაგალითზე.

საქართველოს საბანკოს ტრუქტურებს ესაჭიროებათ მოსამზადებელი სამუშაოების ჩატარება, პროცესების ხარისხის ამაღლებისა და იმიჯის გამყარებისათვის. აღნიშნულისათვის, საჭიროა შესწავლილ იქნას საქართველოს ბანკებში მიმდინარე ოპერაციული სისტემა, გამოვლინდეს სუსტი ადგილები და მათი მოდერნიზაციის საფუძველზე მოხდეს ციფრული ბანკების კონცეფციასთან ფარსებული სისტემის ჰარმონიზება.

წარმოდგენილი ნაშრომის კვლევის მიზანია სწორედ იმ სუსტი ადგილების კვლევა და ბანკის ეფექტიანობაზე მოქმედი ფაქტორების გამოვლენა, რომელთა სწორი დიაგნოსტიკაც ხელს შეუწყობს ბანკების სწორად მოდერნიზაციის პროცესს, რაც ხარისხის ამაღლების, საბანკო იმიჯის გამყარებისა და მომხმარებელთა შენარჩუნება/ზრდის გარანტიაა.

ამ მხრივ ნაშრომში წარმოდგენილია საბანკო პროცესების ერთი კონკრეტული მომსახურება - სესხების გაცემა. გამოვლენილია სესხების მიღებაზე მოთხოვნის ზრდის ფაქტორები და სუსტი ადგილები, დასახულია კონკრეტული ღონისძიებები, რომელთა განხორციელებაც ხელს შეუწყობს საბანკო შემოსავლების ზრდას, საბანკო მომსახურებაზე მოთხოვნის ზრდას, არსებული მომხმარებლის შენარჩუნებასა და ახალი მომხმარებლის მოზიდვას, საბოლოოდ კი, ციფრული ბანკის კონცეფციის წარმატებით განხორციელებას.

საკვანძო სიტყვები: ოპტიმიზაცია; მოდერნიზაცია; ონ ლაინ სესხები; პრობლემური ადგილები; მომხმარებლის მომსახურების ხარისხი, საბანკო იმიჯი.

FACTORS AFFECTING THE BANKING SERVICES AND KEY CHALLENGES

Tamar Agladze
Georgian-American University
PhD student of Economics

In modern period, the development of the banking system and the main line of banking competition is entirely focused on the digitalization of banking services. The concept of digital banking is a new challenge in the banking sector of Georgia, the successful implementation of which is important in the conditions of banking competition.

Is Georgian banking system ready to provide this today? What challenges does it face? These are the questions that we tried to answer on the example of the Bank of Georgia.

Georgian banking institutions need to carry out preparatory work to improve the quality of processes and strengthen their image. For this, it is necessary to study the current operating system of Georgian banks, identify weaknesses and, based on their modernization, harmonize the system behind the concept of digital banks.

The purpose of this paper is to research the weaknesses and identify the factors affecting the efficiency of the bank, the correct diagnosis of which will help the process of proper modernization of banks, which guarantees quality improvement, strengthening the banking image and customer retention / growth.

In this regard, the paper presents one specific service of banking processes - lending. Factors and weaknesses in the growth of demand for loans are identified, specific measures are set to implement them, which will help increase bank income, increase demand for banking services, retain existing customers and attract new customers, and finally successfully implement the concept of digital banking.

Key Words: Optimization; Modernization; Online Loans; Problem Areas; Quality of Customer Service, Banking Image.

ვინ არის კომპანიაში „პირველი კაცი“ - მესაკუთრე თუ მენეჯერი?

მაია როხვაძე,
ეკონომიკის აკადემიური დოქტორი

საკვანძო სიტყვები: მესაკუთრე; მენეჯერი; „პირველი კაცი“; საკუთრების გამიჯვნა მენეჯმენტისგან.

შესავალი.

საკუთრება არის საგნების, მატერიალური და სულიერი ფასეულობები გარკვეული პირების კუთვნილება და მისი იურიდიული უფლება [1. გვ. 472]. საკუთრება ადამიანებს შორის ურთიერთობებს და მათი ქცევის პრინციპებს გამოხატავს.

საკუთრება არ იზრდება სამეწარმეო საქმიანობის გარეშე. სამეწარმეო საქმიანობაში საკუთრების ჩართვა ორი გზით მიმდინარეობს [2. გვ. 56]:

1. როცა მესაკუთრე თავად ახდენს წარმოების ორგანიზებას, თვითონ ეწევა სამეწარმეო საქმიანობას და შესაბამისად, მეწარმეც არის და მენეჯერიც.

2. როცა მესაკუთრე მისი საკუთრების მეწარმეობრივ გამოყენებას გარედან მოწვეულ პროფესიონალ მენეჯერს უთმობს, თავად კი მესაკუთრის ტიტულს ფლობს.

ამ მეორე შემთხვევაში საქმე გვაქვს საკუთრების გამიჯვნასთან მენეჯმენტისგან. წინამდებარე სტატიაში ამ თემაზე გვექნება საუბარი.

ძირითადი ტექსტი.

90-იან წლებში, როდესაც საქართველომ დამოუკიდებლობა მოიპოვა და საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლა დაიწყო, კერძო საწარმოების გახსნის ბუმიტ ხასიათდება. ქვეყანაში ჯერ არავითარი მარეგულირებელი კანონმდებლობა არ არსებობდა, მაგრამ კერძო საწარმოები, განსაკუთრებით კი კოოპერატივები მასიურად იხსნებოდა. ამ საწარმოების მესაკუთრე იმავე დროს მისი მენეჯერიც (დირექტორი, პრეზიდენტი) იყო. მას შემდეგ დრო შეიცვალა. დაიწყო უფრო რთული სტრუქტურის მქონე, მსხვილი კაპიტალური საწარმოების გახსნა. ასეთ საწარმოთა სამართავად მესაკუთრეები მენეჯერებს ქირაობენ. ასეთ ვითარებაში ისმება კითხვა - „ვინ არის კომპანიაში „პირველი კაცი“? - მესაკუთრე თუ მენეჯერი?“

არა მხოლოდ საქართველოში, არამედ, საზღვარგარეთის ქვეყნებშიც, კაპიტალიზმის წარმოშობის საწყის ეტაპზე, კომპანიის მესაკუთრეები წინააღმდეგი იყვნენ მენეჯერების. ამერიკული საავტომობილო გიგანტის პირველი მესაკუთრე ჰენრი ფორდი პირდაპირ აცხადებდა, რომ ბიზნესს არ სჭირდება მენეჯერი და მენეჯმენტი [3]. კომპანიისთვის საკმარისია მეპატრონე თავისი დამხმარე პერსონალით. იგივე რწმენის იყვნენ გერმანული კომპანია „სიმენსი“-ს და იაპონური კომპანია „მიცუბიში“-ს მეპატრონენი - ვერნერ სიმენსი და იატარო ივასაკი.

მათი ეს მოსაზრება ეფუძნებოდა კლასიკური პოლიტეკონომიის ფუძემდებლის ადამ სმიტის შეხედულებას, რომელიც წერდა: „რადგან კომპანიის მენეჯერები მართავენ არა თავის ფულს, არამედ, სხვის ფულს, სისულელე იქნება იმის ფიქრი, რომ ისინი მას იმ სიფრთხილით და მომჭირნეობით განკარგავენ, როგორც კერძო მეპატრონეები თავის სახსრებს [2].“

ზემოთ ჩამოთვლილი სამივე კომპანია მენეჯმენტისადმი ასეთი დამოკიდებულებით მათმა მეპატრონეებმა თითქმის გაკოტრებამდე მიიყვანეს. კომპანია ფორდი 1944 წლამდე ყოველდღე კარგავდა თავის პოზიციებს ბაზარზე, მეორე ავტომობილების გიგანტი „ჯენერალ მოტორსი“ კი, რომელსაც ალფრედ სლოუნი ედგა სათავეში მის საწინააღმდეგოდ იქცეოდა და კომპანიას მის მიერ ჩამოყალიბებული მენეჯერების

გუნდით მართავდა. შედეგად „ჯენერალ მოტორსი“ 5 წლიწადში საავტომობილო ბაზრის ლიდერი გახდა. რაც შეეხება კომპანია „ფორდს“, მას სიცოცხლე შეუნარჩუნა ფორდის შვილიშვილმა - ჰენრი ფორდ მეორემ, რომელმაც „ჯენერალ მოტორსის“ დარად, კომპანიას სათავეში ჩაუყენა პროფესიონალი მენეჯერი და ამით გადაარჩინა კომპანია გაკოტრებას.

იგივე მოხდა კომპანია „სიმენსში“ და „მიცუბისშიც“. კომპანია „სიმენსსაც“ არ ჰყავდა მენეჯერი მისი მეპატრონის ვერნერ ფონ სიმენსის სიცოცხლეში. მისი გრდაცვალების შემდეგ დაარწმუნეს მისი შვილები, რომ კომპანიას სჭირდება მენეჯერები და ისინიც დაეთანხმნენ.

რაც შეეხება კომპანია „მიცუბისში“ მეპატრონეს იატარო ივასაკს, მას მოუხდა თავისი კომპანიისთვის კორპორაციის სტატუსის მიცემა, მაგრამ მაშინაც კი მოითხოვა კორპორაციაში საკუთარ ერთპიროვნულ ძალაუფლებას და მეპატრონე-მეწარმის პასუხისმგებლობასაც. მისი აზრით, კომპანიის მთელი ქონება სამუდამო საკუთრებაში მიმაგრებული უნდა ყოფილიყო კომპანიის მესაკუთრეზე. მხოლოდ მას უნდა მიეღო გადაწყვეტილება კომპანიის საქმიანობაზე, დანარჩენები კი მის ბრძანებებს შეასრულებდნენ [3. გვ. 73]. ივასაკის სიცოცხლეშივე დაიწყო კომპანია „მიცუბისში“ ბაზარზე პოზიციების დათმობა. ივასაკმა ფიცი დაადებინა თავის პარტნიორებს, რომ მისი გარდაცვალების შემდეგ ძალაუფლებას გადასცემდნენ მისი ოჯახის თავკაცს, მაგრამ მათ დაინახეს რა კომპანია „მიცუბისში“ უკუსვლა ივასაკის ოჯახთან შეთანხმებით დაიწყეს კომპანიის რესტრუქტურისა და მას სამართავად პროფესიონალ-მენეჯერთა გუნდი ჩაუყენეს სათავეში.

ზემოთ ნათქვანი იმაში გვარწმუნებს, რომ საკუთრება და მენეჯმენტი, ისე როგორც მესაკუთრე და მენეჯერი ორი სხვადასხვა რამეა. მენეჯმენტი მესაკუთრეს კომპანიაზე საკუთრების უფლებას კი არ აკარგვინებს, არამედ აკარგვინებს მისი კონტროლის უფლებას, იმპერატიული ტონით ბრძანებების და მითითებების უფლებას. კარგი მენეჯმენტი კომპანიას ისე წარმართავს, რომ მესაკუთრეს მეტ შემოსავალს მიაღებინებს.

მენეჯმენტი, როგორც მეცნიერულ დონეზე აწყობილი საწარმოს გაძღოლის სისტემა წვრილ საწარმოებში არ წარმოშობილა, წვრილი საწარმოს მესაკუთრენი დღემდე ითავსებენ მენეჯერის როლსაც. მენეჯმენტი მსხვილ საწარმოებში წარმოიშვა, რადგანაც მათი მართვა რთული იყო.

განა ნიშანდობლივი არ არის, რომ კონტინენტალურ ევროპაში მენეჯმენტი პირველად ეროვნულ ბანკებში გამოჩნდა და არა ადგილობრივ ბანკებში. მენეჯმენტის გურუ პიტერ დრუკერი ამტკიცებს, რომ XIX საუკუნის ბოლოს დიდ ბრიტანეთში გათამაშებული კრიზისი და მის მიერ მსოფლიო ეკონომიკაში ლიდერის როლის დაკარგვა განაპირობა „არა იმდენად მისმა ტექნოლოგიურმა ჩამორჩენილობამ, რამდენადაც ცუდმა მენეჯმენტმა, მისმა უუნარობამ მოეხდინა მსხვილი და ამასთან რთული საწარმოების რესტრუქტურისა და [3. გვ. 483]. ამის საწინააღმდეგოდ მოქცეულან გერმანელები, რო-მელთაც თავიდანვე გადაწყვიტეს მოეცილებინათ ის სირთულეები, რომლებიც ეხებოდა კორპორაციების მესაკუთრეების ოჯახის პრესტიჟს და კორპორაციებში ჩამოაყალიბოს დირექტორთა საბჭოები, ამ საბჭოებში მესაკუთრის ოჯახის ერთი-ორი წევრის შეყვანით, მაგრამ ამ შემთხვევაში ამ ადგილს ისინი იკავებდნენ არა ოჯახისშვილობით“, არამედ, თავიანთი პროფესიონალიზმით და, აგრეთვე, სამეთვალყურეო საბჭოები. ასეთი ქმედებით განვითარდა გერმანია და მოიპოვა კიდევ თავის დროზე ლიდერობა ევროპაში. ასე თანდათან ბიზნესის მეპატრონეებმა თავისი ბიზნესის მართვა მენეჯერებს დაუთმეს. ამ ნაბიჯის გადადგმის სულ მიცრე 6 მიზეზი არსებობს [1. გვ. 47]:

1. თავისუფლად შეიძლება მოიძებნოს პროფესიონალი მენეჯერი, რომელმაც საფუძვლიანად იცის თავისი საქმე. ამასთან, იგი იქნება კარგად მომზადებული, დიდი გამოცდილების მქონე და ექნება ფირმის ეფექტური მართვისთვის უფრო უკეთესი

პიროვნული თვისებები, ვიდრე ფირმის მეპატრონეს აქვს. კომპანიის სამართავად არ კმარა მარტო მის მესაკუთრის ხელში არსებული ფინანსური რესურსი, აგრეთვე, მმართველობის ტალანტიც. ასეთი დამთხვევა კი, რეალურ სამყაროში იშვიათია.

2. ბიზნესში ეფექტიანობის მისაღწევად ხშირად რამოდენიმე ოჯახის ფინანსური რესურსებია საჭირო. მაგალითად, ერთი სრულმეტრაჟიანი ფილმის გადაღებას საზღვარგარეთ რამდენიმე მილიონი სჭირდება. ასე რომ, იმისთვის, რომ უზრუნველყოფილი იქნეს წარმოების, მოცემულ შემთხვევაში, კინოფილმის შექმნის ეკონომიკურად ეფექტური მასშტაბი, აუცილებელია ისეთი სტრუქტურა, რომელიც რამდენიმე მესაკუთრეს გააერთიანებს, რომელთაგან უმრავლესობა არც მიიღებს მის მართვაში მონაწილეობას.

3. ეკონომიკური პროცესისთვის დამახასიათებელი გაურკვეველობის პირობებში ინვესტირების რისკის გადანაწილების მიზნით ინვესტიციებს სხვადასხვა ფორმაში აბანდებენ. ამ პროცესს ინვესტიციების დივერსიფიკაცია ეწოდება. ინვესტიციების ოპტიმალური დივერსიფიკაციისთვის საჭიროა, რომ ინვესტორის აქტივების პორტფელი სხვადასხვა სახის მცირე რაოდენობის ქაღალდებით იყოს დაკომპლექტებული. სახსრების ასეთი განაწილება შეუძლებელია საკუთრებისგან მართვის გამოყოფის გარეშე. მაგალითად, დავუშვათ, რომ რომელიმე ინვესტორის ვარაუდით მომავალ წლებში გართობის ინდუსტრიის სფეროში დიდი წარმატება ექნებათ რამდენიმე დასახელების ფირმას, და, გადაწყვიტა მათ აქციებში დივერსიფიცირებული დაბანდების განხორციელება. თუ მას იმავდროულად მათი მართვაც მოუწევს, მაშინ იგი თავის სახსრებს მრავალრიცხოვან კომპანიებს შორის ვერ გაანაწილებს. ასე რომ, შეიძლება ითქვას, რომ ბიზნესის ორგანიზაციის კორპორატიული (აქციონერული) ფორმა ყველაზე უკეთ ესადაგება მესაკუთრე-ინვესტორის აქტივების დივერსიფიკაციას, რადგან იგი მრავალ სხვადასხვა ფირმების კაპიტალში მცირე წილებით მონაწილეობის საშუალებას იძლევა.

4. საკუთრებიდან მართვის გამოყოფა იწვევს ინფორმაციის მიღებაზე დანახარჯების შემცირებასაც. მაგალითად, კინოფილმების შექმნა და გაქირავება დიდძალ ხარჯებს მოითხოვს. ფილმში მოთამაშე მსახობების შერჩევა მეტად ძვირადღირებული პროცესია. ამ საქმეს თავს გაართმევენ მხოლოდ ამ საქმეზე დასპეციალიზებული პროფესიონალი ადმინისტრატორები და არა კინოსტუდიის ან კინო-გაქირავების მეპატრონეები.

5. არსებობს ე. წ. ირიბი სწავლების ეფექტიც, ანდა ფუნქციონირებადი საწარმოს ეფექტი. ისიც ხელს უწყობს საკუთრებისგან მართვის გამოყოფის საქმეს. მაგალითად, მესაკუთრეს სურს გაყიდოს თავის საკუთრებაში არსებული საწარმო. თუ იგი ამავე დროს მისი მენეჯერიც არის, მაშინ, საწარმოს ახალ მესაკუთრეს მოუწევს ამ ბიზნესის შესწავლა მის პირველ მესაკუთრესგან. თუ ამ საწარმოს ხელმძღვანელობდა არა მესაკუთრე, არამედ, დაქირავებული მენეჯერი, მაშინ, საწარმოს გაყიდვის შემთხვევაში მენეჯერი რჩება ადგილზე და აგრძელებს საწარმოს მართვის ახალი მესაკუთრის ხელში.

6. საკუთრებისგან მართვის გამოყოფის პირობებში განსაკუთრებით ეფექტურია ბიზნესის ორგანიზაციის კორპორატიული (აქციონერული) ფორმის მუშაობა, რადგან იგი იძლევა აქციონერთა სიაში ხშირი ცვლილებების განხორციელების შესაძლებლობას, ფირმის საქმიანობაში რაიმე დისონანსის შეტანის გარეშე. მაგრამ მედალს აქვს მეორე მხარეც. ყველა ჩვენს მიერ ჩამოთვლილი საკუთრებისგან მართვის გამოყოფის მიზეზები იმავე დროს ხელს უწყობენ მესაკუთრესა და მენეჯერების ინტერესთა შორის დაპირისპირებას. კორპორაციების მესაკუთრეები, როგორც წესი, მეტად მწირ ინფორმაციას ფლობენ მენეჯერების მიერ მათი ინტერესების დაცვის შესახებ. მენეჯერებს შეუძლიათ დაივიწყონ თავისი მოვალეობები და იმოქმედონ ამ ინტერესების საწინააღმდეგოდ.

ამის თავიდან ასაცილებლად მესაკუთრე-მეწარმეებმა აქციების მეშვეობით საკუთ-

რების წილი დაუთმეს მენეჯერებს, ასე რომ, დღეს, უმრავლეს მსხვილ საწარმოებში მენეჯერები არა მხოლოდ მენეჯერები, არამედ, თანამესაკუთრეებიც არიან. ასე რომ, ეს პრობლემაც გადაწყვეტილია. დარჩა გადასაწყვეტი მხოლოდ ერთი პრობლემა: ბოლოს და ბოლოს ვინ არის კომპანიაში „პირველი კაცი“ - მენეჯერი თუ მეპატრონე?“

ჩვენ ვფიქრობთ, რომ ორივე ისინი „პირველი კაცებია“, მხოლოდ სიტუაციის შესაბამისად.

დასკვნა.

სტატიაში განხილული საკითხი მეტად აქტუალური საკითხია. მეწარმეობა ისევე როგორც მენეჯერობა ყველა ადამიანს არ შეუძლია. მით უფრო იშვიათია ადამიანი, რომელსაც ერთდროულად მეარმეობაც შეუძლია და მენეჯერობაც.

დღევანდელ პირობებში კერძო, ინდივიდუალური საკუთრება ძლიერი გამოწვევის წინაშე დგას. ეს არის კორპორაციული, აქციონერული საკუთრება. მასში საკუთრების მართვა-განკარგვას პროფესიონალი მენეჯერები უზრუნველყოფენ. მასე თანდათან კერძო საკუთრების ძალა მესაკუთრეთა კოლექტიურ ძალად გარდაიქმნება. ამავდროულად ფართოვდება კორპორაციის მენეჯერის როლი, რომელსაც მესაკუთრე საკუთრების რაღაცა ნაწილს აქციების სახით უთმობს.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. სილაგაძე ა. ეკონომიკური ლექსიკონი. თბ., 2011.
2. ბასარია ვ. კერძოსაკუთრებრივი ურთიერთობებისა და მეწარმეობის გენეზისის საკითხისთვის. ჟ. „ეკონომიკა და ბიზნესი“. ტ. 12. #3. 2020.
3. Друкер П. Менеджмент: задачи, обязанности, практика. М., 2008.
4. ხარხელი მ., ქემელაშვილი გ. მენეჯმენტის საფუძვლები. თბ., 2015.

რეზიუმე

სტატიაში - „ვინ არის კომპანიაში „პირველი კაცი“ - მესაკუთრე თუ მენეჯერი?“ - განხილულია საკუთრებისა და მენეჯმენტს შორის წარმოშობილი დაპირისპირება და ის სიძულვილში გადასული წინააღმდეგობა, რომელსაც ბიზნესის მფლობელი მესაკუთრეები ავლენდნენ მენეჯერების მიმართ.

ამის მაგალითებად ნაშრომში დასახელებულია ჰენრი ფორდი პირველი, ვერნერ სიმენსი და იატარო ივასაკი. მათ სიცოცხლეში არ დათმეს პოზიციები თავის კომპანიებში, მაგრამ მათმა შვილებმა და შვილიშვილებმა კი დაინახეს რა კომპანიების უკუსვლა, მმართველობა გადააბარეს პროფესიონალ მენეჯერებს. მეტიც, რისკისგან თავის დაზღვევის მიზნით კომპანიათა მესაკუთრეებმა მენეჯერებისთვის საკუთრებიდან გარკვეული წილების დათმობა დაიწყეს. ეს პროცესი უფრო აქტიურად მიმდინარეობს ამჟამად. დღეს მსხვილ საწარმოებს აყვავების ხანა უდგათ. ასეთ ვითარებაში ისმება კითხვა: „ვინ არის კომპანიაში „პირველი კაცი?“ ნაშრომის ავტორი ფიქრობს, რომ მესაკუთრეც და მენეჯერიც პირველი კაცებია, მხოლოდ სიტუაციის შესაბამისად.

WHO IS THE “FIRST MAN” IN A COMPANY - THE OWNER OR THE MANAGER?”

MAYA ROKHVADZE,
Academic Doctor of Economics

S U M M A R Y

In the article - “Who is the ‘first man’ in a company - the owner or the manager?” – it is discussed the conflict between ownership and management and the hostility that business owners have shown towards managers.

Henry Ford I, Werner Siemens and Yataro Iwasaki are named as examples of this in the work paper. They did not give up positions in their companies during their lifetime, but their children and grandchildren, seeing the decline of the companies, handed over the management to professional managers. Moreover, in order to insure themselves against the risk, the owners of the companies began to give up certain shares from the property to the managers. This process is more active now. Today, large enterprises are facing a period of prosperity. In such a situation, the question arises: “Who is the “first man” in the company?” The author of the paper thinks that both the owner and the manager are the first men, only according to the situation.

Keywords: owner; manager; “The First Man”; Separation of ownership from management.

**ინოვაციური პროექტების მართვის თავისებურებები
მეღვინეობასა და ჯანდაცვის სისტემაში**

მირანდა ჯანხოთელი
სტუ, ბიზნესის ადმინისტრირების სადოქტორო პროგრამის დოქტორანტი
ნატალია ჭანტურია
სტუ, ბიზნესის ადმინისტრირების დეპარტამენტის ასოცირებული პროფესორი

“ღვინო ყველა წამალს შორის ყველაზე მნიშვნელოვანია: სადაც არ არის საკმარისი ღვინო, ჩნდება საჭიროება წამლებში..” - ებრაული თალმუდი

საკვანძო სიტყვები: მეღვინეობა, ჯანდაცვა, ინოვაციური პროექტების მენეჯმენტი.
Z32

სტატია ეხება ისეთ განსხვავებულ და საინტერესო დარგებში ინოვაციური პროექტების განხორციელების პერსპექტივას, როგორცაა მეღვინეობა და ჯანდაცვა.

აღნიშნული დარგების კვებაზე, დიდი მნიშვნელობა აქვს ინოვაციურ საქმიანობაში სწორი მექანიზმებისა და ინსტრუმენტების პოვნას, რათა ხელი შეეწყოს საქართველოში ინდუსტრიებისა და სექტორების კომპლექსურ განვითარებას, რაც საშუალებას მოგვცემს შევავსოთ დაკავშირებული ინდუსტრიების მახასიათებლები და განვითარების პერსპექტივები.

თემის აქტუალურობა განპირობებულია მეღვინეობაში რაციონალური, ინოვაციური ტექნოლოგიების მიხედვით, რომლებიც უზრუნველყოფენ საზოგადოებრივი ჯანმრთელობის შენარჩუნება-გაუმჯობესებას. ჯანდაცვის ინდუსტრიის ინსტრუმენტები კი საშუალებას მისცემს მეღვინეობის სექტორის განვითარებას, ხელს შეუწყობს იმ საკვანძო ელემენტების გამოკვეთას, რაც გაზრდის პროდუქციის და ჯანმრთელობის სარგებლის ხარისხს.

ქართველებს მევენახეობა-მეღვინეობის 8000-წლიანი ისტორია გვაქვს და დღეს საქართველო დამსახურებულად «ღვინის აკვნად» მოიხსენიება მსოფლიოში.

ღვინო ყოველთვის იყო ქართული კულტურისა და ყოფის განუყოფელი ატრიბუტი როგორც ქრისტიანობამდე, ისე ქრისტიანულ ეპოქაში. მას საკრალურ-მისტიური დანიშნულება ჰქონდა რელიგიურ რიტუალებში და მნიშვნელოვანი ადგილი ეკავა სხვადასხვა ადათ-წესებში. ანტიკური ხანიდან მოყოლებული ღვინო და ღვინის პროდუქტი განიხილებოდა, როგორც სამკურნალო ელექსირი.

უძველეს ქართულ ხელნაწერებში და კარაბადინებში მრავალი რეცეპტია შემონახული ნატურალური, სუფთა ღვინით მკურნალობისა. ღვინის თერაპიის მარგებლობის შესახებ ჩანაწერები შემონახულია მსოფლიოს სხვადასხვა კუთხეში სხვადასხვა წარწერებისა თუ უძველესი დოკუმენტაციის სახით¹. ქრისტიანობის შემოსვლამ საგრძნობლად შეუწყო ხელი ენოთერაპიის-ღვინით მკურნალობის კონცეფციის პოპულარიზაციას.

ღვინო ქრისტიანული ტრადიციით, არა მხოლოდ სიცოცხლის, ჯანმრთელობის და მშვიდობის სიმბოლოა, არამედ თავისი სასწაულებრივ-სასარგებლო თვისებების გამო მაცხოვრის სისხლთანაა გაიგივებული. ამიტომაც, ღვინო ბიბლიაში 450-ჯერ არის მოხსენიებული, ხოლო ბაბილონის თალმუდში განხილულია, როგორც ერთ-ერთი ყველაზე ეფექტიანი სამკურნალო საშუალება.

1. ეგვიპტეში პლა-ხოტეპის (ძვ. წ. IV ათასწლეული) საფლავის ქვაზე. მსგავსი წარწერაა ნაპოვნი ქ. ნიპურის გათხრებისას, რომელიც ძვ. წ. III ათასწლეულით თარიღდება. ჩვენი შორეული წინაპრის, მედიცინის მატრიარქის — მედეას (ძვ. წ. XIVს.) სამკურნალო 40-მცენარიან ნუსხაში ვაზიც მოიხსენიება.

დღევანდელ ცივილიზებულ სამყაროში ენოთერაპია აღმავლობის გზაზეა¹, რასაც ვერ ვიტყვით საქართველოზე.

ღვინისა და ყურძნის სამკურნალო-სასარგებლო თვისებების ჩამოთვლა ნამდვილად შორს წაგვიყვანს, ჩვენი მიზანი კი იმ ახლებური მიდგომების და ხედვების ინიცირებაა, რომელიც უზრუნველყოფს მეღვინეობაში რაციონალური, ინოვაციური ტექნოლოგიების მიებით, საზოგადოებრივი ჯანმრთელობის შენარჩუნება-გაუმჯობესებას, ხოლო ჯანდაცვის ინდუსტრიის ინსტრუმენტები არამარტო საშუალებას მოგვცემს განვავითაროთ მეღვინეობის სეგმენტი, არამედ ხელს შეუწყობს იმ საკვანძო ელემენტების გამოკვეთას, რაც გაზრდის პროდუქციის ხარისხს ჯანმრთელობისთვის სარგებლის მოტანის ხარჯზე.

ინოვაციების დანერგვა საწარმოების, ინდუსტრიების და დარგობრივი სეგმენტების საქმიანობაში, მიმართულია პროდუქტის მახასიათებლების, წარმოების პროცესის, ორგანიზაციული სტრუქტურის, მიწოდების ფორმის და გაყიდვების მეთოდების გაუმჯობესებაზე, ანუ ზოგადად ბაზრის გაუმჯობესებასა და განვითარებაზე [1].

მეღვინეობის კომპლექსის ინოვაციური პოლიტიკა, როგორც წესი, ეფუძნება სამი ძირითადი ეტაპის განხორციელებას:

- პროდუქციის წარმოების იდეის ძიებას;
- ახალი პროდუქტის ნიმუშის წარმოებას;
- ლაბორატორიულ ტესტირებას.

ამ ეტაპების წარმატებით დასრულება გულისხმობს ღვინის პროდუქტების მასობრივ წარმოებას და ბაზარზე მის პოპულარიზაციას.

ჯანდაცვის სფეროში ინოვაციური პოლიტიკის სტრუქტურა, მეღვინეობის კომპლექსის მსგავსია-მასში შეიძლება გამოვყოთ სამედიცინო ინდუსტრიაში პრობლემის ფორმირების ეტაპი, რომელიც ძირითადად სამედიცინო ტექნოლოგიების ან მომსახურების განსხვავებული იდეის ძიების სტიმულია.

მეღვინეობაში ინოვაციური პოლიტიკის საფუძველი უკავშირდება წარმოებაში მოგების მიღებას, ინოვაციების დანერგვის წყაროების არჩევით, ხოლო ჯანდაცვის სექტორში ინოვაციური პოლიტიკის საფუძველი უზრუნველყოფს პერსპექტიული ტექნოლოგიებისა და მეთოდების დანერგვას მოსახლეობის სიცოცხლისა და ჯანმრთელობის ხარისხის გასაუმჯობესებლად, რაც განსაზღვრავს ამ ორ მიმართულებას შორის განსხვავების არსს.

მეღვინეობის კომპლექსის და ჯანდაცვის სექტორის ინოვაციური სტრატეგია მიმართულია ფუნდამენტურად ახალი პროდუქტებისა და ტექნოლოგიების შექმნაზე, რომლებიც თავის მხრივ მიზნად ისახავს მომხმარებელთა მოთხოვნილებების დაკმაყოფილებას;

➤ ჯანდაცვის სისტემის მომხმარებლის მიზანია მიიღოს მაღალი ხარისხის, სათანადო პროფესიონალური სამედიცინო მომსახურება ჯანმრთელობის გასაუმჯობესებლად, თავი დააღწიოს არსებულ დაავადებებს, ჯანმრთელობის შესანარჩუნებლად ჩაიტაროს პრევენციული კვლევები და ა.შ.

➤ მეღვინეობის კომპლექსის მომხმარებლები, უპირველეს ყოვლისა, ინტერესდებიან ბაზარზე არსებული პროდუქტებით, მათ სურთ მიირთვან სხვადასხვა

1. ბორდოში (საფრანგეთი), გაიხსნა მსოფლიოში პირველი ენოთერაპიული ცენტრი, სადაც პაციენტებს მკურნალობენ ღვინისა და ვაზის აბანოებით, ღვინისა და თაფლის სახვევებით, ღვინის ნიღბებით, დაფქული წიპწებით... ანალოგიური ცენტრები გაიხსნა სხვა ქვეყნებშიც. XVIII საუკუნის დასაწყისში გერმანელი სწავლული სიდენგამი ღვინოს, როგორც მინერალური ნივთიერებებით მასაზრდოებელ საშუალებას, დედათა და ბავშვთა სამკურნალოდ იყენებდა სისხლნაკლებობისას-იგი რაინის წითელ ღვინოებში 0,5-1 გ/ლ-მდე რკინის ფხვნილის დამატებას ურჩევდა. ღვინოზე დამზადებული მრავალი წამალია აღწერილი ქართულ სამკურნალო უსწორო კარაბადინშიც (X-XI ს.).

ჯიშის ყურძნის ხარისხიანი სასმელები, მიიღონ სიამოვნება და შეძლებისდაგვარად, არ დაიზიანონ ჯანმრთელობა.

აღნიშნული ფაქტორები გვევლინებიან კატალიზატორებად ინოვაციური ტექნოლოგიების პრიორიტეტული მიმართულებების არჩევისათვის და მეღვინეობის კომპლექსში მათი დანერგვისას წარმოებული პროდუქციის ჯანმრთელობის სტანდარტებისა და ხარისხის უზრუნველსაყოფად¹.

ინოვაციური სტრატეგიის დანერგვის საბაზრო მექანიზმების შემუშავება მწარმოებლებს საშუალებას აძლევთ გაზარდონ თავიანთი კონკურენტული უპირატესობები, გადადგან რადიკალური ნაბიჯები საცალო ბაზრებზე, რაც ხელს შეუწყობს პროდუქციის პოპულარიზაციას, მომხმარებელთა ახალი სეგმენტის შექმნას, რეალიზაციის მოცულობის ზრდას და ა.შ. [2]

ჯანდაცვის სფეროში ინოვაციური სტრატეგიების ფორმირება და მათი განხორციელება, როგორც წესი, მიზნად ისახავს არა იმდენად პაციენტების მოზიდვას, არამედ რაც შეიძლება მეტი პაციენტის მოვლის სათანადო ორგანიზებას, რაც გულისხმობს მაღალკვალიფიციური დახმარების უზრუნველყოფას ახალი ტექნოლოგიების წყალობით.

ინოვაციების დანერგვა დაკავშირებულია გარკვეულ რისკებთან, რაც შეიძლება გამოვლინდეს როგორც მეღვინეობაში, ასევე მედიცინაში. ეს, უპირველეს ყოვლისა, განპირობებულია უახლესი კვლევების, მათი ტესტირებისა და განხორციელებისთვის საჭირო მნიშვნელოვანი ხარჯებით [3]. ამავდროულად, ინოვაციების დანერგვის წარმატებით განხორციელებისას, დიდია როგორც ღვინის მწარმოებელი საწარმოების, ასევე სამედიცინო დაწესებულებების, ეფექტურობის გაზრდის ალბათობა.

თანამედროვე პროგრამულ-ტექნოლოგიური უზრუნველყოფა ეხმარება სამედიცინო დაწესებულებებს გააკონტროლონ ზემოთ ჩამოთვლილი საქმიანობის სფეროები: დღეს მედიცინაში წარმატებით გამოიყენება მრავალი ონლაინ-პლატფორმა და პროგრამები, რომელიც ხელს უწყობს უფრო ზუსტი დიაგნოზის დასმას, ოპერაციის უფრო სწრაფად შესრულებას და ადამიანის ორგანიზმისთვის დაავადებისგან მიყენებული ზიანის ზუსტ დადგენას.

ანალოგიურად, უკვე დანერგილია ისეთი საკვლევი სისტემები, რომლებიც ფუნდამენტურად შეისწავლიან მევენახეობის სპეციფიკას- გეოდეზიური საინფორმაციო სისტემის (გსს)-ის გამოყენებით, Deaver Vineyards-ის პროგრამულ უზრუნველყოფას, შეუძლია თვალყური ადევნოს ვენახების ინტერიერს, სარწყავ სისტემებს და კლიმატურ პირობებს, ტექნიკური ჩანაწერების დაფიქსირებას, მოსავლიანობის ანალიზებს, ხარისხის კონტროლს. გსს-ის გამოყენებით ამ პროგრამას შეუძლია მაღალი მოსავლიანობის და ხარისხიანი ყურძნის მომცემი ტერიტორიების იდენტიფიცირება. ამ ატრიბუტების სტრატეგიკაციისა და ლოკალიზაციის შესაძლებლობა პროგრამას საშუალებას მისცემს საუკეთესო ღვინის წარმოებასთან ერთად მომგებიანობის ოპტიმიზაციის მიღწევაში [4].

მეღვინეობის მაღალტექნოლოგიური პროგრამული სისტემების დროული და სათანადო გამოყენება ქმნის ჯანსაღი კონკურენციისა და ახალი მომხმარებლების მოზიდვის პერსპექტივას.

პროგრამულად შესაძლებელია აგრეთვე ღვინის ახალი შეფუთვის, წარმოების უახლესი ტენდენციების, ეკოშესაბამისი გარემოს, მდგრადობისა და ეტიკეტირების უზრუნველყოფა [5].

მეღვინეობის კომპლექსი პირდაპირ კავშირშია მევენახეობასთან, რომლის

1. უპირველეს ყოვლისა, მხედველობაში გვაქვს ღვინის პროდუქტების ფალსიფიკაციასთან ბრძოლა, რამაც შეიძლება ზიანი მოუტანოს მომხმარებლის ჯანმრთელობას (ავტ.)

ფუნდამენტური პრინციპები ეფუძნება შემდეგ კვლევებს:

- ყურძნის გენეტიკური რესურსების კონსერვაცია და მიზნობრივი გამოყენება სხვადასხვა სელექციურ პროგრამებში. ეს არის ყურძნის ჯიშების კოლექციების შენარჩუნება და მათი გენეტიკური რესურსების სისტემატიზაცია.

- სასურველი თვისებების მქონე ვაზის სასურველი ჯიშების გამოყვანის დაჩქარება (ნაადრევი სიმწიფე, მაღალი მოსავლიანობა);

- ჯანსაღი სარგავი მასალის მიწოდება, რომელიც ეფუძნება სადედე პლანტაციების დაფუძნებას ვეგეტატიური კოლექციების გამოყენებით. აქვე შეიძლება გამოვყოთ მოდიფიცირებული მეთოდები ვაზის სხვადასხვა ჯიშების დაავადებების

როგორც შესამცირებლად, ასევე ლატენტური სტადიების გამოსავლენად და გავრცელების აღმოსაფხვრელად.

- ყურძნის ძვირფასი სახეობების განსაკუთრებით მაღალმოსავლიანი “კლონების შერჩევა”, რაც დაფუძნებულია რესურსების დაზოგვის ტექნოლოგიების ოპტიმიზაციასთან. ეს მეთოდები განსაკუთრებულად პერსპექტიულია მევენახეობის სპეციფიკური კლიმატური ზონებისთვის;

- ზვრების და ასევე, ზვრებში ვაზის ნერგების განლაგების რაციონალიზაცია, რაც იძლევა როგორც სივრცით დარგვას ძირითად ჯიშებთან, ასევე იშვიათი და შეზღუდული კოლექციების შექმნის საშუალებას;

- ტერიტორიის ფიტოსანიტარული მდგომარეობის უწყვეტი მონიტორინგისა და პროგნოზირების განხორციელება ამპელოცენოზში ეთნო-, აგრო-, პათოკომპლექსების ჩამოყალიბებისა და ვენახების დაცვის ადაპტაციური სისტემების შექმნის დროს. ეს საშუალებას იძლევა დროულად დადგინდეს მავნებლების სახეობა და “სუსტი წერტილები”, ამის შემდეგ კი შემუშავდეს და შეიქმნას წამლების ოპტიმალური ფორმულირებები, რომლებსაც არ ექნებათ პათოლოგიური გავლენა ყურძნის ხარისხზე და მის განსაკუთრებულ, ჯიშურ მახასიათებლებზე.;

- ორგანული პროდუქტების მიღება. ამ შემთხვევაში ორგანული მევენახეობის ტექნოლოგიის ექსპერიმენტულ განვითარებას შეუძლია მნიშვნელოვნად გააუმჯობესოს როგორც პროდუქციის ხარისხი, ასევე შეამციროს საშიში აგროეკოტოქსიკური ინდექსი, რითაც გაზრდოს მოთხოვნა ყურძენზე; - ახალი მექანიზმებისა და აგროტექნიკური სტანდარტების გამოყენება ყურძნის ხარისხის გაზრდის მიზნით ხანგრძლივი დროით შენახვის შემთხვევაში. ეს ტექნოლოგიები მიზნად ისახავს ხარისხის გაუმჯობესებას და ზარალის შემცირებას დიდი ხნით შენახვისას ინოვაციური ფურცლოვანი, ფოთლოვანი სახვევების გამოყენებით [4].

ამრიგად, მეღვინეობის სფეროში ინოვაციური კვლევები მიზნად ისახავს:

- მეღვინეობის პროდუქციის ხარისხის ფორმირების მართვის სისტემის შემუშავება;

- ვაზის სხვადასხვა, თითოეული ჯიშის განმასხვავებელი ნიშნების შერჩევა წარმოების ტექნოლოგიის ზრდის ზონის, საფუარის შტამების, დამხმარე მასალების მიხედვით, რაც აუმჯობესებს ღვინის პროდუქციის ხარისხს;

- ღვინის პროდუქციის ხარისხის, უსაფრთხოებისა და ავთენტურობის ქიმიური კონტროლის ახალი ტექნოლოგიების სამეცნიერო მხარდაჭერა და დასაბუთება, რაც უზრუნველყოფს სახელმწიფოსა და ღვინის მწარმოებლების ეკონომიკური ინტერესების, ასევე მომხმარებელთა ჯანმრთელობის დაცვას;

- სპეციალური ნედლეულის ბაზების ფორმირება, რაც საშუალებას მისცემს შექმნას სპეციალური ნედლეულის ბაზები, რომლებიც ორიენტირებულია გარკვეული ტიპისა და ჯიშის ღვინის პროდუქტების (კონიაკის პროდუქტები, ცქრიალა ღვინოები და ა.შ.) მიღებაზე.

- რესურსებისა და ენერჯის დაზოგვის ტექნოლოგიების შემუშავება მშრალი,

ცქრიალა ღვინოებისა და კონიაკის წარმოებისთვის [4];

კლიმატის გლობალურმა ცვლილებებმა, მიგრაციებმა, ბუნებაში ადამიანის მიერ განხორციელებულმა ცვლილებებმა სხვადასხვა, განუსაზღვრელი ფაქტორების ზემოქმედებით, ახალი ტიპის მიკროორგანიზმებისა და პათოგენური ბაქტერიების გაჩენამ გამოიწვია გარკვეული პროცესები ბიოტიკურ, აბიოტიკურ და ბიოლოგიურ ფაქტორებში, რამაც განაპირობა წარმოების პროცესების გარკვეული ორიენტაციის ფორმირება. აღნიშნულმა მექანიზმებმა გავლენა იქონია როგორც ღვინის წარმოებაზე, ისე მედიცინაზე. ამ შემთხვევაში, მიუხედავად კვლევის საკმაოდ ფართო მასშტაბისა, უნდა აღინიშნოს, რომ ინოვაციური საქმიანობა შემოიფარგლება მომხმარებელთა მოთხოვნით და არა რესურსების ნაკლებობით. ეს ასტიმულირებს ინოვაციური საქმიანობის დაგეგმვის ახალი მექანიზმების შემუშავებას, რაც ხელს შეუწყობს ბაზრის პრინციპების, მათ შორის, მარკეტინგული საქმიანობის ორგანიზებას. ამ ასპექტში უნდა აღინიშნოს, რომ მეღვინეობის კომპლექსისთვის აუცილებელია პროექტის მენეჯმენტის ფორმირება, ანუ სტრატეგიული ზრდის წერტილების განსაზღვრა, რაც, მათი დანერგვისა და განვითარების შედეგად, საშუალებას მისცემს ჩაანაცვლოს არაეფექტური და ხელი შეუწყოს მეღვინეობის ხარისხობრივ პოტენციალის ამაღლებას.

მედიცინაში ეს სფეროები უკვე აქტიურად ხორციელდება და განპირობებულია მოსახლეობის ჯანმრთელობაზე მზრუნველი სხვადასხვა, მრავალგვარი კონცეფციებითა და სამთავრობო პროგრამებით, რომლებიც ძირითადად განსაზღვრავს ინოვაციურ გზაზე გადასვლას სწრაფად და პროგრესულად განვითარებული მაღალი ტექნოლოგიების ბაზით. იგივე ითქმის ეკონომიკის ღვინის სექტორზეც. საინოვაციო საქმიანობის ერთ-ერთ მთავარ პრობლემად შეიძლება ჩავთვალოთ სამეცნიერო-ტექნიკური და ლაბორატორიული სფეროების არასაკმარისი მომზადება ან მიღებული რეზულტატების არასათანადო ინტერპრეტირება საბაზრო ეკონომიკის პრინციპების შესაბამისად.

სამეცნიერო-ტექნიკური მიღწევების დანერგვა, როგორც ჯანდაცვის, ასევე მეღვინეობის სისტემაში, დაკავშირებულია არა მხოლოდ სამთავრობო დაფინანსებასთან, არამედ სამეცნიერო-ტექნიკურ სფეროებში გამოცდილების ნაკლებობასთან საბაზრო რეფორმების კონტექსტში. ამიტომ ხშირად სამეცნიერო-ტექნიკური მიღწევები არ არის მზად კომერციული ფუნქციონირებისათვის და საბოლოოდ არ გადადის სასაქონლო ჯგუფში. ამრიგად, აუცილებელია ყურადღება მივაქციოთ განვითარების ინოვაციური სტრატეგიის არჩევას [6].

დასკვნა. ამრიგად, შეიძლება აღინიშნოს, ინოვაციების მენეჯმენტი ჯანდაცვის სექტორში, როგორც ინდუსტრიაში და მეღვინეობაში, როგორც წარმოების სეგმენტში, ეფუძნება კვლევითი ბაზის ფორმირებას, რათა უზრუნველყოფილი იქნეს, როგორც ყურძნისა და ღვინის წარმოებისთვის ნედლეულის ბაზის ხარისხი და ეფექტური წარმოების პროცესი, ასევე, მედიცინაში აუცილებელი ინოვაციების დანერგვა სამკურნალო ნედლეულის მოპოვება- წარმოებაში, ხარისხის სტანდარტებისა და ტექნოლოგიის დაცვით, რაც თავის მხრივ უზრუნველყოფს პაციენტებში მაღალ თერაპიული ეფექტს. მენეჯმენტის ნებისმიერ რგოლის ფუნქციონირების დარღვევას, როგორც მედიცინის, ისე ღვინის წარმოების სფეროში, მთელი სისტემის კრიზისამდე მივყავართ.

შესაბამისად, შეგვიძლია გავავლოთ პარალელი: სამეცნიერო კვლევები როგორც მედიცინის, ისე მეღვინეობის სფეროში ეფუძნება გრძელვადიან დაგეგმვას და წარსული კვლევის გამოცდილების გამოყენებას, შედეგად კი- მტკიცებულებებზე დაფუძნებული ახალი მეთოდებისა და მექანიზმების შემუშავებას არსებული

ფორმების, ფენომენების, ტენდენციებისა და ნიმუშების საფუძველზე.

ინოვაციური საქმიანობა განსახილველ დარგებში ასტიმულირებს დაგეგმვის ახალი მექანიზმების შემუშავებას, ბაზრის პრინციპების, მათ შორის, მარკეტინგული საქმიანობის ორგანიზების ხელშეწყობას.

შესაბამისად, მეღვინეობის კომპლექსისთვის აუცილებელია ინოვაციური პროექტების მენეჯმენტის მორგება-ფორმირება, ისეთი სტრატეგიულად მნიშვნელოვანი კრიტიკული წერტილების განსაზღვრა, რაც, პროექტების განხორციელებისა და მათი შედეგების დანერგვა-რეალიზაციის შედეგად, აამაღლებს მეღვინეობის, ჯანდაცვისა და მათ კვეთაზე-რეკრეაციული ტურიზმის ხარისხობრივ პოტენციალს.

მედიცინაში ინოვაციურ პროექტებზე დაფუძნებული მმართველობითი კონცეფცია სხვადასხვა პროგრამების ხელშეწყობით უკვე აქტიურად ხორციელდება, რაც განსაზღვრავს ჯანდაცვის სისტემის ინოვაციურობაზე გადასვლას სწრაფად და პროგრესულად განვითარებული მაღალი ტექნოლოგიების ბაზით. იგივე ითქმის ღვინის სექტორზეც. თუმცა, საინოვაციო საქმიანობის ერთ-ერთ მთავარ პრობლემად სამეცნიერო-ტექნიკური და ლაბორატორიული სფეროების არასაკმარისი მომზადება ან მიღებული რეზულტატების არასათანადო ინტერპრეტირება რჩება, ბაზრის მოთხოვნებთან მიმართებაში.

სამეცნიერო-ტექნიკური მიღწევების დანერგვა, როგორც ჯანდაცვის, ასევე მეღვინეობის სისტემაში, დაკავშირებულია არამხოლოდ სამთავრობო დაფინანსებასთან, არამედ სამეცნიერო-ტექნიკურ სფეროებში გამოცდილების ნაკლებობასთან. ამიტომ, ხშირად სამეცნიერო-ტექნიკური მიღწევები „არ არის მზად“ კომერციული ფუნქციონირებისათვის და საბოლოო ჯამში ვერ იძენს სასაქონლო სახეს.

განსაკუთრებულად მნიშვნელოვანია და აქტუალური უნდა გახდეს ყურძნის გადამუშავებით მიღებული „მეორადი ნედლეულის“ გამოყენება როგორც სამედიცინო მიზნებისათვის, ისე მოგების ზრდისათვის. საჭიროა ამ მეტად სასარგებლო პროდუქტის რაციონალურად გამოყენება და მნიშვნელოვანი ღირებულების პროდუქტების : ეთილის სპირტის, ენანტის ეთერის, ყურძნის წიპწის ზეთის, ღვინის ქვის მჟავას, ტანინის, ენოსაღებარის, ფურფუროლის, საკვები საფუარისა და მრავალი სხვა ფასეული პროდუქტის წარმოებისათვის სახელმწიფო ხელშეწყობა.

რაც შეეხება საკვებ საფუარს: ცნობილია, რომ უძველესი დროიდან ღვინის ქვას და ლექს იყენებდნენ ოჯახში საფუარის მოსამზადებლად. ამ მეთოდის აღდგენა-გამოყენება ხელს შეუწყობს ხარისხიანი პურ-პროდუქტების წარმოებას, რაც დამეთანხმებით, საკმაოდ მნიშვნელოვანია ჯანმრთელობისათვის.

როგორც პერსპექტიული მიმართულება, შესაძლებელია გამოვეყნოთ ღვინის ახალი სახეობების შექმნა, რომლებიც მზადდება სხვადასხვა სამკურნალო მცენარეების ექსტრაქტებზე. აღნიშნულ მიმართულებას შეიძლება ეწოდოს შედარებით ახალი, მაგრამ ადექვატური მარკეტინგული პოლიტიკით, მორგებული და ეფექტური სამეცნიერო ბაზით, ადამიანის ორგანიზმზე თვისებრივი ზემოქმედების კუთხით, შეგვიძლია განვახილოთ და შევქმნათ მნიშვნელოვანი ინოვაციური პოტენციალი ამ მიმართულებით.

ამრიგად, აუცილებელია ყურადღება მივაქციოთ ამ დარგების ინოვაციური განვითარების სტრატეგიის შერჩევის კომპლექსურ ხასიათს.

ინოვაციური პროექტების ინიცირებას და განხორციელებას მეღვინეობასა და ჯანდაცვის სისტემაში, რეალური ეკონომიკური შედეგი ექნება, რაც გამოიხატება მეღვინეობის ზონების, როგორც მეღვინეობისა და ვაზის ტურისტულ-რეკრეაციული რეგიონების ჩამოყალიბებაში და ასტიმულირებაში, რისთვისაც სასურველია:

- ეთნოკომპლექსების შექმნა;
- ღვინის ინდუსტრიასთან რეკრეაციული კავშირების ფორმირება;
- ენოთერაპიისა და ამპელოთერაპიის განვითარება;
- ეკონომიკური და დემოგრაფიული მიმართულების პოტენციალის გაფართოება;
- ღვინის პროდუქციის ხარისხის გაუმჯობესება;
- მომხმარებელთა უფლებების დაცვა;

რაც საბოლოო ჯამში უზრუნველყოფს ღვინის პროდუქტების როგორც მასობრივი წარმოების, ისე მცირე საოჯახო მეურნეობების განვითარებას.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. ბარათაშვილი ე., ნაკაიძე გ., ბარათაშვილი თ.,... პროექტების მენეჯმენტი. თბილისი, 2007. 1-88 გვ
2. გალახვარიძე ნ., ზარგინავა თ., ბარათაშვილი ე., ინოვაციათა მენეჯმენტი. თბილისი, 2015. 1-294
3. ბარათაშვილი ე. ინოვაციების მენეჯმენტი (სახელმძღვანელო). თბილისი, 2008
4. Агеева Н.М. Влияние района произрастания и технологической обработки винограда на химический состав виноградного сока / Н. М. Агеева, В.А. Ажогина., Г. М. Зайко, Ю.В. Гапоненко // Виноград и вино России. – 2019. – № 4. – С. 50.
5. Мишиев П.Я. Создание новых марок коньячной продукции на основе структурирования функций качества Пищевая промышленность, 2019., - № 2 - с.51-52.
6. Сухарев, О. С. Инновации в экономике и промышленности / О.С. Сухарев, С.О. Сухарев. - М.: Высшая школа, 2019. - 320 с.
7. ცხოვრების ჯანსაღი წესი და მოზარდთა რეპროდუქციული ჯანმრთელობა-ალკოჰოლის მავნებლობა. სარესურსო წიგნი პედაგოგებისათვის. გვ1-15

რეზიუმე

წინამდებარე სტატია მცდელობაა ერთმანეთს დავუკავშიროთ საქართველოს ორი ტრადიციული და სტრატეგიულად მნიშვნელოვანი დარგი - მეღვინეობა და ჯანდაცვა.

საქართველო ოდითგანვე ითვლებოდა მევენახეობა-მეღვინეობის უძველეს კერად და დღეს მსოფლიოში მიჩნეულია ხარისხიანი ღვინოების წარმოების ზონად.

საქართველოში ღვინოს ჯერ კიდევ წარმართული პერიოდიდან ჰქონდა მისტიკურ-რიტუალური დანიშნულება, ხოლო ქრისტიანობის გავრცელებასთან ერთად, ღვინო თავისი სასწაულებრივ-სამკურნალო თვისებების გამო მაცხოვრის სისხლს დაუკავშირდა და ქართველებისთვის კიდევ უფრო დიდი მნიშვნელობა შეიძინა.

ქართველ ერს უძველესი თვითმყოფადი სამედიცინო კულტურა და ტრადიციები გააჩნია. სამედიცინო ხელოვნება ყოველთვის ეპოქის მოთხოვნილებათა დონეზე ყოფილა და ჩვენს ქვეყანას უაღრესად მრავალფეროვანი სამედიცინო კულტურა ჩამოუყალიბებია.

აღნიშნული დარგების კვეთაზე, დიდი მნიშვნელობა აქვს ინოვაციურ საქმიანობაში სწორი მექანიზმებისა და ინსტრუმენტების პოვნას, რაც ხელს შეუწყობს საქართველოში ინდუსტრიებისა და სეგმენტების კომპლექსურ განვითარებას და საშუალებას მოგვცემს შევაფასოთ დაკავშირებული ინდუსტრიების მახასიათებლები და განვითარების პერსპექტივები.

მეღვინეობაში განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია მოყვანილი პროდუქციის

ხარისხი, რაზეც გავლენას ახდენს ვაზის კულტივირების რეჟიმი და მეთოდები; ამავდროულად, ღვინის წარმოება მოითხოვს რეცეპტებისა და ტექნოლოგიების შესაბამისობას- ამ პროცესში სიახლეების დანერგვა მნიშვნელოვნად გააუმჯობესებს პროდუქტის არამხოლოდ ხარისხს და გემოვნურ მახასიათებლებს, არამედ სასარგებლო-სამკურნალო თვისებებსაც.

დღეს ჯანდაცვის ინდუსტრია საკმაოდ განვითარებულია, მაგრამ ინოვაციური ტექნოლოგიების დანერგვა და მოსახლეობის ჯანმრთელობის შენარჩუნება-გაუმჯობესების ტრადიციულ-ინოვაციური გზების ძიება, ჩვენი ქვეყნის წინაშე არსებულ გამოწვევებს მხოლოდ სასიკეთოდ წაადგება.

ამ ორი განსხვავებული და საინტერესო სფეროების კომპლექსური კვლევა რეალურ და საინტერესო ასპარეზს შექმნის ინოვაციური პროექტების ინიცირებისა და განხორციელებისათვის როგორც საქართველოში, ისე მის ფარგლებს გარეთ.

FEATURES OF INNOVATIVE PROJECT MANAGEMENT IN WINEMAKING AND HEALTHCARE SYSTEM

Miranda Jankhoteli

GTU, PHD student of Business Administration

Natalia Tchanturia

GTU, Associate Professor of the Department of Business Administration

ABSTRACT

This article is an attempt to connect the two traditional and strategically important fields of Georgia - winemaking and healthcare.

Georgia has long been considered the ancient center of viticulture and winemaking and today is considered in the world as a zone for the production of quality wines.

Wine has had a mystical-ritual purpose in Georgia since pagan times, and with the spread of Christianity, wine, due to its miraculous healing properties, came into contact with the Savior's blood and became even more important to Georgians.

The Georgian nation has an ancient original medical culture and traditions. The medical arts have always been at the level of the needs of the era and our country has developed a highly diverse medical culture.

At the intersection of these fields, it is of great importance to find the right mechanisms and tools in innovation activities, which will contribute to the complex development of industries and segments in Georgia and allow us to assess the characteristics and development prospects of related industries.

The quality of the products grown is especially important in winemaking, which is influenced by the regime and methods of vine cultivation; At the same time, wine production requires compliance with recipes and technologies - the introduction of innovations in this process will significantly improve not only the quality and taste characteristics of the product, but also its useful-healing properties.

Today, the healthcare industry is quite developed, but the introduction of innovative technologies and the search for traditional-innovative ways to maintain and improve the health of the population will only serve the challenges facing our country.

Complex research of these two different and interesting areas will create a real and interesting arena for initiating and implementing innovative projects both in Georgia and abroad.

Keywords: winemaking, healthcare, innovative project management.

საქართველოში სპორტის ინდუსტრიის ფორმირება-განვითარების თეორიული და პრაქტიკული ასპექტები

ვაჟა დანელია
სოციალურ მეცნიერებათა დოქტორი

საკვანძო სიტყვები: სპორტი, ბიზნესი, ეკონომიკა, სასპორტო ინფრასტრუქტურა, ტურიზმი, ოლიმპიური ფესტივალი, სასპორტო ინდუსტრია.

სპორტი და ცხოვრების ჯანსაღი წესი თანამედროვე საზოგადოების აქტუალური თემაა. სულ უფრო მეტი ადამიანი ზრუნავს საკუთარ სხეულსა და ფიზიკურ მომზადებაზე, საამისოდ ირჩევს სპორტის სხვადასხვა სახეობას. ამ თვალსაზრისით, ძალიან პოპულარულ და მომგებიან ბიზნესიდეად იქცა სასპორტო ობიექტების, სპორტულ-გამაჯანსაღებელი კომპლექსების, ფიტნეს ცენტრების, საციგურაო მოედნების, დახურული კორტებისა თუ სხვა მსგავსი დაწესებულებების მშენებლობა.

თანამედროვე სპორტი გლობალური მოვლენაა, რომელთანაც გარკვეულწილად არის დაკავშირებული ჩვენი პლანეტის მკვიდრთა უმრავლესობა. დედამიწაზე მილიარდობით ადამიანი მოიხმარს სასპორტო პროდუქტებს სანახაობის, პირადი ჩართულობისა და სასპორტოსაქონლის ფორმით, ამიტომ სპორტში სამიზნე აუდიტორიის რაოდენობრივი და ხარისხობრივი მახასიათებლები ძალიან განსხვავდება.

ზოგადად სპორტის, მისი ცალკეული სახეობებისა და შეჯიბრებებისადმი, ასევე, გამოჩენილი სპორტსმენების მიმართ მედიის მუდმივმა ყურადღებამ ხელი შეუწყო სასპორტო სპონსორობის ინსტიტუტის ჩამოყალიბებას რომელმაც გასავითარებლად 80-იანი წლების დასაწყისში ძლიერი სტიმული მიიღო. სწორედ მაშინ გამოყვარულ და პროფესიულ სპორტს შორის ზღვარი, ფაქტობრივად, წაიშალა და სპორტი ეკონომიკის განუყოფელ ელემენტად იქცა.

დღეს სასპორტო ბიზნესი აკმაყოფილებს ადამიანების ისეთ სასიცოცხლო მოთხოვნილებებს, როგორცაა ფიზიკური აქტივობისა და დღევანდელი სურვილი, ჯანმრთელობა და კომუნიკაცია, გართობა და დასვენება. ამასთანავე, ის სოციალურად მნიშვნელოვან როლს ასრულებს ალკოჰოლისა და თამბაქოს გადაჭარბებული მოხმარების საწინააღმდეგოდ, მაგნი ჩვევებთან ბრძოლასა და უმოძრაო ცხოვრების წესთან ბრძოლაში. ფიზიკური კულტურა და სპორტი საზოგადოების კეთილდღეობის ზრდისა და ადამიანების ცხოვრების ხარისხის გაუმჯობესების არსებითი ფაქტორია.

საქართველოს მთავრობამ სპორტის გასავითარებლად ბოლო დროს დიდი ნაბიჯები გადადგა. ეს შეეხება არა მარტო ფედერაციების, გუნდებისა და სპორტსმენების დაფინანსებას, არამედ - სასპორტო ობიექტების მშენებლობას.

სხვადასხვა დონის, განსაკუთრებით - საერთაშორისო შეჯიბრებები სპორტის განვითარების მძლავრი იმპულსია. ამიტომ მრავალფუნქციური მოთხოვნებისა და თანამედროვე ტექნოლოგიების შესაბამისი სასპორტო ობიექტების აშენება აუცილებელია. ასეთი ბაზები ნებისმიერი ქვეყნის სახეა. სასპორტო ინფრასტრუქტურის მშენებლობა საწარმოო პროცესების გაფართოებისა და ქვეყნის ეკონომიკური განვითარების საწინდარიცაა.

თანამედროვე სპორტი დინამიკურად განვითარებადი ინდუსტრია და ეკონომიკის ახალი საინვესტიციო მიმზიდველი სექტორია. თანამედროვე მსოფლიოს სასპორტო ინდუსტრიის (ეს ტერმინი ერთ-ერთმა პირველმა ფილ შაფმა გამოიყენა თავის კვლევაში „სასპორტო მარკეტინგი“) განვითარების არეალი ისეთია, რომ მის

წინსვლაზე ბოლო წლებში კოვიდპანდემიით გამოწვეული გლობალური ფინანსურ-ეკონომიკური კრიზისი კი მნიშვნელოვან გავლენას ვერ ახდენს. მსოფლიოს სპორტის ინდუსტრიის განვითარების მასშტაბები 2020 წლამდე შემოსავლების მიღების შემდეგი მაჩვენებლებით ხასიათდებოდა:

- 2006 წელი - 107 მილიარდი დოლარი,
- 2009 წელი - 112 მილიარდი დოლარი,
- 2012 წელი - 129 მილიარდი დოლარი,
- 2014 წელი - 146 მილიარდი დოლარი,
- 2017 წელი - 163 მილიარდი დოლარი

ამ მონაცემებიდანაც ნათლად ჩანს, რომ კოვიდპანდემიამდე გლობალურ საფინანსო-ეკონომიკურ კრიზისს მსოფლიო სპორტის ინდუსტრიაზე, პრაქტიკულად, ზემოქმედება არ მოუხდენია. გასათვალისწინებელია ისიც, რომ ამ პერიოდში სასპორტო ბიზნესი ხელს უწყობდა მოსახლეობის გაჯანსაღებას, ახალი სამუშაო ადგილების შექმნას, ყველა დონის ბიუჯეტში საგადასახადო შემოსავლების ზრდას, ალკოჰოლისა და თამბაქოს მოხმარების, დანაშაულის დონის შემცირებას.

სასპორტო ინდუსტრიას, რომელიც დღეს ნებისმიერი ქვეყნის ეკონომიკის სრულფასოვან სფეროს წარმოადგენს, აქვს სტაბილური და დიდი ხნის განმავლობაში ჩამოყალიბებული შემოსავლის წყაროები. მათ შორის - სასპორტო შეჯიბრებების ბილეთებისა და აბონემენტების, ტელეტრანსლაციის უფლებების გაყიდვით, ასევე, რეკლამიდან მიღებული შემოსავალი. ამიტომაც სახელმწიფოები არაფერს იშურებენ საიმისოდ, რომ მნიშვნელოვან საერთაშორისო ტურნირებს უმასპინძლონ, რადგან მასშტაბური შეჯიბრებები დიდ მოგებასთან არის დაკავშირებული. აი, მაგალითად, კალათბურთულ ვაჟთა ევროპის 2022 წლის ჩემპიონატის მასპინძლობის უფლების მოსაპოვებლად შვიდი ქვეყანა უწევდა ერთმანეთს კონკურენციას. მათ შორის იყო სლოვენეთი, სადაც რამდენიმე წლის წინ უკვე ჩატარდა მსგავსი ასპარეზობა. დიდი მოგება რომ არ ენახათ, სლოვენები საკუთარ კანდიდატურას ხელახლა არ წამოაყენებდნენ.

ზემოაღნიშნულ საკონკურსო მარათონში პრადასთან, კიოლნსა და მილანთან ერთად თბილისმაც გაიმარჯვა (ფინალური ეტაპი ბერლინში გაიმარეთება) და საქართველოს დედაქალაქი 1-7 სექტემბერს ევროპის ჩემპიონატის დასკვნითი ეტაპის ერთ-ერთი ჯგუფის ორთაბრძოლებს უმასპინძლებს საქართველოს, ბელგიის, ესპანეთის, თურქეთის, ბულგარეთისა და მონტენეგროს ნაკრები გუნდების მონაწილეობით. ეს პაექრობები შარშან უნდა გამართულიყო, მაგრამ კოვიდპანდემიის გამო 2022 წლისთვის გადაიდო.

შეჯიბრების მაღალ დონეზე ჩასატარებლად თბილისში უნივერსიტეტის ქუჩაზე, ოლიმპიური სასახლის გვერდით, საერთაშორისო სტანდარტების შესაბამისი ახალი სასპორტო კომპლექსი აშენდა - „თბილისი არენა“, სამი დარბაზით, რომლის ასაგებად 71 მილიონ ლარზე მეტი დაიხარჯა. 2022 წლის 4 ივლისს კომპლექსი საზეიმოდ გაიხსნა და მთავარ დარბაზში, რომელიც 10.000 გულშემატკივარს იტევს, საქართველოს კალათბურთულ ვაჟთა ნაკრებმა მსოფლიოს 2023 წლის ჩემპიონატის პირველი ჯგუფური ეტაპის ბოლო მატჩში მსოფლიოს მოქმედ ჩემპიონ ესპანეთის ნაკრებს დამატებით დროში 82:76 (ძირითადი დრო დასრულდა ფრედ - 67:67) სძლია.

„თბილისი არენა“ წლეულს 24 და 27 აგვისტოს მსოფლიოს ჩემპიონატის მეორე ჯგუფური ეტაპის ორ შეხვედრას, შემდეგ კი, როგორც აღვნიშნეთ, კონტინენტის პირველობას უმასპინძლებს. სპორტის ქართველი გულშემატკივრებისთვის ეს იქნება უნიკალური შემთხვევა, რომ ტრიბუნებიდან ადევნონ თვალი ტოპკალათბურთელთა თამაშს, უქომაგონ ეროვნულ ნაკრებს,

და მაინც, რა ეკონომიკურ ეფექტს მისცემს კალათბურთელთა ევროპის ჩემპიონატი საქართველოს?

სურათის უფრო ნათლად წარმოსადგენად წინა ევროპის ჩემპიონატის შესახებ ფიბა-ს დეტალურ მოხსენებას გავეცნოთ: თურქეთმა, რომელმაც ფინალური ეტაპის ერთ ჯგუფსა და პლეი ოფს უმასპინძლა, დიდი მოგება ნახა - 64.7 მილიონი ევრო; ფინეთს ერთი ჯგუფის 15 თამაშში - 43.3, რუმინეთს - 18.3, ისრაელს - 44.5 მილიონი ევრო ერგო. დაბეჯითებით შეიძლება ითქვას, რომ ევრობასკეტი-2022 არც საქართველოსთვის იქნება წამგებიანი, თუნდაც იმიტომ, რომ ასეთი მასშტაბისა და ხარისხის ღონისძიება ჩვენს ქვეყანაში აქამდე არ გამართულა.

შემოსავლებზე როცა ვლაპარაკობთ, ყურადღება რამდენიმე სეგმენტზე უნდა გავამახვილოთ: კერძოდ, ეს არის ბილეთების, ტელეტრანსლაციების გაყიდვიდან და რეკლამიდან შემოსული თანხები, ასევე, სასტუმროებიდან, კვებიდან, ვაჭრობიდან, კულტურული და სოციალური სერვისებიდან მიღებული ფული, ცხადია, ჩვენი ქვეყნის ტურისტული პოტენციალის გათვალისწინებით, რადგან გულშემატკივრები უცხო ქვეყანაში მხოლოდ კალათბურთის საყურებლად არ ჩადიან - თავისუფალ დროს ღირსშესანიშნაობებს ათვალიერებენ. ამ თვალსაზრისით კი თბილისში ჩამოსულ სტუმრებს საქართველოში, მართლაც, ბევრი რამ ექნებათ სანახავი. არც ის გაგვიკვირდება, კახურ რთველში მონაწილეობისა და საწნახელში ჩადგომის მსურველებიც რომ აღმოჩნდნენ. ყველაფერი ეს კი შემოსავალთან არის დაკავშირებული.

გასათვალისწინებელია ისიც, რომ ესპანეთთან მიღწეული წარმატების განმეორებისას ჩვენთან სპორტის ამ სახეობაში მომეცადინე მოზარდთა რაოდენობა საგრძნობლად გაიზარდება. ეს კი ჯანმრთელი ახალგაზრდობის აღზრდას შეუწყობს ხელს. ოფიციალური მონაცემებით, ტელეფონებსა და კომპიუტერებს მიჯაჭვულ სკოლის მოსწავლეთა 75 პროცენტზე მეტს ხომ ხერხემლის პრობლემები აწუხებს, რაც სხვადასხვა დაავადებას იწვევს. სპორტისა და ტურიზმის განვითარება კი თაობების გაჯანსაღებაზე ზრუნვაცაა.

სასპორტო ინფრასტრუქტურა ათწლეულების განმავლობაში იმუშავებს. ეს არის გრძელვადიანი ინვესტიციები. მაგალითად, თბილისში 2015 წელს აშენებული სასპორტო ბაზები მრავალი ადამიანისთვის მიზიდულობის ახალ ცენტრად იქცა. დღეს ამ დარბაზებში ასეულობით მოზარდი იმაღლებს ოსტატობას.

ლეგენდარული კანადელი ჰოკეისტი ფილ ესპოზიტოს აზრით, სპორტში ჩადებული ინვესტიცია სამომავლო კაპიტალდაბანდებაა. მისი თქმით, ფლორიდაში 24 წლის განმავლობაში ქმნიდა ჰოკეის გუნდს. სამხრეთის ქალაქი თითქმის ათი წლის განმავლობაში სწავლობდა სპორტის ამ სახეობის სიყვარულს, ყალიბდებოდა ტრადიციები. სამაგიეროდ, ახლა ესპოზიტოს „ტამპა“ სათამაშო და ფინანსური თვალსაზრისით ლიგის ერთ-ერთი უძლიერესი გუნდია.

სწორედ, ამ თვალთახედვით უნდა შევაფასოთ 2025 წელს ბაკურიანში ჩასატარებელი ევროპის ახალგაზრდობის ზამთრის მე-17 ოლიმპიური ფესტივალი. საქართველოს ეროვნული ოლიმპიური კომიტეტის აღმასკომის 2019 წლის 30 ივლისის რიგგარეშე სხდომის გადაწყვეტილებით, ევროპის ოლიმპიურ კომიტეტებს (EOC) ფესტივალის მასპინძლობის უფლების მოსაპოვებლად ოფიციალური განაცხადი წარედგინა. 2020 წლის 27 ნოემბერს ეოკ-ის 49-ე გენერალურ ასამბლეაზე დელეგატებმა ჩვენს ქვეყნას ერთხმად დაუჭირეს მხარი. ასპარეზობა, რომელსაც 1993 წელს იტალიის დაბა აოსტაში ჩაეყარა საფუძველი, 2025 წელს ბაკურიანში გაიმართება. ჩვეულებრივ, ფესტივალებზე შეჯიბრებები ზამთრის სპორტის ცხრა სახეობაში ტარდება. საქართველოს თხოვნით კი 2025 წელს სპორტსმენები მედლებისთვის რვა სახეობაში იბრძოლებენ.

ეროვნული ოლიმპიური კომიტეტის პრეზიდენტის, თავისუფალ ჭიდაობაში ოლიმპიური თამაშების გამარჯვებულისა და მსოფლიოს ხუთგზის ჩემპიონ ლერი ხაბელოვის აზრით, ბაკურიანში ჩასატარებელი ევროპის ახალგაზრდობის ზამთრის ოლიმპიური ფესტივალი ძალიან მნიშვნელოვანი ღონისძიებაა, რომლის მაღალ დონეზე გასამართავად შესაბამისი სტანდარტების ინფრასტრუქტურაა მოსაწყობი.

საქართველომ მსგავსი შეჯიბრების მასპინძლობის გამოცდილება უკვე მიიღო 2015 წელს, როცა თბილისში ღირსეულად ჩაატარა ევროპის ახალგაზრდობის ზაფხულის ოლიმპიური ფესტივალი. სპორტის 9 სახეობაში 50 ქვეყნის 3 500-ზე მეტი სპორტსმენი მონაწილეობდა. ახალგაზრდობის ამ ფორუმისთვის ჩვენი ქვეყნის დედაქალაქში უამრავი სასპორტო ობიექტი აშენდა. კერძოდ, ხელბურთის, ფრენბურთის, ტანვარჯიშის სასახლეები, ღია და დახურული კორტები, მძლეოსნობის სტადიონი, ღია საცურაო აუზი, კაპიტალურად შეკეთდა მძლეოსნობისა და თბილისის სპორტის სასახლეები. ყოველივე ზემოაღნიშნულის გარდა, 2015-2019 წლებში საქართველოს სხვადასხვა რეგიონში მოეწყო მარტივი ტიპის სასპორტო მოედნები; აშენდა თანამედროვე სტანდარტების შესაბამისი დარბაზები გორში, ქუთაისში, ბათუმში. აჭარის დედაქალაქის სპორტის სასახლემ 2018 წელს მსოფლიოს საჭადრაკო ოლიმპიადას, 2019 წელს კი ძალოსანთა ევროპის ჩემპიონატს უმასპინძლა.

2025 წლის პროექტის წარმატებით განსახორციელებლად ბაკურიანში მნიშვნელოვანი ინფრასტრუქტურა შეიქმნება: დაგეგმილია აქაური ცნობილი ტრამპლინის რეაბილიტაცია, ბიატლონის ტრასისა და ყინულის ორი დარბაზის აშენება: ფიგურულად მოციგურავეებისთვის - ბაკურიანში, ხოლო ჰოკეისტებისთვის - თბილისში; ბაკურიანის სამთო-სათხილამურო ტრასები კი სრულად აკმაყოფილებს საერთაშორისო სტანდარტებს.

საქართველოში 2023 წელს სათხილამურო სპორტის სახეობათა მსოფლიოს ჩემპიონატი გაიმართება. მისთვის მოსამზადებელი სამუშაოები უკვე მიმდინარეობს. მთის კურორტების განვითარების კომპანიამ უკვე განახორციელა უმსხვილესი ინფრასტრუქტურული პროექტები: პანდემიის მიუხედავად, ბაკურიანში 3 ახალი საბაგირო რეკორდულ დროში დაასრულა. წლის ბოლოსთვის მზად იქნება სნოუბორდის ბაზა, რომელსაც ევროპელი ახალგაზრდებიც გამოიყენებენ.

ოლიმპიური ფესტივალისთვის ინფრასტრუქტურის მოწესრიგება, პირველადი მონაცემებით, 80 მილიონი ევრო დაჯდება, მაგრამ, შესაძლოა, თანხის რაოდენობა 10-15 პროცენტით შემცირდეს, რადგან ბაკურიანში ოლიმპიური სოფლის აშენება არ გახდება საჭირო - მოასპარეზებებს სასტუმრო „კრისტალი“ უმასპინძლებს.

ცნობილია, რომ 2022 წლის ზამთრის ოლიმპიადა პეკინში გაიმართა. მაშინ ბევრმა იკითხა, რისთვის სჭირდება ეს ღონისძიება ჩინეთს, სადაც ზამთრის სპორტი განუვითარებელიაო. საქმე ის არის, რომ ამ თამაშებისთვის მზადების პროცესში ჩინეთმა 300 მილიონი ადამიანი ჩართო სასპორტო ღონისძიებებში. კიდევ ერთხელ გახდა ცხადი, რომ ოლიმპიური თამაშები სასპორტო ინდუსტრიის განვითარებისთვის მძლავრი მამოძრავებელი ძალაა.

დასტურად შანხაის სპორტის პრეზიდენტ ჰონ ლის მოსაზრებაც საკმარისია სასპორტო ინდუსტრიის განვითარების ჩინურ გამოცდილებაზე: „2008 წლის ოლიმპიადამდე ჩინეთში სასპორტო მარკეტინგის კონცეფცია არ არსებობდა. თამაშები გახდა გარდამტეხი მომენტი მისი განვითარებისთვის. ჩინურმა კომპანიებმა გააცნობიერეს, რომ სპორტი წინსვლის მოკლე გზაა, მათ შორის - გლობალურ ბაზრებზე“.

ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, ბაკურიანის ოლიმპიური ფესტივალისთვის გაღებული მნიშვნელოვანი სახსრები საქართველოსთვის ნებისმიერ შემთხვევაში

წამგებიანი არ იქნება, რადგან ქვეყანას დარჩება მოწესრიგებული ინფრასტრუქტურა, აღორძინდება სპორტის ზამთრის სახეობები; ხელი შეეწყობა ზამთრის კურორტებისა და ტურიზმის განვითარებას; ეს ბაზები სხვადასხვა დონის საერთაშორისო შეჯიბრებებს მოემსახურება და პროფესიულთან ერთად მას მასობრივი სპორტიც გამოიყენებს; გაიზრდება ქვეყნის პოლიტიკური თუ ზამთრის კურორტების ცნობადობა. შედეგად, სპორტის ინდუსტრიის ზრდა და გაძლიერება ქვეყნის ეკონომიკის წინსვლას შეუწყობს ხელს.

ლიტერატურა

1. Галкин В. Спортивная индустрия и экономика спорта: соотношение понятий// [Электронный ресурс]: <http://21biz.ru/stadii-razvitiya-ekonomiki-sporta-v-rossii/>
2. Литвин А. Экономика спорта: теоретический аспект и перспективы развития / А. В. Литвин // Евразийский научно-аналитический журнал. - 2009. - №3 (31). - С. 13-19.
3. დანელია ვ. ეკონომიკა, სასპორტო ბიზნესი და ინტერტეინმენტი, მოამბე, საქართველოს ბიზნესის მეცნიერებათა აკადემიის საერთაშორისო რეფერირებადი და რეცენზირებადი სამეცნიერო-პრაქტიკული ჟურნალი, XXXVI, თბ., 2019, გვ. 91-95;
4. სიმონიშვილი ვ. ევრობასკეტმა თურქეთს 64.7 მილიონი ევრო მოუტანა, ისრაელს - 44.5 მილიონი, რას მისცემს საქართველოს? <http://lelo.ge/article/>, 16 იანვარი, 2020;
5. Экономика спорта: эффективное сотрудничество государства, медиа и бизнеса, <https://forumspb.com/news/news/ekonomika-sporta-effektivnoe-sotrudnichestvo-gosudarstva-media-i-biznesa/>, 15-18 июня 2022;
6. 2025 წლის ევროპის ზამთრის ახალგაზრდულ ოლიმპიურ ფესტივალს ბაკურიანი უმასპინძლებს, <https://www.interpressnews.ge/ka/article/631056-2025-clis-evropis-zamtris-axalgazrdul-olimpiur-pestivals-bakuriani-umaspinzlebs/>, 27 ნოემბერი, 2020.

რეზიუმე

თანამედროვე სპორტი გლობალური მოვლენაა. დღეს ის, როგორც ერთ-ერთი სოციალური ინსტიტუტი, მნიშვნელოვან ადგილს იკავებს საზოგადოების ცხოვრებაში. იზიდავს უამრავ ადამიანს, კოლოსალურ ფინანსურ რესურსებს, ამიტომ მჭიდროდ არის დაკავშირებული ცხოვრების სხვა სფეროებთან. შეიძლება ითქვას, რომ სპორტი ეკონომიკის განუყოფელი ელემენტია, ამიტომაც ძალიან პოპულარულ და მომგებიან ბიზნესიდეად იქცა სასპორტო ობიექტების, სპორტულ-გამაჯანსაღებელი კომპლექსების, ფიტნეს ცენტრების, საციგურაო მოედნების, დახურული კორტებისა თუ სხვა მსგავსი დაწესებულებების მშენებლობა. ამ მხრივ ბოლო წლებში საქართველომ მნიშვნელოვანი ნაბიჯები გადადგა, რამაც სპორტის ინდუსტრიის განვითარებასა და წინსვლას შეუწყობს ხელი.

THEORETICAL AND PRACTICAL ASPECTS OF THE FORMATION AND DEVELOPMENT OF THE SPORTS INDUSTRY IN GEORGIA

SUMMARY

Vazha Danelia
Doctor of Social Sciences

Modern sport is a global phenomenon. Today, as one of the social institutions, it occupies an important place in the life of society. It attracts a lot of people, colossal financial resources, so it is closely related to other areas of life. It can be said that sport is an integral element of the economy, that's why the construction of sports facilities, sports and health complexes, fitness centers, skating rinks, closed courts and other similar institutions has become a very popular and profitable business idea. In this regard, Georgia has taken important steps in recent years, which contributed to the development and progress of the sports industry.

საქართველო და ევროინტეგრაცია

ნინო გომართელი საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტის პროფესორი

საკვანძო სიტყვები: დემოკრატიული ღირებულებები, გეოპოლიტიკა, ევრო-სტანდარტები, რენესანსული იდეები, მსოფლიო ცივილიზაცია, პროდასავლური ვექტორი.

ძირითადი საკითხი

ევროპას არა მხოლოდ წარმატებული ეკონომიკური და კეთილდღეობის პროექტის, არამედ მრავალფეროვნებაზე დაფუძნებული წარმატებული მშვიდობის პროექტის მშენებლობის საკუთარი ღირებული გამოცდილება გააჩნია. ევროპა არის არჩევანი განვითარების იმ მოდელის სასარგებლოდ, რომელიც საქართველოს რიგითი მოქალაქეებისათვის თავისუფლებას, დემოკრაციას, ადამიანთა უფლებების პატივისცემას, განვითარებას, მშვიდობასა და სტაბილურობას ნიშნავს. საქართველო, თავის მხრივ, ვალდებულია თავისი კანონმდებლობა ევროკავშირთან შესაბამისობაში მოიყვანოს და განახორციელოს, ამავე დროს, მან უნდა გააძლიეროს მთელი რიგი ინსტიტუტები, დაიცვას დემოკრატიული ღირებულებები, ადამიანის საყოველთაო უფლებები, კერძო საკუთრება. ჩვენი ვალია მინიმალურად მივუახლოვდეთ ევროსტანდარტებს.(1,62)

საქართველოს მრავალსაუკუნოვანი სწრაფვა ევროპისაკენ სწორედ ამ უმნიშვნელოვანესი ფაქტორით არის განპირობებული: ჩვენი კულტურა ევროპული ტიპის ქრისტიანული კულტურაა, საკუთარი ანბანით, თხუთმეტსაუკუნოვანი ლიტერატურით, ჯერ კიდევ შუა საუკუნეებში ჩამოყალიბებული რენესანსული იდეებით, რუსთაველის პოეზიით, ჯვრითა თუ სვეტიცხოვლით, ყინწვისის ანგელოზითა თუ ფიროსმანით, უძველესი მრავალხმიანობითა და გალობებით... და ხასიათით, რომლის მთავარი მახასიათებელია სტუმართმოყვარეობა, ბედნიერებისაკენ სწრაფვა, სიცოცხლის სიყვარული... ყველაფერი ეს შეადგენს ჩვენს თვითმყოფადობას, თავისებურებას და სწორედ ამით შეიძლება ვიყოთ მიმზიდველი ევროპისთვის და, ზოგადად, სამყაროსთვის. საუკუნეთა განმავლობაში ქართველი ერი საკუთარი თავის იდენტიფიკაციას ენასა და კულტურაში ახდენდა. ეროვნულობა, უპირველეს ყოვლისა, სულიერი კულტურის სფეროში უნდა ვეძებოთ. აქ იჩენს იგი ყველაზე მეტად თავს თავისი წარსულით, აწმყოთი და მომავლითაც. ეროვნული სულიერება განუმეორებელი და დამოუკიდებელი ფენომენია, რომელშიც ასახულია ერის მთელი წარსულის ცხოვრება მთელი თვისებურებებითა და სიდიადით. ჩვენ ვალდებული ვართ, დავეყრდნოთ ქვეყნის ძირითად ტენდენციას და გავიზიაროთ კულტურა, როგორც ფენომენი, რომელსაც ეროვნული იდენტობის და ქართული სახელმწიფოს ერთიანობისათვის გადამწყვეტი მნიშვნელობა აქვს. ევროპა უნდა გაუფრთხილდეს თავისი წევრების კულტურულ თვითმყოფადობას, აფასებს და პატივს სცემს განსხვავებულობას, თავისებურებს. ამავე დროს, ევროპელობა ბევრ კონკრეტულ რამესაც გულისხმობს და უპირველეს ყოვლისა, ყოველი მოქალაქის პირად პასუხისმგებლობას საზოგადოებისა და ქვეყნის წინაშე. ევროპელობა პიროვნების დიდ უფლებებსა და პასუხისმგებლობასაც გულისხმობს: ეს არის მოქალაქის აქტიური და ქმედითი ჩართვა ქვეყნის მართვის პროცესში.(2,28)

ჩვენი ტრადიციული ღირებულებები ახლოსაა ევროპულთან, ამიტომ არ უნდა გაგვიჭირდეს ევროპეიზაციის გზაზე შედგომა, ევროპული, თანამედროვე, ჰუმანური მსოფლმხედველობის გათავისება, რაც, პირველ რიგში, განსხვავებულის აღიარებას და პატივისცემას გულისმობს. გლობალიზაციის წინააღმდეგობრივ პროცესში გადარჩებიან და განვითარდებიან მხოლოდ ის მრავალრიცხოვანი ერები, რომელთაც საუკუნეთა სიღრმეში აქვთ გადგმული ფესვები თავიანთი ენისა და კულტურის სახით. ამ მხრივ, საქართველო რჩეულთა რიცხვშია. ეთნოსთა, რელიგიათა, ენათა სიმრავლე, საქართველოს განსაკუთრებულ ვალდებულებებს აკისრებს. არასწორი პოლიტიკის შემთხვევაში ეს მრავალფეროვნება სერიოზულ პრობლემად შეიძლება იქცეს, ხოლო სწორ, ჯანსაღ პრინციპებზე დამყარებული მიდგომის შედეგად – წარმატებისა და განვითარების წყაროდ. განსხვავებულის მიმართ ტოლერანტობა ოდითგანვე ქართული კულტურის ნიშანი იყო. დღესაც, აფხაზებისა და ოსების წვლილის აღიარება ქართული კულტურის შენებაში, ქვეყნის გაერთიანების ერთ-ერთ საწინდარს შექმნის. მაგრამ იმისათვის, რომ თანამედროვე სამყაროში ენის მრავალსაუკუნოვანი კულტურა განვითარდეს და გაღრმავდეს, მას შესაფერისი გარემო სჭირდება.(3,57)

ოცდამეერთე საუკუნეში, როდესაც კაცობრიობამ საკუთარ თავზე იწვინა დიქტატურის თუ ერთპიროვნული მმართველობის კატასტროფული შედეგები, ნათელი ხდება, რომ კულტურის განვითარებისათვის ერთადერთი და უცილობელი გარემო დემოკრატიაა, ანუ თავისუფალ პიროვნებათა შემოქმედებითი ძალების თავისუფალი რეალიზაციის შესაძლებლობა. საქართველოს საინტერესო გეოპოლიტიკური მდებარეობა აქვს – ევროპისა და აზიის გზისგასაყარი, მიმზიდველი და მრავალფეროვანი ლანდშაფტი და, რაც მთავარია: უნიკალური სამიათასწლოვანი კულტურა, თავისუფლებისადმი დაუოკებელი სწრაფვა, შემწყნარებლობა, ანუ ყველაფერი ის, რამაც გადაგვარჩინა და მოგვიყვანა დღევანდელ დღემდე, როგორც ცივილიზებული სამყაროსთვის მიმზიდველი სულიერი ერთობა.(4,204)

დასკვნა

მთელი რიგი სირთულეების მიუხედავად, საქართველო ევროინტეგრაციის კურსის და ევროპული ღირებულებების ერთგულია, საქართველოს საგარეო პოლიტიკის პროდასავლური ვექტორი კვლავ პრიორიტეტად რჩება. ნატოსა და ევროკავშირში გაწევრიანება აუცილებელია საქართველოსთვის უსაფრთხოების პოლიტიკიდან გამომდინარე. დღეს, ვიდრე ოდესმე, საქართველოს დასავლეთის მხარდაჭერა სჭირდება, ევროპას უნდა დავუდასტუროთ ქართველი ხალხის საუკუნოვანი არჩევანი, საქართველოს ურყევი პოლიტიკური ორიენტაცია.

გამოყენებული ლიტერატურა

1. გომართელი ნ., ეროვნული ცნობიერება – ქართველი ერის დღეგრძელობის საწინდარი, იხ.: საქ. ბიზნესის მეცნიერებათა აკადემია, ჟურნ. „მოამბე“ XLI, თბ., 2021, გვ. 61-64.
2. გომართელი ნ., საქართველოს ევროპული იდენტობის პრობლემა – ემიგრაციის ფენომენი, იხ.: საქ. ბიზნესის მეცნიერებათა აკადემია, ჟურნ. „მოამბე“ XLI, თბ., 2021, გვ. 27-33.
3. გომართელი ნ., კულტურათა დიალოგი – მსოფლიო კულტურათა ერთიანობის საფუძველი, იხ.: საქ. ბიზნესის მეცნიერებათა აკადემია, ჟურნ. „მოამბე“ XXXIX, თბ., 2020, გვ. 54-58.

აბსტრაქტი

საქართველოს სახელმწიფოებრიობის მშენებლობის პროცესში, როგორც ცნობილია, განსაკუთრებული ადგილი უჭირავს სახელმწიფოთა მსოფლიო თანამეგობრობაში ჩვენი ქვეყნის საკუთარი ადგილის განსაზღვრის ამოცანას, რაც ბუნებრივად გულისხმობს ცალკეულ ქვეყნებთან, აგრეთვე, უმნიშვნელოვანეს საერთაშორისო ორგანიზაციებთან ურთიერთობათა გარკვევასა და ჩამოყალიბებას. აშკარაა, რომ საერთაშორისო თანამეგობრობის სისტემაში სრული ინტეგრაცია სახელმწიფოებრიობის არსებობის უმნიშვნელოვანესი პირობა, მისი განვითარების საფუძველია. საქართველომ 1991 წელს აღადგინა 1921 წელს დაკარგული დამოუკიდებლობა და კვლავ იმედის თვალი მიაპყრო ევროპას და დააფიქსირა ევროპული განვითარების გზა.

GEORGIA AND EURO INTEGRATION

Nino Gomarteli

Georgian Technical University Professor

Abstract

As widely known, in the process of building the statehood of Georgia, a special place is occupied by the task of determining our country's own place in the world community of states, which, of course, involves clarifying and establishing relations both with individual countries and with major international organizations. This choice of foreign policy was not new for Georgia. Western values and attempts to get closer to Western civilizations have always been organic for our country. We must confirm to Europe the centuries-old choice of the Georgian people, the political orientation of Georgia and present the history of this choice, its importance and relevance.

Keywords: Democratic values, geopolitics, European standards, Renaissance ideas, world civilization, pro-Western vector.

საქართველოს ევროპული მომავალი

შესავალი

საქართველოს მთავრობამ 2022 წლის 15 აპრილს ევროკავშირის წევრობაზე თვითშეფასების კითხვარი გამოაქვეყნა. კითხვარის საფუძველზე ევროკომისია ქვეყნის ევროკავშირში გაწევრიანების განაცხადის თაობაზე მოსაზრებას მოამზადებს.

42-გვერდიანი დოკუმენტი ორ ნაწილადაა გაყოფილი – პოლიტიკურ და ეკონომიკურ კრიტერიუმებად და საერთო ჯამში, 369 კითხვისგან შედგება. თავის მხრივ, ორი ნაწილი, სამი და ორი თავისა და საერთო ჯამში 20 ქვეთავისგან შედგება.

პირველი ნაწილი პოლიტიკური კრიტერიუმების, დემოკრატიისა და კანონის უზენაესობის შესახებ შეიცავს კითხვებს საქართველოს საკონსტიტუციო მოწყობის, ასევე წესებისა და რეგულაციების, პარლამენტის, სამოქალაქო საზოგადოების, საჯარო ადმინისტრირების, უსაფრთხოების ძალებზე სამოქალაქო ზედამხედველობის, სასამართლო სისტემის, კორუფციასთან ბრძოლის პოლიტიკისა და სტრატეგიის კუთხით არსებული მდგომარეობის შესახებ.

ფუნდამენტური უფლებები, პოლიტიკური კრიტერიუმების მეორე ნაწილი, იკვლევს ვითარებას არსებითი, ასევე პროცედურული უფლებების დაცვასთან, უმცირესობათა და კულტურული უფლებების პატივისცემასა და დაცვასთან და პერსონალური მონაცემების დაცვასთან დაკავშირებით.

პოლიტიკური კრიტერიუმების დასკვნითი ნაწილი ეხება რეგიონულ ინიციატივებს, რომლებშიც საქართველო მონაწილეობს, ასევე მის მონაწილეობას საერთაშორისო სისხლის სამართლის სასამართლოს შესახებ რომის სტატუტში და კერძო საერთაშორისო სამართლის შესახებ ჰააგის კონფერენციაში.

რაც შეეხება ეკონომიკურ კრიტერიუმებს, მისი პირველი თავი – ფუნქციონირებადი საბაზრო ეკონომიკის არსებობა – განიხილავს საქართველოს მაკროეკონომიკურ სტაბილურობას, ასევე პროდუქტის, შრომისა და ფინანსური ბაზრების ფუნქციონირებას, მათ შორის საბანკო სექტორს, კაპიტალისა და ფულის ბაზრებს და არასაბანკო ფინანსურ ინსტიტუტებს.

იმავედროულად, მეორე თავი მიზნად ისახავს შეისწავლოს საქართველოს შესაძლებლობა გაუმკლავდეს კონკურენტულ ზეწოლას და საბაზრო ძალებს ევროკავშირში. ამ კონტექსტში, იგი იკვლევს საქართველოს ინვესტიციებს განათლებასა და ინოვაციებში, ასევე ფიზიკური კაპიტალის მდგომარეობას და ინფრასტრუქტურის ხარისხს, ეკონომიკისა და საწარმოთა პოლიტიკის დარგობრივ სტრუქტურას.

პროცედურები

უკრაინას უკვე – 8 აპრილს, საქართველოსა და მოლდოვას კი 11 აპრილს, გადაეცა ევროკავშირში წევრობის განაცხადთან დაკავშირებულ კითხვარი. კანდიდატის სტატუსის შეფასების კითხვარი (Questionnaire) წარმოადგენს ევროკომისიის ოფიციალურ დოკუმენტს, რომლის გამოყენებითაც ხდება გაწევრების მსურველი ქვეყნის შეფასება კანდიდატის სტატუსის მისანიჭებლად. კითხვარზე აპლიკანტი სახელმწიფოსგან მიღებული პასუხების შემდეგ ევროკომისია ამზადებს ანგარიშს და იძლევა რეკომენდაციას კანდიდატის სტატუსთან დაკავშირებით. წევრობის კანდიდატის სტატუსის მინიჭებაზე გადაწყვეტილებას საბჭო იღებს და ადგენს გაწევრიანებაზე მოლაპარაკებების დაწყების თარიღს.

კანდიდატის სტატუსი ევროკავშირში გაწევრიანების გზაზე მნიშვნელოვანი საფეხურია, რომელსაც გაწევრიანების მსურველი ქვეყანა გვერდს ვერ აუვლის. სწორედ კანდიდატის სტატუსის მიღების შემდეგ იწყება გაწევრიანებაზე მოლაპარაკებები,

როდესაც წევრობის მსურველი სახელმწიფო და ევროკავშირი ცდილობენ შეთანხმდნენ გაწევრიანების ხელშეკრულებაზე. ხელშეკრულება 35 თავისგან შედგება, რომელიც სხვადასხვა სფეროს ეხება და ყველა თავის ოფიციალურად დახურვის შემდეგ ევროპული საბჭო ხელმოწერის თარიღს ადგენს.

გარდა იმისა, რომ კანდიდატი ქვეყნის სტატუსის მიღება ევროკავშირში გაწევრიანების პროცესის ერთ-ერთი საკვანძო ეტაპია, ეს სტატუსი ასევე მოიაზრებს ევროკავშირისგან ამ ქვეყნებისათვის გამოყოფილ პრაქტიკულ, კერძოდ, ფინანსურ მხარდაჭერასაც.

ევროკავშირში გაწევრიანების პროცედურა ხანგრძლივი და კომპლექსურია, რაც 27 წევრი ქვეყნისგან შემდგარი ბლოკის პოლიტიკურ და ეკონომიკურ სტანდარტებთან შესაბამისობისთვის მრავალი რეფორმის განხორციელებას მოიცავს. მსურველი ქვეყანა, როგორც წესი, წევრობის კანდიდატობაზე განაცხადის შეტანამდე იღებს ევროკავშირის ასოცირების ხელშეკრულებას. საქართველომ, უკრაინამ და მოლდოვამ ევროკავშირთან ასოცირების ხელშეკრულებას ხელი უკვე მოაწერეს, რაც ევროკავშირთან ეკონომიკურად და პოლიტიკურად დაახლოებას მოიცავდა და მათ შორის ითვალისწინებდა ევროკავშირის წევრ ქვეყნებთან თავისუფალი ვაჭრობის შეთანხმებებსა და უვიზო მიმოსვლას შენგენის ზონაში.

წევრობის კანდიდატის სტატუსი ევროკავშირამდე მისასვლელ გზაზე პირველი ეტაპია. თანაც სტატუსის მქონე ქვეყნებს არ აქვთ გარანტია, რომ ევროკავშირის წევრები ოდესმე გახდებიან, ინდივიდუალურია გაწევრიანებისთვის საჭირო დროც.

მაგალითისთვის, სერბეთი და მონტენეგრო, ორი ბალკანეთის ქვეყანა უკვე 10 წელზე მეტია, რაც მოლაპარაკებებშია და ამ ეტაპზეც არ არსებობს მათი ევროკავშირში გაწევრიანების გარანტია. ჩრდილოეთ მაკედონიას ევროკავშირის წევრობის კანდიდატის სტატუსი უკვე 17 წელია აქვს, ალბანეთს კი 8 და არცერთ მათგანში წევრობის შესახებ მოლაპარაკებები ამ დრომდე არ დაწყებულა.

ევროკავშირში ბოლოს ბულგარეთი, რუმინეთი და ხორვატია მიიღეს. ბულგარეთმა და რუმინეთმა ევროკავშირის წევრობისთვის 1995 წელს მიმართეს. ორივე მათგანთან ევროკავშირმა წევრობის მოლაპარაკებების პროცესი 1999 წელს დაიწყო. ბულგარეთმა და რუმინეთმა წევრობის ხელშეკრულებას ხელი 2005 წელს მოაწერეს და საბოლოოდ ევროკავშირის 2007 წლის პირველ იანვარს შეუერთდნენ.

წევრობის მოლაპარაკებები 35 კომპონენტს მოიცავს, რაც 6 ჯგუფადაა დაყოფილი. ეს ჯგუფებია:

1) ფუნდამენტური საკითხები: რისი შემოწმება და იმპლემენტაციაც პირველი იწყება და მოლაპარაკებების დასრულებამდე მიმდინარებს. ეს ჯგუფი მოიცავს, როგორც სამართლებრივ და ფუნდამენტური უფლებებს, ასევე დემოკრატიული ინსტიტუტების ფუნქციონირებას, საჯარო ადმინისტრირების რეფორმასა და ეკონომიკურ კრიტერიუმს.

2) შიდა ბაზარი: პროდუქტების თავისუფალი გადაადგილება, დასაქმებულთათვის თავისუფალი გადაადგილება, ინტელექტუალური საკუთრება, კონკურენციის უზრუნველყოფა, დამსაქმებელთა და დასაქმებულთა უფლებები და ა.შ

3) კონკურენცია და ინკლუზიური ზრდა: მოიცავს ეკონომიკისა და მონეტარულ პოლიტიკას, გადასახადების საკითხს, ინფორმაციისა და მედიასაშუალებებს, სოციალურ პოლიტიკასა და დასაქმებას, განათლებას, სამუშაო პოლიტიკას.

4) მწვანე დღის წესრიგი და მდგრადი კავშირები: ტრანსპორტის, ენერგეტიკის, ბუნებისა და კლიმატის ცვლილებების შესახებ პოლიტიკას ითვალისწინებს, ისევე როგორც ტრანსევროპულ კავშირებს.

5) რესურსები, აგრიკულტურა და ურთიერთკავშირები - სოფლის მეურნეობის

განვითარება, საკვების უსაფრთხოება.

6) საგარეო ურთიერთობები: საგარეო კავშირები, საგარეო უსაფრთხოებისა და თავდაცვის პოლიტიკა.

დათქმები და მოლოდინები

ვროკომისიის რეკომენდაციის საფუძველზე 23 ივნისს გამოცხადდა ევროსაბჭოს ასოცირებული ტრიოსთვის სტატუსის მინიჭების შესახებ გადაწყვეტილება, უკრაინამ და მოლდოვამ მიიღეს კანდიდატობის სტატუსი, ხოლო საქართველოს მიენიჭა ევროპული პერსპექტივა, რაც ნიშნავს იმას რომ საქართველოს აქვს ჯერ წინაპირობები შესასრულებელი, და ამ წინაპირობების შესრულების შემდეგ ის მიიღებს კანდიდატის სტატუსს 2022 წლის ბოლომდე.

რა არის ის პირობები, რომელიც საქართველომ ევროპასთან ინტეგრაციის გზაზე, სტატუსის მინიჭებამდე უნდა დააკმაყოფილოს?

1. პოლიტიკური პოლარიზაციის საკითხის მოგვარება 19 აპრილის შეთანხმების სულისკვეთებით;

2. სახელმწიფო ინსტიტუციების სრულფასოვანი დამოუკიდებლობის გარანტია, ანგარიშვალდებულებისა და დემოკრატიული ზედამხედველობის გაძლიერება. საარჩევნო ჩარჩოს გაუმჯობესება, OSCE/ODIHR-სა და ევროსაბჭოს/ვენეციის კომისიის მიერ გამოვლენილი ხარვეზების აღმოფხვრით.

3. სასამართლო რეფორმის გამჭვირვალე, ეფექტიანი სტრატეგიისა და სამოქმედო გეგმის მიღება/ განხორციელება 2021 წლის შემდგომ ფართო, ინკლუზიურ და მრავალპარტიულ საკონსულტაციო პროცესზე დაყრდნობით; სასამართლო და საგამომიებო ინსტიტუტების გამართული ფუნქციონირება, ძალაუფლების განაწილების კუთხით გამოვლენილი ხარვეზების აღმოფხვრა. იუსტიციის უმაღლესი საბჭოს საფუძვლიანი რეფორმა და უმაღლესი საბჭოს დარჩენილი წევრების დანიშვნა. ყველა ეს ღონისძიება სრულად უნდა შეესაბამებოდეს ევროპულ სტანდარტებს და ვენეციის კომისიის რეკომენდაციებს;

4. გააძლიეროს ანტიკორუფციული სააგენტოს დამოუკიდებლობა, რომელიც აერთიანებს ყველა ძირითად ანტიკორუფციულ ფუნქციას, განსაკუთრებით მაღალი დონის კორუფციული შემთხვევების მკაცრი განხილვის მიზნით; ახალი სპეციალური საგამომიებო სამსახურისა და პერსონალურ მონაცემთა დაცვის სამსახურის რესურსებით აღჭურვა – მათი მანდატების შესაბამისი და ინსტიტუციური დამოუკიდებლობის უზრუნველყოფა;

5. განახორციელოს „დეოლიგარქიზაცია“ – ეკონომიკურ, პოლიტიკურ და საზოგადოებრივ ცხოვრებაში გადაჭარბებული გავლენების აღმოფხვრის გზითა და მიზნით.

6. გააძლიეროს ბრძოლა ორგანიზებული დანაშაულის წინააღმდეგ საფრთხის დეტალური შეფასების საფუძველზე, კერძოდ, სრულყოფილი გამომიების, სასამართლო დევნის, სისხლისსამართლებრივი დევნისა და მსჯავრდადებების სანდო ჩანაწერების უზრუნველყოფით; სამართალდამცავი ორგანოების ანგარიშვალდებულებისა და კონტროლის გარანტირება;

7. გაატაროს ძლიერი რეფორმები თავისუფალი, პროფესიული, პლურალისტური და დამოუკიდებელი მედიის გარემოს უზრუნველსაყოფად. მედიის მფლობელების წინააღმდეგ აღძრული სისხლისსამართლის პროცედურები უმაღლეს საკანონმდებლო სტანდარტებს უნდა შეესაბამებოდეს. მუქარის არსებობის შემთხვევაში, უნდა დაიწყოს მიუკერძოებელი, ეფექტური და დროული გამოძიება ჟურნალისტებისა და მედიის სხვა წარმომადგენლების უსაფრთხოებისთვის;

8. გადაიდგას სასწრაფო ნაბიჯები მოწყვლადი ჯგუფების ადამიანის უფლებების დაცვის გასაძლიერებლად, მათ შორის ძალადობის ჩამდენთა და წამქეზებელთა პასუხისგებაში მიცემის გზით;

9. განსაკუთრებით გააძლიეროს გენდერული თანასწორობისა და ქალთა მიმართ ძალადობის წინააღმდეგ ბრძოლა;

10. უზრუნველყოს სამოქალაქო საზოგადოების ჩართულობა გადაწყვეტილების მიღების პროცესში ყველა დონეზე;

11. მიიღოს კანონმდებლობა, რათა საქართველოს სასამართლოებმა საქმეების განხილვისას პროაქტიურად გაითვალისწინონ ევროპის სასამართლომ ადამიანის უფლებათა გადაწყვეტილებები;

12. ახალი სახალხო დამცველი წარდგენის პროცესში უპირატესობა მიენიჭოს დამოუკიდებელ პირს და უზრუნველყოს, რომ ეს პროცესი წარიმართოს გამჭვირვალედ ასევე უზრუნველყოს ოფისის ინსტიტუციური დამოუკიდებლობა.

დოკუმენტში ასევე აღნიშნულია, რომ ევროკომისია მონიტორინგს გაუწევს საქართველოს პროგრესს ამ პრიორიტეტების გადასაჭრელად და ამის შესახებ ანგარიშს 2022 წლის ბოლოსთვის წარადგენს.

დასკვნაში ვკითხულობთ, რომ გაწევრიანების პროცესი დაეფუძნება დადგენილ კრიტერიუმებსა და პირობებს – რაც საშუალებას აძლევს ნებისმიერ ქვეყანას, რომელიც პროცესშია, საკუთარი დამსახურების საფუძველზე პროგრესს მიაღწიოს, თუმცა ეს ასევე ნიშნავს, რომ ევროკავშირისკენ გადადგმული ნაბიჯები შეიძლება უკან დაბრუნდეს, თუ ძირითადი პირობები აღარ იქნება დაკმაყოფილებული;

რას კარგავს ქვეყანა კანდიდატის სტატუსის არმიღების შემთხვევაში?

“1. კანდიდატის სტატუსის მქონე ქვეყნებს (პოტენციური კანდიდატის სტატუსის შემთხვევაში ვრცელდება შეზღუდულად) წვდომა აქვთ გაწევრიანების წინა ფინანსური ინსტრუმენტის ფონდებზე (IPA III-2021-2027), რომელიც მოიცავს 14 მილიარდ ევროს და 5 თემატურ მიმართულებას:

- ინსტიტუციური და ადმინისტრაციული შესაძლებლობების გაძლიერება (კანდიდატი და პოტენციური კანდიდატი)

- ტრანსსასაზღვრო თანამშრომლობა (კანდიდატი და პოტენციური კანდიდატი)

- სასოფლო და სათემო დასახლებების განვითარება (მხოლოდ კანდიდატი)

- რეგიონების განვითარება (მხოლოდ კანდიდატი)

- ადამიანური რესურსების განვითარება (მხოლოდ კანდიდატი).

2. გაწევრიანების წინა ფინანსური ინსტრუმენტზე არის ასევე მიზნული ეკონომიკური და საინვესტიციო პროგრამა (2021-2027), რომელიც ითვალისწინებს საერთაშორისო ფინანსური ინსტიტუტებიდან (EIB, KfW, EBRD, WB, IMF და ა.შ.) და კერძო სექტორიდან 30 მილიარდი ევროს მობილიზებას (9 მილიარდი გრანტი და 20 მილიარდი საფინანსო ინსტიტუტების ინვესტიციები) და ინვესტიციებს შემდეგი მიმართულებებით ტრანსპორტის, კერძო სექტორის განვითარების, ადამიანური რესურსების და ა.შ.

3. კანდიდატის სტატუსის მქონე ქვეყნებს წვდომა ექნებათ ევროკავშირის ყველა პროგრამაზე (11 პროგრამიდან დღეს წვდომა მხოლოდ მცირე ნაწილზე გვაქვს როგორც არის ერასმუს +, ჰორიზონტი 2020, კრეატიული ევროპა).

4. კანდიდატ ქვეყნებს შეეძლებათ კვლავ გამოიყენონ ე.წ. ევროკავშირის სამეზობლო, განვითარების და საერთაშორისო თანამშრომლობის (NDICI) ინსტრუმენტით გათვალისწინებული თემატური ფონდებიდან დაფინანსება, რომელიც 2021-2027 წლებისთვის 19 მილიარდ ევროს შეადგენს.

ამ ფინანსური დახმარებების გამოყენება დამოკიდებული იქნება კანდიდატი ქვეყნების ევროპული ინტეგრაციის გზაზე მიღწეულ ინდივიდუალურ პროგრესზე.

ამ თვალსაზრისით საქართველო კვლავ ინარჩუნებს შანსს, რომ გარკვეულწილად მოახდინოს ცვლილებები იმ სურვილების მიხედვით, რომელიც ქართულ საზოგადოებას გააჩნია.

უკრაინას მიენიჭა კანდიდატის სტატუსი დათქმით, რომ შემდეგი ნაბიჯები გადაიდგმება:

- უკრაინის საკონსტიტუციო სასამართლოში მოსამართლეთა არჩევის წესის შესახებ კანონმდებლობის იმპლემენტაციის ვენეციის კომისიის რეკომენდაციების შესაბამისად. მათ შორის, წინა შესარჩევი პროცესების დადგენა, რომელიც დაფუძნებული იქნება შეფასებასა და პროფესიულ უნარებზე;
- ბოლომდე მივიდეს იუსტიციის უმაღლესი საბჭოს წევრების არჩევის წესის რეფორმა;
- გაძლიერდეს ბრძოლა კორუფციის წინააღმდეგ, განსაკუთრებით უმაღლეს დონეზე პროაქტიული და ეფექტიანი გამოძიებების ხარჯზე. დასრულდეს ეროვნული ანტიკორუფციული ბიუროს კადრებით დაკომპლექტება;
- კანონმდებლობით გამყარდეს ფულის გათეთრების საწინააღმდეგო ქმედებები;
- დაინერგოს ოლიგარქიის საწინააღმდეგო კანონმდებლობა, რათა შეიზღუდოს მათი გავლენა ქვეყნის ეკონომიკურ, პოლიტიკურ და სოციალურ ცხოვრებაზე;
- გაძლიერდეს დამოუკიდებელი მედიამარეგულირებელი ორგანო და ამ მიმართულებით უკრაინის კანონმდებლობა მოვიდეს თანხვედრაში ევროკავშირთან;
- დასრულდეს სამართლებრივი ჩარჩოს შემუშავება ეთნიკური უმცირესობების უფლებების მიმართულებით ვენეციის კომისიის რეკომენდაციების შესაბამისად.

მოლდოვას მიენიჭა კანდიდატის სტატუსი, იმის გათვალისწინებით, რომ უნდა გადაიდგას შემდეგი ნაბიჯები:

- დამოუკიდებლობის, მთლიანობის, ეფექტურობის, ანგარიშვალდებულებისა და გამჭვირვალობის უზრუნველსაყოფად მართლმსაჯულების რეფორმის დასრულება, უმაღლეს მაგისტრატ საბჭოსა და მის ყველა ორგანოში ყველა ადგილის შევსება;
- ყველა სფეროში, ეუთო/ODIHR-ისა და ევროპის საბჭოს/ვენეციის კომისიის მიერ გამოვლენილი ხარვეზების აღმოფხვრა;
- კორუფციის წინააღმდეგ ბრძოლა, ეროვნული ანტიკორუფციული ცენტრის რეკომენდაციების საგრძნობი გათვალისწინება;
- „დეოლიგარქიზაცია“ ეკონომიკურ, პოლიტიკურ და საზოგადოებრივ ცხოვრებაში დასაკუთრებული ინტერესების გადაჭარბებული გავლენის აღმოფხვრის გზით;
- ორგანიზებული დანაშაულისა და ფულის გათეთრების წინააღმდეგ ბრძოლა;
- საჯარო მმართველობის რეფორმა;
- სახელმწიფო ფინანსების მართვის რეფორმის დასრულება, მათ შორის, სახელმწიფო შესყიდვების გაუმჯობესება ხელისუფლების ყველა დონეზე;
- სამოქალაქო საზოგადოების ჩართულობის უზრუნველყოფა გადაწყვეტილების მიღების პროცესის ყველა დონეზე;
- ადამიანის უფლებების, განსაკუთრებით მოწყვლადი ჯგუფების დაცვის გაძლიერება, გენდერული თანასწორობის გაძლიერებისა და ქალთა მიმართ ძალადობის წინააღმდეგ ბრძოლის ვალდებულებების შესრულება.

საქართველოს გიგნების მეცნიერებათა აკადემია გული-
თადად ულოცავს სანიუზილემო თარღლებს აკადემიკოსებს



რუსუდან
ჭუთათელაშვილს



ნატალია
ჭავჭავაძეს



ბორის
სალარიშვილს



დავით
ყიფიანიას