

საქართველოს დავით აღმაშენებლის სახელობის უნივერსიტეტი

David Aghmashenebeli University of Georgia

სამეცნიერო ჟურნალი
ს პ ე ქ ტ რ ი

SCIENTIFIC JOURNAL
S P E C T R I

№2

თბილისი Tbilisi
2019

საქართველოს დავით აღმაშენებლის სახელობის უნივერსიტეტის
სამეცნიერო ჟურნალი „სპექტრი“

სარედაქციო კოლეგია:

მთავარი რედაქტორი - ნინო მეგრელიშვილი, პროფესორი

მთავარი რედაქტორის მოადგილე - ქეთევან ნანობაშვილი, პროფესორი

პასუხისმგებელი მდივანი - რუსუდან კავთიაშვილი, პროფესორი

მედიცინა:

ნანა თევზაძე - პროფესორი

დავით ღვინიაშვილი - პროფესორი

ნონა თადუმაძე - ასოცირებული პროფესორი

ნუნუ ხეცურიანი - ასოცირებული პროფესორი

ნინო ნანობაშვილი - ასოცირებული პროფესორი

სამართალი:

გიორგი გოგიაშვილი - პროფესორი

ციალა ჩქარეული - პროფესორი

პოლიკარპე მონიავა - პროფესორი

ბიზნესი და სოციალური მეცნიერებები:

დავით კბილაძე - პროფესორი

ვახტანგ ანთია - პროფესორი

მაკა დოლიძე - ასოცირებული პროფესორი

ჰუმანიტარული მეცნიერებები:

გიორგი კალანდია - პროფესორი

გამოქვეყნებული სტატიის ავტორი არის პასუხისმგებელი სტატიის სიზუსტეზე და შესაძლოა, მისი პოზიცია არ გამოხატავდეს ჟურნალის სარედაქციო კოლეგიის შეხედულებებს.

დაუშვებელია აქ გამოქვეყნებული მასალის გავრცელება-გამრავლება კომერციული მიზნებისთვის.

© საქართველოს დავით აღმაშენებლის სახელობის უნივერსიტეტი
გამომცემლობა „მერიდიანი“ 2019

ISSN 2587-4810

**DAVID AGHMASHENEBELI UNIVERSITY OF GEORGIA
SCIENTIFIC JOURNAL „SPECTRI“**

Editorial Board:

Editor-in-chief - **Nino Megrelishvili**, Professor
Deputy Editor-in-chief - **Ketevan Nanobashvili**, Professor
Responsible Secretary - **Rusudan Kavtiashvili**, Professor

Medicine:

Nana Tevzadze - Professor
David Gviniashvili - Professor
Nona Tadumadze - Associate Professor
Nunu Khetsuriani - Associate Professor
Nino Nanobashvili - Associate Professor

Law:

Giorgi Gogiashvili - Professor
Tsiala Chkareuli - Professor
Polikarpe Moniava - Professor

Business and Social Sciences:

David Kbiladze - Professor
Vakhtang Antia - Professor
Maka Dolidze - Associate Professor

Humanitarian Sciences:

Giorgi Kalandia - Professor

The authors of the articles published in this journal are each solely responsible for the accuracy of their respective articles and do not necessarily reflect the views of the journals Editorial Board.

Reproduction or distribute on of the materials published in this journal for commercial purposes is prohibited.

© David Aghmashenebeli University of Georgia

Press Publisher „Meridian“ 2019

ISSN 2587-4810

ქეთევან ნანობაშვილი, გიორგი კაკაშვილი
საქართველოს დავით აღმაშენებლის სახელობის უნივერსიტეტი
David Aghmashenebeli University of Georgia

ბიზნეს-პროცესების ანალიზის და მართვის ინფორმაციული ტექნოლოგიები

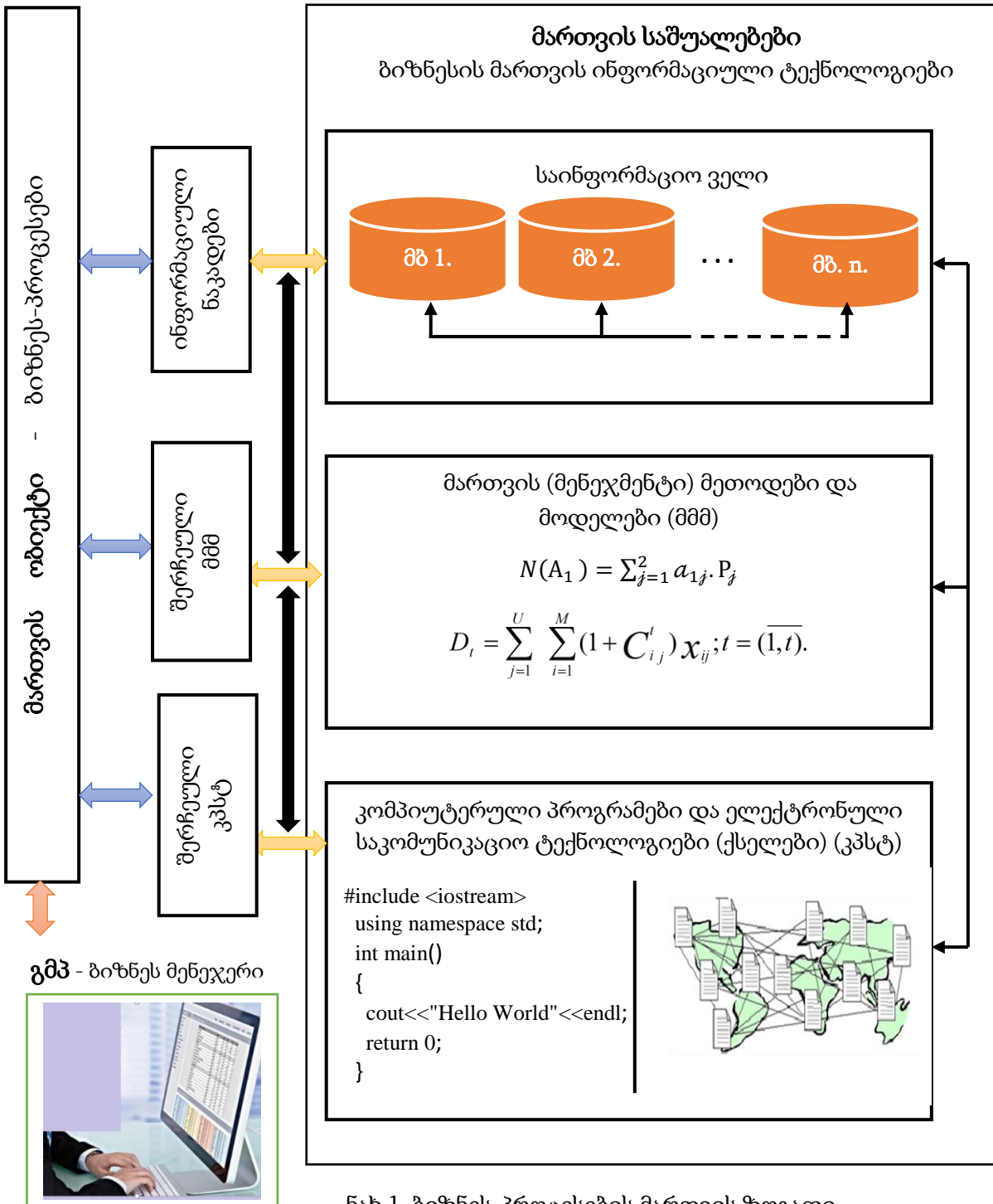
მიმდინარე ეპოქა საზოგადოების განვითარებას სულ ახალ-ახალი გამოწვევების წინაშე აყენებს. ამის შესაბამისად მუდმივად იცვლება საზოგადოების განვითარების ვექტორის კოორდინატები, რომლის განსაზღვრის არე მოთავსებულია თანამედროვე ენერგეტიკულ, მატერიალურ, ინტელექტუალურ და რაც მთავარია - ინფორმაციულ სივრცეში. თანამედროვე ინფორმაციული სივრცე არის საზოგადოების, ინოვაციური ტექნოლოგიების, ინტელექტუალური აზროვნების, სოციალური, ეკონომიკური და ბიზნესის განვითარების ერთ-ერთი ძირითადი გადაწყვეტი ფაქტორი. როდესაც ვსაუბრობთ ინფორმაციული სივრცის გადაწყვეტ ფაქტორზე, ვგულისხმობთ არა მარტო ამ სივრცის განვითარების ინდუსტრიას, რომელიც საზოგადოების ინფორმატიზაციის (ინფორმაციული საზოგადოების შექმნის) ძირითადი წყაროა და შესაბამისად მოიცავს კომპიუტერულ და პროგრამულ ტექნოლოგიებს, ელექტრონულ საკომუნიკაციო საშუალებებს და ა.შ., არამედ მხედველობაში გვაქვს ამ სივრცეში ადაპტირების, ორიენტირებისა და მის გამოყენებასთან დაკავშირებული ურთულესი პრობლემები. ცხადია, აღნიშნული პრობლემების გადაჭრა უფრო ხელმისაწვდომს გახდის ინფორმაციულ სივრცეს, რაც ხელს შეუწყობს ადამიანის შემოქმედებით მოღვაწეობას და მის ინტელექტუალურ განვითარებას, რაც თავის მხრივ საფუძველს დაუდებს ქვეყანაში საბაზრო ეკონომიკისა და ბიზნესის განვითარებას, ქვეყნის ეკონომიკურ წინსვლას და საზოგადოების სოციალური მდგომარეობის გაუმჯობესებას!

საბაზრო ურთიერთობის კანონები, ჯერ კიდევ უცხოა ჩვენი საზოგადოების დიდი უმრავლესობისათვის, რადგან ნახევარ საუკუნეზე მეტი ხნის განმავლობაში ქვეყანაში აკრძალული იყო ასეთი სისტემის არსებობა. აქედან გამომდინარე, ამ სფეროთი დაკავებული საზოგადოების დიდი ნაწილი სათანადო დონეზე ვერ ფლობს საბაზრო ურთიერთობის ველში ეფექტური მოქმედების მეთოდებს; დაბალ დონეზეა ბიზნესში ინოვაციური აქტიურობა; ნელი ტემპით მიმდინარეობს მარკეტინგული პროცესის მართვის თანამედროვე ტექნოლოგიების კვლევა მისი ოპტიმალური მართვის მიზნით და ა.შ., რაც უარყოფითად მოქმედებს ქვეყნის სოციალურ ეკონომიკური განვითარებისა და აღმასვლის პროცესზე. საბაზრო ურთიერთობებზე გადასვლა ეფექტიანად ვერ განხორციელდება არსებული მარტივი ხერხებით. იგი მოითხოვს სისტემურ მიდგომას, ღრმა მეცნიერულ ანალიზს, დასაბუთებულ კვლევებსა და ამ კვლევებით მიღებული შედეგების რეალიზებას თანამედროვე ტექნოლოგიების მეშვეობით. ეს კვლევები კი მეტად რთული და სპეციფიკურია. ბიზნესში მიღებულმა არასწორმა გადაწყვეტილებამ და შეცდომამ შეიძლება სერიოზული უარყოფითი და საზიანო შედეგი გამოიღოს [1].

ნებისმიერი სფეროს ბიზნესის განვითარება, ეს არის სისტემური ქმედებების ერთიანი ჯაჭვი, რომელიც შეიძლება წარმოვადგინოთ სხვადასხვა დანიშნულების შემომავალი და გამავალი ინფორმაციული ნაკადების სიმრავლის სახით. ეს სიმრავლე თავის მხრივ ქმნის სასაგნო არეზე ორიენტირებულ ერთიან ინფორმაციულ ველს მიზნობრივი სისტემის სახით. ინფორმაციული ნაკადები გვამღვებს საშუალებას მუდმივად მოვახდინოთ დაკვირვება

ბაზარზე, მის დინამიკაზე, ქცევაზე, მდგომარეობაზე. ეს ყველაფერი საჭიროა ბიზნესმენის მიერ წარმოებული ბიზნესის კონკურენტუნარიანობისათვის.

ამ ინფორმაციის მეშვეობით და სტატისტიკური ანალიზის მეთოდის გამოყენებით ბიზნესმენს ეძლევა პროგნოზირების შესაძლებლობა, რათა განსაზღვროს ბაზარზე მიმდინარე ცვლილებები, განვითარების ტენდენციები და ყოველთვის იყოს მზად ბაზრის სტრატეგიის ცვლილებების შემთხვევაში, შექმნილ ახალ ვითარებასთან მოახდინოს სწრაფი ადაპტირება.



ნახ.1. ბიზნეს-პროცესების მართვის ზოგადი სტრუქტურული სქემა

ასე რომ, დინამიური ბაზრის პირობებში ინფორმაციული ნაკადები ერთგვარი სტრატეგიული რესურსების როლს ასრულებენ. ამ რესურსების სისტემური მოწესრიგება, მასზე თანდართული მართვის თანამედროვე მეთოდები და მათემატიკური მოდელები, კომპიუტერული პროგრამები და ელექტრონული საკომუნიკაციო სისტემის ერთობლიობა ქმნის ბიზნეს-პროცესების მართვის ინფორმაციულ ტექნოლოგიებს - ნახ.1.

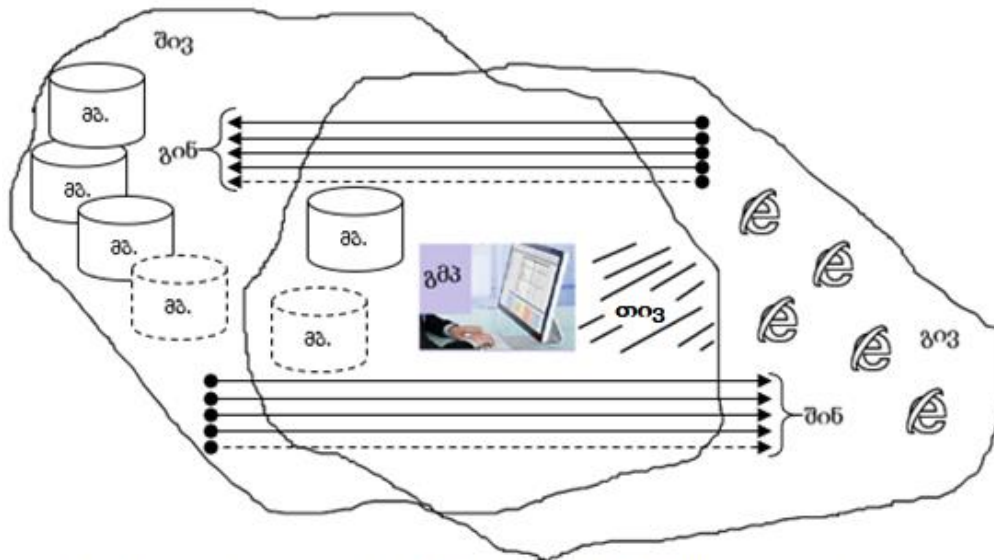
აღნიშნულიდან გამომდინარე, ბიზნეს-პროცესების მართვის რეალიზება ხდება ინფორმაციული სისტემების მეშვეობით, რომლის ძირითადი სტრუქტურული ელემენტებია:

1. მართვის ობიექტი - ბიზნეს-პროცესები;
2. მართვის საშუალებები - მართვის ინფორმაციულ ტექნოლოგიები.

გადაწყვეტილების მიმღები პირი (გმპ), რომელიც შეიძლება იყოს მენეჯერი, ბიზნესის მეპატრონე და ა.შ. (მათ ვინაობას მართვის სისტემისთვის არ აქვს მნიშვნელობა), ბიზნესის მართვის შესაბამის გადაწყვეტილებას იღებს ინტერაქტიურ რეჟიმში.

როგორც ნახ. 1 -დან ჩანს, ბიზნესის საბოლოო შედეგის მიღწევას განაპირობებს გმპ-ის მიერ ბიზნესის მართვის ინფორმაციული ტექნოლოგიების, მართვის მეთოდების, მოდელების, კომპიუტერული პროგრამებისა და ელექტრონული საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების შერჩევისა და გამოყენების ხარისხი. ბიზნესის საბოლოო შედეგი კი განისაზღვრება მისი მარკეტინგით, რომელიც მოიცავს წარმოების, გასაღების და მოგების მიზნობრივად და დანიშნულების მიხედვით განაწილების ყველა ეტაპს. მარკეტინგის მნიშვნელობაზე მეტყველებს ის ფაქტობრივი ინფორმაცია, რომელიც გვამცნობს, რომ მსოფლიოს მოწინავე ქვეყნებში, როგორცაა აშშ, იაპონია, დასავლეთ ევროპის ქვეყნები და სხვ., ფუნქციონირებს მარკეტინგის საერთაშორისო და ნაციონალური საზოგადოებები, ორგანიზაციები, ასოციაციები. აღნიშნული ორგანიზაციები ხელს უწყობენ ბიზნესის მართვაში თანამედროვე კონცეპტუალური მიდგომებისა და სტრატეგიის გამოყენებას; აფინანსებენ საწვრთნელ (ე.წ. „სატრენინგო“) კურსებს, რათა გაიზარდოს საზოგადოების ხედვა და განათლების კულტურა ბიზნესისა და მისი მარკეტინგის წარმოების ირგვლივ. ეს ასოციაციები ასევე აარსებენ სასწავლო ცენტრებს, სადაც მიმდინარეობს სპეციალისტების მომზადება და გადამზადება საბაზრო მენეჯმენტის კანონზომიერებების, ბიზნესის ოპტიმალური მართვის მეთოდების და მოდელების შესწავლის მიზნით; უყალიბებენ თანამედროვე მეცნიერული მიღწევების, საინფორმაციო ტექნოლოგიების, მათემატიკური მოდელების და მეთოდების, კომპიუტერული პროგრამების, ალგორითმებისა და ინტერნეტ-ტექნოლოგიების პრაქტიკული გამოყენების უნარ-ჩვევებს.

ჩვენ მიერ განხილული ანალიზის საფუძველზე, ბიზნეს-პროცესების მართვასთან დაკავშირებით დავასკვნით, რომ ეს პროცესი მუდმივად იმყოფება დინამიურ რეჟიმში და მოითხოვს მართვის ახალი ინოვაციური მეთოდების შემუშავებას და გამოყენებას, რომლის ძირითად ღერძს წარმოადგენს ინფორმაციულ საკომუნიკაციო ტექნოლოგიები. ჩვენი აზრით, გმპ-ის სამოქმედო სივრცე და ძირითადი ყურადღების ობიექტს უნდა წარმოადგენდეს ინფორმაციის ორი წყარო: შიგა ინფორმაციული ველი (**შივ**) და გარე ინფორმაციული ველი (**გივ**) - ნახ.2.



ნახ.2. გადაწყვეტილების მიმღები პირის სამოქმედო სივრცე

თანამედროვე ბიზნესის მმართველობითი ფუნქციების შესრულების საოფისე შიგა ინფორმაციული ველი მკვეთრად უნდა განსხვავდებოდეს ტრადიციული საკანცელარიო სტრუქტურისაგან, რომელიც ძირითადად ინფორმაციის მატარებელი ფიზიკური საქალაქდებით იყო დაკომპლექტებული. თანამედროვე ოფისის შიგ-ი უნდა მოიცავდეს ბიზნესის წარმოებისათვის საჭირო ყველა შესაძლო ინფორმაციის მონაცემთა ბაზებს (მბ). ეს ინფორმაცია ინფორმატიკის დარგის თანამედროვე ტექნიკური ტერმინოლოგიის თანახმად სასაგნო არეს სახელწოდებით არის ცნობილი. ჩვენ შემთხვევაში ფაქტობრივად შიგ წარმოადგენს შრომის საგნის საწყის მონაცემებს. შრომის საგანი კი წარმოადგენს კონკრეტული ბიზნესის საქმიანობას. იმის მიხედვით, თუ რას წარმოადგენს ბიზნესის შრომის საგანი, როგორი შინაარსისა და მოცულობისა ბიზნეს პროცესი, მის შესაბამისად ყალიბდება შიგ-ის სტრუქტურაც. რა თქმა უნდა, შიგ-ის ძირითადი და უცვლელი კომპონენტებია: ინფორმაცია მომსახურე პერსონალზე, წარმოებული პროდუქციის ან სხვ. ტიპს ბიზნეს საქმიანობის შესახებ, საბუღალტრო-საფინანსო ანგარიშების შესახებ და სხვ.

რაც შეეხება გივ-ს, ეს გაცილებით ფართო ცნებაა და ამ ინფორმაციულ ველს შეიძლება ვუწოდოთ კონკრეტული ტიპის ბიზნესის საგნობრივი არე. გივ-ი ფაქტობრივად წარმოადგენს ბიზნესმენტა სასაპარეზო სივრცეს. ამ სივრცეში ასოცირდება მრავალი კომპონენტი - ინვესტორები და ინვესტიციები, ვალუტა და ვალუტის კურსის ცვლილებები, ბირჟა და საქმიანი ქაღალდები, კონკურენცია და კონკურენტები და სხვ. აღნიშნულ კომპონენტებს შორის ბიზნესისათვის ძირითადს წარმოადგენს ბაზარი. ბაზრის ფაქტორს ანუ ინფორმაციის დროულ მიწოდებას ბაზრის ქცევის შესახებ, გადამწყვეტი მნიშვნელობა აქვს ბიზნესის კონკურენტუნარიანი გარემოს შესაქმნელად, მოთხოვნა-მიწოდების მოცულობის განსაზღვრისა და ფასის დადგენის მიზნით.

თივ-ი შედგება როგორც ზოგადი (საყოველთაო), ასევე ლოკალური ინფორმაციული რესურსებისგან. ზოგადი ინფორმაციული რესურსები მოიცავს ბიზნესზე მარეგულირებელ კანონმდებლობას (ბიზნესთან დაკავშირებულს), როგორც ქვეყნის შიგნით მოქმედი, ასევე საერთაშორისო მასშტაბების საკანონმდებლო ნორმატიულ აქტებს და სხვ. აქვე გვინდა ხაზგასმით აღვნიშნოთ, რომ თივ-ი უზრუნველყოფილია ინფორმაციის საიმედოობის დაცვის სისტემით და ინფორმაციის ცვლილებების შეტანის ავტომატური ელექტრონული

საშუალებით. ლოკალური ინფორმაციული რესურსებია: ბიზნეს-პროცესების მართვის საშუალებები, მართვის მეთოდები და მოდელები, კომპიუტერული პროგრამები და ელექტრონული საკომუნიკაციო ტექნოლოგიები, და სხვ., რაც მითითებული იყო ნახ.1-ზე.

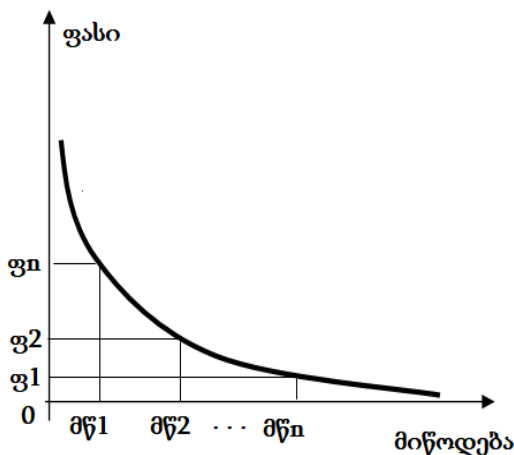
როგორც უკვე აღვნიშნეთ, ბიზნესპროცესების მართვაში უდიდესი მნიშვნელობა აქვს ბაზრის ქცევას და ბაზარზე მოქმედების წესებს. პირველ რიგში ეს ეხება ფასების დინამიკის ანალიზს. დღეისათვის ფასების დინამიკის ანალიზისათვის ხშირ შემთხვევაში იყენებენ სპირალურ მოდელირებას, რომელსაც მეორენაირად ობობას ქსელსაც უწოდებენ.

როგორც ჩვენ მიერ ჩატარებულმა ანალიზმა აჩვენა, სპირალური მოდელირების პრაქტიკაში არ გამოიყენება კომპიუტერული ტექნოლოგიები, რაც მკვეთრად ამცირებს მისი გამოყენების ეფექტიანობას.

ჩვენ მიერ შემოთავაზებული ფასების დინამიკის ანალიზის მეთოდი მდგომარეობს გმპ-ს მიერ ფასდადგენის ინტერაქტიული ტექნოლოგიების გამოყენებაში (იხ. ნახ.1-ზე მართვის (მენეჯმენტი) მეთოდები და მოდელები - მმმ). იმის შემდეგ, რაც გმპ მიიღებს გადაწყვეტილებას, თუ რომელი მეთოდი უმჯობესია შემოთავაზებული ალტერნატივათა სიმრავლიდან, ის კომპიუტერთან ინტერაქტიურ რეჟიმში აგებს ბაზარზე პროდუქციის მიწოდების ფუნქციის გრაფიკს. გრაფიკის აგება ხდება სხვადასხვა ფაქტორების გათვალისწინებით, რომელიც წინასწარ არის გმპ-სთვის ცნობილი (შესაძლოა აღებული იქნეს ცოდნის ბაზიდან - ფრეიმებიდან).

მაგალითისათვის განვიხილავთ შემთხვევას, როცა ბაზარზე გვინდა მივაწოდოთ მხოლოდ ერთი საგანი (პროდუქტი, საქონელი, ნაწარმი და ა.შ.), რომლისთვისაც იცვლება მხოლოდ ფასი, ხოლო ბაზარზე მოთხოვნადი დანარჩენი ფაქტორები დავტოვოთ უცვლელი.

გმპს მიერ, შერჩეული მეთოდის საშუალებით, ინტერაქტიურ რეჟიმში აგებულ, მიწოდებისა და ფასს შორის დამოკიდებულების

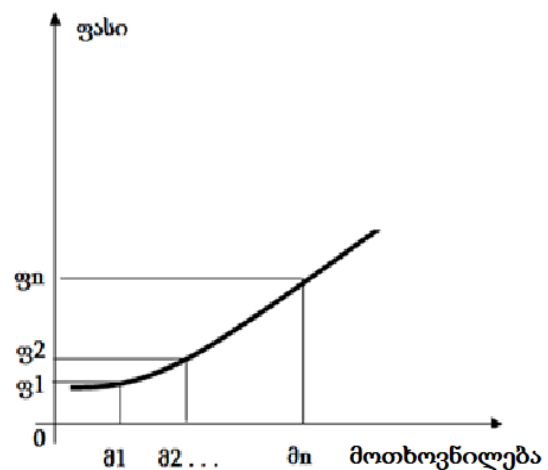


გრაფ. 1.

გრაფიკს, ანუ მიწოდების ფუნქციას აქვს შემდეგი სახე - გრაფ. 1. მიღებული მრუდი, წარმოადგენს შესაბამისი მოგების მინიმუმის წერტილთა გეომეტრიულ ადგილს.

მომდევნო ეტაპზე გმპ იხილავს საქონლის მოთხოვნილების ფუნქციას და ინტერაქტიურ რეჟიმში აგებს შესაბამის გრაფიკს - გრაფ. 2.

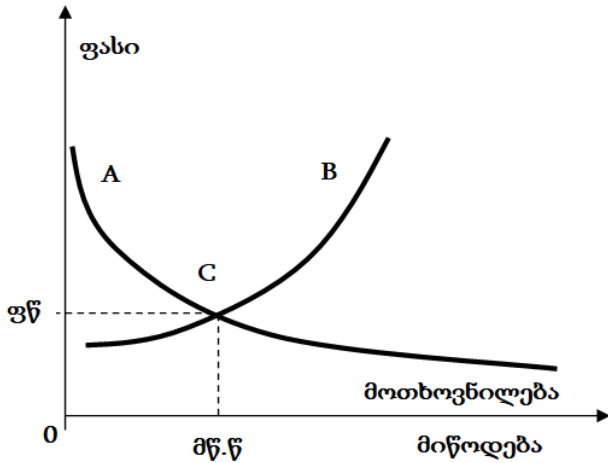
გრაფიკი შეესაბამება შემთხვევას, როცა ბაზარზე არსებობს მოთხოვნილება განსაზღვრულ საქონელზე და ამავე დროს, გმპ-ს აქვს ინფორმაცია (მიღებული გარე ინფორმაციული ველიდან) მომხმარებლის ბიუჯეტის შეზღუდულობის შესახებ. მრუდი ამ შემთხვევაში წარმოადგენს



გრაფ. 2.

საქონლის შესაძლო მაქსიმალური ფასის წერტილთა გეომეტრიულ ადგილს, სტაბილური მოგების შემთხვევაში.

პროცესის დასასრულს გმპ იწყებს მიწოდებისა და ფასის წონასწორული წერტილის განსაზღვრას, რისთვისაც, ინტერაქტიურ რეჟიმში პოულობს მიწოდების ფუნქციის მრუდისა და მოთხოვნილების ფუნქციის მრუდის თანაკვეთის წერტილს - გრაფ.3. აღნიშნული პროცესი წარმოადგენს ოპტიმიზაციის ამოცანას. ამ ამოცანის გადაწყვეტის მიზნით გმპ კვლავ მიმართავს



გრაფ.3.

ოპტიმიზაციის არსებული მეთოდების ალტერნატივათა სიმრავლის მონაცემთა ბაზას - ნახ. 1. და ირჩევს შესაბამის მეთოდს, რის მეშვეობითაც აგებს შესაბამის გრაფიკს - და ატარებს მის ანალიზს.

ანალიზი მდგომარეობს შემდეგში. მიწოდების ფუნქციის მრუდი - A და მოთხოვნილების ფუნქციის მრუდი - B, წარმოადგენს ბაზრის ქცევის განსაზღვრის ძირითად მდგენელებს. ამ მრუდების გადაკვეთის წერტილი C - წარმოადგენს წონასწორობის წერტილს. წონასწორობის C წერტილის კოორდინატები: ფწ და მწ.წ

შესაბამისად წარმოადგენენ - წონასწორულ ფასს და მიწოდებას.

გრაფიკების ანალიზით ასევე ირკვევა, რომ ბაზარზე წონასწორულ ფასზე საქონლის ფასის გადამეტების შემთხვევაში მიწოდება ამეტებს მოთხოვნილებას. ეს უკვე საქონლის ჩაწოლის გამაფრთხილებელია ნიშანია, რაზეც გმპ იღებს შესაბამის ზომებს, რაც სხვადასხვა ხერხებით და მეთოდებით განისაზღვრება (მაგ. ფასდაკლება და ა.შ.).

იმ შემთხვევაში, თუ საქონლის ფასი ბაზარზე წონასწორულ ფასზე დაბალია, მაშინ მოთხოვნილება საქონელზე აჭარბებს მიწოდებას და იქმნება საქონლის დეფიციტი, რაც საქონელზე ფასის მომატების ტენდენციაში გადაიზრდება.

ასეთი ანალიზის საშუალებას იძლევა თანამედროვე ინფორმაციული ტექნოლოგიების გამოყენება ბიზნეს-პროცესების მართვაში, რაც მეტად მოსახერხებელი და ეფექტიანია.

ლიტერატურა

1. გოგიჩაიშვილი გ., ჩაჩანიძე გ., ნანობაშვილი ქ. ბიზნესის მართვის ოპტიმალური მეთოდები. საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი, თბილისი, 2013.

რეზიუმე

საზოგადოების განვითარება სულ ახალ-ახალი გამოწვევების წინაშე დგება თანამედროვე ეპოქაში. შესაბამისად, მუდმივად იცვლება საზოგადოების განვითარების ვექტორის კოორდინატები, რომლის განსაზღვრის არე მოთავსებულია ინფორმაციულ სივრცეში. როდესაც ვამბობთ ინფორმაციულ სივრცეს ჩვენ ვგულისხმობთ ადაპტირების, ორიენტირებისა და მისი გამოყენების, როგორც მნიშვნელობის, ასევე ურთულეს პრობლემებს. ცხადია აღნიშნული პრობლემის გადაჭრა უფრო ხელმისაწვდომს გახდის მას. ნებისმიერი სფეროს ბიზნესის განვითარება, ეს არის სისტემური ქმედებების ერთიანი ჯაჭვი, რომელიც შეიძლება წარმოვადგინოთ სხვადასხვა დანიშნულების შემომავალი და გამავალი ინფორმაციული ნაკადების

სიმრავლის სახით. იგი გვაძლევს საშუალებას მუდმივად მოვახდინოთ დაკვირვება ბაზარზე, მის დინამიკაზე, ქცევაზე, მდგომარეობაზე. ეს ყველაფერი საჭიროა ბიზნესმენის მიერ წარმოებული ბიზნესის კონკურენტუნარიანობისათვის. ბიზნეს-პროცესების მართვაში მოხერხებულ და ეფექტურ ანალიზის საშუალებას იძლევა თანამედროვე ტექნოლოგიების გამოყენება რაც ინფორმაციული სივრცის მოწყობის მთავარი ხელშემწყობი ფაქტორია.

საკვანძო სიტყვები: ინფორმაციული ტექნოლოგიები, ბიზნესის მართვა.

Ketevan Nanobashvili, Giorgi Kakashvili

Information Technologies for Business Process Analysis and Management

Summary

The development of society in the modern era faces new challenges. Consequently, the vector coordinates of community development are constantly changing and its determination area lies in the information sphere. When we say information sphere, we mean adaptation, orientation and its importance in hard problems. It is obvious that solving the problem will make the process more available. Development of any field of business is one chain of systemic actions, which can be presented by the variety of incoming and outgoing information streams for various purposes. It allows us to monitor the market constantly, its dynamics, behaviour, condition. All this is necessary for a businessman for being competitive. The use of modern technologies allows convenient and effective analysis of business management, which is a major contributing factor for arranging information sphere.

Key words and phrases: Information Technology, Business Management.