



კავკასიის საერთაშორისო უნივერსიტეტი
სოფიკო დავითაძე

კროს-კულტურული ურთიერთობები საერთაშორისო
ბიზნესში

საერთაშორისო ბიზნესის მენეჯმენტის სამაგისტრო პროგრამა

სამაგისტრო ნაშრომი შესრულებულია საერთაშორისო ბიზნესის
მენეჯმენტის მაგისტრის აკადემიური ხარისხის მოსაპოვებლად

ხელმძღვანელი: ეკონომიკის აკადემიური დოქტორი,
ასოც. პროფ. ციალა ლომაია

თბილისი 2019

ანოტაცია

გლობალიზაციური პროცესები არის ერთიანი და მრავალმხრივი, რომელიც მიზნად ისახავს მსოფლიოში ურთიერთობების გაღრმავებას, რომელიც დაკავშირებულია ეკონომიკასთან, სოციალურ კულტურასთან, პოლიტიკასთან და გარემოს დაცვასთან. თუმცა, სხვადასხვა წყარო გლობალიზაციურ პროცესებს განმარტავს და აღწერს უფრო ეკონომიკური თვალსაზრისით, როგორც პროცესს, რომელიც იწვევს სხვადასხვა ნაციონალური ეკონომიკის გარდასახვას დამოუკიდებელ გლობალურ ეკონომიკურ სისტემად. აღნიშნული პროცესი გულისხმობს საერთაშორისო ვაჭრობის ფარგლების გაზრდას, მრავალნაციონალური კომპანიების ჩამოყალიბებას, გლობალური პრინციპებისა და სტანდარტების დაფუძნებას, გლობალური ბაზრებისა და გლობალური სამომხმარებლო კულტურის განვითარებას. აღსანიშნავია ისიც, რომ გლობალიზაციურმა პროცესებმა და საერთაშორისო ვაჭრობის როლის ზრდამ, ბიზნესმენებს უბიძგა კონკურენტული უპირატესობის ძიების და მეტი მოგების მიღების მიზნით გასცდნოდნენ თავიანთი ქვეყნების საზღვრებს და სხვა ქვეყნებშიც ეცადათ ბედი. თუმცა ამ პროცესებს კულტურული ბარიერები მუდმივად ახლავს და სწორედ ეს საკითხია ჩვენთვის ყველაზე ყურადსაღები.

ნაშრომში წარმოდგენილია კროს-კულტურული ურთიერთობების როლი საერთაშორისო ბიზნესში და კვლევა, რომელიც დაგვეხმარება შევიცნოთ ქართული კულტურის თავისებურებები უცხოელი ინვესტორებისათვის.

Cross-cultural relations in international business

Annotation

Globalization processes are unified and multilateral, that aim at deepening the relations in the world, that are connected with economy, social culture, politics and environment protection. Though different sources explain and describe globalization processes by economic point of view, as the process that causes different national economy transfer into independent global economy system. The mentioned process implies increase of international trade frame, establishment of multinational companies, foundation of global principles and standards, development of global markets and global consumer culture. It must be noted that the rise of globalization processes and the role of international trade, gave a stimulus to businessmen for search of certain advantages and for receiving more profit to cross the borders of their countries and to try a fortune in other countries too. Though these processes are always accompanied by cultural barriers and this issue is most attentive for us.

The paper deals with the cross-culture role in international business and researches, that will help us to recognize peculiarities of the Georgian culture for foreign investors.

შინაარსი

შესავალი	5
თავი 1. კულტურის თავისებურებები და კროს-კულტურული ურთიერთობების თეორიული საფუძვლები	9
1.1. კულტურის არსი, საქმიანი კულტურის ფორმირება საერთაშორისო ბიზნესში	9
1.2. კულტურის თეორიები და კროს- კულტურული ურთიერთობების თეორიული საფუძვლები ისტორიულ რაკურსში.	13
1.3. საქმიანი კულტურების ტიპების განსაზღვრის თანამედროვე მეთოდები.	16
თავი 2. ქვეყნების კლასტერული ინიციატივები და კლასტერული პოლიტიკა.	24
2.1. კულტურების კლასტერიზაცია	24
2.2. ჯგუფების საქმიანი კულტურები.....	29
2.3. ტერიტორიულ - საწარმოო კომპლექსების და კლასტერების შედარება	36
თავი 3. კულტურათშორისი ურთიერთობები საერთაშორისო ბიზნესში.....	40
3.1. საქართველოს საქმიანი კულტურის თავისებურებები და სრულყოფის მიმართულებები.....	40
3.2 . საერთაშორისო ბიზნესის კულტურული განვითარება და გლობალიზაციის როლი კულტურულ გაერთგვაროვნებაში.....	43
3.3. ქვეყნების კლასტერული ჯგუფები და მათი სრულყოფის გზები პერსპექტივაში.	46
დასკვნა.....	63
გამოყენებული ლიტერატურა.....	65
დანართი	68

შესავალი

თემის აქტუალურობა: გლობალიზაციური პროცესები აუქმებს ქვეყნებს შორის საზღვრებს როგორც ეკონომიკურ, ისე საზოგადო თუ სხვა სფეროებში. ამ მოვლენას სახელმწიფო მეთაურები ვერ უწევენ კონტროლს რიგი ობიექტური კანონზომიერებების გავლენის გამო. გლობალიზაცია ეკონომიკურ საქმიანობასა და საზოგადოების სხვადასხვა სფეროებში გეოგრაფიული საზღვრების მოშლის პროცესია, რომელიც ობიექტური კანონზომიერებაა და სახელმწიფოთა და მთავრობათა ნება-სურვილისა და ძალაუფლებისგან დამოუკიდებლად ვითარდება. გლობალიზაციური პროცესები იწვევს სწორედ ქვეყნებს შორის ურთიერთობების დაათბობას პოლიტიკური, საზოგადოებრივი და კულტურული კუთხით, მაგრამ ყველაზე მეტად აღსანიშნავია აღნიშნული პროცესების როლი ეკონომიკის სფეროში. გლობალიზაციური პროცესების შედეგად წარმოიშვა სტანდარტული ბაზრები და ბიზნეს-დაწესებულებები, მაგრამ ამ ფაქტს არ დაურღვევია სხვადასხვა ქვეყნის ნაციონალური და კულტურული ნაირსახეობა. სწორედ ეს ნაირსახეობა იწვევს სხვადასხვა ცივილიზაციას, აღმსარებლობასა და ეთნოს შორის განხეთქილებას. ეს კი, თავის მხრივ, იწვევს მმართველობის სხვადასხვა ეროვნული მოდელის ჩამოყალიბებას. მენეჯმენტში კულტურული განსხვავებულობების ანგარიშგაწევა გლობალური კონკურენციის პირობებში წარმატების საწინდარია. აღნიშნულ კონკურენციაში მონაწილეობას იღებენ ცივილიზაციები, ქვეყნები და ფირმები. ამდენად, ეკონომიკაში გლობალიზაციური პროცესების ზოგადი ტენდენციები, ინფორმაციული და კომუნიკაციური ტექნოლოგიების ჩამოყალიბება, კულტურული ფაქტორების ზრდა ქვეყნებისა და ფირმების კონკურენტუნარიანობის ამაღლებაში უფრო მნიშვნელოვანს ხდის მენეჯმენტის თანამედროვე მოდელების ფარდობითი ანალიზის განხორციელებას.

გლობალური კულტურა მიზნად ისახავს გახადოს ადამიანები ინდივიდუალური და დამოუკიდებელი ტრადიციებისგან და ერთობებისაგან. აღნიშნული პროცესი უნდა იქნას მიჩნეული, როგორც სოციალურ-ფსიქოლოგიური პროცესი, რომელიც უნდა იქნას გამოცდილი ადამიანის ქცევასა

და ცნობიერებაში, დამოუკიდებლად იმ შეხედულებისაგან, რომელიც აღნიშნულ პირებს შესაძლოა ჰქონდეთ ამის შესახებ. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, ინდივიდუალიზება, როგორც ემპირიული პროცესი, მნიშვნელოვნად განსხვავდება „ინდივიდუალიზმისაგან, როგორც იდეოლოგიისაგან. ასეთი დამოკიდებულება არის საკმაოდ წარმატებული, რადგანაც გვაძლევს საშუალებას განვმარტოთ თუ რატომ არის მნიშვნელოვანი გლობალური კულტურა. როგორც უკვე ცნობილია, მოდერნიზაცია ანგრევს სტერეოტიპებს და ადამიანს ხდის უფრო მრავალფეროვანს და თავისუფალს.

სხვადასხვა კულტურას შორის არსებული განსხვავებულობა აღინიშნება და აისახება ნებისმიერ ეროვნულ ფენომენში, მენეჯმენტის ჩათვლით. ამას გარდა, არ უნდა ხდებოდეს ფარდობითი მენეჯმენტის შემოსაზღვრა მართვისა და ორგანიზაციის მთავარი ფუნქციების განხორციელებაზე მხოლოდ კულტურული ფაქტორების ზეგავლენის შესწავლით, არამედ უნდა ითვალისწინებდეს ინსტიტუციონალურ განსხვავებებსაც.

კვლევის მიზანი და ამოცანები: წარმოდგენილი სამაგისტრო ნაშრომის ძირითადი მიზანია კროს-კულტურული ურთიერთობების შესწავლა საერთაშორისო ბიზნეს სუბიექტებს შორის. გლობალიზაციის პროცესში ბიზნეს ურთიერთობებმა სულ სხვა ელფერი შეიძინა, აქედან გამომდინარე მნიშვნელოვანია კულტურათა გაერთვაროვნების ტენდენციების შესწავლა.

დასახული მიზნის მისაღწევად კვლევის პროცესში ფორმულირებულია შემდეგი ძირითადი ამოცანები:

- კულტურის თავისებურებებში გარკვევა და კროს-კულტურული ურთიერთობების თეორიული საფუძვლების გაანალიზება;
- ქვეყნების კლასტერიზაციისა და კლასტერული პოლიტიკის მიმართულებების იდენტიფიცირება;
- კულტურებს შორის ურთიერთობების შესწავლა საერთაშორისო ბიზნესთან ჭრილში;

- ანკეტური გამოკითხვის საფუძველზე საქართველოში მოქმედი უცხოელი ბიზნესმენების მაგალითზე, ქართული კულტურულ-საქმიანი ურთიერთობების ანალიზი.

ნაშრომის თეორიულ-მეთოდოლოგიური საფუძვლები: კვლევის პროცესში გამოყენებულ იქნა როგორც ზოგადი, ისე სტატისტიკური მეთოდები, კერძოდ, ანალიზი, სინთეზი, დაჯგუფება და ა.შ. ასევე ელექტრონული და ბეჭდური ლიტერატურა, როგორც ქართულ ისე ინგლისურ ენებზე. აღნიშნული მეთოდების კომპლექსური გამოყენებით შესაძლებელი გახდა წარმოჩენილიყო კროს-კულტურული ურთიერთობების განვითარების როლი და მნიშვნელობა საერთაშორისო ბიზნესში. ასევე ჩავატარეთ ანკეტური გამოკითხვა 100 უცხოელ ბიზნესმენზე საქართველოში, რომლის წყალობითაც შევეცადეთ დაგვეჩვენა რეალური სურათი საქართველოს კულტურული თავისებურებების და კულტურული ბარიერების გამოსავლენად.

კვლევის მოსალოდნელი შედეგები, კვლევის საგანი: კვლევა გამყარებულია პრაქტიკული მაგალითებით და შედეგად მოსალოდნელ შედეგს წარმოადგენს გლობალიზაციის პროცესში კულტურათა გაერთვაროვნების, კლასტერიზაციისა და კროს-კულტურული ურთიერთობების ტენდენციებისა და პერსპექტივების გამოვლენა. კვლევის საგანს წარმოადგენს ცალკეული კულტურები და მათი ურთიერთდამოკიდებულებები.

კვლევის ობიექტია როგორც სხვადასხვა ქვეყნების ცალკეული თუ კლასტერული კულტურის მახასიათებლები, ისე ბიზნეს სუბიექტები და მათი ქმედებები კონკრეტული ბიზნეს ქესიების გადაჭრისას.

პრაქტიკული მნიშვნელობა: ნაშრომის პრაქტიკული მნიშვნელობა განისაზღვრება იმით, რომ შემოთავაზებული წინადადებები ხელს შეუწყობს მკითხველს კროს-კულტურული ურთიერთობების როლის განსაზღვრაში გლობალიზაციის პროცესთან მიმართებით, წარმოდგენილია მსჯელობა კლასტერიზაციის ეფექტანობის შესახებ ეროვნული ეკონომიკისათვის. ნაშრომი ასევე დაეხმარება დაინტერესებულ პირს მიიღოს ინფორმაცია საქართველოში მოქმედი უცხოელი ბიზნესმენების თვალთ დაწახული კულტურული

თავისებურებების, ბარიერებისა და ხელისშემწყობი ფაქტორების შესახებ საერთაშორისო ბიზნესის წარმართვის კუთხით.

თავი 1. კულტურის თავისებურებები და კროს- კულტურული ურთიერთობების თეორიული საფუძვლები

1.1. კულტურის არსი, საქმიანი კულტურის ფორმირება

საერთაშორისო ბიზნესში

არსებობს შეხედულება, რომ გლობალიზაციური პროცესები იწვევს კულტურულ ერთგვაროვნებას. ტექნოლოგიების განვითარების, ელექტრონული ჟურნალ-გაზეთებისა და საინფორმაციო საშუალებების შედეგად ურთიერთობა სხვადასხვა რეგიონსა და კულტურას შორის გახდა უფრო მარტივი და საშუალება მისცა აღნიშნული რეგიონისა და კულტურის წარმომადგენლებს შეესწავლათ ახალი კულტურა და მოეხდინათ საკუთარი კულტურის გატანა საზღვრებს გარეთ. კულტურული ერთგვაროვნება ყველაზე უკეთ გამოხატულია „მაკდონალდიზაციის“, „კოკა-კოლიზაციის“ და ამერიკანიზაციის პროცესში. თუმცა, ისიც უნდა ითქვას, რომ სინამდვილეში არ არსებობს არც გლობალური სამომხმარებლო მოდელი და არც ერთმანეთის მსგავსი კულტურა და შესაბამისად მართვის სისტემა. წინააღმდეგ შემთხვევაში, არ იარსებებდა უთანხმოებები წარმოქმნილი ეთნიკურ, კულტურულ და რელიგიურ საფუძველზე, ხოლო არ იარსებებდა მნიშვნელოვანი განხვავებები მენეჯმენტის ნაციონალურ მოდელებს შორის, რაც თავის მხრივ ფარდობითი მენეჯმენტის კვლევის საგანია.

უპირველესად, აუცილებელია განვსაზღვროთ სიტყვა „კულტურა“ და მისი ზეგავლენა მენეჯმენტის ნაციონალური სტილის ჩამოყალიბებაზე. „კულტურა“ ლათინური სიტყვიდან „cultura“ მომდინარეობს და ნიშნავს მიწის დამუშავებას. კულტურა ნაერთია ადამიანის ქცევის მანერების, ღირებულებებისა და წესებისა, რომელიც წარმოადგენს ადამიანის განვითარების მნიშვნელოვან საშუალებას. აღნიშნული განსაზღვრების მიუხედავად, კულტურის მნიშვნელობის ზოგადი განმარტება საკმაოდ რთულია, რადგან ის წარმოადგენს ფართო, ერთიან, მრავალმხრივ ცნებას. მსოფლიოში არსებობს მრავალი სხვადასხვა განმარტება კულტურის შესახებ მეცნიერებების მიერ ჩამოყალიბებული. მაგალითად,

არქეოლოგების აზრით კულტურაში იგულისხმება ადამიანთა აქტივობების მატერიალური მტკიცებულებები (გათხრებისას აღმოჩენილი საგნები), მარკეტოლოგების აზრით კი კულტურა გულისხმობს ამა თუ იმ საზოგადოების დამოკიდებულებას სამომხმარებლო საქონლისა და მოხმარების მიმართ.

ქვემოთ მოცემულია დამატებითი განსაზღვრებები „კულტურის“ შესახებ:

- კულტურა არის ცნება, რომლის განვითარებაზეც ზეგავლენას ახდენს ცოდნა, რწმენა, ხელოვნება, ადათ-წესები, კანონები და ნებისმიერი სხვა უნარი და ჩვევა და რომლის შექმნაც ხდება სოციუმის მიერ საკუთარი განვითარების პროცესში.

- ტერმინი გულისხმობს ადამიანთა ქცევის მოდელებს და სიმბოლოების კომპლექსს, რომელიც მნიშვნელოვანია აღნიშნული ქცევისთვის.

- კულტურა გულისხმობს იმ ფაქტს, თუ როგორ ცხოვრობენ განსაზღვრული ადამიანების ჯგუფები, თუ რას ფიქრობენ ისინი, თუ რას ამბობენ და ქმნიან. კულტურა გადაეცემა თაობიდან თაობას.

კულტურის შემადგენელი ფაქტორებია:

- სოციალური გარემო - კულტურა ყალიბდება ადამიანების მიერ და წარმოადგენს ადამიანთა გარკვეული ჯგუფების გამაერთიანებელი ადამიანების მიერ შექმნილი გარემოს ნაწილს.

- სოციალური მემკვიდრეობა და ტრადიციები - კულტურაში გაერთიანებულია სხვადასხვა ერის, რეგიონის ან ადამიანთა ჯგუფების ისტორია და წარსული, მათი ტრადიციები, ადათ-წესები, არქიტექტურა, მუსიკა და მხატვრობა.

- ცხოვრების სტილი - კულტურა მოიცავს ადამიანთა ჯგუფების ამ მთლიანად საზოგადოების ცხოვრების სტილს და მიგვითითებს თუ რომელი კრიტერიუმები და სტანდარტებია საჭირო გადაწყვეტილებების მისაღებად.

- ქცევა - კულტურაში იგულისხმება აგრეთვე ადამიანთა ქცევა, რომელიც მნიშვნელოვან ზეგავლენას ახდენს კულტურაზე.

○ ტანისამოსი და გარეგნობა - კულტურა აგრეთვე განსაზღვრავს თუ როგორ უნდა შეიმოსონ ადამიანებმა მაგალითად საქმიან შეხვედრებზე ან თუნდაც ჩვეულებრივ ცხოვრებაში ყოველდღიურად.

○ საკვები და ჭამის მანერა - კულტურა აგრეთვე გულისხმობს კონკრეტული საკვების დამზადებასა და მოხმარებას.

○ ადამიანთა შორისი დამოკიდებულებები - კულტურა ადგენს ადამიანებს შორის ურთიერთობებს, თუ როგორ უნდა მოექცნენ ადამიანები ერთმანეთს. მაგალითად მეგობრებს, უფროსებს, მასწავლებლებს.

○ ფასეულობები და წესები - კულტურა აგრეთვე ასწავლის ადამიანებს თუ რა ფასეულობებს მიანიჭონ უპირატესობა.

○ სამუშაო და დასვენება - ზოგიერთ ქვეყანაში ადამიანები ცხოვრობენ იმისათვის რომ იმუშაონ, ხოლო ზოგ ქვეყანაში ადამიანები მუშაობენ იმისათვის, რომ იცხოვრონ.

○ დრო - კულტურაში შეიძლება აგრეთვე იგულისხმებოდეს ადამიანთა დამოკიდებულება დროის მიმართ.

როგორც ვხედავთ, კულტურა წარმოადგენს ერთობლიობას, რომელიც აერთიანებს მატერიალურ და არამატერიალურ კომპონენტებს, ასე რომ, კულტურა მნიშვნელოვან ზეგავლენას ახდენს ქვეყნებში ეროვნული მენეჯმენტის ჩამოყალიბებაზე.

პირველ რიგში, შეიძლება გამოვყოთ მსოფლიო და ნაციონალური კულტურა. ნაციონალური კულტურა გულისხმობს მხოლოდ განსაზღვრული ერის მახასიათებლებს სულიერი და მატერიალური თვალსაზრისით. კულტურის ზეგავლენის ქვეშ ყალიბდება აგრეთვე საზოგადოების მენტალიტეტი, რომელიც წარმოადგენს ერთგვარ „კოდს“ და განსაზღვრავს ცალკეული პიროვნებისა და ერის სოციო-ეკონომიკურ ქცევას. მენეჯმენტის სისტემები დამოკიდებულია მენტალიტეტის თავისებურებებზე. სწორედ ქვეყნის მენეჯმენტის ფორმებსა და მეთოდებზე საუბრისას უნდა იქნას აღნიშნული გერმანელებისათვის დამახასიათებელი პედანტიზმი, ინგლისელების კონსერვატიზმი, ამერიკელების პრაგმატიზმი, ქართველებისათვის დამახასიათებელი გულუხვობა. ჯგუფური

ცხოვრების შემთხვევაში, მენეჯმენტის სისტემის ფორმირების პროცესში მნიშვნელოვან ბაზის წარმოადგენს კოლექტივზე დამოკიდებულება, კოლექტიური კონტროლი და გადაწყვეტილების მიღება. საზოგადოებაში ინდივიდუალური დაფუძნების შემთხვევაში, რომელიც წარმოადგენს თითოეული ინდივიდის პიროვნული ღირებულებების ერთობლიობას, მენეჯმენტის სისტემა კონტროლის ინდივიდუალური ფორმების გამოყენებით დაემყარება ინდივიდუალურ თვისებებს. მენეჯერებმა მმართველობის დროს ყურადღება უნდა მიაქციონ ადამიანის ბუნების ძლიერ და სუსტ მხარეებს. მატერიალური და მორალური სტიმულირება, წახალისების სისტემები და საწარმოს მმართველობის სხვა მხარეები შეესაბამისობაში უნდა იყოს მენტალიტეტთან, და სწორედ აღნიშნულ შემთხვევაში იქნებიან ისინი ეფექტური.

მმართველობა და მენტალიტეტი მუდამ არის ერთმანეთთან დაკავშირებული. მათ შორის კავშირის გათვალისწინება ამცირებს დაქვემდებარებულ პირებსა და მმართველს შორის კონფლიქტებს და განაპირობებს კრიზისული სიტუაციების მოგვარებას. მმართველობასა და მენტალიტეტს შორის შესაბამისობის არსებობის შემთხვევაში, მცირდება სოციალური კონფლიქტები. ხოლო ამ ორ ცნებას შორის წინააღმდეგობების არსებობა იწვევს კრიზისების წარმოშობას ეკონომიკაში და მის ხანგრძლივობას. აღნიშნულის მაგალითად შეიძლება მოვიყვანოთ საქართველო, სადაც განხორციელდა საბაზრო სისტემის დანერგვა და აღნიშნულთან დაკავშირებით მენეჯმენტის სისტემის ხელახლა ჩამოყალიბების საჭიროებამ გამოიწვია დაპირისპირებები ახალი მენეჯმენტის ფორმებსა და ქართულ მენტალიტეტს შორის.

1.2. კულტურის თეორიები და კროს- კულტურული ურთიერთობების თეორიული საფუძვლები ისტორიულ რაკურსში.

კულტურა მნიშვნელოვან ზეგავლენას ახდენს საერთაშორისო და ლოკალურ ორგანიზაციებზე და აგრეთვე, მენეჯმენტის სხვადასხვა მხარეზე. ეს იქნება დაქირავება, სტრატეგია, თანამშრომლების კომპენსაცია/მოტივაცია თუ სხვა. აგრეთვე, საჭიროა ავღნიშნოთ პოლიცენტრიზმი და ეთნოცენტრიზმი, რომელიც მიღებულია უარყოფით დამოკიდებულებად სხვა კულტურისადმი, რაც ხშირ შემთხვევაში სხვა კულტურის დამცირებაში ვლინდება. მის მიმდევრებს სწამთ, რომ ზოგიერთი კულტურა, მაგალითად, მათი საკუთარი, ყველაზე კარგია ან რომ სხვა კულტურები, ტრადიციები, წეს-ჩვეულებები და ისტორიები ახლოს ვერ მივლენ მათ კულტურასთან.

გამოცდილება გვიჩვენებს, ქვეყნების საქმიანობებისთვის დამახასიათებელი კულტურული ნიშნების ფლობა აუცილებელია ინტერნაციონალური მენეჯერებისთვის. დღესდღეობით არსებობს სხვადასხვა თეორია კულტურის შესახებ. ერთ-ერთია მულტიკულტურიზმის შესახებ, რომელიც ამტკიცებს, რომ სხვადასხვა განსხვავებული რელიგიური და კულტურული ჯგუფი უნდა არსებობდეს სოციუმში. კონკრეტული მიდგომები არსებობს მულტიკულტურიზმთან დაკავშირებით ზოგიერთ ქვეყანაში, რომელიც მიმართულია იმიგრანტი ჯგუფების დაცვასა და შენარჩუნებაზე. აღნიშნულ შემთხვევაში, მულტიკულტურალიზმი გულისხმობს ისეთ სოციუმს, სადაც თანაბარი სტატუსი ენიჭებათ განსხვავებულ რელიგიურ და კულტურულ ჯგუფებს და არ ხდება რომელიმე კონკრეტული კულტურის გამოყოფა, როგორც წამყვანი. ზოგჯერ სიტყვა ინტერკულტურალიზმი იხმარება მულტიკულტურალიზმის ნაცვლად და რომლის გამოყენებაც დამოკიდებულია იმაზე, რომელ ენაზე საუბრობენ ადამიანები. მაგალითად, ევროპელი მეცნიერები, რომლებიც საუბრობენ ინგლისურ ენაზე, ირჩევენ მულტიკულტურალიზმს, ხოლო ინტერკულტურალიზმს ირჩევენ მკვლევარები, რომლებიც არ საუბრობენ ინგლისურ ენაზე. ამას გარდა, ზოგიერთი

შეხედულებით მულტიკულტურალიზმი გულისხმობს ისეთი საზოგადოების ბუნებას, სადაც წარმოდგენილია სხვადასხვა რელიგიური და ეთნიკური ჯგუფები. ინტერკულტურალიზმი კი აღნიშნავს მათ შორის ურთიერთობებს, კავშირებს და სოციუმში მიმდინარე პროცესებს.

აღსანიშნავია მოლოდინის თეორიას (Miller and Steinberg), რომლის თანახმადაც სხვათა ქცევის შესახებ ადამიანთა მოლოდინი გავლენას ახდენს სოციალურ ქცევასა და კომუნიკაციაზე. ადამიანების რწმენა, ცოდნა, სტერეოტიპები, სოციალური სტატუსი და როლი ადგენს აგრეთვე მათ მოლოდინს. ადამიანების თვითშეფასებების უნარი და მათი საზოგადოებრივი როლი მოქმედებს ადამიანების ერთმანეთთან კომუნიკაციაზე, მათ სხვა ადამიანისგან მოლოდინზე. მაგალითად, როდესაც ადამიანებს სწამთ საკუთარ გამორჩეულობასა და უნიკალურობაში, მათი დამოკიდებულება და ურთიერთობა სხვა ადამიანებთან ინტერპერსონალური ტიპისაა, ხოლო იმ ადამიანების დამოკიდებულება, რომლებიც გუნდის წევრებად მიიჩნევენ საკუთარ თავს ინტერგუნდურია. მნიშვნელოვანია აგრეთვე სოციალური სტატუსი., რომელსაც განსაზღვრავს: გარეგანი მიზეზები (განათლება, შემოსავალი, სამუშაო, ეთნიკური წარმოშობა, რასა, გარეგნობა), გამომეტყველებითი მიზეზები, (საუბრის მანერა, მზერითი კონტაქტი, დიალექტი) და მიმანიშნებელი ფაქტორები (გააზრება იმისა, რომ ის მაღალი/დაბალი სოციალური სტატუსის მქონე ოჯახში დაიბადა). კულტურას ზეგავლენა აქვს აგრეთვე პირადი სტატუსის შეფასებაში ადამიანების მიერ. მაგალითად, მაღალი ძალაუფლების მქონე კულტურის ქვეყნებში მნიშვნელოვან როლს თამაშობს პროფესია, რაც გულისხმობს, იმას რომ მნიშვნელოვანია ადამიანის სამსახურებრივი პოზიციის შესახებ წინასწარ ცოდნა, ვისთანაც აპირებენ ურთიერთობას, იმისათვის, რომ დაადგინონ პიროვნების მიმართ სწორი მიმართვა. ამრიგად, სავიზიტო ბარათებს, რომლებსაც ცვლიან წინასწარ და რომელზეც მითითებულია პიროვნების სტატუსი, ეცნობიან დაკვირვებით.

ზოგჯერ სხვადასხვა კულტურის ადამიანებს შორის გაუგებრობისა და არასწორად აღქმის თავიდან აცილების მიზნით, ხდება ქცევის ცვლილება, რასაც

ეწოდება კულტურებს შორის ადაპტაცია, რაც თავისთავად გულისხმობს სხვა კულტურის წარმომადგენლის მხრიდან ხელშეწყობას. მაგალითად, სხვადასხვა კულტურის ადამიანებს შორის კომუნიკაციის დროს შეიძლება გამოყენებულ იქნას არავერბალური კომუნიკაცია, სხეულის ენა ენობრივი გაუგებრობის თავიდან აცილების მიზნით. ქცევის კორექტირებას ადგილი აქვს უმეტესწილად კროს-კულტურული ინტერაქციის დასაწყისში, როდესაც არსებობს „უცხოობის“ შეგრძნება, ხოლო უცხოობის არ არსებობის შემთხვევაში, ნაკლებია ადაპტაციის შანსიც. უცხოობის შეგრძნება შეიძლება გამოწვეული იქნას კანის ფერის ან სხვა ნიშნების გამო.

ფარდობით მენეჯმენტში გამოიყოფა კულტურის თეორიული გამოკვლევების სამი მიმართულება: ფასეულობების, სისტემური და უნივერსალური მიდგომა. 1945 წელს, ჯორჯ მერდოკმა განმარტა ე.წ. „კულტურული უნივერსალი“ 70-გვარად, სადაც შესული იყო ეროვნული კულტურის მცნების ნაწილიც, მორალის, რელიგიის, ეთიკის, ოჯახის ტიპების დახასიათება, მუსიკა, არავერბალური ურთიერთობის თავისებურებები, სპორტი და ა.შ. მერდოკის ახალისებს მენეჯერს ყუარდლება მიაქციოს ლოკალური კულტურის ცოდნის ფართო არეალზე. 5-7 უფრო მეტად მნიშვნელოვანი უნივერსალის გამოყოფა და მათი დაწვრილებითი შესწავლა ამარტივებს მიდგომას მნიშვნელოვანწილად, განსაკუთრებით საერთაშორისო მენეჯერისათვის, რომელიც მუშაობს რამოდენიმე ქვეყანაში.

კულტურისადმი სისტემური მიდგომა ჩამოყალიბდა XX საუკუნის 60-70-იან წლებში. აღნიშნული თეორიის მიხედვით, კულტურა განისაზღვრება მისი შემადგენელი ქვესისტემების ჩარევითა და ურთიერთქმედებით.

სისტემური მიდგომა გულისხმობს რვა ერთმანეთთან დაკავშირებული ერთეულისგან შემდგარ კულტურას: საზოგადოებრივი ორგანიზაციები, ტექნოლოგიები, ფასეულობები, განათლება და ა.შ.

ფასეულობებითი მიდგომა გულისხმობს კულტურისთვის დამახასიათებელ წამყვან ღირებულებებს, რომელიც გადადის ერთი სოციუმიდან მეორეზე და გულისხმობს ადამიანთა ქცევებს განსაზღვრულ სიტუაციებში. აღნიშნულიდან

გამომდინარე, ყველაზე საყურადღებოა რიკოჩის თეორია, რომლის მიხედვითაც იგი ღირებულებებს აჯგუფებს ინსტრუმენტულ და საბაზისო ღირებულებებად. საბაზისო ღირებულებებში იგულისხმება სიცოცხლისთვის მნიშვნელოვანი ღირებულებები, ანუ ის მიზნები, რისთვისაც ცხოვრობს პიროვნება. ინსტრუმენტულ ღირებულებები კი განსაზღვრავს გარკვეულ შესაძლებლობებს და მიმართულია საბაზისო ღირებულებების უზრუნველსაყოფად. ეს ორი ტიპის ღირებულებები ცვლილებას განიცდის ქვეყნიდან ქვეყანაში. მაგალითად, ზოგიერთ ქრისტიანულ დაცავლურ ქვეყანასი საბაზისო ღირებულებებში იგულისხმება ოჯახი, თანასწორობა, მეგობრობა, ინსტრუმენტულში კი - ლოგიკურობა, კარიერული წინსვლა, ეფექტურობა.

მკვლევარების თეორიების მიხედვით ღირებულებების მიხედვით ხდება არა კულტურების განსხვავება, არამედ პიროვნებების. არსებობს ადამიანთა 6 ტიპი: თეორიული ადამიანი, რომლის მთავარი ღირებულებებია განათლება, ცოდნა და გამოცდილება; ეკონომიკური ადამიანი, რომლისთვისაც უპირატესია პრაქტიკული აქტივობა, მატერიალურ მიღწევებს; ესთეტიკური ადამიანი, რომლის მთავარი მიზანია ჰარმონია და სილამაზე; სოციალური ადამიანი, რომლისთვისაც მთავარ ღირებულებას წარმოადგენს საზოგადოების სამსახურში დგომა და ამ საზოგადოებისთვის თავდადება; პოლიტიკური ადამიანი, რომელიც ორიენტირებულია ძალაუფლებასა და გავლენებზე, ლიდერობასა და შეჯიბრებებზე; რელიგიური ადამიანი, რომლის ცხოვრებისეული მიზანია რელიგია და მასთან დაკავშირებული ამოცანები;

1.3.საქმიანი კულტურების ტიპების განსაზღვრის

თანამედროვე მეთოდები.

კულტურის არსის გააზრება მნიშვნელოვან როლს თამაშობს ბიზნეს-საქმიანობაშიც. მეცნიერის გირტ ჰოფსტედეს თეორიით, კულტურა წარმოადგენს გუნდურ დაპროგრამებას გონებისას და განასხვავებს სხვადასხვა ჯგუფსა და ხალხს სხვებისგან. აღნიშნული ტერმინი ყველაზე ხშირად იხმარება: მენეჯმენტში, ანთროპოლოგიაში, სოციოლოგიაში. აგრეთვე, ამ ტერმინის

დაკავშირება ხდება სქესს, თაობას, სოციალურ კლასს. ფარდობითი მენეჯმენტი ადგენს ნიშნებსა და კრიტერიუმებს, რომლითაც ადარებს ერთმანეთს ბიზნეს კუტურებს, ანუ ადგენს სკალებს, რომლის მიხედვითაც დგინდება მათი რაობა. დღესდღეობით არსებობს ასეთი ოცდაათზე მეტი სკალა, რომლისგანაც ერთ-ერთი შექმნილია გირდჰოფსტედეს მიერ. მან, როგორც ხელმძღვანელმა და დამფუძნებელმა კონკრეტული ორგანიზაციის პერსონალის კვლევის დეპარტამენტისა, შეადგინა ანკეტა და გამოკითხა 116,000 მომუშავე პერსონალი სამოცდაათზე მეტი ქვეყნიდან. მის კვლევებში მრავალი მნიშვნელოვანი და საბაზისო რეზულტატი იქნა მიღწეული, რამაც გამოიწვია შემდგომში სხვადასხვა ქვეყანაში მისი თეორიის დანერგვა და განვითარება. აღნიშნული მოდელი შეიცავს ოთხ მთავარ ბლოკს: ძალაუფლებრივი დისტანცია, რომელიც გულისხმობს ძალაუფლების იერარქიული სტრუქტურისა და მის არათანაბარი განაწილებას დაწესებულებებსა და სოციუმში; ინდივიდუალიზმი, რომელიც გულისხმობს პიროვნებების მიერ ერთმანეთთან დამოკიდებულებასა და დამოუკიდებლობას შორის არჩევანის გაკეთებას. გაურკვევლობის მიუღებლობა, რომელიც ასახავს თუ რამდენად მომთმენი და ტოლერანტია ადამიანი და სრულიად საზოგადოება გაურკვეველი სიტუაციების მიმართ; მასკულინობა, რომელიც განსაზღვრავს სქესის მიხედვით ქალებისა და მამაკაცების დაყოფას, მათი პოზიციებისა და როლების ხაზგასმასა და გამოყოფას, ქცევის დახასიათებას და ქალისა და მამაკაცის ფასეულობების უპირატესობის მინიჭება სოციუმში. მოკლედ განვიხილოთ თითოეული მათგანი:

1. ძალაუფლებრივი დისტანცია ხაზს უსვამს სოციუმის შეხედულებას უთანასწორობაზე, სიმდიდრეზე, სოციალურ მდგომარეობაზე. ქვეყნები, სადაც უთანასწორობის იერარქია მთავარი საკითხია და ამ პრინციპზეა აგებული ყველა კომუნიკაცია, და ფენებს შორის განსხვავება საკმაოდ დიდია, წარმოადგენენ ქვეყნებს, რომლებსაც გააჩნიათ უთანასწორობის დიდი დისტანცია. ხოლო, ქვეყნები, რომლებსაც გააჩნიათ საწინააღმდეგო მონაცემები, ითვლებიან ქვეყნებად, რომლებსაც გააჩნიათ უთანასწორობის პატარა დისტანცია. ხელმძღვანელობა ავლენს ძალაუფლებას იმ ქვეყნებში, სადაც ძალაუფლების

მაღალი დისტანციაა (მაგალითად, იტალია, არგენტინა). ხოლო ძალაუფლების დაბალი დისტანციის მქონე ქვეყნებში კი (მაგალითად: კანადა, ავსტრია), ურთიერთობები ადამიანებს შორის უფრო მჭიდროა. ხელმძღვანელები იმედოვნებენ, გადაწყვეტილებების მიღება ხორციელდება ერთპიროვნულად. ნაკლები ავტორიტეტის მქონე პირები დამოკიდებულად გრძნობენ თავს უფრო დიდი ავტორიტეტის მქონე ადამიანებისაგან. დასაქმებული პირები ასრულებენ მათზე დაკისრებულ საქმეს მენეჯერის სურვილისამებრ, მათ სწამთ, რომ ზემდგომის ხელმძღვანელობით უკეთესად შესრულდება საქმე, ვიდრე თანასწორი ურთიერთშეთანხმებით. დაბალი ძალაუფლების დისტანციის მქონე ქვეყანას წარმოადგენს მაგალითად ამერიკა. აქ თანასწორობა და საქმის წარმართვა დამოუკიდებლად უპირატესია. კრებები ხშირ შემთხვევაში ატარებს არაფორმალურ ხასიათს და ხელმძღვანელებს მოიხსენიებენ სახელით.

ძალაუფლების დისტანციის დიაპაზონის მიხედვით კულტურული მახასიათებლები შემდეგნაირად გამოიყურება: პატარა დისტანციის ქვეყნებში დაქვემდებარების დაბალი მოთხოვნილებაა, დიდი დისტანციის მქონე ქვეყნებისგან განსხვავებით; მშობლების დამოკიდებულება შვილების მიმართ თანასწორია, დიდი დისტანციის მქონე ქვეყნებში კი მშობლები მათგან მოითხოვენ მორჩილებას; პატარა დისტანციის ქვეყნებში განათლების სისტემა ორიენტირებულია სტუდენტზე, ხოლო დიდი დისტანციის ქვეყნებში მასწავლებელზე; პირველი ტიპის ქვეყნებში უფროსი ნაკლებად დაფასებულია, ხოლო მეორეში პირიქით, უფრო მეტად ფასდება.

2. ინდივიდუალიზმის დონე - ასახავს ადამიანთა მისწრაფებას დამოუკიდებლობისაკენ. რაც უფრო მეტად მისწრაფვის ადამიანი პირადი თავისუფლებისაკენ, მით უფრო მაღლდება ინდივიდუალიზმის დონე. მაგალითად, ქვეყნებში, სადაც ინდივიდუალიზმის მაღალი დონეა, ბავშვებს პატარა ასაკიდანვე ასწავლიან დამოუკიდებლობას. ისინი დამოკიდებულები არიან საკუთარ თავზე პირად და პროფესიულ საკითხებში. ასეთ ქვეყნებს წარმოადგენს მაგალითად ამერიკის შეერთებული შტატები, კანადა. ქვეყნებში, რომელიც კოლექტივის ტიპის კულტურის მატარებელია, უპირატესობა ენიჭება

სოფელს, კლანს, ოჯახს, მათ კეთილდღეობასა და მიზნებს. ასეთ სახელმწიფოებში ადამიანები გამმოირჩევიან ერთმანეთის მიმართ პატივისცემით, დახმარებით, მოკრძალებით (მაგ: აღმოსავლეთ ევროპის ქვეყნები).

ქვეყნებში, სადაც ინდივიდუალიზმის მაღალი დონეა, ადამიანები ისწრაფვიან დასახული მიზნების ასრულებასა და მოთხოვნილებების დაკმაყოფილებაზე საკუთარი ძალებით. აქ თავისუფლებას მნიშვნელოვანი უპირატესობა ენიჭება. პურად გადაწყვეტილებებს უფრო მნიშვნელოვანია გუნდურ გადაწყვეტილებებთან შედარებით და პიროვნებას შეუძლია გააჩნდეს სხვებისგან განსხვავებული აზრი და დამოკიდებულება. ხოლო საზოგადოებაში, სადაც დამკვიდრებულია კოლექტივის მსგავსი კულტურა, ინდივიდუალურ მოსაზრებებზე მეტად მნიშვნელოვანია გუნდური ინტერესები. კოლექტივიზმსა და ინდივიდუალიზმს შორის განსხვავება შემდეგში მდგომარეობს: პირველის შემთხვევაში მთლიანი ჯგუფი იღებს გარკვეულ ვალდებულებას, ხოლო მეორეს შემთხვევაში პირიქით, ცალკეულ ინდივიდს. ინდივიდუალიზმის შემთხვევაში უპირატესობა ენიჭება პირადი ინტერესების დაცვას, ხოლო კოლექტივიზმის დროს მთავარია ურთიერთობების შენარჩუნება. ინდივიდუალიზმის ხაზს უსვამს სიტყვას „მე“, კოლექტივიზმი კი პირიქით აქცენტზე აკეთებს სიტყვაზე „ჩვენ“. და ძალიან მნიშვნელოვანი განსხვავება, ინდივიდუალიზმის შემთხვევაში პიროვნება გამოხატავს საკუთარ აზრს, ხოლო კოლექტივიზმის შემთხვევაში პიროვნებას არ გააჩნია საკუთარი შეხედულება.

3. გაურკვევლობის აცილება ასახავს ადამიანების მისწრაფებას განკარგონ საკუთარი ბედი მათ თვითონ. სოციუმში, სადაც ნაკლებ მნიშვნელობას ანიჭებენ გაურკვევლობების თავიდან არიდებას, შორეულ პერსპექტივებზეც ნაკლებად ზრუნავენ და ნაკლებად არის გავრცელებული აღნიშნულთან დაკავშირებული სტრესები. ისინი გამოირჩევიან უფრო მეტი შემწყნარებლობით განსხვავებული აზრის მიმართ. ისინი ცდილობენ საკუთარ მომავალზე ზეგავლენა მოახდინონ. მთავარი განსხვავებები გაურკვევლობაზე ძლიერი რეაგირებისა და სუსტი რეაგირების კულტურებს შორის გამოიყურება

შემდეგნაირად: გაურკვევლობაზე სუსტი რეაგირების დროს იგულისხმება რისკებისაკენ მზაობა, ხოლო ძლიერი რეაგირებისას - მარცხის თავიდან არიდებისაკენ მიდრეკილება; სუსტი რეაგირების დროს ხორციელდება განსხვავებული აზრების ნორმად აღქმა, ხოლო ძლიერი რეაგირების შემთხვევაში მოთხოვნილება კონსესუსზე, ამასთან, პირველის შემთხვევაში, არსებობს მისწრაფება სავალდებულო წესების შემცირებისაკენ, ხოლო მეორეს შემთხვევაში კი დაწვრილებითი წესებისა და კანონების მოთხოვნა. გაურკვევლობაზე სუსტი რეაგირება გულისხმობს იმ ფაქტს, რომ მასწავლებელს შეუძლია თქვას „არ ვიცი“, ხოლო გაურკვევლობაზე ძლიერი რეაგირება გულისხმობს პირიქით, მასწავლებლებსუნდა გააჩნდეთ პასუხი ყველაფერზე. პირველის შემთხვევისთვის დამახასიათებელია ნაკლები სტრესი, ნერვიულობა, საკუთარი თავის გაკონტროლება, მეორეს შემთხვევაში კი ნერვიულობა, სტრესი, დამაბულობა. სუსტი რეაგირების დროს პიროვნებას შეუძლია უპრობლემოდ შეიცვალოს სამსახური, ხოლო ძლიერი რეაგირების დროს ადამიანები რჩებიან სამსახურში, იმ შემთხვევაშიც თუ ისინი უკმაყოფილონი არიან.

4. მასკულინიზმი - განსაზღვრავს სქესის მიხედვით ქალებისა და მამაკაცების დაყოფას, მათი პოზიციებისა და როლების ხაზგასმასა და გამოყოფას. არსებობს ისეთი პროფესიები, რომელიც მხოლოდ მამაკაცის ან ქალის საქმეა. ქალური სოციუმისთვის ნაკლებადაა არის დამახასიათებელი როლების განაწილება სქესთა შორის, კაცებისთვისაც და ქალებისთვისაც თანაბრად ხელმისაწვდომია ნებისმიერი სამუშაო ნებისმიერ საფეხურზე. ორივეს აქვს შანსი იყოს მასწავლებელი, პილოტი, ძიძა. მასკულინური კულტურა დამახასიათებელია იაპონიისათვის, ავსტრიისთვის. მნიშვნელოვანი განსხვავებები მასკულინურ და ქალურ კულტურებს შორის მდგომარეობს იმაში, რომ ქალურ სოციუმში ბალანსი სამუსაოსა და ოჯახს შორის დაცულია, მასკულინურ საზოგადოებაში კი უპირატესობა ენიჭება სამუშაოს. ქალურ საზოგადოებაში დედები ღებულობენ გადაწყვეტილებას თუ რამდენი შვილი გააცინოს, ხოლო მამაკაცურ საზოგადოებაში ამ საკითხს წყვეტს მამაკაცი, მამა. მდედრი საზოგადოების შემთხვევაში პოლიტიკაში ჩართულია ბევრი მდედრი

პოლიტიკოსი, ხოლო მამაკაცურ საზოგადოებაში კი ნაკლებია მათი რიცხვი. ასევე, პირველის შემთხვევაში სიმპათია და თანაგრძნობა გამოიხატება სუსტების მიმართ, ხოლო მეორე საზოგადოებაში განსაკუთრებული პატივისცემა გამოიხატება ძლიერის მიმართ. და ბოლოს ქალური საზოგადოებისთვის მოქმედებს სლოგანი მუშაობა სიცოცხლისთვის, ხოლო მამრობითი საზოგადოებისთვის კი სლოგანი სიცოცხლე მუშაობისთვის.

ედვარდ ჰოლი ხაზგასმით აღნიშნავს კონტექსტის მიხედვით ქვეყნებს შორის განსხვავებებს, რომელშიც იგულისხმება განსაზღვრული აზრობრივი ფორმების (ზეპირის თუ წერილობითის) ინტეგრირების ხერხი. როდესაც ადამიანებს შორის კომუნიკაციაში ინტუიცია და ტრადიციები თამაშობს მნიშვნელოვან როლს, ეწოდება „მაღალი კონტექსტი“. მსგავს ქვეყნებში ზეპირ შეთანხმებებს ურთიერთობისას მკაცრად იცავენ და წერილობითი ფორმით კომუნიკაცია სულაც არა არის აუცილებელი და გადამწყვეტი. მაღალი კონტექსტის მქონე კულტურებში ინფორმაციის უმეტესი ნაწილი უკვე ცნობილია ადამიანისათვის და ხოლო უმნიშვნელო ნაწილი მიეწოდება სიტყვიერად. სავსებით საწინააღმდეგოა „დაბალი კონტექსტი“: ადამიანებს შორის კომუნიკაცია არის ფორმალური ხასიათის და გამოიყენება მკაცრი ფორმულირება. ბიზნესთან დაკავშირებული ურთიერთობის დროს ხდება დაწვრილებითი კონტაქტის გაფორმება. მსგავს კულტურებში იგულისხმება დასავლეთ განვითარებული მრეწველობის ქვეყნები, მაღალი კონტექსტის მქონე საზოგადოებას განეკუთვნება აზიური ქვეყნები, ლათინური ამერიკის ქვეყნები და სხვა (სადაც საზოგადოება არის კოლექტივის ტიპის). კონტარქტი ამერიკის კულტურაში ნიშნავს სიტყვა-სიტყვით სიტყვის მიცემას და ენიჭება წამყვანი მნიშვნელობა, მაგალითად საფრანგეთში კი (რომელიც მაღალი კონტექსტის მატარებელია) კონტრაქტებზე მაღლა დგას ადამიანური კავშირები. ჩვეულებრივ მაღალი კონტექსტის მქონე ქვეყნებში შედის საქართველოც. მსგავს ქვეყნებში ხშირად ხორციელდება მყიდველზე სუსტი ზეწოლა, ხანგრძლივი ციკლი გაყიდვებში, სიტუაციური გარემოებები და სხვა. საპირისპირო მდგომარეობაა დაბალი კონტექსტის მქონე ქვეყნებში.

მნიშვნელოვანია აგრეთვე დროის მიმართ დამოკიდებულება სხვადასხვა ქვეყანაში. შესაბამისად, შეიძლება განსხვავდებოდეს დროის გამოყენებაც. არნიშნულის მიხედვით განასხვავებენ მონოქრომიულ დროს (რომლის დროსაც, მოვლენები ნაწილდება ცალკეულ ნაწილებად და შემდეგ თანმიმდევრულად ლაგდება) და პოლიქრომიულ დროს (როდესაც ადგილი აქვს მოვლენების ერთდროულ მიმდინარეობას). მონოქრომიული კულტურები მნიშვნელობას ანიჭებენ მმართველობის განტრიგსა და სტრატეგიებზე, ორგანიზებისას კი ხისტ და იძულებით ჩარჩოებს. მაგალითად, მრეწველობის წარმოება ხორციელდება სტადიების კონკრეტული თანმიმდევრობის მიხედვით. თუ ადგილი აქვს წესრიგისა და ხანგრძლივობის დარღვევას, ამ შემთხვევაში წარმოების პროცესი ჩერდება.

მონოქრომიული დროის მქონე კულტურაში დროის გამოყენებას აქვს პრაქტიკული დანიშნულება და მისი გამოყენება ხდება რესურსის სახით. დრო წარმოადგენს ზაფს, რომელიც არის უწყვეტი, იწყება წარსულში კონკრეტული წერტილიდან, გრძელდება აწმყოში და გრძელდება მომავალში. დროის გამოყენება ხდება დღის წესრიგის დასაგეგმად და უპირატესობების განსაზღვრად. პოლიქრომიული დროის მქონე კულტურებში საპირისპირო დემგომარეობაა, განრიგზე ხდება ნაკლები დამოკიდებულება, ადგილი აქვს უფრო მეტ საქმიანობას და უფრო მეტად გამოიკვეთება ლიდერობა, უპირატესია ადამიანური ურთიერთობები განრიგთან შედარებით. პოლიქრომიული დროის მქონე კულტურებში არ ხდება დროის გამოყენება, როგორც რესურსი. მხოლოდ მუშაობაზე აქცენტირება არის დამახასიათებელი მონოაქტიური მმართველებისთვის, მნიშვნელოვანი ყურადღება ექცევა გეგმებსა და ვადებს. უთანხმოებები გვარდება პრიორიტეტების პრინციპით და პრობლემის თანმიმდევრობით (მაგალითად: გერმანია, სკანდინავია, ამერიკა, ინგლისი).

პოლიაქტიური მმართველი კი დაკავებულია რამოდენიმე საქმით ერთდროულად, დროი მისთვის არის განუყოფელი და მოქნილი. განსაზღვრული დრო მისთვის არის სასურველი, მაგრამ არა სავალდებულო, დრო მისთვის მეგობარია (მაგალითად: ლათინო ამერიკული ქვეყნები, ესპანეთი,

იტალია). ჰოლის თეორიით მონოქრომიული დროის აღქმა დაკავშირებულია ყველაზე მეტად დაბალი კონტექსტის მქონე კულტურასთან, ხოლო პოლიქრომიულის კი პირიქით მაღალი კონტექსტის მქონე კულტურასთან. მნიშვნელოვანია რიჩარდ ლუისის თეორიაც, რომელიც წააგავს ჰოლის თეორიას მონოქრომიული და პოლიქრომიული დროების შესახებ, თუმცა ლუისი ამატებს კიდევ ერთ განზომილებას, რეაქტიულ კულტურას, სადაც თავაზიანობა, ჰარმონიულობა საერთო ვალდებულებები არის დომინანტი. ხსენებულ კულტურას წარმოადგენს აღმოსავლეთ აზიის ქვეყნები.

აღსანიშნავია ასევე სალომ შვარცის თეორია, სადაც ხაზი ესმება ადამიანის პირად ფასეულობებს და ძირითადად გამოიყოფა ათი მახასიათებელი: დამოუკიდებლობა, ჰედონიზმი, წახალისება, წინსვლა, სიძლიერე, უსაფრთხოება, შემგუებლობა, ადათ-წესები, კეთილდღეობა, უნივერსალიზმი.

ზემოთ ჩამოთვლილი ძალიან ცნობილი და მნიშვნელოვანი თეორიების გარდა, არსებობს აგრეთვე ობიექტური მახასიათებლები სია, რომელიც მჭიდრო კავშირშია ბიზნეს კულტურასთან: ენა, რელიგია, პოლიტიკა და სამართალი და ა.შ.

თავი 2. ქვეყნების კლასტერული ინიციატივები და კლასტერული პოლიტიკა.

2.1. კულტურების კლასტერიზაცია

ტერმინი კლასტერიზაცია განვითარებას იწყებს XX საუკუნის შუა პერიოდიდან, ტერმინის გამოყენება ხდებოდა ისეთ სფეროებში, სადაც პირველადი მონაცემების უზარმაზარი მასივი იყო და არ გააჩნდა ეკონომიკური კონტექსტი. კლასტერული ანალიზი გულისხმობს მათემატიკურ პროცედურას, რომელიც იძლევა საშუალებას დავაჯგუფოდ ობიექტები ჯგუფებად (კლასტერებად) ნაკრების მახასიათებელი მრავალი ნიშნის საფუძველზე, ისე რომ ერთ ჯგუფში შესული ობიექტები იყოს უფრო ჰომოგენური და სხვა ჯგუფში შესული ობიექტების მსგავსი. ობიექტებს შორის მანძილი დაიანგარიშება რიცხობრივად გამოხატული პარამეტრების მიხედვით. აღნიშნული მეთოდის გამოყენება მოხდა 1939 წელს პირველად მეცნიერ ტრიონის მიერ და კლასტერული ანალიზიც თვითონვე უწოდა აღნიშნულ მეთოდს.

ეკონომიკაში კლასტერი განიმარტება, როგორც კომპლექსური ცნება, რომელიც გულისხმობს კომპანიებისა და ორგანიზაციების ჯგუფს, რომლებიც ერთმანეთთან არიან დაკავშირებული მრეწველობის, გეოგრაფიის კუთხით და რომლებიც კონკრეტულ სფეროში მოქმედებენ და მათთვის დამახასიათებელია ერთიანობა საქმეში ან/და შევსება ერთმანეთის. ზოგიერთი მეცნიერი კი კლასტერებს მოიხსენიებს, როგორც სამრეწველო ან ინდუსტრიული რაიონები. პორტერს მიაჩნია, რომ კლასტერი წარმოადგენს კომპანიების ჯგუფს, რომლებიც დაკავშირებული არიან გეოგრაფიულად და არიან მეზობლად, აგრეთვე, მათთან დაკავშირებული განსაზღვრულ დარგში მოღვაწე ორგანიზაციები, რომლებსაც ახასიათებთ ერთიანობა საქმეში, ამასთანავე რომლებიც ერთმანეთს ავსებენ. ამ შემთხვევაში გამოიყოფა სამი მთავარი თვისება ინდუსტრიული კლასტერებისა:

- გეოგრაფიული ადგილმდებარეობა. პორტერის აზრით, შეიძლება მერყეობდეს კლასტერის მასშტაბი ერთი ქალაქიდან ან რეგიონიდან ქვეყნამდე ან რამდენიმე ქვეყნამდეც კი.

➤ ერთანეთთან კავშირი ინდუსტრიებს შორის. პორტერი ამბობს, რომ კლასტერი წარმოადგენს ერთმანეთთან დაკავშირებული საწარმოების ქსელს და რაც უფრო განვითარებულია კავშირი, მით უფრო განვითარებულია თვით კლასტერი.

➤ სფეროების ტექნიკური კავშირი ერთმანეთთან. კლასტერში არსებობს რამოდენიმე სფეროს ფირმა, რომელიც ერთმანეთთან დაკავშირებულია ტექნიკურად. ჩვეულებრივ ეს მზა სახის პრიდუქციის ფირმებია; წარმოების სპეციფიური მხარეების, ნიშნების, მანქანების პროვაიდერები, აგრეთვე მომსახურების; ფინანსური დაწესებულებები და სხვა. კულტურებს შორის ნაირსახეობებმა გამოიწვია იდეა მომხდარიყო კლასტერების დაჯგუფება - მსგავსი კულტურების მიხედვით ქვეყნების დაჯგუფება გაერთიანება. Ronen and Shenkar მოგვაწოდეს ერთ-ერთი მსგავსი იდეა. მათ განახორციელეს კლასტერიებისთვის მნიშვნელოვანი 3 მთავარი ერთეულის გამოყოფა: გეოგრაფია, ენა და რელიგია.

აღნიშნული მეცნიერების აზრით, ეს სამი ერთეული ერთმანეთთან მჭიდრო კავშირში და დამოკიდებულებაში იმყოფება. აგრეთვე, აღნიშნეს გეოგრაფია, როგორც აგრეთვე მნიშვნელოვანი ერთეული და რომელიც მისი აზრით რელიგიასა და ენას წინ უძღვის. ისინი იზიარებენ ვებერისეულ აზრს, რომ მმართველობით სტილზე, რწმენასა და კულტურულ ფასეულობებზე მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს ტექნოლოგიისა და ეკონომიკის განვითარება.

გამოკვლევების შედეგად, ავტორებმა განახორციელეს ქვემოთ მოცემული 8 კლასტერის და შესაბამისი ქვეყნების გამოყოფა:

ქვეყნების დაჯგუფება 8 კლასტერად

სკანდინავიური
• ფინეთი, ნორვეგია, შვედეთი, დანია
ლათინური ევროპა
• ესპანეთი, პორტუგალია, საფრანგეთი, იტალია, ბელგია
ლათინური ევროპა
• ესპანეთი, პორტუგალია, საფრანგეთი, იტალია, ბელგია
გერმანული
• გერმანია, ავსტრია, შვეიცარია
ინგლისურენოვანი
• აშშ, კანადა, ახალი ზელანდია, გაერთიანებული სამეფო, ირლანდია, სამხრეთ აფრიკა
ლათინო ამერიკა
• არგენტინა, ვენესუელა, ჩილე, მექსიკა, პერუ, კოლუმბია
ახლო აღმოსავლეთი
• თურქეთი, ირანი, საბერძნეთი
შორეული აღმოსავლეთი
• ტაილანდი, ტაივანი, ვიეტნამი, ინდონეზია, ფილიპინები, ჰონგ-კონგი, მალაიზია, სინგაპური
არაბული
• ბაჰრეინი, საუდის არაბეთი, ომან, ქუვეითი, არაბეთის გაერთიანებული საამიროები, აბუ-დაბი.

წყარო: Ronen S., Shenkar O., 1985, Clustering countries on attitudinal dimensions: A review and synthesis, Academy of Management. The Academy of Management Review (pre-1986)

არცერთ კლასტერში არ დაჯგუფდა მაგალითად: ინდოეთი, ბრაზილია, ისრაელი და იაპონია. აღნიშნული დაჯგუფების არსი ნათელია, მაგრამ აღსანიშნავია აგრეთვე, საწინააღმდეგოს მთქმელი კვლევები: მაგალითად, არ არის სამართლიანი და სწორი საბერძნეთისა და თურქეთის ფაჯგუფება ერთ კლასტერში კულტურული თვალსაზრისით. ან მაგალითად: ისრაელისა და ინდოეთის დაჯგუფება ერთად ზოგიერთი მეცნიერის მიერ, გამომდინარე აღნიშნულ ქვეყნებთან მათი ახლო კავშირის გამო. სხვები ამტკიცებენ ლათინო ევროპული ქვეყნების (მაგალითად: იტალია, პორტუგალია) კულტურულ სიახლოვეს სამხრეთ ამერიკულ ქვეყნებთან, შესაბამისად, ისინი ამ ქვეყნებს ერთ ჯგუფში აჯგუფებენ.

რონენისა და შენკარის აზრით, კლასტერიების პროცესი ეხმარება მმართველებს, რომლებიც დასაქმებულნი არიან მრავალი კულტურის მქონე ორგანიზაციებში გაიაზრონ უკეთ ის მთავარი მსგავსებები თუ განსხვავებები, რომლებიც ქვეყნებს შორის არსებობს. აღნიშნული საკითხის ფლობა ეხმარება და უმარტივებს მენეჯერებს საერთაშორისო კონტრაქტების გაფორმებას, რეგიონული კონკურენტუნარიანი ერთეულების შექმნას და მიღებული რეზულტატების განზოგადებას კონკრეტულ ჯგუფში შემავალ ქვეყნებზე.

კულტურის არსისა და მის ჯგუფებად დაყოფაზე საუბრისას აღსანიშნავია მნიშვნელოვანი პროექტი GLOBE (გლობალური ლიდერობისა და ორგანიზაციული ქცევის ეფექტურობა) რომელიც 1994 წელს დაიწყო და რომელიც აერთიანებს 160 მეცნიერს. კვლევისას გამოიკითხა 17300 საშუალო დონის მმართველი 951 კომპანიიდან, რომლებიც საქმიანობდნენ საკვების გადამამუშავებელ, ფინანსური მომსახურებისა და ტელეკომუნიკაციების ინდუსტრიებში. საბოლოოდ მივიღეთ საინტერესო კვლევა ორგანიზაციულ ლიდერობას, საზოგადოებრივ ეფექტურობასა და კულტურას შორისი კავშირების შესახებ და რომლის თანახმადაც, კულტურული ცნება წარმოადგენს საერთო ფასეულობებსა და მოტივებს, რომელიც ახასიათებს სხვადასხვა ჯგუფის წევრებს, და რომელიც შედეგია წარსული გამოცდილებისა და გადაეცემა თაობებს.

კვლევის პირველ ეტაპზე დადგინდა ღირებულებების გასაზომი 9 მთავარი პარამეტრი: უფლებრივი დისტანცია; ჰუმანური ორიენტაცია; გაურკვევლობის თავიდან არიდება; კოლექტივიზმი (საწარმო) - ერთეული, რომელიც ადგენს თუ რამდენად ახორციელებს სოციალური დაწესებულებები კოლექტივის დაჯილდოვებას გაწეული კეთილი საქმეების გამო; კოლექტივიზმი (ოჯახური) - ესაა ერთეული, რომელიც ადგენს პიროვნების საკუთარი ოჯახისა და კომპანიის მიმართ ერთგულების ხარისხს; ორიენტაცია მომავალზე; ჯიუტობა; გენდერული ეგალიტარიზმი;

GLOBE წარმოადგენს პროგრამას, რომელიც ჩამოყალიბდა საზოგადოებასა და კულტურას, ლიდერობის ეფექტურობასა და კომპანიას შორის არსებული ურთიერთობების დადასტურების, შემოწმების მიზნით. ხსენებულ კვლევაში

ქვეყნების დაჯგუფება განხორციელდა ტერიტორიულად სიახლოვისა და ერთნაირი კლიმატის მიხედვით. პროექტმა მოიცვა მრავალი რეგიონი მსოფლიოში და გამოყო 10 მთავარი კლასტერი:

ცხრილი 2.

ქვეყნების დაჯგუფება 10 კლასტერად

სკანდინავიური	(დანია, ფინეთი, შვედეთი);
ანგლო	(კანადა, აშშ, ავსტრალია, ირლანდია, ინგლისი, სამხრეთ აფრიკა (თეთრკანიანები), ახალი ზელანდია);
გერმანულენოვანი	(ავსტრია, ნიდერლანდები, შვეიცარია (გერმანულენოვანი), გერმანია);
ლათინო ევროპული	(ისრაელი, იტალია, შვეიცარია (ფრანგულენოვანი), ესპანეთი, პორტუგალია, საფრანგეთი);
აფრიკული	(ნამიბია, ზამბია, ნიგერია, სამხრეთ აფრიკა (ფერადკანიანები), ზიმბაბვე);
აღმოსავლეთ ევროპული	(საბერძნეთი, უნგრეთი, ალბანეთი, სლოვენია, პოლონეთი, რუსეთი, საქართველო, ყაზახეთი);
შუა აღმოსავლური	(თურქეთი, ქუვეითი, ეგვიპტე, მაროკო, ყატარი)
კონფუციანისტური	(სინგაპური, ჰონგ-კონგი, ტაივანი, ჩინეთი, სამხრეთ კორეა, იაპონია);
სამხრეთ-აღმოსავლურ აზიური	(ფილიპინები, ინდონეზია, მალაიზია, ინდოეთი, ტაილანდი, ირანი);
ლათინო ამერიკული	(ეკვადორი, ელ სალვადორი, კოლუმბია, ბოლივია, ბრაზილია, გვატემალა, არგენტინა, კოსტა რიკა, ვენესუელა, მექსიკა);

წყარო: Jeremy Michael Clark Louis N. Quast Soebin Jang Joseph Wohkittel Bruce Center Katherine Edwards Witsinee Bovornusvakool, (2016), "GLOBE Study culture clusters", European Journal of Training and Development, Vol. 40 Iss 7 pp. 534 - 553

გარდა ამისა, მკვლევარები შეირჩნენ იმ პრინციპით, რომ ისინი კოლექტივიზმისა და ძალაუფლებრივი დისტანციის მაღალი დონე ახასიათებს აღმოსავლეთ ევროპის კლასტერს, მაგალითად საქართველოს, სადაც გამოკვეთილია ახლო ოჯახური კავშირები და მომავალზე ორიენტირების დაბალი დონე. ასევე, დამახასიათებელი ამ კლასტერისთვის ლიდერობა და ჯგუფზე ორიენტირებული სტილი. „გლობალური ლიდერობისა და ორგანიზაციული ქცევის ეფექტურობის“ პროექტის მიხედვით, აღმოსავლეთ

ევროპის კლასის წევრები არ იმედოვნებენ ძალაუფლების გადანაწილებას მოქალაქეებს შორის და ხაზგასმით აღნიშნავენ ოჯახსა და ჯგუფს, სტატუსსა და ძალაუფლებას. ადამიანებთან ურთიერთობების დროს ახასიათებთ უხეშობა და წაკამათება.

2.2. ჯგუფების საქმიანი კულტურები

ამერიკის საქმიანი კულტურა. ამერიკის შეერთებული შტატები ერთ-ერთი წამყვანი ქვეყანაა მსოფლიოში, როგორც ეკონომიკური, ისე სხვა მაჩვენებლების მიხედვით. ქვეყანა ისეთ კლიმატურ ზონაში მდებარეობს, რაც ხელს უწყობს როგორც სოფლის მეურნეობის, ისე ტურიზმის განვითარებას. ბუნებრივი რესურსებიდან ყველაზე დიდი წილი მოდის ენერგორესურსებზე: ნავთობი, ქვანახშირი, გაზი და ურანი. მეტალების მოპოვებაში კი რკინის მადანსა და სპილენძზე მოდის ყველაზე დიდი წილი. აშშ-ს ბაზარზე ყველაზე დიდი კონკურენციაა. მსოფლიო ქვეყნებს შორის ბიზნესის განხორციელების სიმარტივისა და თავისუფლების კუთხით, აშშ ლიდერი ქვეყანაა. აშშ-ს ეკონომიკის მდგომარეობა დიდი დეპრესიის დროს ძალიან მძიმე იყო. პრეზიდენტმა ფრანკლიდ რუზველტმა შემოიღო „ახალი კურსის“ პროგრამა, კრიზისის დასაძლევად, ეს პროგრამა გულისხმობდა ელემენტებს: ფინანსური კანონები, ეკონომიკის სტრუქტურული გარდაქმნა, სოციალური პოლიტიკა და რეგიონული პოლიტიკა.

ქვეყნის ყველა ბანკი დაექვემდებარა ფედერალურ კონტროლს მის მიერ გატარებული რეფორმების შედეგად, რომლის თანახმადაც ბანკებისთვის აკრძალული იყო ობლიგაციების ყიდვა და სამეწარმეო საქმიანობა. ეროვნული ინდუსტრიის განვითარებას, ანუ ამერიკელ მეწარმეს მიენიჭა უპირატესობა ახალი პროგრამის მიღების შედეგად; აიკრძალა საზღვარგარეთიდან პროდუქციის შემოტანა სახელმწიფოს დაკვეთით; საგანგებო დახმარება გაეწია კრიზისისგან ყველაზე უფრო დაზარალებულ და დატაკ მოსახლეობას, რომლის რიცხვიც 4 მილიონზე მეტს შეადგენდა; შემუშავებული იქნა განვითარების პროგრამები ქვეყნის ეკონომიკის სტაბილიზაციისთვის, რომლებიც მოიცავდა

სპეციალურ დაფინანსებასა და მართვას. სწორედ ამის შედეგად, მოხდა და არ იწვევს გაკვირვებას, რომ ახალი პროგრამა ეფექტური აღმოჩნდა და განხორციელდა კრიზისის აღმოფხვრა ქვეყანაში, რომელმაც უკან დასწია მრავალი წლით აშშ-ს ეკონომიკური განვითარება. რონალდ რეიგანის სახელთანაა დაკავშირებული ის რეფორმები, რომლითაც განხორციელდა აშშ-ში ეკონომიკის გაუმჯობესება და მისი წარსული საგარეო ეკონომიკური პოზიციების ისევ გამყარება.

„რეიგანომიკის“ მნიშვნელოვანმა პროგრამებმა გამოაჯანსაღეს ამერიკელების მეწარმეობისადმი გენეტიკური მისწრაფება და შრომითი საქმიანობის მიძინებული უნარი, შეამცირეს სახელმწიფოს მიერ ეკონომიკაში არაეფექტური ჩარევის შედეგები. ეს პროგრამები გულისხმობდა დაწევას ინფლაციის დონის, ზრდას ეკონომიკაში, შრომის წარმოების უნარის ზრდას, დასაქმების ტემპის დაჩქარებას, დაბალანსებულ ფედერალურ ბიუჯეტს. ქვეყანაში განხორციელდა უცხოური კაპიტალის მიზიდვა, საგადასახადო განაკვეთების მნიშვნელოვნად დაწევა, შემოსავლების ზრდა ბიუჯეტში. თუმცა, რეიგანის ეკონომიკის შედეგად ქვეყანაში მიღწეულ იქნა მნიშვნელოვანი ეკონომიკური და პოლიტიკური შედეგები, მისმა პროგრამებმა მაინც ვერ უზრუნველყო ბიუჯეტის დეფიციტურობის აღმოფხვრა. პირიქით, თავის რეკორდულ მაჩვენებელსაც კი მიაღწია დეფიციტმა რეიგანის დროს. 1992 წელს ბილ კლინტონმა გაიმარჯვა საპრეზიდენტო არჩევნებში აღნიშნული კრიზისის ფონზე. სწორედ მისი მმართველობის დროს განხორციელდა ქვეყანაში როგორც დასაქმების მაღალი ტემპის შენარჩუნება, ასევე მნიშვნელოვანი ზრდა აკონომიკაში, მაშინ როცა ქვეყანაში სუფევდა ინფლაციის დაბალი დონე. ბილ კლინტონმა შეძლო გარდაექმნა ლიბერალული კუთხით კონსერვატიული ეკონომიკური სტრატეგია.

აშშ-ს ეკონომიკის განვითარებაზე საუბრისას აუცილებელია ვახსენოთ 2008 წლის კრიზისი, რომელიც სხვა კრიზისების მსგავსად მოულოდნელად დაიწყო და რომლის მთავარი მიზეზი იყო იპოთეკური სესხები, რომლის გაცემაც მოხდა არაკრედიტუნარიან მომხმარებლებზე. მოგვიანებით აღნიშნულმა პრობლემებმა

ჯაჭური რეაქცია გამოიწვია საფინანსო ბაზრებზე და კრიზისი ევროპის ქვეყნებსაც შეეხო.

რაც შეეხება აშშ-ს დღევანდელ ეკონომიკას, ბიზნესის გლობალიზაციურმა პროცესებმა და ინფორმაციული ტექნოლოგიების განვითარებამ მოახდინა აშშ-ს ეკონომიკის რესტრუქტურზაცია. გლობალიზაციურმა პროცესებმა ახალი ბაზრების კარი გაუხსნა ამერიკაში დამზადებულ ეროვნულ პროდუქციასა და სერვირებს., რამაც წახალისა და განავითარა ეკონომიკა, რომელიც იყო ორიენტირებული ექსპორტზე. დღეისდღეობით აშშ-ში ბევრი უცხოეთის მოქალაქე არის დასაქმებული, რომლებსაც სურვილი აქვთ მიიღონ ბევრად მაღალი შემოსავალი საკუთარ ქვეყანასთან შედარებით და რომლებიც ძირითადად წარმოადგენენ ევროპისა და აზიის ქვეყნების საუკეთესო სამეცნიერო პოტენციალს, ასევე მრავალრიცხოვან არაკვალიფიცირებულ სამუშაო ძალას. ამერიკის შეერთებული შტატების „ახალი ეკონომიკის“ წარმატებას მნიშვნელოვნად განაპირობებს ამერიკული მენეჯმენტი, რომელიც ორიენტირებულია გადაწყვეტილებების სწრაფ მიღებაზე და ამავე დროს, ავითარებს როგორც მმართველის, ისე ხელქვეითის ინდივიდუალურ თვისებებს. აშშ-ში კომპანიების უმაღლეს მმართველ პოზიციებს იკავებს არც თუ ცოტა ახალგაზრდა, რომლებიც უფრო მეტად მიდრეკილნი არიან სარისკო გადაწყვეტილებების მიღებისკენ, ვიდრე ხანდაზმული ასაკის დირექტორები. ისინი ბიზნეს სახეებშიც ბევრად უფრო მალე და უკეთ ერკვევიან, რაც ძალიან მნიშვნელოვანია ინფორმაციული ტექნოლოგიების დარგში მოღვაწე კომპანიების წარმატებისა და განვითარებისათვის. მენეჯმენტის ამერიკული ვერსია ბიზნესში მნიშვნელოვნად აფასებს დროს და დროში მიღებულ პრობლემის ხელსაყრელ გადაწყვეტილებას. აშშ-ს შრომითი ბაზრისთვის დამახასიათებელია მოქნილობა და ეფექტურობა. კაპიტალიზმის ამერიკული ვარიანტი წარმოადგენს ყველაზე წარმატებულ და კონკურენტუნარიან მაკროეკონომიკურ განვითარების მოდელს, რომელიც გამოირჩევა ლიბერალური ფილოსოფიით ბიზნესის წარმართვისათვის, კერძო ბიზნესის კომპეტენციებში სახელმწიფოს მხრიდან სრული არ ჩარევით, ეფექტური მმართველობით,

რომელიც ემყარება ინდივიდუალური ფასეულობების უპირატესობებს და გადაწყვეტილების სწრაფი მიღების უნარს.

სახელმწიფოსა და ბიზნესს შორის აშშ-ში არსებობს თანაბარი და პატიოსანი პარტნიორობა, რაც გულისხმობს იმას, რომ ამერიკულ მმართველობაზე ზეგავლენას ვერ ახდენს კლანური ინტერესები, ოჯახური კავშირები, ან/და სახელმწიფოს მხრიდან რაიმე ზეწოლა. აღნიშნული მოდელის შემთხვევაში უპირატესობა ენიჭება კერძო საკუთრებას; თავისუფალ ბაზარს, რომელზეც საკმაოდ დიდ კონკურენცია; ინდუსტრიაში სახელმწიფოს მცირე როლი; კანონმდებლობა, რომელიც იძლევა თავისუფლებას ბიზნესის განვითარებაში და გარემოსა და სოციალურ გარემოში იძლევა მისი ზეგავლენის შემცირებას; აგრეთვე, კარგად განვითარებული სატრანსპორტო, ფინანსური და სხვა ინფრასტრუქტურა.

აშშ-ში კონკურენციის მნიშვნელოვან პრიორიტეტს წარმოადგენს აგრეთვე, შრომითი კოდექსი, რაც გულისხმობს იმას, რომ ქვეყანაში ბოლო ათწლეულების განმავლობაში ფუნქციონირებს კადრების გადამზადების პროგრამები, რომლებიც მიზნად ისახავს გაამარტივოს დასაქმებული პირების ადაპტაცია ახალ ტექნოლოგიებთან და გაზარდოს მათი კონკურენტუნარიანობა.

საფრანგეთის საქმიანი კულტურა. პოლიტიკური მოწყობით საფრანგეთი წარმოადგენს უნიტარულ, საპრეზიდენტო ქვეყანას, სადაც ქვეყნის იმართება „მთავარი მენეჯერის“ ანუ პრეზიდენტის მიერ და რომელსაც ენიჭება მკაცრი ძალაუფლებრივი უფლებები კონსტიტუციის შესაბამისად. საფრანგეთის, როგორც ერთიანი ქვეყნის მნიშვნელოვან ელემენტებს წარმოადგენს ეკონომიკისა და ფინანსური სისტემის ცენტრალიზება. სწორედ დედაქალაქი წარმოადგენს ერთადერთ ცენტრს, სადაც ხორციელდება ეკონომიკასთან დაკავშირებული გადაწყვეტილებების მიღება ქვეყნისა და რეგიონების შესახებ.

საფრანგეთის ეკონომიკის სისტემა თითქოს წააგავს გერმანიის სისტემას. გერმანიის მსგავსად, საფრანგეთშიც მუშაობს ეკონომიკის მოდელი, რომელიც ორიენტირებულია სოციალურად. თუმცა არსებობს შემდეგი საკითხები, რაც განასხვავებს საფრანგეთს გერმანიისგან: გერმანიაში ომისშემდგომი ეკონომიკური

გარდასახვები მიმართული იყო მოქმედი და ეფექტური საბაზრო მექანიზმის შექმნისაკენ და შეითავსა ფუნქცია სახელმწიფოს მარეგულირებლის. საფრანგეთში კი საზოგადოებრივი საბაზრო სისტემის ცენტრში მოექცა სახელმწიფოს ეკონომიკური სექტორი და დაიწყო ბაზრის სუბიექტის როლის განხორციელება. 1968 წელს, როდესაც გადადგა გენერალი შარლ დე გოლი, ფრანგებმა მნიშვნელოვანი უპირატესობები მოიპოვეს საზოგადოებრივ სფეროში. მაგალითად არ ხორციელდება სახელმწიფო სტრუქტურებში დასაქმებულ პირთა შემცირება; პენსიაში გასვლის ასაკია 50-55 წელი; მაღალია უმუშევართა და პენსიონერებთა დახმარების დონე; სამედიცინო დაზღვევა და მრავალი სხვა საკითხი საფრანგეთის მოქალაქეებისათვის უზრუნველყოფილია. თუმცა მნიშვნელოვანია ავღნიშნოთ, რომ მსგავსი საზოგადოებრივი გარანტიები უზრუნველყოფა ხდება გადასახადების გადამხდელი პირების სახსრებით. ირიბ და სამემოსავლო გადასახადებთან ერთად, მაღალია აგრეთვე საზოგადოებრივი ანარიცხი დასაქმებული პირებისა და მეწარმეებისა. ანაზღაურება და სოციალური გრანტების საკმაოდ განსხვავდება საფრანგეთში სახელმწიფო და კერძო სექტორებს შორის. დღესაც პრესტიჟულ სამსახურად ითვლება სახელმწიფო სამსახური. საფრანგეთის უმაღლესი სასწავლებლები მიზანმიმართულნი არიან დააკმაყოფილონ სწორედ სახელმწიფო სექტორის მოთხოვნები და მოამზადონ პროფესიულად სახელმწიფო მოხელეები. მნიშვნელოვანია სახელმწიფოს მხრიდან მეცნიერებისა და ტექნიკის, ინოვაციური-საკონსტრუქტორო სამუშაოთა დარგის მხარდაჭერა, მაგრამ სახელმწიფო დახმარებები აქაც სახელმწიფო სექტორს ეკუთვნის.

დღეისათვის საფრანგეთი ზომიერად ქალური კულტურის ქვეყნად ითვლება, ვინაიდან აქ ფასობს ყურადღებიანი, ფაქიზი და დელიკატური დამოკიდებულება როგორც ქალთა, ასევე მამაკაცთა შორის. უთანხმოებების დროს, მათი მოგვარება ხდება არა ფიზიკური „შერკინებით“, არამედ მოლაპარაკების გზით. საფრანგეთი წარმოადგენს ქვეყანას, სადაც ხორციელდება ოფიციალური პროცედურების, გაწერილი წესებისა და ინსტრუქციების, დადგენილი სქემებისა და სტრუქტურების საყოველთაო გამოყენება. ფრანგული

კულტურისთვის ნაკლებადაა დამახასიათებელი რისკების გაწევა. რადგანაც, ბიუროკრატიზაცია იძლევა საშუალებას თავისი წესებით, ინსტრუქციებით და რთული კომუნიკაციის მექანიზმით, მოახდინოს რთული ქმედების გარდასახვა სანდოდ და პროგნოზირებად. შესაბამისად, დაგეგმვისა და პროგნოზირების ფრანგული მენეჯმენტის სისტემა მიზნად ისახავს აკონტროლოს რისკები. ფრანგები არ ახასიათებთ გამოიჩინონ გულისხმიერება სხვების პრობლემების მიმართ, არ გააჩნიათ გუნდურობისა და მიმბაძველობის თვისება. ფრანგების თანამშრომლობაზე დაყოლიების დროს მხედველობაში უნდა იქნას მიღებული ინდივიდის საკუთარი ღირსებისა და საკუთარი თავისადმი უდიდესი პატივისცემის გრძნობა. პასუხისმგებლობით ეკიდებიან ხელმძღვანელობისგან მიღებულ ბრძანებებს და მათ საწიროებას, მაგრამ ამავე დროს თავს დამოუკიდებლად გრძნობენ სრულიად კოლექტივიზმის ნებისმიერი ფორმისგან. საფრანგეთში არ არის პრესტიჟული სამსახურში კადრის აყვანა ნათესაური კავშირების ნიშნით და თითქმის არსად გვხვდება. მნიშვნელოვანია აგრეთვე საუნივერსიტეტო და პროფესიული სკოლების კურსდამთავრებულ პირთა ქსელები და თანამეგობრობები და მათი როლი. საფრანგეთში სახელმწიფო თანამდებობებზე დაკავებულ პირთა უმრავლესობა მიეკუთვნება მსგავს თანამეგობრობას და რომლებსაც გააჩნიათ მყარი კავშირები და სწავლის დამთავრების შემდეგაც ინარჩუნებენ მას.

საფრანგეთში კომპანიების მმართველებისათვის მნიშვნელოვანია განცდა, რომ ისინი მიეკუთვნებიან ელიტარულ საზოგადოებას და მიეკუთვნებიან უმაღლეს მმართველობითი ფენას. აქ მენეჯმენტი ჩვეულებრივ პროფესიაა ცალკე აღებული თავისი წესებითა და მოთხოვნებით. საფრანგეთში მენეჯერის სტატუსი დამოკიდებულია არა პირად დამსახურებაზე, არამედ უფრო წარმომავლობაზე, ასაკზე, განათლებაზე და სხვაზე. მენეჯერული სტატუსის მიღება გულისხმობს კარიერული ნახტომის შესრულებას. გარდა ამისა მნიშვნელოვნად იცვლება სამყაროს აღქმა და მასში საკუთარი თავის შეგრძნება. ამ დროს ყველაზე პრესტიჟულად ითვლება საჯარო სამსახური, რადგანაც,

სახელმწიფო სფეროში დასაქმებულთა ხელფასები გაცილებით მაღალია, ვიდრე კერძო ბიზნესში.

საფრანგეთში მენეჯერად მუშაობა გულისხმობს ინტელექტუალური ტესტების წარმატებით ჩაბარებას, ვინაიდან უმტკიცებს გარშემო მყოფ პირებს მაღალი ლოგიკური აზროვნებისა და სისტემური ანალიზის უნარს. აღნიშნული თვისებებით ისინი გამოირჩევიან კომპანიის სხვა წევრებისაგან. საფრანგეთში არ არის მიღებული მენეჯერების გადასვლა კომპანიიდან კომპანიაში. გამონაკლისია მხოლოდ ტოპ-მენეჯერები, რომელთა კადრად აყვანა შესაძლებელია მოხდეს კომპანიაში რესტრუქტურისაგან დაკავშირებული პრობლემების მოგვარებას. შესაბამისად, სამსახურში აყვანის დროს უპირატესობა ენიჭება იმ კანდიდატებს, რომლებიც მიზანმიმართულნი არიან ხანგრძლივად ითანამშრომლონ კომპანიასთან. იმ შემთხვევაში, როდესაც მენეჯერი კარგავს ეფექტურად მუშაობის უნარს, სამსახურიდან კი არ უშვებენ, არამედ გადაჰყავთ უფრო მარტივ სამუშაოზე და უფრო მეტიც, ზოგჯერ მსგავსი „მარტივი“ სამუშაო ადგილები სპეციალურადაც კი იქმნება მათთვის. მათი მთავარი ვალდებულებაა ახალგაზრდების გაწვრთნა და დაწინაურება.

მმართველობით სისტემაში მთავარი მახასიათებელია ხელქვეითებთან მენეჯერების მხრიდან ხისტი იერარქიულობა და დისტანციურობა. ახალგაზრდა ფრანგი მენეჯერი, კარიერის დასაწყისშივე იცავს ფორმალურობას სხვა თანამშრომლების მიმართ. მსგავს პირობებში, გამოიყენება ფორმალური პროცედურები, წერილობითი წესებისა და დეტალური ინსტრუქციების ჩათვლით, რომლის მიზანია სანდოობის ამაღლება და ორგანიზაციული პროცესების პროგნოზირება. გარდა ამისა, ასეთი ოფიციალური მიდგომა იწვევს უპასუხისმგებლობის რისკის ანდა სხვაზე გადაკისრების შესაზღვრებლობის შემცირებას. ფრანგული იერარქიის კლასიკური იმიჯი გულისხმობს ცენტრალიზაციას, იმ ძალაუფლებას რომელიც გააჩნია ხელმძღვანელს, დისტანციას, რომელიც სუფევს ხელმძღვანელსა და მის ხელქვეითებს შორის. საფრანგეთში ტოპ-მმართველები მიიჩნევენ, რომ მათ უკავიათ მაღალი პოზიციები, რადგან მათ გააჩნიათ მაღალი ინტელექტუალური შესაძლებლობები.

შესაბამისად, ისინი წყვეტენ ყველა მნიშვნელოვან საკითხს და მუდამ იმ პრობლემის საქმის კურსში არიან, რომლის შესახებაც დაბალი რანგის მენეჯერები დებულობენ გადაწყვეტილებას. მენეჯმენტის ფრანგული მოდელის განუყოფელი ნაწილია ერთი ლიდერის ხელში ძალაუფლების თავმოყრა, რაც სულაც არ გულისხმობს იმას, რომ საფრანგეთში ადგილი აქვს ცენტრალურ ხელისუფლებაზე ბრმა დამორჩილებას.

საფრანგეთი არის ქვეყანა, რომელმაც შეძლო ეფექტურად აემუშავებინა მსგავსი ბიუროკრატიული სტრუქტურა. თუმცა ბოლო პერიოდში ბევრს ლაპარაკობენ უფრო ბრტყელი იერარქიის შექმნაზე, რომელიც ახალისებს პერსონალს და ზრდის მოქნილობას. მათი აზრით, მმართველობის ფრანგული მოდელი იწვევს სერიოზულად სამეცნიერო-ტექნოლოგიური წინსვლის შეფერხებას და აგრეთვე, მოსახლეობის სამეწარმეო აქტივობებს. ეჭვს არ იწვევს, რომ ყოველივე ეს აიძულებს ბიუროკრატias, დათმოს საკუთარი პოზიციები.

2.3. ტერიტორიულ - საწარმოო კომპლექსების და კლასტერების შედარება

მკვლევარების განმარტებით cluster ინგლისური სიტყვაა და ნიშნავს კომპანიებს და ჯგუფებს, რომლებსაც ერთმანეთთან გააჩნიათ კავშირი მრეწველობისა და გეოგრაფიის კუთხით, საქმიანობენ კონკრეტულ დარგში და ახასიათებთ ერთიანობა და ერთმანეთის შევსება ან მუშაობენ საერთო საკითხებზე. კომპანიების გეოგრაფიული კონცენტრაციისას შეიძლება განხორციელდეს რამოდენიმე ფირმის საერთო რესურსების განვითარებით მოგების მიღება და ხარჯების გადანაწილება. გარდა ამისა, გეოგრაფიულად ახლო მდებარეობა განაპირობებს სიაფეს, პროდუქციისა და სერვირების განხორციელებას მოკლე ვადაში. ამრიგად, კლასტერი უზრუნველყოფს განსაზღვრული კომპანიების შესაბამისობას მთავარი საქმიანობის მიხედვით, აწარმოებს ინდივიდების ერთიან სივრცეს, რომლებსაც გააჩნიათ ერთმანეთთან ზემოქმედება კლასტერის პირობებსი და ხელს უწყობენ სიახლეების გატანას.

ქვემოთ ჩამოთვლილია ე.წ Cluster agents:

1. სახელმწიფო ორგანიზაციები,
2. კომპანიები,
3. საფინანსო ფირმები,
4. საგანმანათლებლო და კვლევითი ინსტიტუციები.

მნიშვნელოვან როლს თამაშობს აგრეთვე ე.წ. თანამშრომლობის ინსტიტუტები, რომლებიც უზრუნველყოფენ ახალი კომპანიების ჩართულობას ამ ჯგუფში, ახალისებენ მასში მყოფ საპირისპირო აგენტებს. თუმცა ამ კომპანიების უნარები კლასტერის ნაციონალური შინაარსისა და განვითარების ეტაპის შესაბამისად განსხვავდება. [Bergman E.M., Feser E.J., 1999, Industrial and Regional Clusters: Concepts and Comparative Applications]

ტერმინი „Cluster“ შეიძლება გამოვიყენოთ ანალიზის მიზნებში და აგრეთვე პრაქტიკაში. ანალიზის მიზნების შემთხვევაში, ეს ტერმინი წარმოადგენს ცალკეული კომპანიის სხვა გამომრიცხავ შესაძლებლობას, პროგნოზირებას. მეორე შემთხვევაში კი რეგიონალური განვითარების სტრატეგიის ფარგლებში მხარდაჭერის საგანს, რომლის შემქმნელები cluster-ის ჩამოყალიბების საჭიროებას ხსნიან განსაზღვრულ რეგიონში დასაქმების, შემოსავლების, წარმოების ტემპის ზრდით. [Fakhoury I. N., 2002, Creating Business Hubs and Destinations as a Means to Achieving Sustainable Economic Development through Public Private Partnerships, Final Report, Eisenhower Fellowship – MNP]

განასხვავებენ რეგიონულ დაჯგუფებას (Cluster) - ინდუსტრიულ გაერთიანებას, რომელშიც გაერთიანებულია მცირე და საშუალო ფირმები, გეოგრაფიულად ახლო მდებარეობის გამო. გამოიყოფა ასევე განვითარების დაჯგუფება (Cluster), რომელიც წარმოადგენს ორგანიზაციების ან ფირმების ჯგუფს, რომლებიც გაერთიანებული არიან საერთო პროდუქციის შექმნით, და გაყიდვის გრძელვადიანი პერსპექტივით.

ინოვაციური დაჯგუფება (cluster), ეს არის კონკურენციის მიღწევის უმაღლესი ფორმა, რომელიც იძლევა საშუალებას გამოყენებულ იქნას ეკონომიკის სისტემების კოორდინაციის მეთოდები, რაც საბოლოო ჯამში განაპირობებს სამეცნიერო ინოვაციებისა და გამოგონებების ზრდას, ახდენს მათ

ტრანსფერს ბაზრარზე მოთხოვნად ინოვაციად. [Hjalager A-M., 1997, Innovation patterns in sustainable tourism”, Tourism Management, Vol. 18, No. 1]

ინოვაციური პროცესების განვითარებისთვის მნიშვნელოვანია შესაბამისი ინფრასტრუქტურის ჩამოყალიბება, რომელიც განახორციელებს გამოგონებითი პროექტების მარკეტინგულ, ფინანსურ, ინფორმაციულ უზრუნველყოფას. მკვლევარები იიჩნევენ, რომ:

1. Cluster-ის ფარგლებში, წარმოების კონცენტრაცია განსაზღვრულ ტერიტორიაზე იწვევს სტაბილურობის შერყევას რეგიონულ ეკონომიკაში და მათი დივერსიფიკაციის შემცირებას.

2. იმ შემთხვევაში თუ განსაზღვრულ ტერიტორიაზე კლასტერში დასაქმებული პირების რაოდენობა ჭარბია საკმაოდ, ეს ფაქტი იწვევს გამოგონებებისა და სიახლეების შემცირებას. ვინაიდან, ის მნიშვნელოვნად დაკავშირებულია სისტემებისა და ცოდნის ერთგვაროვნებასთან; ამის საწინააღმდეგო დამოკიდებულება აყალიბებს ჯგუფურ აზროვნებას, იწვევს დამოკიდებულებების, სტერეოტიპების გააქტიურებას;

3. Cluster-ის ჩამოყალიბების წახალისება ისეთივე დახმარებაა, როგორც ტრადიციული ღონისძიებები მრეწველობაში.

მოგება, რომელიც მიიღება ზარალის გადანაწილების შემდეგ, წარმოადგენს cluster-ის სარფიანად გადამქცევის მთავარ სისტემას. მათგან მნიშვნელოვანია საერთო ცოდნა და გამოცდილება, რომელიც იწვევს მისი მატარებლების მჭიდროდ დაკავშირებას. ინოვაციური გარღვევების გამოწვევა ხორციელდება რესურსების კონცენტრაციის წახალისებით, რადგან ის მოითხოვს ერთ კონკრეტულ წერტილში მათ გაერთიანებას. სახელმწიფოსთვის კლასტერული სისტემის დადებითი მხარე მდგომარეობს იმაში, რომ აღნიშნული სისტემის მეშვეობით შესაძლებელია საწარმოებს შორის ურთიერთობებისა და ვითარების შესწავლა და აგრეთვე, ამ სისტემის სახით შეიძლება განხორციელდეს ყველა ბიზნეს იდეისა და გამოგონების რეალიზება. მნიშვნელოვანია ავლნიშნოთ ის სისტემები, რომელიც საჭიროა კლასტერის ჩამოყალიბებისათვის:

1. საკომუნიკაციო-საორგანიზაციო სისტემა, რომელიც ნიშნავს კლასტერული ობიექტის წარმოშობას. აგრეთვე, უნდა აღნიშნოს, რომ სახელმწიფო ადმინისტრაციული ორგანოები მიმართავენ მხოლოდ არაპირდაპირ სისტემას რეალიზაციაში: ბიზნესის პასიური მონაწილეობით;

2. საინვესტიციო სისტემა კი ითვალისწინებს საინჟინრო, ინდუსტრიული და სხვა სახის ინფრასტრუქტურის ფორმირებას და წარმოადგენს მნიშვნელოვან კომპონენტს აღნიშნულის ფორმირებისთვის. ადმინისტრაციული ხელისუფლების ორგანოთა ზეგავლენა ამ კუთხით მნიშვნელოვნად მაღალია წინამორბედთან შედარებით;

3. ორგანიზაციულ-სამართლებრივი სისტემა ხელს უწყობს სამართლებრივი ბაზის შექმნას და წამახალისებელი პროგრამების რეალიზებას (მარკეტინგული, ინფორმაციული, და ა.შ).

რეგიონის კონკურენციის უნარი მასში მოღვაწე სუბიექტების ეკონომიკურ საქმიანობაზე დამოკიდებულია. შესაბამისად, cluster-ის სისტემა იწვევს ყველაზე ეფექტურად კონკურენციის უნარის ამაღლებას. როგორც გვიჩვენებს მსოფლიო გამოცდილება, რეგიონალური cluster-ების ჩამოყალიბებასა და ზრდასთან დაკავშირებით, აღნიშნული მიდგომა შედეგის მომცემია ყველაზე მეტად. [Theo R., Hertog P., Dany J., 1997, *Nederlandse clusters in beeld* //ESB – V.12, N2. – P.124-128]

მკვლევარები აღნიშნავენ ქვემოთ მოცემულ სისტემებს, რომელიც უზრუნველყოფს cluster-ის ფარგლებში მოღვაწე ორგანიზაციების მომგებიანობას:

1. დანახარჯების გაყოფა;
2. კოოპერირება დაკრედიტების დარგში;
3. საგადასახადო-ოპტიმიზაცია;
4. ახალი (საშეღავათო ტექნოლოგიების გარდასახვა (transfer));
5. ინფორმაციული. Metcalfe J.S., Miles I., 2000, *Innovation systems in the service economy, measurement and case study analysis*, United States of America: Kluwer Academic Publishers

თავი 3. კულტურათმორისი ურთიერთობები

საერთაშორისო ბიზნესში

3.1. საქართველოს საქმიანი კულტურის თავისებურებები და სრულყოფის მიმართულებები

სამი მთავარი სტადია გამოიყოფა საქართველოს საქმიანი კულტურის განვითარების ისტორიაში: რევოლუციამდელი, საბჭოთა კავშირის და თანამედროვე პერიოდები, რომლებიც დღესაც ჰპოვებს ასახვას თანამედროვე საქმიან კულტურაზე საქართველოში.

საქართველოს ისტორიაში არ არსებობს საქმიანი ტრადიციების ჩამოყალიბებისთვის ხელშემწყობი კაპიტალისტური მეწარმეობის ძლიერი ტრადიციები. ამრიგად, ბიზნესის ახალი განვითარება იწყება მე-20 საუკუნის პირველ ნახევარში, დამოუკიდებელი რესპუბლიკის პირობებში, რომლის შემდგომაც მოდის 70 წლიანი პერიოდი, რომლის დროსაც ბიზნესი ითვლებოდა არალეგალურად, შედეგად, ქართული მეწარმეობის უნარი დაიკარგა, ხოლო ტრადიციები და კულტურა კი დავიწყებას მიეცა. მნიშვნელოვანი ცვლილება განიცადა მმართველობითმა სისტემამაც საბჭოთა კავშირის დაშლასთან ერთად. ადრე სახელმწიფო იყო უფრო მესაკუთრე და ორიენტირება ხდებოდა უფრო აკრძალვებსა და კონტროლზე, ვიდრე წახალისებაზე. შესაბამისად მოქალაქეებს უფრო მეტად ახასიათებდათ მაგალითად უინიციატივობა და ა.შ.

მმართველობის საბაზრო ტიპზე გადასვლამ შეცვალა შესაბამისად მმართველობითი ქცევა, დამოკიდებულება და მოძველებული პრინციპები. მაგალითად: სოციალისტური მექანიზმი, რომელიც ორიენტირებული იყო კოლექტივიზმსა და ინდივიდუალური ფასეულობების არარსებობაზე, შეიცვალა ახალი ინდივიდუალურ ინიციატივებზე და პასუხისმგებლობაზე ორიენტირებული მექანიზმით. მაგრამ აღნიშნულმა ცვლილებებმა ვერ ჰპოვა შესაბამისი განვითარება პოლიტიკაში, ეკონომიკაში, სოციალურ სფეროში, შესაბამისად, მოხდა ფასეულობებსა და დეფინიციებში აღრევა.

საქართველოში ბიზნესგარემოს მნიშვნელოვანი გაუჯობესება აღინიშნება 2003 წლიდან, როდესაც შეცვალა მთავრობა და გატარდა ახალი გადასახადებთან, საბაჟოსთან, ნებართვებთან დაკავშირებული სამართლებრივი რეფორმები. შედეგად, ჩვენ დღესდღეობით გაგვაჩნია მკვეთრად გაუმჯობესებული ბიზნესის მარეგულირებელი კანონმდებლობა და მნიშვნელოვნად შემცირებულია საგადასახადო დატვირთვა, მაინც აუცილებელია პროცედურების უფრო მეტად დახვეწა/გამარტივება და ინფორმირებულობის ამაღლება ბიზნესმენებისთვის (გასაკუთრებით მცირე და საშუალო კომპანიებისთვის).

საქართველოსთვის, რომელიც ევროპისა და აზიის სავაჭრო გზაზე მდებარეობს, საერთაშორისო ვაჭრობას განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება. ვაჭრობის განვითარებისა და წარმოებისატვის კი საჭიროა გამართული საბაჟო სისტემა, რაც საქართველოში მრავალი წლის მანძილზე არ იყო ორგანიზებული და მოქნილი. სისტემა ვერ აკმაყოფილებდა საჭირო ბიზნესგარემოს მოთხოვნებს, რაც აუცილებელია თანამედროვე მსოფლიოში ბიზნესის წარმოებისთვის. მთავარი უარყოფითი მხარე იყო კორუფციული გარიგებები და გაწეილი საბაჟო პროცედურები. 2006 წელს 25 ივლისს პარლამენტის მიერ შემუშავებულ იქნა ახალი საბაჟო კოდექსი, რომლის მიზანი იყო საბაჟო პროცედურების გამარტივება, ისეთი საკითხების დეტალურ გაწერა, რომლებიც წინა კოდექსით არ იყო განსაზღვრული ან ექვემდებარებოდა ორმაგ ინტერპრეტაციას და ევროკავშირის საბაჟო სისტემასთან შესაბამისობას, განხორციელდა საბაჟო ბროკერის ლიცენზიის გაუქმება, საბაჟო რეჟიმების რაოდენობის განახევრება და საბაჟო ღირებულების განსაზღვრა 6 იერარქიული თანმიმდევრობით დალაგებული მეთოდის მიხედვით, საბაჟო ორგანოს უფლებების გაფართოება.

აუცილებელია ავღნიშნოთ საქართველოს ბიზნეს გარემოზე უარყოფითად მოქმედი ნაკლოვანებები, მაგალითად შრომის ბაზარი ნაკლებად განვითარებულია და აუცილებელია შეიქმნას ისეთი დაწესებულებები და სისტემები, რომელიც საბოლოო ჯამში მოამარაგებს კერძო სექტორს კვალიფიციური კადრებით და თან შეამცირებს უმუშევრობას. თავის მხრივ კი შრომის ბაზრის განვითარება პირდაპირ კავშირშია უმაღლესი და პროფესიული

განათლების სისტემებზე, რაც გულისხმობს სასწავლო დაწესებულებების მიერ სპეციალობების არჩევას შრომითი ბაზრის მოტხოვნების გათვალისწინებით. ასევე მნიშვნელოვანია პროფესიული ტექნიკური სასწავლებლების აღორძინება შრომითი ბაზრის განვითარებისთვის. თითქოს საქართველოში შექმნილია პირობა მეწარმის განვითარებისთვის, მაგრამ უმრავლესობა არათუ საერთაშორისო, არამედ ადგილობრივ ბაზარზეც ვერ ახერხებს დამკვიდრებას, რისი მიზეზიც შეიძლება იყოს ინფორმირებულობის დაბალი დონე. ასევე, მნიშვნელოვანი ფაქტორია დაბალი სამეწარმეო უნარები და გამოცდილების ნაკლებობა და თითქმის არარსებობა ამონაგები თანხის რეინვესტირების პრაქტიკის.

ბიზნეს საკონსულტაციო მომსახურების ბაზარი ნაკლებადაა განვითარებული, შესაბამისად, საჭიროა პრაქტიკული ტრენინგები, ხელმისაწვდომი ბიზნესთან დაკავშირებული კონსულტაციები და საბაზრო შესაძლებლობების შესახებ ინფორმაცია.

უარყოფით მხარედ შეიძლება ჩაითვალოს ის ფაქტიც, რომ დღესდღეობით საქართველოში ბიზნესი განვითარდა უფრო ძირითადად ვაჭრობის, სერვირების (მ.შ. საბანკო) სფეროებში და არა წარმოების სფეროში.

მნიშვნელოვანია აგრეთვე უცხოური კაპიტალის ინვესტირება საქართველოს ეკონომიკაში. საქართველოში მუდმივად მუშაობენ საერთაშორისო ფონდები და ორგანიზაციები (საერთაშორისო სავალუტო ფონდი, მსოფლიო ბანკი და სხვ.). ჩვენი ხელისუფლება ვალდებულია მტკიცედ დაიცვას სამამულო ინტერესები. თუმცა ჯერ-ჯერობით ადრეა ვისაუბროთ საქართველოში ბიზნესის ნაციონალური მოდელის შესახებ, რადგანაც ქართული ეკონომიკა გარდამავალ ეტაპზეა და არ არსებობს სრულად ჩამოყალიბებული ბიზნესის გარემო.

ჩვენს საზოგადოებაში თანდათანობით ჩამოყალიბდა შეხედულება ბიზნესის შესახებ, როგორც ადამიანთა პროფესიული საქმიანობის განსაკუთრებული დარგი, შეხედულება, რომ ბიზნეს-საქმიანობა არ საჭიროებს სპეციალური მომზადებას და ბიზნესი აწარმოოს ნებისმიერმა პირმა, ვისაც სურვილი აქვს მიიღოს მოგება. დღეს მიმდინარეობს ბიზნესის

სტრუქტურირების პროცესი, რომელიც მოიცავს შემდეგ მიმართულებებს: პროფესიული განათლებისა და გადამზადების მექანიზმის განვითარების ხარჯზე ბიზნესმენტა პროფესიული კომპეტენტურობის დონის ამაღლება ბიზნესის სფეროსათვის; ქართულ ბიზნესში უპირატესობების ჩამოყალიბება და თანმიმდევრულად დაცვა, რაც ბიზნეს ხდის უფრო კონკურენტუნარიანს; ეროვნული მოდელის ჩამოყალიბება და საერთაშორისო ბიზნესსა და მსოფლიო ბაზარზე მისი ინტეგრირება;

3.2 . საერთაშორისო ბიზნესის კულტურული განვითარება და გლობალიზაციის როლი კულტურულ გაერთგვაროვნებაში

დღესდღეობით კაცობრიობის წინაშე დგას მრავალი გამოწვევა, განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია ეკონომიკური გლობალიზაცია, რომელც მიზნად ისახავს წაშალს რელიგიური, ეთნიკური, ეროვნული და კულტურული განსხვავებები და ჩამოაყალიბოს ერთგვაროვანი გლობალური კულტურა, რც ხშირად წინააღმდეგობაშია სახელმწიფოს ეროვნულ პოლიტიკასთან, მაგრამ შეიძლება მოხდეს პირიქითაც, როდესაც ქვეყნის კულტურა იზღუდება, ასევე იზრდილება და ცვლილებას განიცდის გლობალური კულტურაც. მიუხედავად ამგვარი გავლენისა ეროვნული კულტურა მაინც ინარჩუნებს საკუთარ ბუნებას, რადგანაც მას გააჩნია გლობალიზაციის ნეგატიური პროცესებისაგან გარკვეული სახის თავდაცვითი სისტემები.

შედარებით რთულია საერთაშორისო ბიზნესის მენეჯმენტი, რომლის მიზეზია მისი განხორციელების მასშტაბები და მასზე ზემოქმედი სხვადასხვა ფაქტორის არსებობა, რომლებიც ქმნიან ბიზნესგარემოს, რომელსაც სპეციალისტები მარტვად შესწავლს მიზნით ყოფენ ოთხ ჯგუფად:

- ✓ ეკონომიკური გარემო;
- ✓ პოლიტიკურ-სამართლებრივი გარემო;
- ✓ სოციალურ-კულტურული გარემო;
- ✓ საინფორმაციო-ტექნოლოგიური გარემო.

ორგანიზაციათა მენეჯერებმა აუცილებლად უნდა შეისწავლონ იმ ქვეყნის ეკონომიკის განვითარების მდგომარეობა (მაგალითად შეისწავლოს ცხოვრების დონე, ეროვნული პროდუქტი, ვალუტის სტაბილურობა, დაბეგვრის სისტემა ა.შ), რომლებშიც აპირებენ ბიზნესის წამოწყებას და რაც ხელს შეუწყობს მომავალი საქმიანობის უფრო მეტი სიზუსტით განვითარებას.

მოხმარებული პროდუქციისა და სერვირების რაოდენობა და ხარისხი განსაზღვრავს ცხოვრების დონეს, შესაბამისად, რაც უფრო მაღალია ცხოვრების დონე, ბიზნესის განვითარებისათვის მით მეტი შესაძლებლობებია.

თავის მხრივ, თუ მაღალი იქნება ცხოვრების დონე, შესაბამისად მაღალი იქნება მთლიანი ეროვნული პროდუქტის მოცულობა მოსახლეობის ერთ სულზე გაანგარიშებით.

მნიშვნელოვანია ვალუტის სტაბილურობის მდგომარეობის გათვალისწინებაც, რადგანაც ეროვნული ვალუტის კურსის არასტაბილურობის შემთხვევაში, დიდია ალბათობა ბიზნეს საქმიანობა იყოს ზარალის მომტანი.

ძალიან მნიშვნელოვანია ამა თუ იმ ქვეყნის დავალიანების მდგომარეობის განსაზღვრაც, რადგანაც მევალე-ქვეყანას არა აქვთ შესაძლებლობა თავიანთი შემოსავლების დიდი ნაწილი ხალხის კეთილდღეობისთვის გამოიყენონ, რადგანაც შემოსავლები უმეტესად ხმარდება ვალის დაფარვასა და პროცენტის გადახდას.

პოლიტიკურ-სამართლებრივი ფაქტორებიდან დიდ გავლენას ახდენს საერთაშორისო ბიზნესის განვითარებაზე შემდეგი: დამოკიდებულება უცხოელი ბიზნესმენისადმი, მდგრადობა პოლიტიკაში, სახელმწიფო ბიუროკრატის დონე, ფულადი და საკრედიტო მექანიზმის მარეგულირებელი წესები.

არაკეთილმოსურნე დამოკიდებულების შემთხვევაში, ბიზნეს-საქმიანობა შეიძლება შეიძლოს სხვადასხვა კვოტებით, სავალუტო შეზღუდვებით და სხვადასხვა სახის მოთხოვნებით. მაგალითად ბიზნესმენებისთვის კარგი პირობებია შექმნილი ტაილანდში, ინდოეთში კი უცხოელი ბიზნესმენები იზღუდება სხვადასხვა მოთხოვნებით.

პოლიტიკური სტაბილურობის შექმნა განაპირობებს უცხოელი ბიზნესმენების შესვლას სხვადასხვა ქვეყნის ბაზარზე, არასტაბილურობა კი იწვევს გაურკვევლობას და შეიშინებას მენეჯერების, რაც განსაკუთრებით მწვავეა საერთაშორისო კომპანიებისთვის, რომლებსაც ნათელია, რომ ეშინათ წაგების და, მით უმეტეს, ქონების დაკარგვის, რაც საკმაოდ ხშირია საერთაშორისო ბიზნესის პრაქტიკაში.

ბიზნესის გაფართოების დროს გასათვალისწინებელია აგრეთვე ფულად-საკრედიტო სისტემის მარეგულირებელი წყაროებიც, რათა კონკრეტულ ქვეყანაში არსებულმა სავალუტო შეზღუდვებმა არ გამოიწვიოს მათი ბიზნესის დაზარალება.

კულტურა, როგორც უკვე ავღნიშნეთ, მნიშვნელოვან ზეგავლენას ახდენს საერთაშორისო ბიზნესის განვითარებაზე, რადგანაც სხვადასხვა კულტურის მქონე ადამიანებს გააჩნიათ სხვადასხვანაირი ქცევა ბაზარზე, გამოიყენებენ განსხვავებულ პროდუქციას და მოითხოვენ განსხვავებულ დამოკიდებულებას მმართველებისგან. პირველ რიგში ხდება განსაზღვრა და გაანალიზება საერთაშორისო ბიზნესის განვითარებაზე ზემოქმედი კულტურული ფაქტორებისა, და შესაბამისად, მენეჯერებიც მუშაობენ კულტურულ განსხვავებებთან მორგებისთვის.

მნიშვნელოვანი ზეგავლენა გააჩნია საერთაშორისო ბიზნესის განვითარებაზე ენასაც, რადგანაც ენობრივი ბარიერის გამო შესაძლებელია იფორმაცია საერთაშორისო მომხმარებელამდე მივიდეს არასწორად, რაც გამოიწვევს ნეგატიურ დამოკიდებულების ფორმირებას საერთაშორისო კომპანიების მიმართ და შეფერხებას გაყიდვების პროცესის. პრობლემის თავიდან არიდების მიზნით, ხსირად გამოიყენება კომუნიკაციის დროს სხეულის ენის ისეთი ელემენტები, როგორცაა ჟესტები, მიმიკები, ფერი, სურათები.

მნიშვნელოვანია საინფორმაციო-ტექნოლოგიური გარემოს გავლენაც, რაც გულისხმობს იმას, რომ მმართველები უნდა ფლობდნენ საინფორმაციო ტექნოლოგიებსა და ელექტრონიკას, მათში განხორციელებულ ცვლილებებს და გამოიყენონ ის ბიზნესში, რამეთუ არა მხოლოდ საერთაშორისო, არამედ

საკუთარი ქვეყნის ფარგლებშიც კი შეუძლებელია აწარმოო ბიზნესი ეფექტურად თანამედროვე საინფორმაციო ტექნოლოგიების გამოყენების გარეშე.

3.3. ქვეყნების კლასტერული ჯგუფები და მათი სრულყოფის გზები პერსპექტივაში.

დღესდღეობით დიდი როლი აკისრიათ დასავლეთ ევროპის ქვეყნების მთავრობებს შერეული, ნაწილობრივ სახელმწიფოებრივი ინფორმაციული ინფრასტრუქტურის შექმნაში ინოვაციურ ბიზნესში, სადაც დამოუკიდებელი კომპანიები წარმოადგენენ მთავარ ელემენტებს (გამოყენებითი კვლევებით, სამეცნიერო პარკებით, ახალი ტექნოლოგიური სტანდარტების დანერგვით, კლასტერული პროექტებით), და ასევე, რეგიონული ცენტრები (გამოგონებათა კომერციული რეალიზაცია), რომელთაც შეუძლიათ მარკეტინგული ღონისძიებების ჩატარება. 1990-იან წლებში ევროპულმა ქვეყნებმა დაიწყეს სამეცნიერო კადრებისა და კვლევითი გამოგონებების ხელშემწყობი პროგრამების დახმარება/დაფინანსება, რათა წახალისებინა მეცნიერული ცენტრები, უმაღლესი სასწავლებლების, საწარმოო ჯგუფებისა და კომპანიების თანამშრომლობა. Cluster-ების წახალისებამ ინოვაციურ პოლიტიკაში მნიშვნელოვანი ადგილი დაიკავა. მაგალითად, თუ 70-80-იან წლებში ახალი გამოგონება უკავშირდებოდა მაღალი ტექნოლოგიების წახალისებას, დღეს ეს მიდგომა ჩანაცვლდა კლასტერული სტრატეგიით, რომელიც ნიშნავს ჩამოყალიბებას ცოდნის სპეციალიზებული ქსელის. დღესდღეობით, ინოვაციური Cluster-ი დამოკიდებულია გლობალურ ბაზარზე, სადაც ორიენტირება ხდება ცოდნის აქტიურად გამოყენებაზე და მასში აღსანიშნავია ახალი ინოვაციური კომპანიების როლი.

გარდა ამისა, ევროპის ქვეყნები განსაზღვრავენ ტერმინს cluster სხვადასხვაგვარად და გამოყოფენ შემდეგ მიმართულებას:

✓ მეცნიერულ კვლევით ცენტრებზე დამოკიდებული მონათესავე სფეროებში ეკონომიკური აქტივობის რეგიონული განსაზღვრული ფორმა;

✓ სათაო კომპანიების ირგვლივ არსებული ვერტიკალური ინდუსტრიული ქსელი;

✓ მაღალი აგრეგაციის დონის სფეროები ან ცალკეულ სფეროთა ერთობლიობა (აგროინდუსტრიული სექტორი);

✓ მსხვილი ქალაქები - სამეცნიერო კვლევითი და საქმიანი ცენტრები, რომელიც მულტიკლასტერებს ქმნიან. [Smeral E., 1998 The impact of globalization on small and medium enterprises: new challenges for tourism policies in European countries, *Tourism Management*, Vol. 19, No. 4]

დღეისათვის განიხილება კლასტერების სხვადასხვა მოდელი:

იტალიური მოდელი ნიშნავს მრავალი მცირე კომპანიების ერთობლიობას, რომლებიც გაერთიანებულ არიან სხვადასხვა ასოციაციებში, რათა აიმაღლონ კონკურენციის უნარი. როდესაც ხორციელდება დაბალი ტექნოლოგიური დონის პროდუქცია, ამ შემთხვევაში გამოიყენება იტალიური მოდელი, რომლისთვისაც დამახასიათებელია მოთხოვნის ცვალებადობის და განსხვავებულობის მაღალი ხარისხი; [Sirilli G., Evangelista R., 1998, Technological innovation in services and manufacturing: results from Italian surveys, *Research Policy*, 27]

კლასტერული სტრატეგია განსხვავდება ცალკეულ დარგებზე ორიენტირებული პოლიტიკისაგან, რადგან იგი გულისხმობს ურთიერთკავშირს ცალკეულ დარგებს შორის. კლასტერული მიდგომა თავს იჩენს ახალ ინიციატივებშიც მცირე ფირმების წახალისებისას. კლასტერული სტრატეგია აქტიურად გამოიყენება მრავალ ქვეყანაში, მაგალითად: ბრიტანეთში, გერმანიაში, დანიაში, ნიდერლანდებში, ფინეთში, ბელგიის ფლამანდიურ რაიონში, საფრანგეთში. დიდ ბრიტანეთში მრეწველობისა და ვაჭრობის სამინისტრო აქტიურად მონაწილეობს თემზის რაიონის (THEMS VALLEY) ინფორმაციული ტექნოლოგიების, კემბრიჯის ბიო-ტექნოლოგიების, ბრისტოლის აეროკოსმოსური კლასტერების განვითარებაში. 1995 წლიდან კი გერმანიაში არსებობს ბიოტექნოლოგიების (BIO REGIO) კლასტერის შექმნის პროგრამა. ბელგიაში ფლამანდიის მთავრობა აქტიურად კურირებს 11 კლასტერს. ნორვეგიის მთავრობა „საზღვაო მეურნეობის“ კლასტერში მონაწილე ფირმებს

შორის წამახალისებელ პოლიტიკას ატარებს.

1990-იანი წლებიდან ფინეთში აქტიურად ხორციელდება ტექნოლოგიების განვითარება და ეკონომიკური ზრდა, რამაც სხვა ქვეყნების დიდი ინტერესი გამოიწვია. ბოლო ორი ათწლეულის განმავლობაში ქვეყანაში სრულად განახლდა ინდუსტრიული ბაზა და გაიზარდა მაღალტექნოლოგიური პროდუქციის ექსპორტი.

დღეს, ფინეთი წარმოდგენილია, როგორც მაღალი კონკურენციის უნარის მქონე ინოვაციური ქვეყანა და სწრაფად იკავებს ადგილს მსოფლიოს ლიდერ ქვეყნებს შორის სახელმწიფო მხარდაჭერისა და ინოვაციურ სფეროებში დასაქმებული კადრების რაოდენობით. [Young I., 2002, Public-Private Sector Cooperation: Enhancing Tourism Competitiveness, Annals of Tourism Research, Vol. 29, No. 2]

ფინეთი სულ რაღაც 50 წლის წინ ღარიბ ქვეყანად ითვლებოდა, თუმცა დღეს მსოფლიოს ლიდერ მდიდარ და კონკურენტუნარიან ქვეყნების ჩამონათვალში შედის. 1950-იანი წლების ბოლოდან დაიწყო ინდუსტრიალიზაციის პროცესი, მსხვილი ინვესტიციების განხორციელება მიმდინარეობდა ისეთ ინდუსტრიებში, რომელიც იყო ორიენტირებული ექსპორტზე და მაგალიტად ლითონისა და ქიმიური პროდუქციის წარმოებაზე. ასე შეუერთდა 1980-იანი წლების ბოლოს ფინეთი მსოფლიოს უმდიდრესი ქვეყნების რიცხვს.

1980-იანი წლების დასაწყისში ფინეთმა აღიარა ცოდნის ინტენსივობა და ტექნოლოგიური წინსვლა, როგორც ქვეყნის სტრატეგიული პოლიტიკის მიზანი. შედეგად, 1983 წელს ჩამოყალიბდა ნაციონალური ტექნოლოგიის სააგენტო, ხოლო 1987 წელს შეიქმნა მეცნიერული პარკები და ტექნოლოგიური ცენტრები უმაღლესი სასწავლებლების ირგვლივ.

1990-იანი წლებისათვის ორიენტირება ხდებოდა ინოვაციურ პოლიტიკაზე, რომელიც მიზანმიმართული იყო ინოვაციების წარმოქმნაზე ცოდნის მომხმარებლებისა და მწარმოებლების ურთიერთთანამშრომლობის შედეგად. სახელმწიფოს მხრიდან ჩარევა მინიმუმამდე იქნა დაყვანილი და

ხორციელდებოდა მხოლოდ საბაზრო ჩავარდნების არსებობის შემთხვევებში. აღნიშნული პოლიტიკის მიზანს წარმოადგენდა კონკურენციის, პრივატიზაციისა და ბაზრის ლიბერალიზაციის გზით ჯანსაღი ეკონომიკური სტრუქტურის მშენებლობა.

ფინეთში ინოვაციებისა და ტექნოლოგიის ნატელი მხარდამჭერი იყო კერძო და სახელმწიფო სექტორებიდან მიღებული მზარდი ხარჯები, რომელიც ორიენტირებული იყო კვლევისა და განვითარებისაკენ.

დღესდღეობით ფინეთში დანერგილია მრავალი ინოვაცია სხვადასხვა დარგში. ფინელ მკვლევარებს წამყვანი ადგილი უკავიათ დაბალი ტემპერატურების ფიზიკაში, ტვინის გამოკვლევაში, ბიოტექნოლოგიაში, გენეტიკაში, საკომუნიკაციო ტექნოლოგიებსა და ხე-ტყის მრეწველობაში. ფინელმა ინჟინრებმა და კომპანიებმა შექმნეს მსოფლიოში მნიშვნელოვანი კონკურენტუნარიანი პროდუქცია, მაგალითად: მობილური ტელეფონები, ლაინერები, ლიფტები, ქაღალდის მანქანები, კონტრაცეპტივები, ფუნქციონალური საკვები და ინფორმაციული და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიის მრავალი პროდუქტი.

ქვეყანაში პარლამენტი, მინისტრთა კაბინეტი და მეცნიერებისა და ტექნოლოგიის პოლიტიკის საბჭო წარმოადგენს მნიშვნელოვან ორგანოს, რომელიც შეიმუშავებს ამა თუ იმ პოლიტიკას, რომელთა მოვალეობაა ჩამოაყალიბოს ქვეყანაში საინოვაციო მექანიზმის საერო პოლიტიკის ნორმები. სამინისტროების მოვალეობაა გაანაწილოს ფინანსები, მოახდინოს მათი კოორდინირება და გააკონტროლოს სისტემის კონტროლი საერთო პოლიტიკის ნორმების თანახმად, გარდა ამისა, სამინისტროებიც გარკვეულ დონეზე დებულობენ მონაწილეობას ინოვაციის პოლიტიკის შექმნასა და ჩამოყალიბებაში. მთავარი სახელმწიფო დამფინანსებელი ორგანიზაციები, ფინეთის აკადემია და ტექნოლოგიის სააგენტო ექვემდებარება სამინისტროებს. ისინი აკონტროლებენ, კურირებენ და აფასებენ სისტემის ოპერირებას.

არსებობს ქვეყნებს შორის ევროპული cluster-ი უახლოეს ტექნოლოგიებში, რომელიც წარმოადგენს ინოვაციურ დერეფანს, „სილიკონის მთიანეთიდან

(ირლანდია)“ „ლონდონის სამკუთხედამდე“, რომელმაც მომავალში შესაძლებელია დაიმატოს ახალი წევრები ევროკავშირიდან და მხარი დაუჭიროს ტურისტული ინოვაციების დანერგვას იქ. ტურისტული კლასტერების სპეციფიკას ევროკავშირის ქვეყნებში მნიშვნელოვნად დამოკიდებულია კონკრეტული ქვეყნის კლასტერულ ეკონომიკაზე. აქ მათი ჩამოყალიბება შესაძლებელია, როგორც მსხვილი ისე სუსტი ფორმების მონაწილეობით. მაგალითად, ძირითადად მცირე და საშუალო საწარმოები იტალიაში გაერთიანებულია კლასტერების მიერ. შოტლანდიაში (ეკონომიკის საბაზო მოდელი) - უცხოური წარმოშობის საწარმოების მონაწილეობით ხორციელდება კლასტერების ჩამოყალიბება. [Simmie J., Sennet J., 1999 Innovative clusters: global or local linkages? // National Institute Economic Review, October. No. 170. – p.87]

ამერიკის შეერთებული შტატების მთავრობა მნიშვნელოვან ყურადღებას აპყრობს კლასტერულ განვითარებას მაგალითად: რეგიონული ინოვაციური კლასტერების ფორმირება და განვითარება 2001 წელს იქცა მტავარ ეროვნულ უპირატესობად. ინოვაციური პოლიტიკის მთავარი ლოზუნგი გახდა - „ინვესტირება ტექნოლოგიებში, არის ინვესტიცია ამერიკის მომავალში“. გარდა ამისა, მნიშვნელოვანი ყურადღება ექცევა აგრეთვე ბიზნესის გრძელვადიანი განვითარების უზრუნველყოფ ტექნოლოგიებს. სახელმწიფოს ინოვაციური პოლიტიკის ოთხი მთავარი ფორმა გამოიყოფა აქ:

1. პირდაპირი საბიუჯეტო მხარდაჭერა ახალი ტექნოლოგიებისა და პროდუქციის შექმნისა და დანერგვის პროცესისა;
2. საგადასახო პოლიტიკისა და ადმინისტრაციული რეგულაციის მეშვეობით ირიბი მხარდაჭერა;
3. ინვესტიციები განათლების სისტემაში;
4. სამეურნეო ინფრასტრუქტურის კრიტიკული ელემენტების მხარდაჭერა, ინოვაციების სწრაფი წინ წაწევის მიზნით.

აშშ-ში აგრეთვე მნიშვნელოვანი ყურადღებან ექცევა უნივერსიტეტების ბაზაზე სამრეწველო ტექნოლოგიების დანერგვის ქსელის არსებობას. [Asheim B.,

Isaksen A., 2002, Regional Innovation Systems: The Integration of Local 'Sticky' and Global 'Ubiquitous' Knowledge, *Journal of Technology Transfer*, 27]

ბრიტანეთსა და საფრანგეთში ფუნქციონირებს კლასტერის ჩამოყალიბების მსგავსი მეთოდი, რომელსაც გააჩნია სახელმწიფო-კერძო თანამშრომლობის ფორმა. [Maskell P., Malmberg A., 1999, *Localised Learning and Industrial Competitiveness*, Cambridge Journal of Economics, 23]

ასევე, განსაკუთრებული ყურადღება ეთმობა ურთიერთთანამშრომლობას, რომელიც არსებობს სახელმწიფოსა და მსხვილ ფირმებს შორის, რაც მისაღებია ჩვენი ქვეყნისთვისაც.

აღსანიშნავია აგრეთვე კლასტერული მიდგომა იტალიაში, სადაც მონაწილეობს დიდი რაოდენობა მცირე ფირმებისა, რომლებიც კონკურირებენ ან ურთიერთთანამშრომლობენ. კლასტერი დამოუკიდებელია სახელმწიფოსგან გადაწყვეტილებების მიღებაში, ისინი თანამშრომლობით ღებულობენ ერთობლივ გადაწყვეტილებებს. მსგავს სტრუქტურას გააჩნია ისეთი პრივილეგიები, როგორცაა მოქნილობა, სწრაფი ორიენტირება, ინიციატივა ხოლო სუსტ მხარედ კი აღიარებულია ის, რომ თითქმის შეუძლებელია ტექნოლოგიურად რთული პროდუქციის შემუშავება. [Miles I., 2001, *Services Innovation: A Reconfiguration of Innovation Studies*, Discussion Paper Series, The University of Manchester, April]

დღეისთვის აღნიშნული მოდელით იტალიაში ფუნქციონირებს ორასზე მეტი სამრეწველო კლასტერი, სადაც დასაქმებული არის მოსახლეობის 43 % და რომელიც უზრუნველყოფს ეროვნული ექსპორტის 30 %-ს ქვეყანაში. [Pechlaner H.A., Smeral E.B., Matzler K.C., 2002, *Customer Value Management as a determinant of the competitive Position of Tourism Destinations*, *Tourism review*, Vol. 57, No 4]

გვესახება, რომ რადგან საქართველოს ტურიზმის დარგი ორიენტირებულია ექსპორტზე ანუ არ გააჩნია შიდა ბაზრისთვის დამახასიათებელი შეზღუდვები, არსებობს საფუძველი იმისა, რომ ქვეყანაში დავენერგოთ ტურისტული კლასტერის ბრიტანული მოდელი. და ამასთან ერთად, აღსანიშნავია ისიც, რომ საქართველოს მენტალობას ძალიან ბევრი შეხების წერტილი გააჩნია ბრიტანულ

მენტალობასთან, რომელიც ორიენტირებულია სოლიდარობასა და იერარქიულობასთან. ამრიგად, უნდა მოხდეს დაწვრილებითი შესწავლა ბრიტანული კლასტერიზაციის გამოცდილებისა და იქნას გამოყენებული საქართველოს ტურისტული კლასტერის ჩამოყალიბების პროცესში.

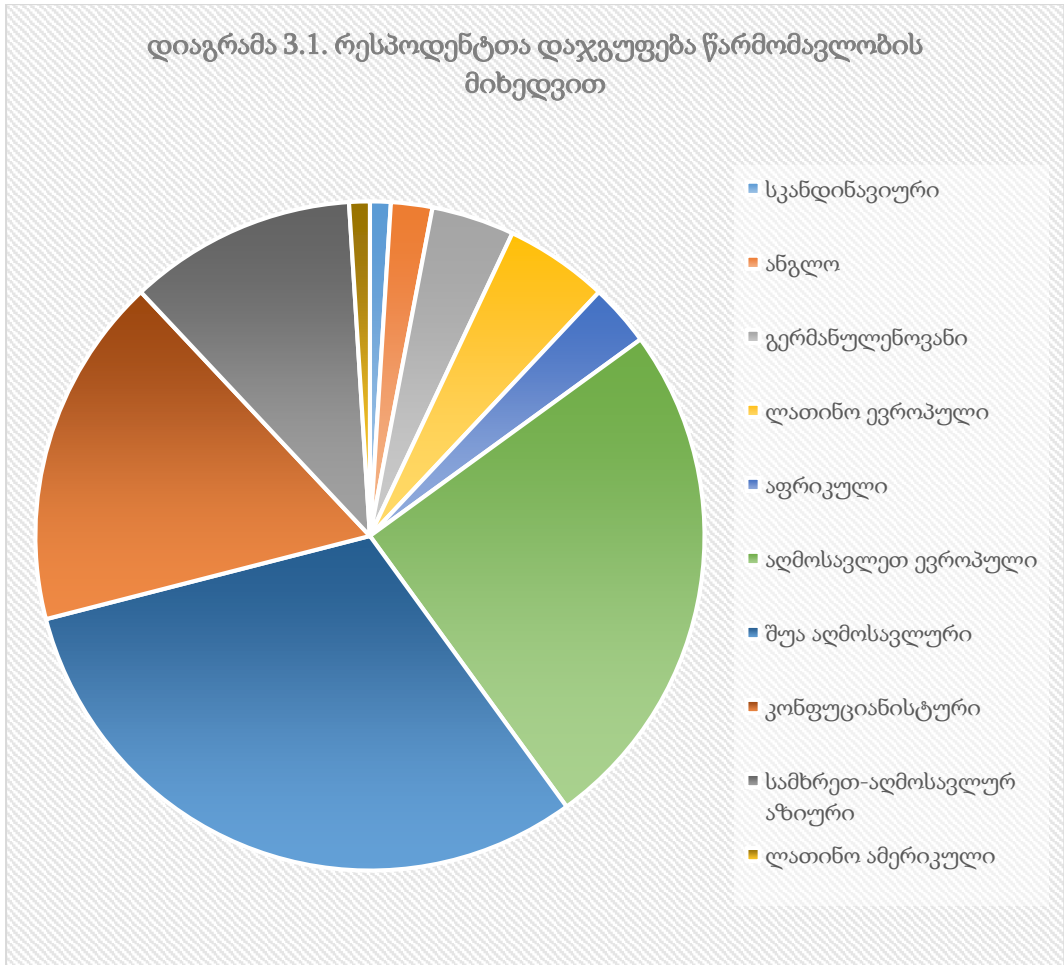
დღესდღეობით კლასტერებს გააჩნიათ უდიდესი მნიშვნელობა ეკონომიკაში, შესაბამისად, ბევრი ქვეყნის მთავრობა მხარს უჭერს კლასტერების ჩამოყალიბებას ან უკვე არსებული კლასტერების განვითარების ხელშეწყობას სხვადასხვა პროექტის განხორციელების გზით. დღეს ბევრ ქვეყანასი მიღებული სისტემა კლასტერულ მოდელზე დაფუძნებული ეკონომიკის განვითარების მოდელი, რომელსაც მნიშვნელოვანი შედეგების მოტანა შეუძლია ქვეყნისთვის რეგიონული განვითარებისა და კონკურენტუნარიანობის გაზრდის ხარჯზე, ამავე დროს, ბევრი მეცნიერი აზრით, კლასტერის წყალობით ყალიბდება ისეთი ეკონომიკური გარემო, რომელსაც მარტივად შეუძლია ადაპტირდეს და გაუმკლავდეს ეკონომიკური კრიზისების თუ სხვა სახეობის ეკონომიკურ და სოციალურ გარდაქმნებს.

გამოკვლევების შედეგად მიუხედავად კლასტერების უპირატესობებისა, ფაქტორების ურთიერთდაკავშირებულობისა და მათ კეთილსასურველ ზეგავლენისა, ეკონომიკურ თეორიას არ შეუძლია შემოგვთავაზოს ისეთი უნივერსალური მოდელი, რომელიც მოგვცემს საშუალებას გავანალიზოთ და განვსაზღვროთ წარმატებული კლასტერის განხორციელების პროცესი. ამრიგად, კვლევები ამ მიმართულებით კვლავ გრძელდება, ხოლო კლასტერების შექმნის პრაქტიკა თეორიული მოდელების მართებულობის ანალიზის წყაროს ქმნის.

საკითხის სიღრმისეულად შესწავლისა და პრაქტიკული მაგალითით გამყარების მიზნით ჩავატარეთ კვლევა ადგილობრივ ბაზარზე მოქმედი 100 ბიზნეს ობიექტის ინტერვიუ-ანკეტირების მეთოდით (აჭარის). მეწარმეთა შერჩევის კრიტერიუმები იყო: ა) საწარმოს ზომა/სიდიდე (მომუშავეთა რიცხოვნობა და წლიური ბრუნვა), ბ) საქმიანობის სფერო. გამოკვლევულ საწარმოთა 25% საქმიანობს ვაჭრობის, 17% - სოციალური და საყოფაცხოვრებო მომსახურების (სილამაზის სალონი, ატელიე და სხვ.), 10% - დამამუშავებელი

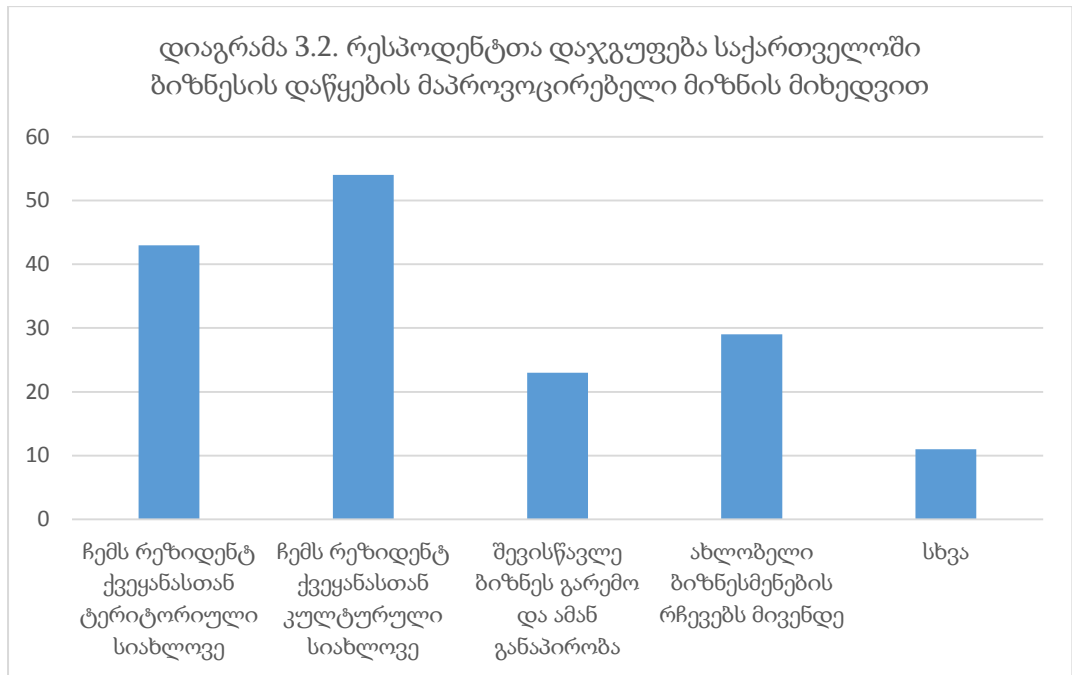
მრეწველობის (ძირითადად კვების პროდუქტების წარმოება, საცხობი, საკონდიტრო და სხვ.), 10% - სასტუმროებისა და რესტორნებია (რესტორანი, კაფე, სასტუმრო), 7% - ჯანდაცვისა და რეკრეაციის (სტომატოლოგიური, მასაჟის ცენტრი და სხვა სახის სამკურნალო დაწესებულებები), 7% - მშენებლობისა და 7% - საინფორმაციო ტექნოლოგიების (ინტერნეტ-კაფე, კომპიუტერული მომსახურება და სხვ.), 3% - განათლების სფეროებში, 2% - მსხვილი მრეწველობის სფეროში. შესაბამისად, კვლევის შედეგებში აისახა თითქმის ყველა ძირითადი ეკონომიკური სფეროს მეწარმეთა მოსაზრებები, პრობლემები და რეკომენდაციები. კვლევის შედეგების რეპრეზენტატულობა განაპირობა იმ ფაქტორმა, რომ გამოკითხვა შეეხო სხვადასხვა სიდიდისა და საქმიანობის ხანგრძლივობის მქონე საწარმოებს. კერძოდ, მომუშავეთა რაოდენობის მიხედვით, გამოკვლეულ საწარმოთა 22% მიკრო ზომისაა, 51% - მცირე ზომის, 16% - საშუალო ზომის, ხოლო 10% - მსხვილი. რაც შეეხება წლიურ ბრუნვას, გამოკვლეული საწარმოების 80%-ის ბრუნვა 500 ათას ლარზე ნაკლებია, ხოლო 20%-ის _ 500 ათას ლარზე მეტი. მცირე და საშუალო ბიზნესის საჭიროებების კვლევისთვის ერთი-ერთი მნიშვნელოვანი კრიტერიუმია საწარმოთა საქმიანობის ხანგრძლივობა. მათი უმეტესობა ქართულ ბაზარზე შემოვიდა დაახლოებით 10 წელია. ყოველივე ეს ზოგადი ინფორმაცია გვაძლევს იმის საფუძველს, რომ ჩვენს მიერ გაკეთებული დასკვნები განზოგადდეს მინიმუმ დასავლეთ საქართველოს მასშტაბით.

ჩვენ გვსურდა გაგვეჩვენა ძირითადად რომელი ქვეყნის წარმომადგენლები არიან საქართველოში უცხოელი ბიზნესმენების სახით და სწორედ ამიტომ დავუსვიტ მათ შეკითხვა დაესახელებინათ თავისი რეზიდენტი ქვეყანა:



წყარო: ჩვენს მიერ ჩატარებული ანკეტური გამოკითხვა

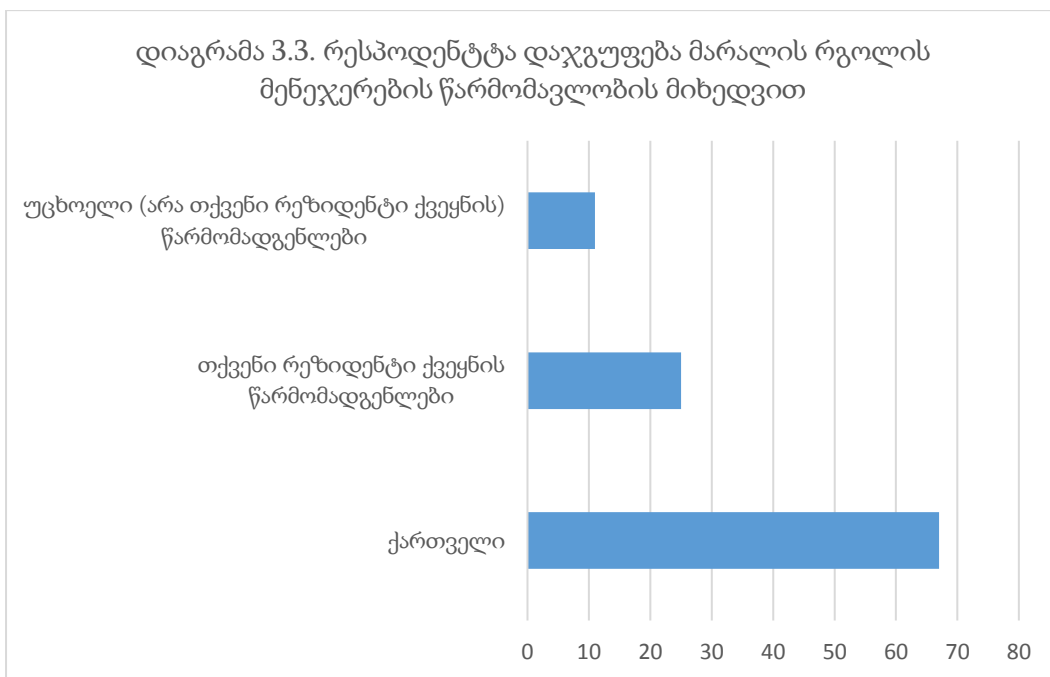
როგორც დიაგრამა გვიჩვენებს უცხოელი ბიზნესმენების დიდი ნაწილი განეკუთვნება სუა აღმოსავლურ, კონფუციანისტურ, აღმოსავლეთ ევროპულ, სამხრეთ-აღმოსავლეთ ევროპულ და აღმოსავლეთ ევროპულ კლასტერებში შემავალი ქვეყნების წარმომადგენლებს. ჩვენი ვარაუდით შედეგი განაპირობა იმან, რომ საქართველოს აქვს ამ ქვეყნებთან ისტორიული კავშირი (ყოფილი სსრკ, თურქეთის ინტერესი აწარის რეგიონზე და სხვ), გარდა ამისა ჩინეთიზაციის ეფექტებსაც ვაწყდებით და გამოიყოფა ასევე ირანის საზოგადოების ინტერესი საქართველოსადმი. თუმცა ჩვენს ვარაუდს ბოლომდე არ მივყავართ და არგუმენტების გასამყარებლად რესპოდენტებს ვთხოვეთ ეპასუხათ თუ რატომ გადაწყვიტეს მათ საქართველოში ბიზნეს საქმიანობის განხორციელება:



წყარო: ჩვენს მიერ ჩატარებული ანკეტური გამოკითხვა

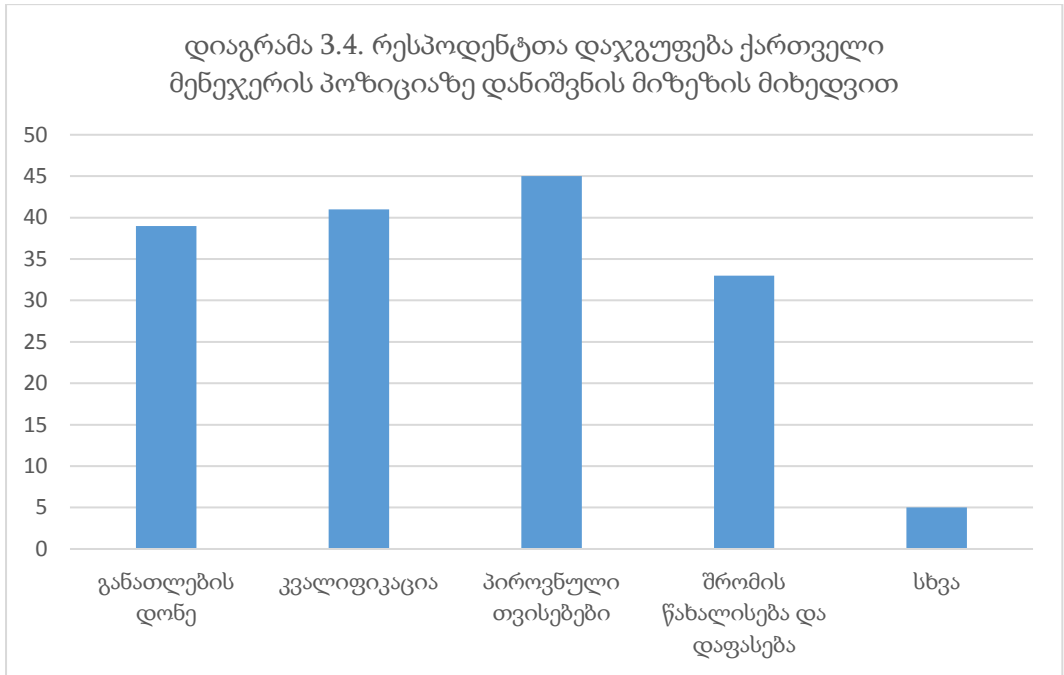
როგორც პასუხები გვიჩვენებს ჩვენი ვარაუდი არცთუ უსაფუძვლო გამოდგა და ბიზნესმენებმა თქვეს, რომ მათთვის საქართველოს მიმზიდველობას განაპირობებს ერიტორიული და კულტურული სიახლოვე, ასევე ის ფაქტიც, რომ სავარაუდოდ მათი ახლობელი ბიზნესმენები საქართველოს ბიზნეს-გარემოს დადებითად ახასიათებენ და Doing Business-ის მონაცემები მხოლოდ მშრალი სტატისტიკა არ არის.

ძალიან მნიშვნელოვანია იმის გაგება, თუ რამდენად მაღალკვალიფიციურად მიაჩნიათ ქართველი კადრები უცხოელ ინვესტორებს, სწორედ ამიტომ მათ ვთხოვეთ ეპასუხათ თუ საიდან არიან წარმოშობით მათ მიერ დასაქმებული მაღალი რგოლის მენეჯერები საქართველოში. პასუხებმა კი მართლაც გაცხადებდა გამოიწვია ჩვენში



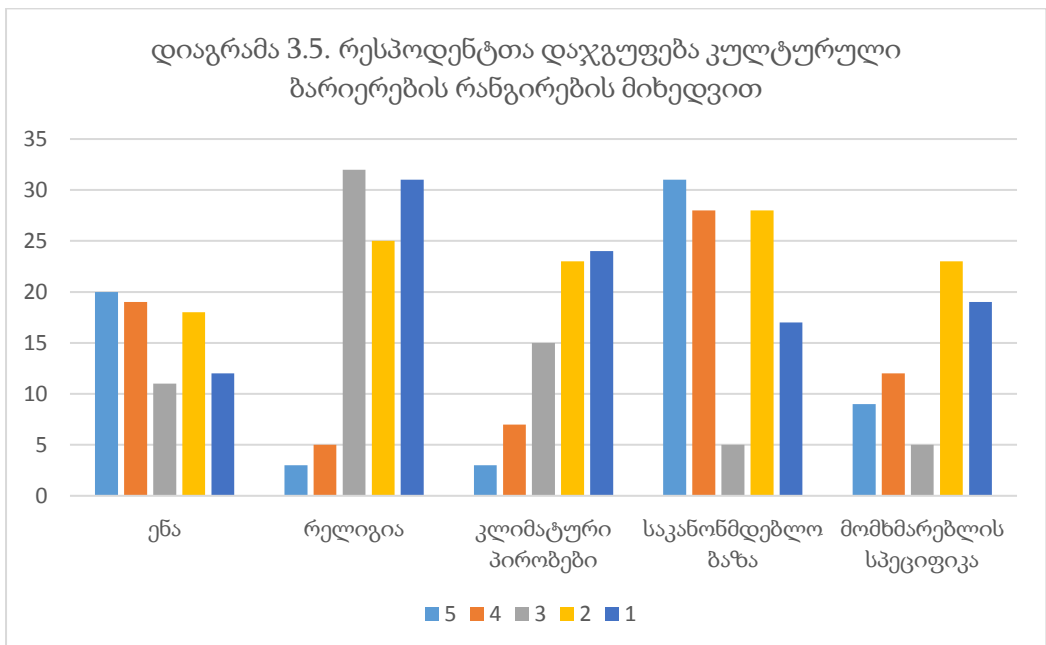
წყარო: ჩვენს მიერ ჩატარებული ანკეტური გამოკითხვა

რესპოდენტებმა თქვეს, რომ მათ მიერ დასაქმებული მაღალის რგოლის მენეჯერები ძირითადად არიან ქართველები და ეს პირდაპირ მიანიშნებს იმაზე, რომ უცხოელებისათვის ქართველი კადრები პროფესიონალები არიან. თუმცა ჩვენ მაინც გვსურდა გაგვემყარებინა ჩვენი დასკვნა და შევხებოდით უმუშევრობის მტკივნეულ თემას საქართველოსთვის და სწორედ ამიტომ რესპოდენტებს ვთხოვეთ ეპასუხათ თუ რატომ გააკეთეს მათ არჩევანი ქართველ კადრზე. უმეტესობამ დაასახელა გამოცდილება, განათლების დონე, შრომის წახალისება, პიროვნული თვისებები და სხვ. უფრო მეტიც მოგვიყვანეს ისეთი კადრების შესახებ, რომელიც წარსულში დაიქირავეს ობიექტის დაცვად და შემდგომ მან იმდენად გამოიჩინეს თავი, რომ რამდენიმე წელში სასტუმროს, რესტორნის თუ ბარის მენეჯერები გახდნენ.



წყარო: ჩვენს მიერ ჩატარებული ანკეტური გამოკითხვა

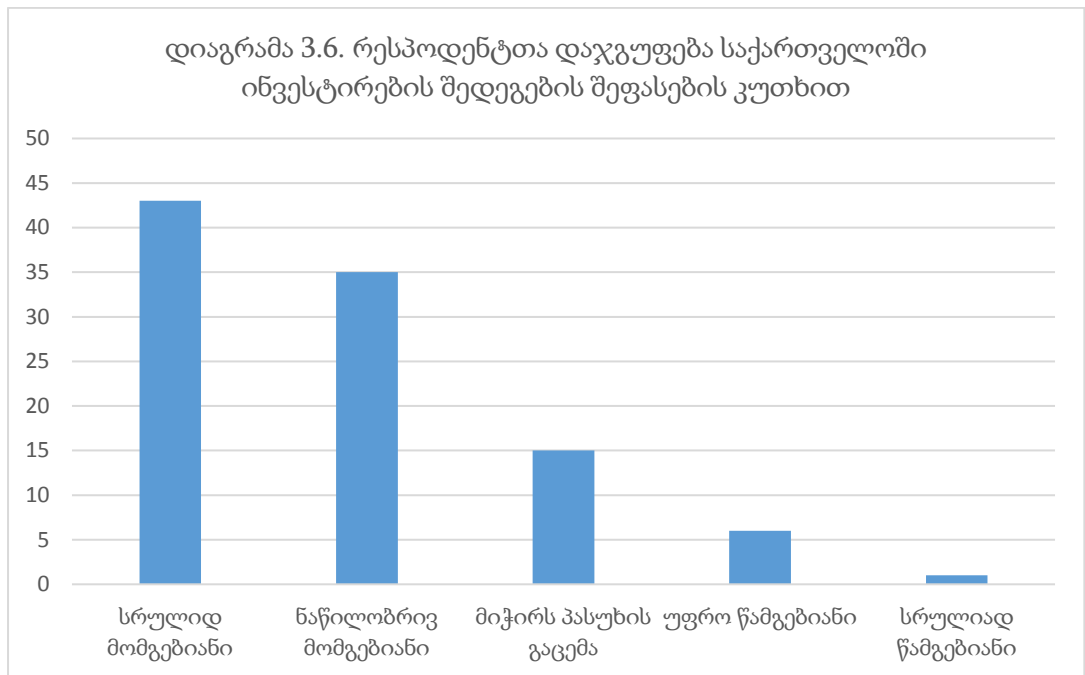
მომდევნო შეკითხვა შეეხებოდა იმ კულტურული ბარიერებისათვის რანგების მინიჭებას, რომლებსაც ინვესტორები აწყდებიან ქართულ ეკონომიკაში შემოსვლისას.



წყარო: ჩვენს მიერ ჩატარებული ანკეტური გამოკითხვა

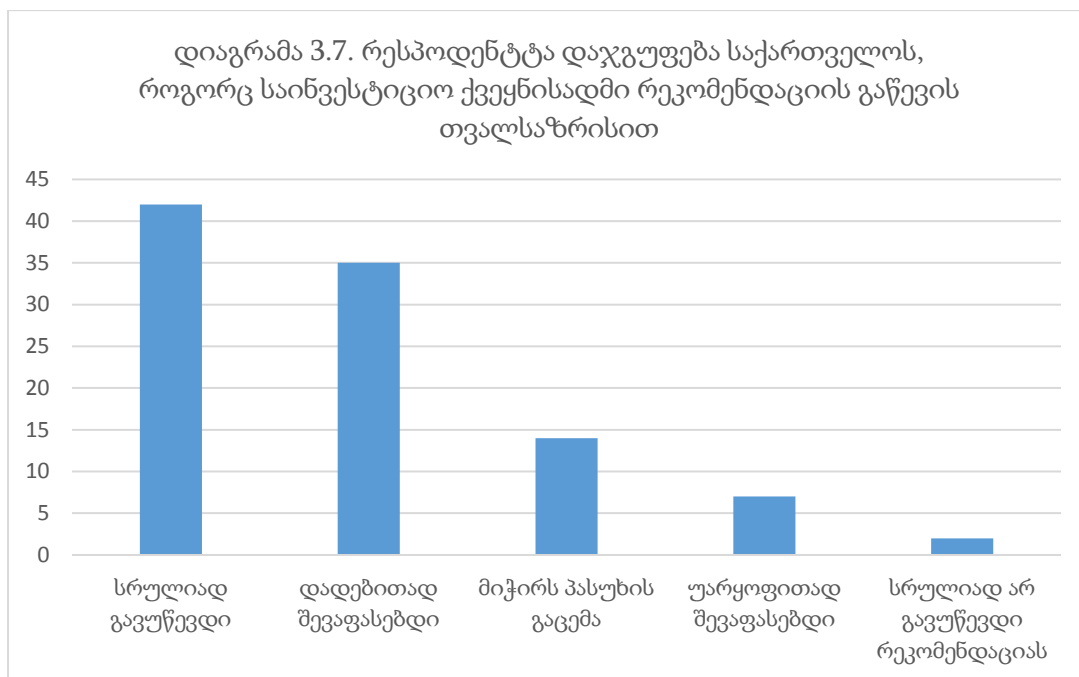
რესპოდენტებმა აღნიშნეს ის ფაქტი, რომ საქართველო მართლაც პლურალისტური ქვეყანაა და აქ არ არსებობს რელიგიური ბარიერები, აღნიშნულიც განპირობებულია ისტორიული წარსულიდან თუნდაც. გარდა ამისა ისინი ქართველ მომხმარებელს მიიჩნევენ საკმაოდ საინტერესოდ და თვლიან, რომ მათი სპეციფიკა მართლაც ბარიერია მათი ბიზნესისთვის და უნდა შესთავაზონ მათზე მორგებული სერვისი თუ პროდუქცია. საკანონმდებლო ბაზა ზოგიერთი მათგანისთვის დიდ ბარიერს წარმოადგენს, რადგან რაც უფრო მსხვილია ბიზნესი მით უფრო მეტად უწევს ბიუროკრატიასთან ჭიდილი. მიუხედავად იმისა, რომ მრავალი საერთაშორისო რეიტინგით საქართველო სულაც არაა ბიუროკრატიული ქვეყანა და აქ ბიზნესის კეთება მაქსიმალურად გამარტივებულია, მაინც მიიჩნევენ, რომ რეგულაციები საკმაოდ ავიწროვებს ბიზნესს და უზღუდავს ლიბერალურ ჩარჩოებს. თუმცაღა ეს იმას სულაც არ ნიშნავს, რომ რეგულაციები ან არასწორი ან ცუდია, რადგან რომ არა რეგულაციები, მინიმუმ ხარისხის სტანდარტები არ იქნებოდა დაცული. საქართველოს ევროპული არცევანი კი სწორედ ხარისხის სტანდარტების ამადლებაზე აკეთებს ორიენტირს. გეოგრაფიული მდებარეობიდან გამომდინარე საქართველოს კლიმატი უცხოელი ბიზნესმენებისთვის ბარიერს ნამდვილად არ წარმოადგენს, რადგან მათ ზემოთ აღნიშნეს კიდევ, რომ საქართველოში ჩამოვიდნენ ტერიტორიული სიახლოვის გამოც, ამიტომ მათი რეზიდენტი ქვეყნის ტერიტორიული კლიმატი რადიკალურად არ იქნებოდა განსხვავებული მიმღები ქვეყნისაგან. რაც შეეხება ენის ბარიერს ამ შემთხვევაში ორ დასკვნას ვაკეთებთ, პირველი ის, რომ ქართული ენა მართლაც რთულია და უცხოელებს უჭირთ მისი მარტივად ათვისება თუნდაც ჭდერადობიდან გამომდინარე, მაგრამ ასევე ისიც უნდა ითქვას, რომ რუსული და ინგლისური ენები ქართველებისთვის უცხო ნამდვილად არ არის. დასავლეთში ასევე თურქული ენის მცოდნეთა რაოდენობაც დიდია და სწორედ ამიტომ ქართველები თვითონ არ უქმნიან უცხოელ ბიზნესმენებს ენობრივ ბარიერს, რადგან თვითონ ფლობენ საერთაშორისო ენებსაც.

გარდა ამისა ჩვენ დაგვანტერესა იმან, თუ რამდენად პოზიტიურად აფასებენ უცხოელი ბიზნესმენები საქართველოში შემოსვლის შესახებ მიღებულ ბიზნეს-გადაწყვეტილებას:



წყარო: ჩვენს მიერ ჩატარებული ანკეტური გამოკითხვა

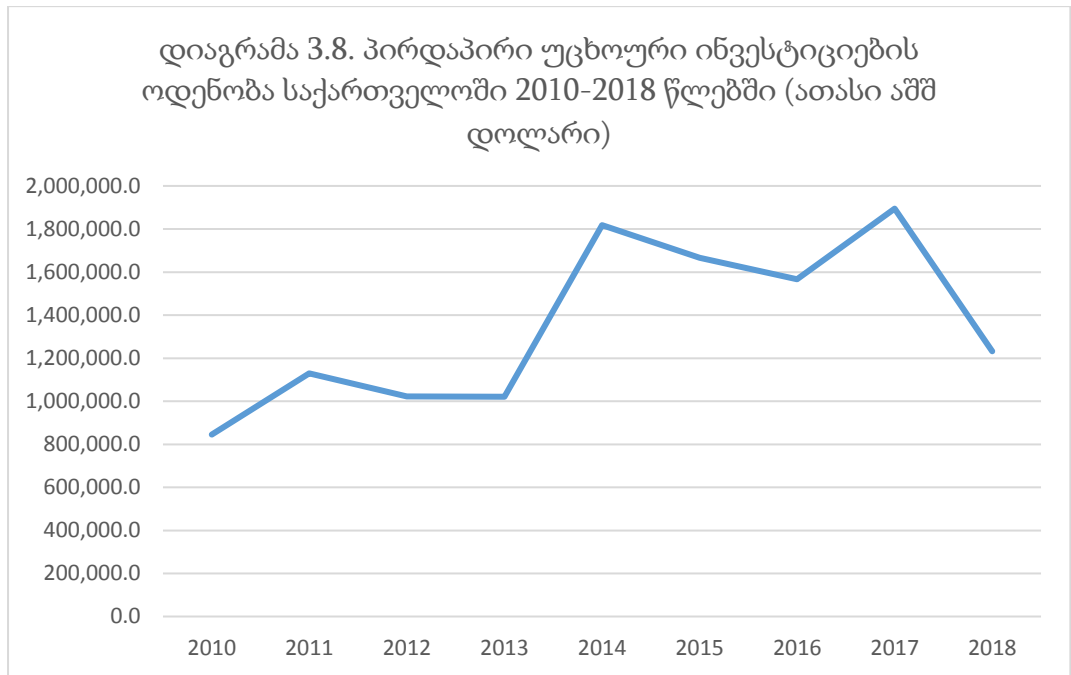
რესპოდენტები საქართველოში შემოსვლას საკმაოდ პოზიტიურად ახასიათებენ და თვლიან და პირად საუბარში ზოგიერთი მათგანი იმასაც აღნიშნავს, რომ ეს ნაბიჯი რომ არა, მათი ბიზნესი თავიანთ ქვეყანაში განწირული იქნებოდა ამ დროისათვის. თუმცა ჩვენ მაინც არ ვენდეთ მათ პასუხს და საკითხის ღრმად გამოკვლევის მიზნით ვკითხეთ თუ რამდენად გაუწევინ რეკომენდაციას საქართველოს სხვა ბიზნესმენებთან.



წყარო: ჩვენს მიერ ჩატარებული ანკეტური გამოკითხვა

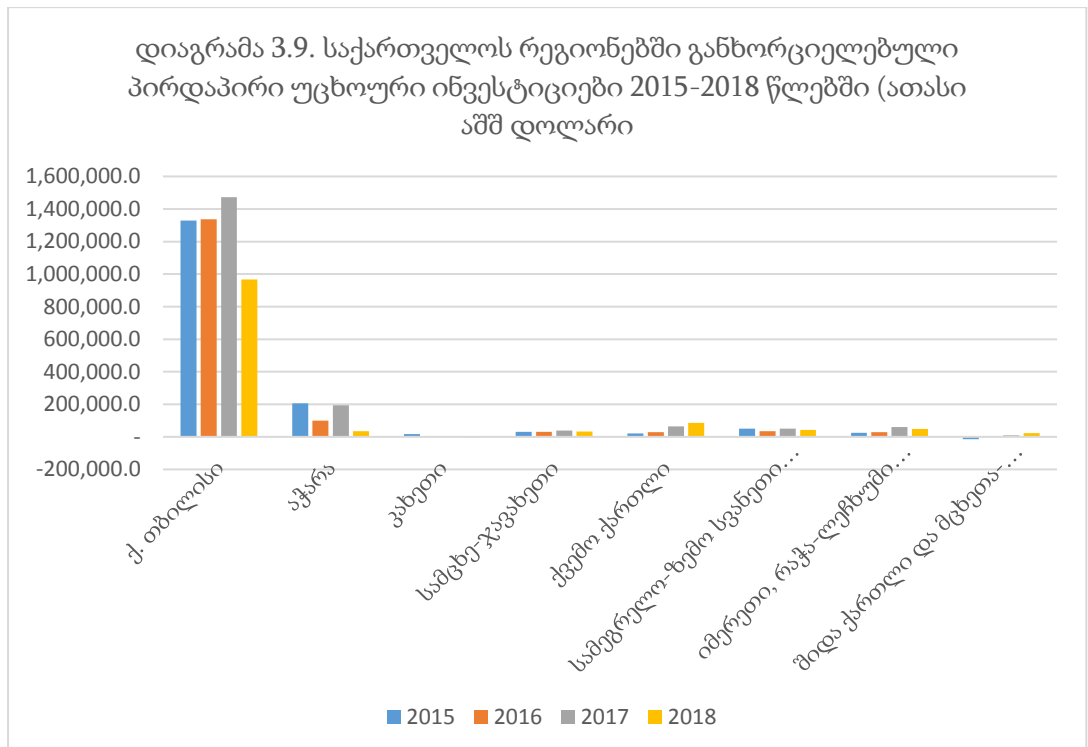
ფაქტია, რომ რესპოდენტებს მართლაც დადებითი განწყობა აქვთ საქართველოს მიმართ და მათთვის საქართველო არის ის ქვეყანა, სადაც ბიზნეს საქმიანობის განხორციელება მომგებიანია.

მიუხედავად სავალუტო რყევებისა, რაც ესოდენ პრობლემატური საკითხია ბოლო პერიოდში, საქართველოს საინვესტიციო პოტენციალი მაინც არ შემცირებულა რადიკალურად. ჩვენი რესპოდენტების მაგალითზე ამის არგუმენტებად შეგვიძლია მოვიშველიოთ ის, რომ მათი რეზიდენტი ქვეყნების ვალუტებიც განიცდიან რყევებს, თუმცა სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მონაცემებით საკმაოდ მერყევ სურათს ხატავს დიაგრამა და განსაკუთრებით ცუდად 2018 წლის მონაცემებია წარმოდგენილი.



წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული ბიურო www.geostat.ge

აღნიშნულ საკითხს შევხებით იმისათვის, რომ ჩვენს მიერ ჩატარებული კვლევის პარალელი გაგვევლო



წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული ბიურო www.geostat.ge

როგორც ამ ორი დიაგრამიდან ვხედავთ საქართველოს წამყვანი საინვესტიციო რეგიონი თბილისია და ლოგიკურია, რადგან დედაქალაქია და დაბალგანვითარებული ეკონომიკის ქვეყნებში დამახასიათებელია დედაქალაქში ეკონომიკური დოვლათის კონცენტრაცია. თუმცა როგორც ვხედავთ აჭარა და სამეგრელო-ზემო სვანეთის რეგიონი თბილისის შემდეგ ლიდერ პოზიციებზეა. სწორედ იმის ნათელსაყოფად, რომ ჩვენს მიერ ჩატარებული კვლევა საინვესტიციოდ საკმაოდ მიმზიდველ რეგიონებში განხორციელდა.

კვლევამ აჩვენა, რომ საქართველო არის ლიბერალური ქვეყანა და კროს-კულტურული ბარიერები საკმაოდ დაბალია. აღნიშნული კი დამოუკიდებლობის შემდგომ განხორციელებული რეფორმების შედეგია, რომელთაც შექმნეს ძლიერი ინსტიტუციური გარემო ბიზნესის კეთების გამარტივების მიზნით.

დასკვნა

აუცილებელია განვიხილოთ პარტნიორი ქვეყნის ბიზნეს გარემო და საქმიანი კულტურა, მისი მახასიათებლები და კულტურული ფაქტორები საერთაშორისო ბიზნესის წარმართვისას. ბიზნესის მომგებიანად და წარმატებულად წარმართვის და საქმიანი ურთიერთობების ჩამოყალიბების წინაპირობაა სწორედ ეფექტური კროს-კულტურული კომუნიკაციების დამყარება. შესაბამისად, მოთხოვნილება განხორციელებულ კვლევებსა და ნაშრომებზე დღითიდღე იზრდება და იზრდება აგრეთვე მათი ჩართვის აუცილებლობა ბიზნესის თანამედროვე სისტემაში. ზემოთ აღნიშნულიდან გამომდინარე, იკვეთება აზრი იმის შესახებ, რომ მიუხედავად გლობალიზიის მასიური ტემპისა, მეცნიერულ-ტექნიკურ განვითარებასთან ერთად კულტურული ფაქტორების გათვალისწინება და მათი შედარებითი ანალიზი ერთ-ერთი უდიდესი გამოწვევა ხდება საერთაშორისო კონკურენციაში ჩაბმული ფირმებისა და მათი მენეჯერებისათვის. შესაბამისად, ქვეყნების დაჯგუფების პროცესი კლასტერებად ხდება აუცილებელი, დიდი ყურადღება ეთმობა მრავალი ერთმანეთისგან რადიკალურად განსხვავებული ნაციონალური მმართველობითი მოდელის ანალიზს, რომელთა შესწავლა და შესაბამისი შედეგების პრაქტიკული გამოყენება ამაღლებს საერთაშორისო და ადგილობრივი მენეჯმენტის ეფექტიანობას.

კლასტერი ხელს უწყობს რეგიონული და ნაციონალური ეკონომიკების განვითარებას რაც გამოწვეულია შემდეგი ფაქტორებით:

1. კლასტერი უზრუნველყოფს დადებით ეფექტს (ექსტერნალია); კლასტერში ურთიერთკავშირებს კონკურენციის ახალ ეტაპამდე მივყავართ, რაც ინოვაციის შექმნას უწყობს ხელს.

2. კლასტერები წინაპირობაა, რომ შეიქმნას და ჩამოყალიბდეს რეგიონული ინოვაციური სისტემები.

3. როგორც რეგიონის ასევე ქვეყნის ეკონომიკისათვის კლასტერები შიდა ბაზრის „ზრდის წერტილის“ ფუნქციას ასრულებენ. ცალკეული დარგების

კლასტერის არსებობა აჩქარებს კონკურენტული უპირატესობის ფაქტორთა შექმნის პროცესს ერთობლივი ინვესტიციების ხარჯზე.

4. კლასტერის შიგნით ურთიერთკავშირები უზრუნველყოფს აუტსორსინგის განვითარებას, როდესაც მცირე და საშუალო საწარმოები ასრულებენ კლასტერის სუბიექტებისათვის საკვანძო საქმიანობა და ამით ხელს უწყობენ რეგიონში მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარებას.

5. მეწარმეთა შორის კონკურენციას კლასტერში ღრმა სპეციალიზაციამდე და კლასტერის განვითარების ახალ თამასამდე მივყავართ, შედეგად წარმოიშობა ბიზნესის ახალი სუბიექტები, რაც ხელს უწყობს რეგიონული წარმოების შემოსავლიანობის ზრდას, ხელს უწყობს მოსახლეობის დასაქმების პრობლემის გადაჭრას და რეგიონის ინტეგრაციული პოტენციალის გაძლიერებას.

სახელმწიფოსა და კერძო სექტორებს შორის ჯანსაღი თანამშრომლობა და ნდობის არსებობა წინაპირობაა კლასტერის წარმატებული რეალიზაციისთვის. კერძო სექტორი წარმოდგენილი არის კლასტერის შექმნისთვის მნიშვნელოვანი საწარმოთა მაღალი კონცენტრაციით. სახელმწიფო სექტორის ფაქტორებს კი შესაბამისად წარმოადგენს ფინანსური რესურსები და ხელშეწყობის პროცესი, რომელიც აღნიშნული ფაქტორების საფუძველზე ვითარდება.

სახელისუფლებო ორგანოებისთვის კლასტერული მიდგომის პრიორიტეტი იმაში მდგომარეობს, რომ ის საშუალებას იძლევა კომპლექსურად, სისტემური თვალსაზრისით განხორციელდეს ურთიერთდაკავშირებულ საწარმოებს შორის ვითარების შესწავლა. გარდა ამისა, ის საშუალებას იძლევა კლასტერული სტრატეგიის სახით მოხდეს ყველა ინიციატივისა და ბიზნეს იდეების რეალიზება.

გამოყენებული ლიტერატურა

1. „მეწარმის სამაგიდო წინგი“. საქართველოს ახალგაზრდა ეკონომისტთა ასოციაცია
2. ამინოვი ნ., ერიაშვილი ნ., 2009, საქმიანი ურთიერთობების ფსიქოლოგია, თბილისი
3. ბარათაშვილი ე., 2015, შედარებითი მენეჯმენტი და კლასტერიზაცია, თბილისი
4. ბარათაშვილი ე., ძიძიკაშვილი ნ., ნადარეიშვილი ნ. და სხვ., 2008, სამეცნიერო-ანალიტიკური ჟურნალი „საქართველოს ეკონომიკა“ კლასტერიზაციის თეორიული საფუძვლები და მათი დანერგვის წინაპირობები საქართველოში. #10 (119)
5. ბრუმი გ. მ., კატლიპი ს. მ., სენტერი ა., 2010, საზოგადოებასთან ურთიერთობების შესავალი, თბილისი
6. გრიგოლაშვილი გ., 2017, საერთაშორისო მენეჯმენტი: გლობალიზაცია, სტრატეგია, კულტურა,
7. დოღონიძე შ., ქოჩორაძე ო., 2011, საქმიანი ურთიერთობების თანამედროვე ტექნოლოგიები, თბილისი
8. ქუთათელაძე გ., 2015, იაპონური მენეჯმენტი და მისი ტრანსფერის თეორიულ-ემპირიული შესაძლებლობა საქართველოში, თბილისი
9. ჭიაურელი ვ., ლომინაძე ს., სტრელკოვა ვ., 2006, საზოგადოებრივი ურთიერთობების ძირითადი პრინციპები, თბილისი
10. ხახუტაიშვილი ე., კაპანაძე ლ., 2007, საზოგადოებასთან ურთიერთობა, თბილისი
11. Asheim B., Isaksen A., 2002, Regional Innovation Systems: The Integration of Local ‘Sticky’ and Global ‘Ubiquitous’ Knowledge, Journal of Technology Transfer, 27
12. Bergman E.M., Feser E.J., 1999, Industrial and Regional Clusters: Concepts and Comparative Applications

13. Development through Public Private Partnerships”, Final Report, Eisenhower Fellowship – MNP 2002
14. Hofstede G., 2011, Dimensionalizing Cultures: The Hofstede Model in Context
15. House, et.al.Culture, Leadership, and Organizations: The GLOBE Study of 62 Societies
16. Jeremy Michael Clark Louis N. Quast Soebin Jang Joseph Wohkittel Bruce Center Katherine Edwards Witsinee Bovornusvakool, (2016), "GLOBE Study culture clusters", European Journal of Training and Development, Vol. 40 Iss 7 pp. 534 - 553
17. Maskell, P. and Malmberg, A. 1999, Localised Learning and Industrial Competitiveness”, Cambridge Journal of Economics, 23
18. Metcalfe J.S., Miles, 2000, I. Innovation systems in the service economy, measurement and case study analysis, United States of America: Kluwer Academic Publishers
19. Michael D. Hills., 2002 Kluckhohn and Strodtbeck's Values Orientation Theory
20. Miles, I., 2001, Services Innovation: A Reconfiguration of Innovation Studies”, Discussion Paper Series, The University of Manchester
21. Pechlaner, H.A., Smeral, E.B. and Matzler, K.C., 2002, Customer Value Management as a determinant of the competitive Position of Tourism Destinations, Tourism review, Vol. 57, No 4
22. Roelandt Theo, Pim den Hertog, Jacobs Dany, “Nederlandse clusters in beeld” //ESB, 1997. – V.12, N2. –P.124-128
23. Ronen S., Shenkar O., 1985, Clustering countries on attitudinal dimensions: A review and synthesis, Academy of Management. The Academy of Management Review (pre-1986)
24. Simmie J., Sennet J., 1999, Innovative clusters: global or local linkages? // National Institute Economic Review, October. No. 170. – p.87

25. Sirilli G., Evangelista R., 1998 “Technological innovation in services and manufacturing: results from Italian surveys”, *Research Policy*, 27
26. Stopford J., Strange S., 1991, *Rival states, rival firms, Competition for World market Shares* Canada: Cambridge University Press
27. Young I., 2002, *Public-Private Sector Cooperation: Enhancing Tourism Competitiveness*, *Annals of Tourism Research*, Vol. 29, No. 2
28. საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული ბიურო www.geostat.ge

დანართი

საქართველოში მოქმედი უცხოელი ბიზნესმენების გამოკითხვის ანკეტა კვლევა ტარდება კავკასიის საერთაშორისო უნივერსიტეტის მაგისტრანტის მიერ, შედეგების სამაგისტრო ნაშრომში გამოყენების მიზნით

1. რა სახის ბიზნეს საქმიანობას ეწევით ?

Your answer

2. რამდენი ადამიანია თქვენს საწარმოში დასაქმებული ?

Your answer

3. თქვენი წლიური ბრუნვა შეადგენს: (დაახლოებით)

Your answer

4. რამდენი ხანია რაც აღნიშნული საწარმო ეწევა ბიზნეს საქმიანობას ?

5 წელზე ნაკლები

5-დან 10 წლამდე

10 წელზე მეტი

5. თქვენი რეზიდენტი ქვეყანა არის:

- დანია, ფინეთი, შვედეთი
- კანადა, აშშ, ავსტრალია, ირლანდია, ინგლისი, სამხრეთ აფრიკა (თეთრკანიანები), ახალი ზელანდია
- ავსტრია, ნიდერლანდები, შვეიცარია (გერმანულენოვანი), გერმანია
- ისრაელი, იტალია, შვეიცარია (ფრანგულენოვანი), ესპანეთი, პორტუგალია, საფრანგეთი
- ნამიბია, ზამბია, ნიგერია, სამხრეთ აფრიკა (ფერადკანიანები), ზიმბაბვე
- საბერძნეთი, უნგრეთი, ალბანეთი, სლოვენია, პოლონეთი, რუსეთი, საქართველო, ყაზახეთი
- თურქეთი, ქუვეითი, ეგვიპტე, მაროკო, ყატარი
- სინგაპური, ჰონგ-კონგი, ტაივანი, ჩინეთი, სამხრეთ კორეა, იაპონია
- ფილიპინები, ინდონეზია, მალაიზია, ინდოეთი, ტაილანდი, ირანი
- ეკვატორი, ელ სალვადორი, კოლუმბია, ბოლივია, ბრაზილია, გვატემალა, არგენტინა, კოსტა რიკა, ვენესუელა, მექსიკა

6. არსებითად რის გამო გადაწყვიტეთ საქართველოში ბიზნესის დაწყება (ან გაფართოება)

- ჩემს რეზიდენტ ქვეყანასთან ტერიტორიული სიახლოვე
- ჩემს რეზიდენტ ქვეყანასთან კულტურული სიახლოვე

- შევისწავლე ბიზნეს გარემო და ამან განაპირობა
- ახლობელი ბიზნესმენების რჩევებს მივყავარ
- Other:

7. თქვენს მიერ დასაქმებული მაღალი რგოლის მენეჯერები საქართველოში არიან:

- ქართველები
- თქვენი რეზიდენტი ქვეყნის წარმომადგენლები
- უცხოელი (არა თქვენი რეზიდენტი ქვეყნის) წარმომადგენლები

8. რამ განაპირობა თქვენს მიერ ქართველი მენეჯერის პოზიციაზე დანიშვნა ?

- განათლების დონე
- კვალიფიკაცია
- პიროვნული თვისებები
- შრომის წახალისება და დაფასება
- Other:

9. მოახდინეთ შემდეგი ბარიერული ფაქტორების რანგირება: (5 ძალიან რთული, 1 ყველაზე მარტივი)

	5	4	3	2	1
ენა					
რელიგია					
კლიმატური პირობები					
საკანონმდებლო ბაზა					
მომხმარებლის სპეციფიკა					

10. თვლით თუ არა რომ თქვენი საქართველოში შემოსვლა მომგებიანი აღმოჩნდა კაპიტალდაბანდების თვალსაზრისით ?

სრულიდ მომგებიანი 4 3 2 სრულიად წამგებიანი

11. გაუწევდით თუ არა რეკომენდაციას თქვენს ახლობელ ბიზნესმენებთან ქართულ ბაზარს ?

სრულიად გავუწევდი 4 3 2 სავსებით არ გავუწევდი