

ტრანსნაციონალური კორპორაციების განვითარების ეტაპები და ეფექტები

THE TRANSNATIONAL CORPORATIONS DEVELOPMENT STAGES AND EFFECTS

ლაშა-გიორგი დათაშვილი,

საქართველოს ტექნიკური
უნივერსიტეტის დოქტორანტი
საქართველო, ქ.თბილისი
დავით კონენიძე,

საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტის
დოქტორანტი საქართველო, ქ.თბილისი

LASHA-GIORGI DATASHVILI,

Georgian Technical University, Doctorant
Georgia, Tbilisi.

DAVID DZOWENIDZE,

Georgian Technical University,
Doctorant Georgia, Tbilisi.

ანოტაცია

მეოცე საუკუნის ბოლოს და ოცდამეერთე საუკუნის დასაწყისში მსოფლიო ეკონომიკის ძირითად პროცესად იქცა გლობალიზაცია და ტრანსნაციონალური ბაზარი. სწორედ ეს პროცესები განსაზღვრავენ ქვეყანაში ცხოვრების დონეს და სოციალურ-ეკონომიკური მდგომარეობას, ამ პროცესში ყველაზე მეტად არიან ჩართულები ტრანსნაციონალური კომპანიები ვინაიდან ისინი მთავარი მონაწილეები არიან რეგიონალური და ქვეყნების შორის ინტეგრირების და სოციალური ეკონომიკის ჩამოყალიბების. სწორედ მათი მეშვეობით ხდება დღევანდელი ეკონომიკის და ტექნოლოგიების განვითარება.

საკვანძო სიტყვები: ტრანსნაციონალური, კორპორაციები, ეკონომიკა, წარმოება, ტექნოლოგიები.

ABSTRACT

At the end of the twentieth century and the beginning of the twenty-first century, globalization and transnationalization became the main process of world economy. These processes determine the level of living and social-economic situation in the country, most of which are involved in transnational companies, since they are the main participants of regional integration and development of social economies. The development of today's economy and technology is through them.

Keywords: Transnational, Corporations, Economics, Production, Technologies.

აზიურ ბაზარზე ტრანსნაციონალური კორპორაციებმა განვლეს რამოდენიმე განვითარების ეტაპი, სანამ თანამედროვე სახეს მიიღებდნენ. პირველი თაობის ტრანსნაციონალური კორპორაციები ძირითადად დაკავებულები იყვნენ ნედლეულის წარმოებით, ამიტომ მათ უწოდებენ კოლონიურ-ნედლეულის მწარმოებელ კორპორაციებს.

მეორე განვითარების თაობის წარმოადგენდა სამხედრო შეიარაღების პროდუქტების წარმოებას რომელიც ძირითადად მოიცავდა პირველ და მეორე მსოფლიო ომის პერიოდს ამ პერიოდში არაერთი კორპორაცია ჩამოყალიბდა რომლებმაც მეორე მსოფლიო ომის შემდეგაც შეძლეს წარმოების გაგრძელება.

მესამე თაობის ტრანსნაციონალური კორპორაციების დადგა მეოცე საუკუნის 60-80 წლებში როდესაც მეცნიერული მიღწევები წარმოების სფეროში ფართოდ იქნა გამოყენებული. ამ კორპორაციების მთავარი სტრატეგია იყო ნაციონალური და უცხოური პროდუქტებით შექმნილი პროდუქციის რეალიზება, პერსონალის მართვა, სამეცნიერო კვლევების ჩატარება, მარკეტინგი.

მესამე თაობის ტრანსნაციონალური კორპორაციები იყენებენ და ავრცელებენ თავიანთ ინტელექტუალურ რესურსების, მიღწევებს და ტექნოლოგიებს რომლებიც მათ გააჩნიათ არამარტო საკუთარი ქვეყნის საზღვრის ფარგლებში არამედ უცხო ქვეყნებშიც. ტრანსნაციონალურმა კორპორაციებმა უპირატესობა მოიპოვეს

ბაზარზე დაბალი ფასების მეშვეობით, ვინაიდან ისინი სხვადასხვა ქვეყანაში აწარმოებენ ნედლეულს და შემდგომ ახდენენ საბოლოო პროდუქტის შექმნას ისეთ ქვეყანაში სადაც მუშახელი იაფია, რამაც გამოიწვია მათ მიერ წარმოებული პროდუქტზე დაბალი ფასი.

მეოთხე ეტაპის ტრანსნაციონალური კორპორაციები ხასიათდებიან: მსოფლიო ბაზარზე კონკურენციის უზარმაზარობით და მსოფლიო ბაზრის დომინირების გაყოფით სხვა მსოფლიოს დონის ტრანსნაციონალური კორპორაციებთან, კოორდინირებული მოქმედებების და გადამწყვეტილებების მიღება ფილიალებთან ერთად თანამედროვე ტექნოლოგიების მეშვეობით, მოქნილი მენეჯმენტის არსებობა ყველა სამეწარმე რეგონებში რომელიც ადაპტირდება და ერგება მოცემულ გარემოებებს.

დღეს-დღეობით უკვე მიმდინარეობს ტრანსნაციონალური კორპორაციების მეხუთე თაობის ცამოყალიბება რომლებიც გამოირჩევიან თავიანთი წინამორბედებისგან. უპირველეს ყოვლისა მათი განმასხვავებელი ნიშანია მათი დამოკიდებულება გლობალური ეკონომიკური და პოლიტიკური კორპორაციების პირობებზე, ვინაიდან მეხუთე თაობის ტრანსნაციონალური კორპორაციები თვითონვე ხდებიან დამოუკიდებელი მონაწილეები მსოფლიო ეკონომიკის და პოლიტიკის ბაზრების. ტრანსნაციონალური კორპორაციების კაპიტალი გარდაიქმნათითქმის დამოუკიდებელ ორგანიზმად რომელსაც გააცნია თავისი დამოუკიდებელი გზა განვითარების. ზოგიერთი ტრანსნაციონალური კორპორაციების სიძლიერე უტოლდება საშვალო ზომის სახელმწიფოებს მაგალიტად ამერიკული კორპორაციის „General Motors“-ის გაყიდვების მაჩვენებელი უტოლდება მშპ-ს ისეთი ქვეყნების როგორებიც არის შვეიცარია და ავსტრია.

თუ სახელმწიფო მოახდენს სწორი გზით კონტოლს ტრანსნაციონალური კორპორაციების მაშინ ისინი მოახდენენ საკამოდ დიდი ბიძგის მირებას ქვეყნის განვითარებისთვის კორპორაციებისგან, ვინაიდან ტრანსნაციონალური კორპორაციაში მუშაობის შედეგად ხდება ინფორმაციული ცოდნის ამაღლება, ასევე ტრანსნაციონალური კორპორაციებში მუშაობა ითვლებიან ერთ-ერთ მაღალ ანაზღაურებად სამსახურად რაც იწვევს ხალხის დაინტერესებას ამ კონპანიის ფილიალსი მუშაობის დაწყების და

ხდება ამ სეგმენტის ზრდის და განვითარების სტიმულირება. ასევე ტრანსნაციონალური კორპორაციების ფუნქციონირება ქვეყნებში იძლევა საშვალებას თანამედროვე ტექნოლოგიების და მეთოდის გამოყენების რაც ასევე ხელს უწყობს ქვეყნის ეკონომიკურ და ტექნოლოგიურ განვითარებას. ქვეყნის განვითარების სიჩქარე და მისი დონე დამოკიდებულია ტრანსნაციონალური კორპორაციების ინვესტიციების დონეზე. რაც უფრო მაღალია ტრანსნაციონალური კორპორაციების დაფინანსების მაცვენებელი მით მაღალია ინოვაციური ტექნოლოგიების ათვისება ქვეყანაში.

მიუხედავად იმისა, რომ ამჟამად ტრანსნაციონალური კორპორაციები ჯერ კიდევ მჭიდროდ უკავშირდება თავიანთი საქმიანობის წარმოებაში სახელმწიფოს და მზარდი გლობალიზაციის პროცესი მალე გამოიწვიოს იმ ფაქტს, რომ ურთიერთდამოკიდებლობას სახელმწიფოებსა და ტრანსნაციონალური კორპორაციებს შორის შეამციროს მინიმალური დონემდე, ნაცვლად იმპერიული სახეკმწიფოების ნანვლად მივიღებთ ამბიციურ ემპერიას ტრანსნაციონალური კორპორაციებს.

ტრანსნაციონალური კორპორაციებს, რომლებიც მოქმედებენ ტერიტორიებზე განვითარებულ ქვეყნების ტერიტორიებზე გააჩნიათ მზარდი გავლენა ეკონომიკასა და პოლიტიკაზე ამ ქვეყნებში. როგორც კი ტრანსნაციონალური კომპანია ნაციონალური ეკონომიკის სტრუქტურად, ისინი ცდილობენ ზეგავლენა მოახდინონ წარმოების პროცესზე, რეალიზაციაზე და პროდუქციის გადანაწილებაზე. ამგვარად, შევდივართ კორპორატიულ ფეოდალიზმის ეპოქაში. თვისება თანამედროვე ტრანსნაციონალური კორპორაციების მდგომარეობს იმაში, რომ ისინი, იყენებენ “ორმაგი სტანდარტს”: ერთის მხრივ, ტრანსნაციონალური კორპორაციები, რომლებიც დაინტერესებულნი არიან შემდგომი ლიბერალიზაციის და დემოკრატიზაციით გლობალურ ეკონომიკურ სივრცის, მეორეს მხრივ, კანონი თავისუფალ ბაზარის შესახებ რომელიც მოქმედებს გლობალური მამტაბით მსოფლიო ბაზარზე, არ მუშაობს ტრანსნაციონალური კორპორაციების ფარგლებში, სადაც დაგეგმილი ეკონომიკა ხორციელდება განსაზღვრული ფასებით. ასეთი ფასების სტრუქტურა ტრანსნაციონალური კორპორაციებში არ

განისაზღვრება მიწოდებით და მთხოვნილებით (საბაზრო ღირებულება) და მისი შექმნა ხდება ხელოვნურად ხშირად გამოიყენება წინასწარი გათვლები პროდუქტების, რომლებიც მონოდებულია ტრანსნაციონალური კორპორაციის ერთ-ერთი ფილიალის მიერ და რომელიც მდებარეობს ქვეყნის ტრანსნაციონალური კორპორაციები ზოგადი ფუნქციებით და სტრუქტურებით თითქმის იდენტურები არიან, მაგრამ თითოეულ მათგანს გააჩნიათ განსხვავებული მეთოდები და მენეჯმენტის თავისებური ხედვა. ყველაზე თვალსაჩინო მაგალითი არის იაპონური კორპორაციები და მათი მენეჯმენტი,

მსოფლიოს მრავალ ქვეყანაში იაპონური კომპანიები წარმატებით ოპერირებენ. აბანდებენ ინვესტიციებს, ნერგავენ უახლეს ტექნოლოგიებს და ახალი ტიპის მენეჯერულ სისტემებს, რომლებიც აპრობირებულია იაპონიაში. იაპონიამ როგორც მწირი ბუნებრივი რესურსების მქონე ქვეყანამ, ეფექტურად გამოიყენა საკუთარი ადამიანური რესურსები და შეძლო მეცნიერულად გააზრებული, სწორი მართვით, მეორე მსოფლიო ომის უმძიმესი მემკვიდრეობის გადალახვა და ბიზნესის არნახული აღორძინება მოახდინა დროის მოკლე პერიოდში. იაპონური მენეჯმენტი ღირებული გახდა მსოფლიოში და მრავალმა უცხოურმა კომპანიამ დაიწყო მისი გადმოღება და დანერგვა. ინოვაციური იაპონური მენეჯმენტის იმპორტს ხელს უწყობდნენ ადგილობრივი ქვეყნების მთავრობები, რადგან ამ გზით ისინი დაინტერესებულნი იყვნენ სრულყოფილად ადგილობრივი წარმოება. შეექმნათ კონკურენტუნარიანი პროდუქცია და ბაზარზე დანერგვით ხელი შეეწყობა ქვეყნის ეკონომიკურ გაძლიერებისთვის. ეს პროცესები დღესაც ინტენსიურად მიმდინარეობს მრავალ ქვეყანაში.

დასავლეთის სამეცნიერო ლიტერატურაში იაპონური მენეჯმენტის საკითხების შესწავლას მრავალი ნაშრომი მიეძღვნა და წლების განმავლობაში მიმდინარეობს დებატები ამ თემაზე. არის თუ არა იაპონური მენეჯმენტის გამოცდილება ადპტირებადი სხვა ქვეყნებში.

სამეცნიერო საზოგადოებაში ჩამოყალიბდა მკვლევართა სამი სკოლა, რომლებიც შეისწავლიან იაპონური მენეჯმენტის საზღვარგარეთ გადატანის შესაძლებლობებს. პირველ სკოლას წარმოადგენენ ფსიქოლოგები, სოციოფსიქოლოგები და ანთროპოლოგები, ე.წ. კულტურული სკოლა. იგი განიხილავს ტრანსნაციონალურ კორპორაციებს, რომლებიც ნერგავენ იაპონურ

მენეჯმენტს საკუთარ საზღვარგარეთულ ფილიალებში. კულტურული სკოლა იცავს პოზიციას, რომლის თანახმად, კომპანიაში იაპონური კადრები გუნდურად – მცირე ჯგუფებად, შრომობენ. ისინი საერთო ღირებულებებს და ფასეულობებს იზიარებენ, ამიტომ მართვის იაპონური მეთოდოლოგია სწორედ მათთვის კარგად გასაგები და ჩვეული იაპონური ტრადიციული ელემენტებისგან შედგება, რაც იაპონური მენეჯმენტის უნიკალურობას გამოხატავს. კულტურული სკოლა აღნიშნავს, რომ უკიდურესად ძნელია, იაპონური მენეჯმენტის გადატანა სხვა ქვეყნებში, რადგან არსებობს მკვეთრი კულტურული განსხვავებები. მაგალითად, თუ იაპონელი დასაქმებულები უფრო გუნდური ორიენტაციის და ჰომოგენურები არიან საქმიანობაში, ამერიკელები გამოირჩევიან მეტი ინდივიდუალიზმით.

მეორე სკოლას უმეტესად განეკუთვნებიან ეკონომისტები და ორგანიზაციის შემსწავლელი სოციოლოგები. მას უწოდებენ რაციონალისტურ სკოლას. წინა სკოლის მიმდევრებისგან განსხვავებით, რომლებიც ყურადღებას ამახვილებენ კულტურულ სპეციფიკაზე, ფოკუსირებას ახდენენ იაპონური მენეჯმენტის უნივერსალურ ასპექტებზე და აღნიშნავენ, რომ მართვის ეს ტექნიკა და მეთოდოლოგია ჩამოყალიბდა იაპონიაში როგორც ინდუსტრიალიზაციისა და წარმოების ახალი ტექნოლოგიების საფუძველზე წარმოშობილი მწვავე კონკურენციის გამონეგებზე პასუხი. ამ სკოლის მომხრეები ამტკიცებენ, რომ როცა არსებობს შესატყვისი პირობები, იაპონური მენეჯმენტის მეთოდოლოგია და პრაქტიკა შეიძლება იქნეს გამოყენებული სხვა ქვეყანაშიც, მიუხედავად კომპანიის გეოგრაფიული მდებარეობისა.

მესამე სკოლა, რომელიც იკვლევს იაპონური მენეჯმენტის საკითხებს, ცნობილია ტექნოლოგიური სკოლის სახელწოდებით. იგი ფოკუსირებულია იმაზე, თუ რა შეიძლება მოხდეს ან რა უნდა შეიცვალოს იაპონური მენეჯმენტის მეთოდოლოგიაში ნაწარმის წარმოების ტექნოლოგიური პროცესებისა და ხარისხის კონტროლის მეთოდის გადატანისას მოცემულ ქვეყანაში.

იაპონიის თვალსაჩინო მიღწევებს საფუძველად უდევს ქვეყნის ეკონომიკური განვითარების ერთიანი მართვის სტრატეგია, რომელიც უპირობოდ ემსახურებოდა იაპონიის განვითარების მიზნებს მისი ეკონომიკის ყველა სფეროში.

გამოჩენილი იაპონელი მკვლევარი კ. ოჰმაე აღნიშნავს: „იაპონური მართვის სისტემა არ წარმოადგენს იაპონური ტრადიციების შედეგს, არ-

ამედ არის პრაგმატული მექანიზმი რომელიც არსებობს სულ რაღაც 35 წელი“.

თანამედროვე იაპონური მართვის მეთოდოლოგია იაპონიაში ნელ-ნელა ჩამოყალიბდა. ოკუპირებულ იაპონიაში ომის პერიოდის მრავალი სანარმოს მმართველი განთავისუფლებული იქნა პოსტიდან ამერიკული ადმინისტრაციის მიერ (მასიურად ჩატარდა ე.წ. „საკადრო წმენდა“). მათ ბრალად ედებოდათ ფაშისტურ რეჟიმთან თანამშრომლობა. გარკვეული პერიოდის განმავლობაში ქვეყანა დარჩა გამოცდილი და კვალიფიციური ხელმძღვანელი კადრების გარეშე. იაპონური ინდუსტრიის აღორძინება მთლიანად ახალგაზრდა ადმინისტრატორებს დააწვიათ მხრებზე. ამ პერიოდისთვის იაპონელი ბიზნეს ლიდერებისთვის ნათელი გახდა, თუ რაოდენ დიდი სოციალური პასუხისმგებლობა გააჩნდათ საზოგადოების წინაშე.

დღევანდელი გლობალიზაციის პირობებში ინოვაციური, კონკურენტუნარიანი სანარმოთა ფუნქციონირება და განვითარება წარმოუდგენელია თანამედროვე ინოვაციური მენეჯმენტის გამოყენების გარეშე. საქართველოში ეკონომიკის განვითარება დამოკიდებული ხდება იმაზე, თუ რამდენად სრულყოფილი და აპრობირებულად არის დანერგილი მართვის სისტემები და მენე-

ჯმენტი ბიზნესში. ამ თვალსაზრისით, იაპონურ მენეჯმენტის ტრანსფერი და ადაპტირება საქართველოში მნიშვნელოვნად შეუწყობს ხელს ბიზნესის განვითარებას და ეკონომიკის სრულყოფას. ეს თემა ახალი არ არის მსოფლიოსთვის, მაგრამ აქტუალურია საქართველოსთვის, რადგან დიდი ხანი არ არის რაც სანარმოებმა დაიწყეს ინოვაციური მენეჯმენტის სხვადასხვა მეთოდების დანერგვა. მათ სჭირდებათ შემდგომი დახვეწა და ახალი მეთოდების შემოღება იმისათვის, რომ საქართველომ თავი დაიმკვიდროს გლობალურ ეკონომიკურ სივრცეში

დასკვნა

ნაშრომში განხილულია ტრანსნაციონალური კორპორაციების ჩამოყალიბების და განვითარების ეტაპები, სადაც ნათლად ჩანს რა გზა განვლეს დღევანდელი მდგომარეობის მისაღწევად. თუ რა გავლენას ახდენენ ტრანსნაციონალური კორპორაციების მსოფლიო ბაზარზე და ქვეყნების შიდა ბაზარზე სადაც ისინი ფუნქციონირებენ ქვეყნის ეკონომიკურ და სოციოლოგიურ განვითარებაში და რა უპირატესობები გააჩნიათ ტრანსნაციონალურ კორპორაციებს პროდუქციის წარმოებასა და ტექნოლოგიური განვითარებაში.

ლიტერატურა/REFERENCES

- [1]. **ბარათაშვილი ე.**, ლიდერობა და გუნდური მუშაობა მენეჯმენტის ეფექტურობის განმსაზღვრელი, ჟურნალი „სოციალური ეკონომიკა“, 2009, №2.
- [2]. **ბარათაშვილი ე.**, ინოვაციური მენეჯმენტის რეგიონული ასპექტები, ჟურნალი „სოციალური ეკონომიკა“, 2012, №1.
- [3]. **ბარათაშვილი ე., გარიკაშვილი ლ., ოთინაშვილი რ., აბრალაშვილი ა...** ბიზნესის ქსელური ორგანიზაცია: კლასტერული მენეჯმენტი და უსაფრთხოება, საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი, თბილისი, 2013.
- [4]. **გუგუშვილი მ.** პერსონალის მართვა იაპონიაში, თბილისი, 2004.
- [5]. **იაშვილი ი.**, შრომა და შრომითი ურთიერთობა იაპონიაში, ჟურნალი „სოციალური ეკონომიკა“, 2010, №5.
- [6]. **შენგალია, თ.**, საერთაშორისო მენეჯმენტი: სტრატეგიული შესაძლებლობები და კულტურული გამოწვევები, თბილისი, ახალი საქართველო, 2012
- [7]. **Abo T.**, Hybrid Factory: The Japanese Production System in the United States, Oxford University Press, New York, NY. 1994.
- [8]. **Anthony Inman R., David A.** Victor. Japanese Management (revised by Gerhard Plenert) 2011.
- [9]. **Balaur, V.** Marketing, 2nd Ed., Bucuresti, Ed. Uranus, 2002
- [10]. **AdascăliŃei, V.** Euromarketing, 2nd Ed., Bucuresti, Ed. Uranus, 2005
- [11]. State, I. Marketing internaŃional, Brasov, Ed. UniversităŃii Transilvania, 2003
- [12]. **Stanciu, V.** Marketing internaŃional - de la tradiŃional la global, Bucuresti, Ed. Economică, 2001.