

2.2 ორგანიზაციის მეორე დონის კანონები

კომპოზიციის და პროპორციულობის კანონი

ორგანიზაცია ერთიან, მთლიან განვითარებად ობიექტს წარმოადგენს და მისთვის დამახასიათებელია გაერთიანებისაკენ სწრაფვა.

სხვადასხვა დონის გაერთიანების ფორმირება კომპოზიციისა და პროპორციულობის კანონის შესაბამისად ხდება. ეს კანონი ამტკიცებს, რომ ერთი მიზნის მიღწევის პირობებში ორგანიზაციებში არსებობს მყარი გაერთიანებების შექმნის ობიექტური ტენდენცია პროპორციულობის და შეთანაწყობის პრინციპების დაცვით.

ეს ტენდენცია, უპირველეს ყოვლისა, თავს იჩენს ორგანიზაციების მიერ ოპტიმალური სტრუქტურისა და სასურველი სამოქმედო გარემოს არჩევის დროს. არჩევის მისწრაფება და სურვილი განსაკუთრებით დამახასიათებელია ეკონომიკური და პოლიტიკური საქმიანობის გლობალიზაციის პირობებში მოქმედი (მომუშავე) თანამედროვე ორგანიზაციებისათვის. ამ ფონზე აშკარად მიმდინარეობს „მსოფლიო მასშტაბის“ ორგანიზაციების ფორმირება, რომელთაც ზეორგანიზაციებს უწოდებენ. მათი გავლენა და რეგულირება ვრცელდება ისეთ დიდ ორგანიზაციულ სისტემებზე, როგორც არის სახელმწიფო.

ზეორგანიზაციების შექმნა XIX საუკუნის ბოლოს დაიწყო. მსოფლიო დონის ერთ-ერთი ასეთი საერთაშორისო ორგანიზაცია იყო 1864-1876 წლებში მოქმედი პირველი ინტერნაციონალი (პროლეტარიატის საერთაშორისო ორგანიზაცია). მისი დამფუძნებლები და ხელმძღვანელები იყვნენ კ. მარქსი და ფ. ენგელსი. ამ ორგანიზაციის ბაზაზე 1889 წელს დაფუძნდა მეორე ინტერნაციონალი – მუშათა პარტიების საერთაშორისო გაერთიანება. უფრო მოგვიანებით, კერძოდ, 1919 წელს შეიქმნა მესამე (კომუნისტური), ხოლო 1938 წელს მეოთხე (ტროცკისტული) ინტერნაციონალი.

მეორე მსოფლიო ომის შემდეგ დაარსდა გაერთიანებული ერების ორგანიზაცია (გაერო). ეს ორგანიზაცია არეგულირებს აქტუალურ საერთაშორისო პოლიტიკურ პრობლემებს. ამავე პერიოდში შეიქმნა იუნესკო (განათლების, კულტურისა და მეცნიერების საკითხებში გაერთიანებული ერების ორგანიზაცია). იუნესკოს საქმიანობის სფერო მეტად ფართოა: ადამიანთა უფლებების დაცვა, ეროვნული კადრების მომზადება, ეროვნული კულტურის შესწავლა, სოციალური მეცნიერების განვითარება, ბიოსფეროს, ოკეანოგრაფიის განვითარება და ა.შ.

1949 წელს საფუძველი ჩაეყარა სამხედრო-პოლიტიკურ გაერთიანებას – ნატო, რომელმაც განსაკუთრებული როლი შეასრულა „ცივი ომის“ წლებში.

ასეთ ორგანიზაციათა რიცხვს მიეკუთვნება ევროპის ეკონომიკური თანამშრომლობისა და განვითარების ორგანიზაცია, მსოფლიო სავაჭრო ორგანიზაცია და მრავალი სხვა.

რაც შეეხება საქმიან ორგანიზაციებს, მათთან მიმართებაში კომპოზიციისა და პროპორციულობის კანონი კეთილსინდისიერ და პატიოსან პარტნიორებთან თანამშრომლობისკენ მისწრაფებაში გამოიხატება. თუ ორგანიზაცია პროდუქციის მწარმოებელი საწარმოა, მას ასეთ პარტნიორებად აუცილებლად ეყოლება მასალა-ნედლეულის და მაკომპლექტებელი ნაწილების მიმწოდებლები, პროდუქციის გამსაღებელი ორგანიზაციები და სხვ. მთელი ეს გაერთიანებული ორგანიზაციული სისტემა მისი შემადგენელი ნაწილების პროპორციულობის პრინციპს ემყარება.

ბაზრის გარკვეული სექტორის დაპყრობასა და განვითარებასთან ერთად საქმიანი ორგანიზაციის კავშირები არა მარტო პარტნიორებთან, არამედ პროდუქციის მყიდველებთან და თვით კონკურენტ საწარმოებთანაც ყალიბდება. კონკურენტებთან ურთიერთობები არ უნდა იყოს ანტაგონისტური ხასიათის, რადგანაც ეს ზრდის რისკს და ორივე მხრიდან ამწვავებს ურთიერთობებს. სასურველია, რომ პოტენციური კონკურენტები იქცნენ პარტნიორებად და მეგობრებად.

მუშაობის ოპტიმალურ რეჟიმზე საქმიანი ორგანიზაციის გადაწყობა, რომელიც ითვალისწინებს ძალისხმევის გაერთიანებას და მყარი ყოფითი გარემოს შექმნას, ობიექტურ ხასიათს ატარებს. ორგანიზაციის მმართველობითი რგოლის ამოცანაა დაახქაროს ეს პროცესი მცირე მატერიალური და ინტელექტუალური დანახარჯებით. ამ პროცესის მიმდინარეობისას წარმოიქმნება რთული ტიპის საქმიანი გაერთიანებები, რომლებიც ასევე **ზეორგანიზაციებად** იწოდებიან.

ასეთებია საფინანსო-სამრეწველო ჯგუფები, საფინანსო და სადაზღვევო პოლუსები, პოლდინგები, კორპორაციები, კლასტერები და სხვ. საქმიან ორგანიზაციებს გაერთიანების შექმნისაკენ უბიძგებს დამატებითი მოგების მიღება, დანახარჯებისა და რისკების შემცირება, მყარი, დაცული ყოფითი გარემოს შექმნა. ამის გარდა, გაერთიანებულ ორგანიზაციაში წყდება ისეთი კორპორაციული საკითხები, როგორცაა: სამუშაოების პროპორციული განაწილება და ერთობლივი დაგეგმვა, ფინანსური და მატერიალური რესურსების კონსოლიდაცია, საერთო პროექტების რეალიზაცია, ახალი ტექნოლოგიების ათვისება.

საქმიანი ორგანიზაციების ზემოთ ჩამოთვლილი გაერთიანებებიდან ყველაზე საინტერესოა კლასტერი. მასში ფუნქციონირებს სხვადასხვა პროფილის და, ამასთან, ბაზრის ერთი ან რამდენიმე სექტორის მომსახურე ორგანიზაცია.

საფინანსო-სამრეწველო ჯგუფებისაგან განსხვავებით (რომლის ორგანიზაციას საფუძვლად უდევს ერთიანი ტექნოლოგიური ჯაჭვი და უზრუნველყოფს მთელ საწარმოო პროცესს) კლასტერი წარმოიქმნება იმ ორგანიზაციებისგან, რომლებიც უზრუნველყოფენ პროდუქციის რეალიზაციას. მაშასადამე, კლასტერის მიზანია წარმოებული პროდუქციის მომხმარებელამდე დაყვანა მინიმალური დანახარჯებით.

ბაზარს თვითრეგულირება ახასიათებს; ე.ი. თვითრეგულირება მისი პრინციპია. ნებისმიერი საქმიანი ორგანიზაციების გაერთიანება ამ პრინციპის დაცვას უნდა უზრუნველყოფდეს პროდუქციის წარმოებით დაწყებული, მთელ ბაზარზე პროდუქციის მომხმარებლისათვის მიწოდებით დამთავრებული. ამა თუ იმ პროდუქციის წარმოების მიზანშეწონილობა ნაკარნახევი უნდა იყოს მყიდველთა მოთხოვნით.

კლასტერის ამოცანათა რიცხვში პროდუქციის რეალიზაციაზე ზრუნვის შეტანა იმას ნიშნავს, რომ ამ გაერთიანების ყველა მონაწილეს აქვს ერთიანი მიზანი და ეს მიზანი არის მომხმარებლის მასობრივი მომსახურება. სწორედ ამის გამო კლასტერის თითოეულ მონაწილეს, მათ შორის მწარმოებლებსაც, რომელთა წარმოებული პროდუქციის რეალიზაციასაც ახდენს კლასტერი, უნდა აქვთ საბაზრო მოთხოვნის ცვლილებაზე ადეკვატური რეაქცია.

მაკროდონეზე კლასტერი არ წარმოადგენს ჩაკეტილ სისტემას. მას აქვს შესასვლელი – ნედლეულის და ნახევარფაბრიკატების მიწოდება პროდუქციის დასამზადებლად და გამოსასვლელი – წარმოებული მზა პროდუქციის ნაკადი.

კლასტერს გარკვეული ფინანსური ურთიერთობები აქვს სახელმწიფოსთან. მისგან სახსრების ნაწილი გადასახადების და სხვადასხვა მოსაკრებლის სახით გადაირიცხება სახელმწიფო ბიუჯეტში.

კლასტერის შინაგან სტრუქტურაში შედის სხვადასხვა პროფილის ორგანიზაციების გაერთიანება. მათ შორისაა ნედლეულის შემსყიდველი ორგანიზაციები და პროდუქციის რეალიზატორები. კლასტერს არ შეუძლია კარგად აწყობილი ფინანსური სისტემის გარეშე ფუნქციონირება, ამიტომ მის სისტემაში შედის ბანკიც. ცხადია, კლასტერი ვერ იარსებებს პროდუქციის (მომსახურების) მწარმოებელ საწარმოთა გარეშეც, სატრანსპორტო-საექსპედიციო სამსახურების გარეშე და ა.შ.

კლასტერს დივიზიური მართვის სქემით მართავენ. საერთო ამოცანების გადაწყვეტა ხდება კოლექტივობის პრინციპით; რაც შეეხება თითოეული ორგანიზაციის შიგნით კონკრეტული ამოცანების მართვას, იგი ხდება ადმინისტრაციული პრინციპით. კლასტერების მუშაობის მსოფლიო პოლიტიკამ დაადასტურა ასეთი მართვის მაქსიმალური ეფექტიანობა. მართლაც, ერთ ადამიანს, ცხადია, არ შეუძლია მსხვილი და თუნდაც საშუალო სიდიდის გაერთიანების

მართვა. ამ შემთხვევაში ყველაზე უპრიანია დივიზიური მართვა, ანუ გაერთიანებაში შემავალი დამოუკიდებელი იურიდიული ორგანიზაციების ხელმძღვანელთა აზრის გათვალისწინება.

კლასტერში ცენტრალური აღმასრულებელი ორგანო არის დირექტორთა საბჭო. მასში შედის კლასტერში გაერთიანებული ყველა ორგანიზაციის ხელმძღვანელი. დირექტორთა ურთიერთობა რეგულირდება საბჭოს მიერ მიღებული წესდებით, რომელსაც ამტკიცებს კლასტერის პრეზიდენტი. პრეზიდენტის მოვალეობაა კლასტერში შემავალი ყველა ორგანიზაციის ფინანსური მდგომარეობისა და ინფორმაციათა გაცვლის კონტროლი. დანარჩენ საქმეში ეს ორგანიზაციები დამოუკიდებლები არიან.

კლასტერს აქვს მონაცემთა ცენტრალური ბაზა, რომლის ორგანიზაციას ახდენს ცენტრალური მართვის აპარატი. ამ ბაზიდან თითოეულ მენეჯერს დასაბუთებული და ოპერატიული გადაწყვეტილების მისაღებად შეუძლია მიიღოს ინფორმაცია.

ინფორმირებულობის და მოწესრიგებულობის კანონი

თანამედროვე პერიოდში სახელმწიფოთა განვითარების დონე დამოკიდებულია არა მარტო მათი ეკონომიკური და ბუნებრივი რესურსების მოცულობაზე, არამედ იმ ინფორმაციულ გარემოზე, რომელშიც იგი იმყოფება.

ინფორმაციული გარემოს ელემენტებია ცოდნა, რომელსაც ფლობს ადამიანი, საერთო და პოლიტიკური კულტურისა და მორალის ნორმები; ცალკეულ ადამიანთა, ადამიანთა ჯგუფებსა და ორგანიზაციებს შორის ინფორმაციის გაცვლის კავშირები და მრავალი სხვა.

ინფორმირებულობისა და მოწესრიგებულობის კანონი ამტკიცებს, რომ რაც მეტ ინფორმაციას ფლობს ორგანიზაცია შიგა და გარე სამყაროზე, მით უფრო მაღალია მისი მდგრადი ფუნქციონირების (თვითგადარჩენის, თვითშენარჩუნების) ალბათობა.

ინფორმაციის **სისრულეს** იმ ინფორმაციული სივრცის რესურსებთან ხელმისაწვდომობა განსაზღვრავს, რომელშიც მოქმედებს ორგანიზაცია. მნიშვნელოვანი ფაქტორია აგრეთვე შიგა და გარე კომუნიკაციური კავშირები. თანამედროვე პირობებში ორგანიზაციებს დიდი მოცულობის ინფორმაციის მიღება შეუძლიათ. ორგანიზაციის მენეჯერსაც ასევე ნებისმიერ საკითხზე შეუძლია მიიღოს ამომწურავი ინფორმაცია. ორგანიზაციის ინფორმაციული „შიმშილი“ მხოლოდ მაშინაა მოსალოდნელი, თუ იგი იძუნწებს და არ გამოყოფს საჭირო სახსრებს ინფორმაციის მოსაპოვებლად. თუმცა, ისიც უნდა აღინიშნოს, რომ მძაფრი კონკურენციული ბრძოლის პირობებში, ორგანიზაციების მუშაობის შესახებ მრავალი

სახის ინფორმაცია კონფიდენციალური გახდება და მისი მოპოვება არა თუ გარეშე ორგანიზაციის, არამედ თვით მოცემული ორგანიზაციის თანამშრომლებისთვისაც კი ხელმისაწვდომი არ იქნება.

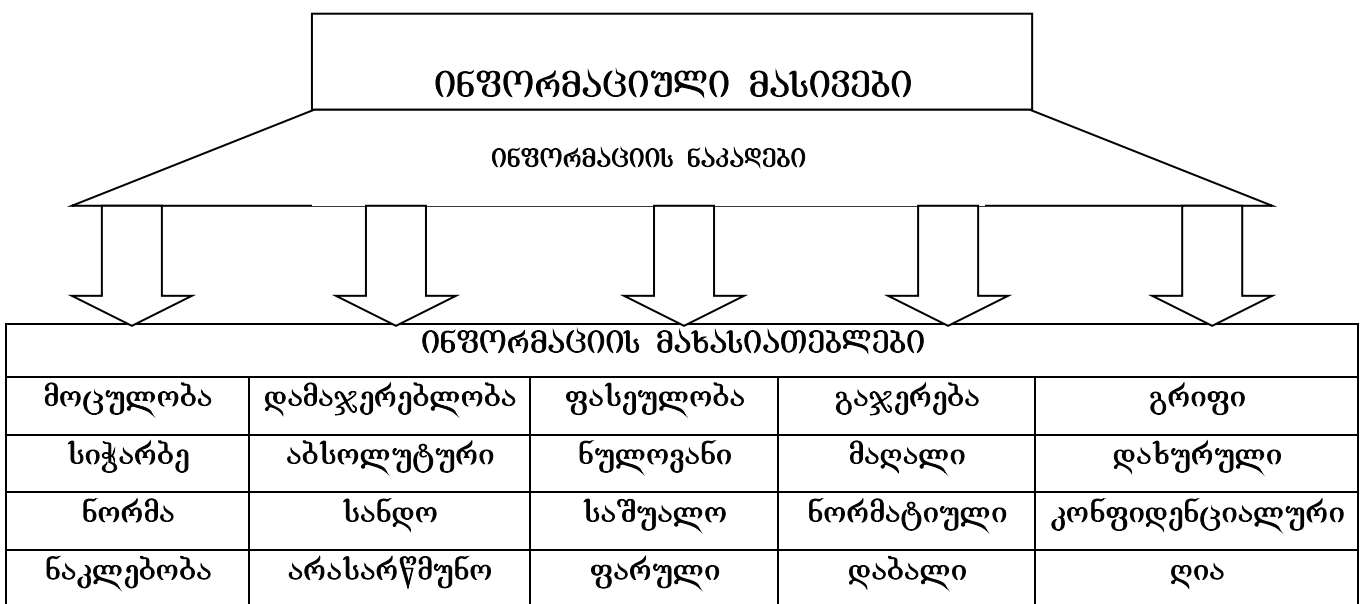
ინფორმაციის ძირითადი მომხმარებელი ორგანიზაციაში არის მისი მართვის სისტემა. დიდი მოცულობის ინფორმაციის არსებობა არ ნიშნავს იმას, რომ იგი ეფექტიანად იქნება გამოყენებული ორგანიზაციის საქმიანობაში. ორგანიზაციის მართვის სისტემამ საჭიროა ინფორმაციის საერთო ნაკადიდან შეარჩიოს მხოლოდ ის ინფორმაცია, რომელიც შეესაბამება ორგანიზაციის მიზნებს. ამისათვის უპირველესად მთელი ხელმისაწვდომი ინფორმაცია მიზნობრივი ნიშნით უნდა მოწესრიგდეს.

პირველ ეტაპად ინფორმაციის სტრუქტურირებისას (მოწესრიგებისას) მიიჩნევა ინფორმაციის საერთო ნაკადიდან ინფორმაციის მიზნის განსაზღვრა და შემდეგ საჭირო ინფორმაციის შერჩევა.

მეორე ეტაპზე ხდება ინფორმაციის დამუშავება და განაწილება მნიშვნელობის ხარისხის მიხედვით. პირველ რიგში ხორციელდება ყველაზე მნიშვნელოვანი ინფორმაციის გაანალიზება და შემდეგ ყველა დაინტერესებულ პირს მიეწოდება.

ინფორმაციის სტრუქტურირების **მესამე ეტაპი** უზრუნველყოფს ინფორმაციის შენახვას. ამ ეტაპზე მუშავდება ნიშნების სისტემა, რომელთა მეშვეობით ხდება საჭირო ინფორმაციის მოძებნა. ერთ-ერთ ასეთ ნიშნად სახელდება ინფორმაციის მნიშვნელობა (ფასეულობა).

ინფორმაციის შეკრების, დამუშავების და სტრუქტურირებისას განსაკუთრებული ყურადღება ექცევა შემდეგ მახასიათებლებს: მოცულობას, დამაჯერებლობას, ფასეულობასა და ინფორმაციის გრიფს (ნახ. 2.3).



ნახ. №2.3. ინფორმაციის მახასიათებლები

ცნობილია, რომ ბიზნესში იმარჯვებს ის, ვინც ინფორმაციას ფლობს, ამიტომ ინფორმაციის ფასს საქმიანი ორგანიზაციისათვის განსაზღვრავს მისი ოპერატიულობა, დამაჯერებლობა და საიმედოობა.

ოპერატიულობა (თავისდროულობა) ინფორმაციის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი მახასიათებელია. დაგვიანებით მიღებული ინფორმაცია იმავე დროს მოძველებულიცაა და, რაღა თქმა უნდა, არ გამოდგება სწორი გადაწყვეტილების მისაღებად.

ინფორმაციის **დამაჯერებლობა** და **საიმედოობა** არ უნდა შეიცავდეს დეზინფორმაციის ელემენტებს. ცრუ ინფორმაციის გამოყენებამ შეიძლება ორგანიზაციის კრახი გამოიწვიოს.

ინფორმაციის დამაჯერებლობის შეფასებისას მიზანშეწონილია იგი სამ კატეგორიად დაიყოს:

- ინფორმაცია მიღებული საძიებელი წყაროებიდან;
- ინფორმაცია მიღებული დამოუკიდებელი წყაროებიდან;
- ინფორმაცია მიღებული არაოფიციალური წყაროებიდან.

პირველი კატეგორიის ინფორმაციას ორგანიზაცია იღებს საჭირო ორგანიზაციის საქმიანობის შესახებ გამოქვეყნებული მასალებიდან – კატალოგებიდან, პროსპექტებიდან, სარეკლამო შეტყობინებებიდან, სტატისტიკური ცნობარებიდან და ა.შ.

მეორე კატეგორიის ინფორმაციას ორგანიზაცია იღებს სამთავრობო ორგანიზაციებიდან, რომლებიც ახორციელებენ იმ ორგანიზაციის (ან ორგანიზაციების) საქმიანობის კონტროლს, რომელიც დაინტერესების ობიექტს წარმოადგენს. ასეთ ორგანოებს მიეკუთვნება: საგადასახადო ორგანოები, აღმასრულებელი ორგანოები და სხვ.

მესამე კატეგორიის ინფორმაცია მიიღება პირადი კონტაქტებით.

პირველი და მეორე კატეგორიის ინფორმაცია ერთმანეთისაგან განსხვავდება არა მარტო შინააარსით, არამედ დამაჯერებლობის დონით. პირველ შემთხვევაში ინფორმაცია უფრო შელამაზებულია და ნაკლებად ჩანს უარყოფითი მხარეები, ამიტომ მისი დამაჯერებლობა მხოლოდ საშუალო დონეზე უნდა შეფასდეს. მეორე კატეგორიის ინფორმაციას როგორც წესი, დამაჯერებლობის მაღალი დონე აქვს.

მესამე კატეგორიის ინფორმაცია არასაიმედოდ იწოდება, თუმცა მისი გამოყენება აუცილებელია ოფიციალური ინფორმაციის გადასამოწმებლად, ანდა დასაზუსტებლად.

თითოეული ორგანიზაცია უნდა ფლობდეს თავისი კონკურენტების, პარტნიორებისა და კლიენტების შესახებ ამომწურავ ინფორმაციას. ამასთან, უნდა

ცდილობდეს, რომ დახურული ინფორმაცია არ მოხვდეს გარეშე პირთა ხელში. ამ თვალსაზრისით ინფორმაციას ეძლევა გრიფი: დახურული, ღია, კონფიდენციალური.

დახურულ ინფორმაციას მიეკუთვნება საიდუმლო, სრულიად საიდუმლო და განსაკუთრებული მნიშვნელობის ინფორმაცია. დახურული ინფორმაციის გაგრძელება ისჯება კანონით. კონფიდენციალურ ინფორმაციად ითვლება სამსახურეობრივი სარგებლობის ინფორმაცია.

* ინფორმაცია არსებობს: ღია, დახურული, სამსახურეობრივი სარგებლობის, საიდუმლო, სრულიად საიდუმლო და განსაკუთრებული მნიშვნელობის.

საქმიანი ორგანიზაციის მიერ გამოყენებული ინფორმაციის ნაკადში გამოყოფენ გარე გარემოსთან ინფორმაციის გაცვლის ნაკადს და ორგანიზაციის შიგა კომუნიკაციურ ინფორმაციებს.

ინფორმაციის პირველ ნაკადში ორი მნიშვნელოვანი სახის ინფორმაცია არის თავმოყრილი, ესენია: **შესასვლელი და გამოსასვლელი ინფორმაციები.**

შესასვლელი ინფორმაცია ასახავს ბაზრის სტრუქტურას, სახელმწიფო ორგანოების საქმიანობას და საზოგადოების სოციალურ-ეკონომიკურ მდგომარეობას.

ბაზრის სტრუქტურის შესახებ ორგანიზაციაში შემოსული ინფორმაცია შემდეგი თანმიმდევრობით უნდა დამუშავდეს:

- ბაზრის მოთხოვნილებების განსაზღვრა;
- იმ საქონლისა და მომსახურების განსაზღვრა, რომლითაც შესაძლებელია ბაზრის მომსახურების დაკმაყოფილება;
- კონკურენტების შესახებ ინფორმაციის შეკრება და ანალიზი;
- სარეალიზაციოდ არჩეული საქონლის და მომხმარებლის კონკურენტუნარიანობის შეფასება;
- არჩეული საქონელისა და მომსახურების ნაკრების სამომხმარებლო ხარისხის და შემოსავლიანობის შეფასება;
- საიმედო მიმწოდებლის მოძიება;
- საქონელზე და მომხმარებელზე მომსახურების მოთხოვნის დაკმაყოფილება;
- ისეთი რეკლამის ორგანიზაცია, რომელიც უზრუნველყოფს ბაზრისთვის მიწოდებულ საქონელზე მოსახლეობის მოთხოვნის გაზრდას.

გამოსასვლელი ინფორმაცია ორგანიზაციას ბაზარზე შესვლაში ეხმარება. ამ მიზნით გამოიყენება რეკლამა. რეკლამა მჭიდროდაა დაკავშირებული ორგანიზაციის იმიჯთან, რადგანაც სარეკლამო ტექსტი სწორედ ორგანიზაციის იმიჯს უწევს

აგიტაციას. რეკლამის მიზანია იმიჯის ფორმირებასთან ერთად მომხმარებლისთვის საჭირო ინფორმაციის მიწოდებაც. ამასთან, რეკლამა ადამიანებში ნდობას უნდა იწვევდეს. იმიჯის შექმნისას ორგანიზაციამ ორიენტირება საქმიანობის იმ საკითხზე უნდა მოახდინოს, რომელიც მისთვის ძირითადია. სწორედ საქმიანობის დაკონკრეტება ამცირებს ორგანიზაციაში სარეკლამო ხარჯებს.

ობიექტური და სარწმუნო გამოსასვლელი ინფორმაციის ძირითად წყაროს წარმოადგენს სტატიკური, ბუღალტრული და ფინანსური ანგარიშსწორებები, რომლებიც სახელმწიფო სტანდარტების შესაბამისად არის შედგენილი. გამოსასვლელი ინფორმაციის გავრცელებას ხელს უწყობს პარტნიორებთან და კლიენტებთან მოლაპარაკებების გზით ინფორმაციის ორმხრივი გაცვლა, პრეზენტაციები, გამოფენებში მონაწილეობა და სხვა.

მოლაპარაკებებით რამდენიმე დაინტერესებული პირი ცდილობს მიაღწიოს შეთანხმებას. მოლაპარაკებების პროცესში ორ ან ორზე მეტ ორგანიზაციას სურს საკითხი გადაწყვიტოს თავისი ინტერესების სასარგებლოდ.

პრაქტიკულად ვერ ხერხდება ისე, რომ მოლაპარაკების დროს მიღებული გადაწყვეტილება ყველა მონაწილისათვის პოზიტიური იყოს. ამიტომ მიმართავენ კომპრომისულ ვარიანტს, რომელიც რა თქმა უნდა, მაქსიმალურ სარგებელს არ აძლევს მოლაპარაკების მხარეებს.

გამოფენები სარეკლამო კომპანიის ნაწილია და მისი მიზანია ორგანიზაციის იმიჯის შექმნა და ბაზარზე წარმატება. ამ საქმიანობის უმნიშვნელოვანესი დეტალია გამოფენის სხვა მონაწილეებთან სრულყოფილი ინფორმაციის გაცვლა. გამოფენა ორგანიზაციას არა მარტო თავის გამოჩენის საშუალებას აძლევს, არამედ დაანახებს სხვა ორგანიზაციების მუშაობით მიღებულ გამოცდილებას და მათთან კონტაქტის დამყარების სურვილს უჩენს.

პრეზენტაციები როგორც წესი, ეწყობა ორგანიზაციის მუშაობის დასაწყისში, ანდა ახალი საქმიანობის დაწყებისას. გარდა ამისა, მთელი რიგი ტურისტული და შოუბიზნესის ფირმები, მანქანებით მოვაჭრენი და სხვანი, წელიწადში ერთხელ ატარებენ პრეზენტაციებს. პრეზენტაციაზე იწვევენ ორგანიზაციის დამფუძნებლებს, ძირითად ინვესტორებს, არსებულ და პოტენციურ პარტნიორებს. პრეზენტაცია, ისე როგორც გამოფენა, სარეკლამო კომპანიის შემადგენელი ელემენტია და იძლევა ორმხრივი სრულყოფილი ინფორმაციის გაცვლის საშუალებას.

ორგანიზაციის შიგა ინფორმაციის ნაკადები. ორგანიზაციის შიგნით არსებობს აღმაავალი და დაღმაავალი ინფორმაციის ნაკადები, ანუ ზევიდან ქვევით მიმავალი (დაღმაავალი) და ქვევიდან ზევით მიმავალი (აღმაავალი). ორივე მათგანი მიეკუთვნება ვერტიკალურ კომუნიკაციებს. ორგანიზაციის იერარქიული სტრუქტურის ერთი დონის ცალკეულ ქვეგანყოფილებებს შორის ინფორმაციის გაცვლაც ჰორიზონტალური

კომუნიკაციაა. ორგანიზაციებში ინფორმაციის გაცვლა ხდება აგრეთვე არაფორმალურ ჯგუფებსა და პიროვნებებს შორისაც.

ორგანიზაციაში ინფორმაციული ნაკადების კორდინაციისათვის, როგორც წესი, იქმნება სპეციალური საინფორმაციო სამსახური. საინფორმაციო სამსახურის მუშაკები ინახავენ და აწესრიგებენ ინფორმაციას, ახდენენ მის რანჟირებას, ამზადებენ პასუხებს და მონაცემთა სტრუქტურულ ბაზას გადასცემენ ორგანიზაციის ქვეგანყოფილებებში დაგროვილ ინფორმაციას.

ორგანიზაციული სისტემის, კერძოდ, ორგანიზაციის ინფორმაციულ მოწესრიგებულობას მისი სტრუქტურა განსაზღვრავს. იგი ორგანიზაციის ინფორმაციული გარემოს ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი ელემენტია. ეს რომ გავაცნობიეროთ, უნდა წარმოვიდგინოთ თვით ორგანიზაცია, მასში მომუშავე ადამიანები, ფულადი და მატერიალური ფასეულობანი, რომლებიც მართვის გარკვეულ ეტაპებზე რეალურად არსებული ობიექტებიდან ინფორმაციულ მასივებად გარდაიქმნიან და წაეყენებათ სისრულისა და მოწესრიგებულობის მოთხოვნა.

ეს მომენტი ძალიან ნათლად ჩანს ავტომატიზებული სისტემების გამოყენებით მმართველობითი გადაწყვეტილებების მიღებისას ანდა გამოთვლით მოდულებზე მუშაობისას. ამ შემთხვევაში რეალური ობიექტი ფაილების სახით აისახება, რომელშიც თითოეული ობიექტი ანდა პროცესი წარმოადგენს ნულების და ერთების მონაცვლეობას. ამიტომ არა თუ ორგანიზაციის სამეურნეო-საფინანსო საქმიანობა, არამედ მისი სტრუქტურაც, როგორც ინფორმაციული ობიექტი, უნდა აკმაყოფილებდეს ინფორმირებულობის და მოწესრიგებულობის კანონის მოთხოვნას.

ინფორმირებულობა იმას ნიშნავს, რომ ობიექტის ინფორმაციული აღწერილობა ამომწურავი უნდა იყოს, მაგრამ ესეც არ არის საკმარისი, ორგანიზაციაში უნდა სუფევდეს მკაცრი ორგანიზაციული წესრიგი, ანუ იგი უნდა გამოირჩეოდეს კარგად აწყობილი ორგანიზაციული სტრუქტურით. ამის გარეშე ორგანიზაცია უმართავი იქნება. ორგანიზაციის სტრუქტურაში გათვალისწინებული უნდა იყოს ყველა საჭირო განყოფილება, რომლებიც მიზნის მიღწევას უზრუნველყოფენ. თუ ეს მითითებული პირობები არ შესრულდა, მაშინ ორგანიზაციის შესახებ ინფორმაცია არ იქნება სრული და ინფორმირებულობის მოთხოვნა შეუსრულებელი დარჩება.

ინფორმაციული წესრიგი დამოუკიდებელი ობიექტია. ორგანიზაციაში შეიძლება შეიცვალოს ხელმძღვანელი, ახლიდან ჩამოყალიბდეს კოლექტივი, მაგრამ ინფორმაციული წესრიგის პირობებში მაინც ნორმალურად გაგრძელდება მუშაობა. თუმცა მისი როლის მნიშვნელობის გაზვიადება მაინც არ შეიძლება. ინფორმაციული წესრიგის შესაძლებლობები სრულად მაშინ მჟღავნდება, როცა ორგანიზაციას შესაბამისი მატერიალურ-ტექნიკური ბაზა აქვს და მაღალკვალიფიციური კადრები ჰყავს.

ინფორმირებულობისა და მოწესრიგებულობის კანონის განხილვისას, გვერდს ვერ აუგვლით საქმიანი ორგანიზაციის განვითარებაზე ახალი ინფორმაციული ტექნოლოგიების გავლენის საკითხს.

XX საუკუნის 60-იანი წლების ბოლომდე ეკონომიკის განვითარება ეკონომიკის თეორიის კლასიკოსების კ. მარქსისა და ფ. ენგელსის მიერ შემუშავებული ცნებებით და კანონებით განისაზღვრებოდა. 60-იანი წლებიდან სიტუაცია შეიცვალა. ეკონომისტები მიხვდნენ, რომ მართვის პროცესებში ინფორმაციის და ინფორმაციული პროდუქტების (პროდუქტები, რომლებიც უზრუნველყოფენ მმართველობითი ამოცანის გადაწყვეტას), როგორც დამოუკიდებელი ობიექტების გამოყენება არნახულ ეფექტს იძლევა. უკვე 80-იან წლებში დადგინდა, რომ ქსელურ ინფორმაციულ ტექნოლოგიაზე დაფუძნებული საქონლის წარმოების და რეალიზაციის მართვის პროცედურები, იწვევს სერიოზულ ცვლილებებს მომხმარებლისაკენ საქონლის მოძრაობის ყველა ეტაპზე.

თანამედროვე ქსელური კავშირის, მაგალითად ინტერნეტის, გამოყენება უზრუნველყოფს არა მარტო მსოფლიოს ნებისმიერ კუთხეში განლაგებული ორგანიზაციების შესახებ ინფორმაციის მოპოვებას, არამედ მონაცემთა ცენტრალურ ბაზებთან დაკავშირებას, რომლებიც წარმოადგენენ მოწესრიგებული ინფორმაციის უზარმაზარ საცავებს. ქსელური საშუალებები გვეხმარება როგორც ინფორმაციის მოპოვებაში, ისე ინფორმაციის საკუთარი საცავების შექმნაში, ორგანიზაციის მიზნების შესაბამისად ინფორმაციის სტრუქტურის რეალიზაციაში, სხვა ორგანიზაციებზე ინფორმაციის გადაცემაში და ა.შ. ქსელში შექმნილი ელექტრონული წარმომადგენლობა, რომელიც ორგანიზაციის ვირტუალურ სახეს წარმოადგენს, ხელმისაწვდომია ინტერნეტით მოსარგებლე მსოფლიოს ყველა მცხოვრებისთვის.

მსოფლიოში ელექტრონული კომუნიკაციის საშუალებით ინფორმაციის გავრცელებამ და კავშირის ინფრასტრუქტურის განვითარებამ გამოიწვია გლობალურ ქსელურ კავშირზე დაფუძნებული ინფორმაციული ტექნოლოგიების ახალი სახის შექმნა. ამ ფაქტმა თანამედროვე საბაზრო პირობებში აამაღლა ინფორმირებულობისა და მოწესრიგებულობის კანონის მნიშვნელობა.

უკანასკნელ პერიოდში პროდუქციის (მომხმარებლის) წარმოების და რეალიზაციის სფეროს მატერიალური და ფინანსური ნაკადების მართვის თეორიასა და პრაქტიკაში გამოჩნდა კლასიკური თვალთახედვით გაუგებარი ობიექტები, რომელთა არც შეხება შეიძლება და არც თვალთახედვით დანახვა. მათ ვირტუალური* ორგანიზაციები ეწოდება და დიდი წარმატებით იყენებენ რეალური ადამიანები. საქონლისა და მომსახურების რეალიზაციის მართვაში ქსელური ტექნოლოგიის სწრაფმა განვითარებამ გამოიწვია ისეთი ახალი ცნებების დამკვიდრება, როგორიცაა ელექტრონული კომერცია, ელექტრონული ვაჭრობა, ვირტუალური მაღაზია.

ელექტრონული კომერცია არის ბიზნესის წარმართვა თანამედროვე ინფორმაციულ-კომუნიკაციური ტექნოლოგიების გამოყენებით. ამ დროს კომერციული გარიგება ხდება კომპიუტერული ქსელით, რომლის მეშვეობით საქონელზე (ანდა მომსახურებაზე) საკუთრების უფლება ერთი პირიდან გადაეცემა მეორეს. ამის შესახებ ინფორმაცია საქონლის (მომსახურების) მიმღებს გადაეცემა პირდაპირ.

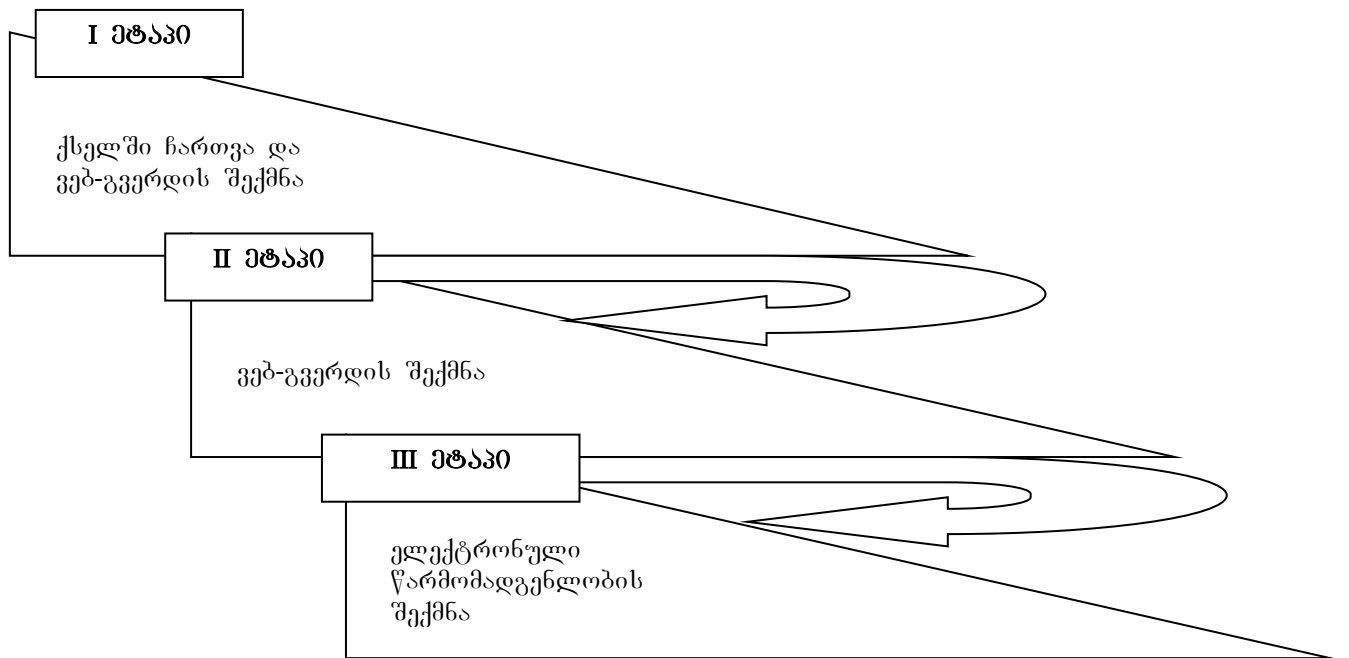
ელექტრონული კომერცია ისე სწრაფად ვითარდება, რომ, ეკონომიკური თანამშრომლობისა და განვითარების ევროპის ასოციაციის პროგნოზით, უახლოეს

* ტერმინი „ვირტუალური“ ინგლისური წარმოშობისაა და სიტყვა-სიტყვით ნიშნავს არარსებულს, წარმოსახვით ობიექტს.

მომავალში ტექნოლოგიებში პროგრესის 80% დაკავშირებული იქნება ელექტრონული კომერციის განვითარებასთან.

ვირტუალური ორგანიზაციის სახეები და რაოდენობა მსოფლიოში დღითიდღე იზრდება. გაჩნდა ვირტუალური ბანკებიც, რომლებიც რეალურ დროში ასრულებენ ყველა საბანკო ოპერაციას.

ქსელური ტექნოლოგიის განვითარებასა და დანერგვაში გამოიყენება სამი ეტაპი (ნახ.2.4).



ნახ.2.4. ორგანიზაციის საქმიანობაში ახალი ინფორმაციული ტექნოლოგიების დანერგვის თანმიმდევრობა

პირველ ეტაპზე ორგანიზაცია ინტერნეტის ქსელში რთავს ერთ-ერთ კომპიუტერს და ქმნის თავის ვებ-გვერდს. ამით ორგანიზაციას საშუალება ეძლევა

ინტერნეტის მომხმარებლებს გააცნოს თავისი თავი, და, თვითონაც გაეცნოს მონაცემთა ბაზას და ისარგებლოს ინტერნეტ-ფოსტით.

მეორე ეტაპზე ხდება ორგანიზაციის საკუთარ სერვერზე ან ინტერნეტ – პროვაიდერის სერვერზე ვებ-გვერდის შექმნა. ამით ხორციელდება ორგანიზაციის პროდუქციის მყიდველებისა და პოტენციური მყიდველების რეგისტრაცია, მათი წინადადებებისა და სურვილების გაცნობა ანკეტის კითხვარის შევსებით. ამ ანკეტების მიხედვით ვეცნობით მომხმარებელს ორგანიზაციის ინტერნეტ-გვერდს პირველივე მონახულებისას.

მესამე ეტაპზე ორგანიზაციის საკუთარ ვებ-სერვერზე ხდება მისი ელექტრონული წარმომადგენლობის შექმნა ელექტრონულ ანგარიშწორების საბანკო სისტემასთან მიბმით. ამ ეტაპზე ორგანიზაცია მაქსიმალურად იყენებს ელექტრონული კომერციის შესაძლებლობებს.

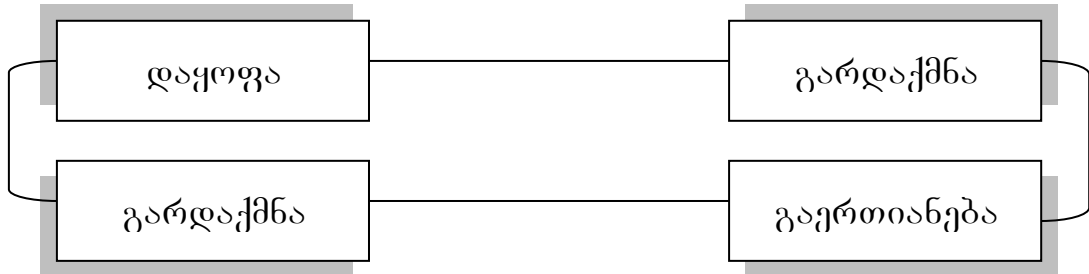
საქმიანი ორგანიზაციების გადასვლა კომერციული საქმიანობის ელექტრონულ მართვაზე მოითხოვს სათანადო ინფრასტრუქტურასაც. მისი სახელებია: ინფრასტრუქტურა „ბიზნესი-ბიზნესი“ (**business to business**), ინფრასტრუქტურა „ბიზნესი-კლიენტი“ (**business to people**) და ინფრასტრუქტურა „ბიზნესი-ადმინისტრაცია“.

ინფრასტრუქტურა „ბიზნესი-ბიზნესი“ გულისხმობს ელექტრონული კავშირის აწყობას მიმწოდებლებთან, დილერებთან და სხვა ბიზნეს-პარტნიორებთან. შეუძლია შიგა ბაზრის სხვადასხვა სექტორისათვის პროდუქციის მიწოდება და სერვისი, შეთავაზებული პროდუქციის ტექნიკურ და ღირებულებით მაჩვენებლებზე მონაცემთა ბაზის შექმნა, შეკვეთების შესრულება დროულად „ზუსტად დროში“ და ა.შ.

ინფრასტრუქტურა „ბიზნესი-კლიენტი“ გამოიყენება კლიენტებთან და ყველა დონის მყიდველებთან ინფორმაციების გაცვლის ელექტრონულ მართვაში. მათ შორისაა: რეკლამა, გაყიდვების ორგანიზაცია, კლიენტებთან მუშაობა. ამ სისტემის საშუალებით შესაძლებელია ყველა მყიდველმა (კლიენტმა) სახლიდან გაუსვლელად იყიდოს მათთვის სასურველი საქონელი ანდა შეასრულოს საბანკო ოპერაცია. ეს ხორციელდება ონლაინ-რეკვიზიტში (ქსელში სადღეღამისოდ ჩართულ) ინტერნეტ-მაღაზიებისა და ინტერნეტ ბანკების მეშვეობით.

ინფრასტრუქტურა „ბიზნესი-ადმინისტრაცია“ უზრუნველყოფს საქმიანი ორგანიზაციების ურთიერთობებს ქალაქის, ოლქის, მხარისა და სხვა რეგიონების მთავრობებთან. ეს ეხება ლიცენზიების მიღებას, საგადასახადო დეკლარაციებს და ა.შ.

ანალიზის და სინთეზის ერთიანობის კანონი ამტკიცებს, რომ ყოველი მატერიალური სისტემა – ცოცხალი ორგანიზმი, სოციალური ორგანიზაცია (საწარმო, სასწავლო დაწესებულება და სხვ.) ისწრაფვის ფუნქციონირების ეკონომიკური რეჟიმისაკენ თავის ფუნქციებისა და სტრუქტურის მუდმივი ცვალებადობის შედეგად. ეს ცვლილებები ხდება შემდეგი ციკლით:



გარდაქმნის სიჩქარე და შედეგი დამოკიდებულია შიგა და გარე ცვლილებების დიაპაზონზე.

ანალიზი (დეკომპოზიცია) არის მთელის დაყოფა ნაწილებად, ანუ რთული ობიექტის მის შემადგენელ მარტივ ობიექტებად დაშლა: მიზეზ-შედეგობრივი კავშირების ანალიზით დგინდება ის აუცილებელი და საკმარისი პირობები, რომელთა მეშვეობით შენარჩუნდება ამ შემადგენელი ნაწილების ურთიერთმოქმედება.

სინთეზი არის ობიექტის მარტივი შემადგენელი ნაწილების ერთ მთელად გაერთიანება. ეს გაერთიანება მათი ურთიერთსაჭიროების და ურთიერთკავშირის საფუძველზე ხდება.

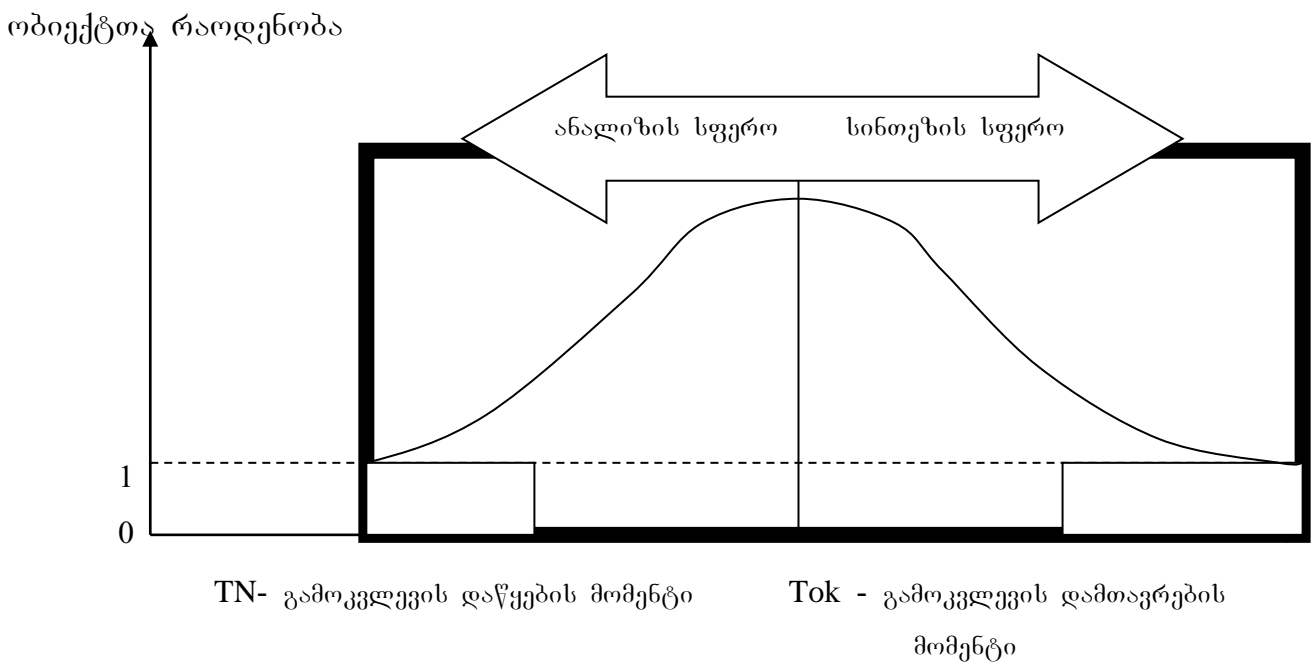
ანალიტიკური მუშაობის სირთულე იმ ელემენტის პოვნაა, რომელ ელემენტამდეც უნდა დაიყოს მთელი ობიექტი. აქ შეიძლება დაგვეხმაროს გამოცდილება და ინტუიცია. მთავარია, რომ დეკომპოზიციის დროს არ დაგვეკარგოს მთელის შემადგენელი ნაწილების უმნიშვნელოვანესი თვისებები. ამასთან, მნიშვნელოვანია ისიც, რომ ორგანიზაციაში ყოველი ქვეგანყოფილება ერთიანი სისტემის ორგანიზაციის ნაწილია, რაც შემსრულებელ-ანალიტიკოსებს უნდა ახსოვდეთ.

დინამიკური ორგანიზაციული სისტემის მართვა ითვალისწინებს გადაწყვეტილების მიღებას და მათ რეალიზაციას. ეს გადაწყვეტილება არის ორგანიზაციის მართვის რგოლსა და კონკრეტული ფუნქციების შემსრულებელ რგოლებს შორის დამაკავშირებელი ელემენტი. გარდა ამისა, მმართველობითი გადაწყვეტილებების მეშვეობით ხდება მმართველობითი სისტემის ცალკეულ რგოლებს შორის კავშირი. ასე რომ, **გადაწყვეტილება** არის ორგანიზაციის რგოლებსა და ელემენტებს (მათ შორის ადამიანებს) შორის, კომუნიკაციის საშუალება.

გადაწყვეტილება ორგანიზაციაში მიიღება ძალაუფლების გადაწილების იერარქიის შესაბამისად. იერარქიის უმაღლესი საფეხურის რგოლები მათდამი დაქვემდებარებული დაბალი საფეხურის რგოლების მართვის გადაწყვეტილებებს იღებენ. მიღებული მმართველობითი გადაწყვეტილებების ეფექტიანობა განსაზღვრავს ორგანიზაციის გადარჩენადობას მძაფრი კონკურენციის პირობებში.

ნებისმიერი დონის მენეჯერის შრომის შედეგი არის მმართველობითი გადაწყვეტილების მიღება. მაგრამ ამით მისი საქმე არ მთავრდება. საჭიროა მიღებული გადაწყვეტილების ცხოვრებაში გატარება. მმართველობითი გადაწყვეტილების მიღების პროცესი მოიცავს ანალიზისა და სინთეზის პროცედურებს (ნახ. 2.5).

გამოსაკვლევი



ნახ.2.5. მმართველობითი გადაწყვეტილების მიღების პროცედურების რეალიზაციის სხვადასხვა ეტაპზე საკვლევი ობიექტების რაოდენობა

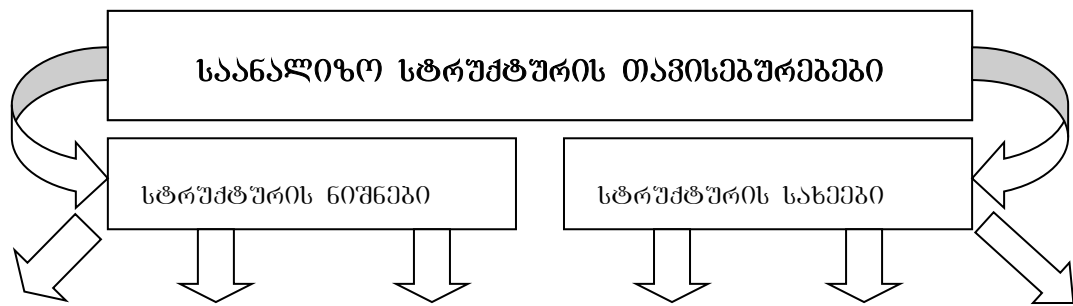
ნახაზიდან ჩანს, რომ გამოკვლევის დაწყების მომენტში (TN) მენეჯერი განსაზღვრავს გამოკვლევის ობიექტს (ორგანიზაციას). შემდეგ იწყება ანალიზის პროცესი, რომლის განმავლობაში მენეჯერმა უნდა შეისწავლოს საწყისი გადაწყვეტილების მიღების მომენტის დროს არსებული პირობები, კერძოდ გაარკვიოს იმ შიგა და გარე პირობებისა და ფაქტორების ამომწურავი აღწერა, რომლებიც მოქმედებენ გამოსაკვლევი ობიექტზე, მოცემულ შემთხვევაში ორგანიზაციაზე.

საქმიანი ორგანიზაციის შიგა ფაქტორების ანალიზს წინ უსწრებს თვით ორგანიზაციის, მისი ცალკეული ნაწილების ქვესისტემების, ელემენტებისა და რგოლების ანალიზი, მათ შორის ურთიერთკავშირის დადგენა. მოქმედი საწარმოს

დაშლა ასეთ ნაწილებად ძნელი არ არის იმიტომ, რომ ისინი გამოკვეთილად ჩანან მის ორგანიზაციულ სტრუქტურაში. ნახაზზე 2.6. ნაჩვენებია საანალიზოდ აღებული სტრუქტურის ელემენტები, კავშირები, ურთიერთობები და სახეები:

გამოსაკვლევი ორგანიზაციის შიგა გარემოს ანალიზი მიმდინარეობს დამოუკიდებლობის, სრულად ასახვის და სუსტი გავლენის პრინციპზე დაფუძნებული დეკომპოზიციის მეთოდებით.

დამოუკიდებლობა გულისხმობს ორგანიზაციის თითოეული ელემენტის მუშაობის დამოუკიდებელ ანალიზს. ორგანიზაციაში ასეთი დამოუკიდებელი ელემენტებია: ბუღალტერია, კადრების განყოფილება, კომერციული განყოფილება, საწარმოო ქვედანაყოფები და სხვ.



ელემენტები	კავშირები	ურთიერთობები	ბანობადობა	ქვეყნული	იმპარტიული
პერსონალი	ვერტიკალური	ფორმალური	ორგანიზაციული	ჩაკეტილი	წრფივი
ქვეგანყოფილებები	ჰორიზონტალური	არაფორმალური	ფუნქციური	სრულკრები- დი	ფუნქციონალური
ტექნიკ. მოწყობილობა	ჯვარედინი	კოლექტივური	ტექნიკური	ხისები	საშტაბო
ფუნქციები	პირდაპირი	თანაბარფუნქციონარი	სოციოლოგიურ-ტექნიკური	თანამიმდევრული	მატრიცული
ამოცანები	უკუკავშირი	დაქვემდებარებული	საზოგადოებრივი	პარალელური	დივიზიური

ნახ. 2.6. საანალიზო სტრუქტურის თავისებურებანი.

ასახვის სისრულე იმას ნიშნავს, რომ დამოუკიდებელი ანალიზის ჩასატარებლად ელემენტებად დაშლილი სისტემა (ორგანიზაცია), შემდგომ მათი გაერთიანებით თავდაპირველ ფორმას უნდა დაუბრუნდეს. მაშასადამე, ორგანიზაციის, როგორც მთელის, დეკომპოზიცია ისე უნდა ჩატარდეს, რომ უკუპროცესის განხორციელებისას მისი მთლიანობა მთელი სისრულით აღდგეს.

სუსტი გავლენის პრინციპი ეფუძნება იმას, რომ სისტემიდან გამოყოფილ ელემენტში მიმდინარე შიგა პროცესები მნიშვნელოვან გავლენას არ უნდა ახდენდნენ სისტემის სხვა ელემენტების ფუნქციონირებაზე.

ამრიგად, შეიძლება დავასკვნათ, რომ ორგანიზაციული სისტემების ანალიზისა და სინთეზის ერთიანობის კანონი ემსახურება კვლევითი მეთოდის გამოყენებას, რომლის არსი ისაა, რომ საკვლევი ობიექტი (ორგანიზაცია) უნდა დაიყოს შემადგენელ ელემენტებად იმ მიზნით, რომ ამ ელემენტების დამოუკიდებელი შესწავლით განისაზღვროს მათი ადგილი და როლი გამოკვლეულ ობიექტში (ორგანიზაციაში).

სოციალური ორგანიზაციის სპეციფიკური კანონები. სოციალურ ორგანიზაციაში მოქმედი სპეციფიკური კანონებია:

1. **თავისთავადობის კანონი.** თითოეულ ორგანიზაციას აქვს საუკეთესო და მხოლოდ მისთვის დამახასიათებელი ორგანიზაციული სტრუქტურა.

მიუხედავად მართვის ორგანიზაციული სტრუქტურების ტიპოლოგიის მრავალ წარმომშობისა (ხაზობრივი, ფუნქციური, საშტაბო და ა.შ.), თითოეულ ორგანიზაციაში არსებობს მისი წყობის თავისებურებანი, დამოკიდებული სუბიექტურ ფაქტორთა სიმრავლეზე და მათ ურთიერთშერწყმაზე. თითოეული ორგანიზაცია, ისევე როგორც ადამიანი, განუმეორებელია, ამიტომ აზრი არა აქვს მისი სტრუქტურისა და მეთოდების „კოპირებას“ სხვა ორგანიზაციებისთვის.

2. **სოციალური ჰარმონიის კანონი.** თითოეულ ორგანიზაციაში სოციალური სფეროს განვითარება ზრდის მუშაკთა შრომის ნაყოფიერებას როგორც მუშაკის ემოციური დონის ამაღლების, ისე დიდი გამომგონებლობის (იდეების გენერაციის) ხარჯზე.

სოციალური სფერო დიდ გამაერთიანებელ როლს ასრულებს. თუ ორგანიზაციაში კომუნიკაციები მოქცეულია განყოფილებისა და საამქროს ფორმალური სტრუქტურების ჩარჩოებში (სოციალური სფეროს ჩარჩოებში), იგი გაცილებით ფართოა და მოგვაგონებს მატრიცულ სტრუქტურას, რომელიც ყველაზე მეტად განაპირობებს ახალი იდეების წარმოქმნას. მთელ რიგ ორგანიზაციებში შემოღებული აქვთ ახალი სოციალური დანიშნულების ქვედანაყოფები; მაგალითად, ფსიქოლოგიური ჰარმონიის კაბინეტი, ინტერნეტკაფე და ა.შ. მოცემული ქვედანაყოფები გამაჯანსაღებელი ფუნქციის გარდა, ასრულებს სხვადასხვა სპეციალობის ადამიანთა შეხვედრების ადგილის როლსაც. ასეთ ადგილებში საუბარი ხშირად სამუშაოსაც ეხება ხოლმე და ადამიანები ასეთ არაფორმალურ სიტუაციებში ხშირად უფრო სწრაფად და იოლად პოულობენ საწარმოო პრობლემების გადაწყვეტის გზებს.

3. **სოციალური დატვირთვის კანონი.** თითოეული ადამიანისათვის არსებობს სამუშაოთი დატვირთვის ოპტიმალური მოცულობა, როცა იგი სრულად ავლენს თავის შესაძლებლობებს.

უცაბედმა დიდმა დატვირთვამ შეიძლება დააშინოს მუშაკი და ამ დროს ხშირად მობილიზაციის ფაქტორის ნაცვლად ამუშავდება დამამუხრუჭებელი ფაქტორი. პატარა მოცულობის სამუშაო კი აიძულებს ადამიანს, ეძებოს თავისი რესურსების სრულად გამოყენების სფერო, რაც ზოგჯერ ასევე არასასარგებლოა ორგანიზაციისათვის. ამ ორ ვარიანტს შორის ოპტიმალურის მოძებნა ყოველი ადამიანისათვის შეიძლება ტესტირების გზით ან საკონსულტაციო ფირმების სპეციალისტების დახმარებით.

მუშაკთა დასასაქმებლად ამჟამად ფართოდ გამოიყენება მცირე „ნაბიჯების“ მეთოდის: ხელმძღვანელი თითოეული თანამშრომლისათვის არჩევს სამუშაოს ისეთ მოცულობას, რომელიც მას შეუძლია შეასრულოს კვირის განმავლობაში (პირველი ნაბიჯი). მეორე კვირაში კიდევ უმატებს სამუშაოს მეორე მოცულობას (მეორე ნაბიჯი) და აკონტროლებს მის შესრულებას და ა.შ. ეს პროცესი გრძელდება პროდუქციის ხარისხის ან შესრულების ვადის შემცირებამდე. თუ ეს ასე მოხდა, მაშინ მისი გამომწვევი პროდუქციის ეკვივალენტური მოცულობა მუშაკს მოეხსნება. ასეთი ციკლი მეორდება მრავალჯერადად.

4. **ინფორმაციის დამახსოვრების და ეფექტიანი აღქმის კანონი.** ინფორმაციის დამახსოვრების და აღქმის პროცესები ყველაზე ეფექტიანად მაშინ რეალიზდება, როცა ისინი უახლოვდება აზროვნების პროცესებს.

ნებისმიერი ორგანიზაციის თანამშრომელს უხდება დიდი ინფორმაციის გადასინჯვა და აქედან გარკვეული ნაწილის დამახსოვრება ან ჩაწერა. მაგალითად, საფონდო ბირჟაზე ხშირად უხდებათ აქციებზე, ობლიგაციებზე და ფასიან ქაღალდებზე პრაის-ლისტებში ინფორმაციის შეცვლა. როგორ დაიმახსოვროს ეს ციფრები ბროკერმა ან დილერმა, რათა სწრაფად მიაწოდოს ცნობები თავის კლიენტებს? ვინაიდან ყველას არ შეუძლია ეს, ხელმძღვანელმა უნდა აიყვანოს თანამშრომლები ასოციაციური აზროვნებით ან ასწავლოს მათ დაიმახსოვრონ ციფრები სიტუაციის მიხედვით ან „მყარი მეხსიერების“ საფუძველზე.

5. **ეფექტიანი გააზრების კანონი.** ახლის ეფექტიანად გააზრება ადამიანს შეუძლია მხოლოდ მაშინ, თუ მას ამ თემატიკაზე აქვს დიდი ცოდნა ან დიდი ინფორმაცია. ხელმძღვანელმა არ უნდა დაიშუროს სახსრები პერსპექტიული თანამშრომლების კვალიფიკაციის ასამაღლებლად.

6. **განწყობის კანონი.** ადამიანი ყველაზე სრულად იმ ინფორმაციას ითვისებს, რომლის მისაღებად იგი მოემზადა და განეწყო.

ხელმძღვანელმა წინასწარ უნდა გააცნოს თანამშრომლებს თათბირის თემატიკა, შესაძლო წინადადებები და გადაწყვეტილებები. თათბირის დროს ჩართული დამატებითი ინფორმაცია თანამშრომლებს ცუდად ამახსოვრდებათ.

7. ინფორმაციის სტაბილურობის კანონი. ერთსა და იმავე მოვლენაზე პირველადი ინფორმაცია უფრო მეარია, ვიდრე იმავე მოვლენაზე მეორეული ინფორმაცია.

ხელმძღვანელმა თავის დროზე უნდა მიაწოდოს ინფორმაცია ხელქვეითებს, რათა დაასწროს მათთვის ცრუ ან შეუმოწმებელი ინფორმაციის მიწოდებას.

8. ინფორმაციის მიხვედრილობის კანონი. ერთი და იმავე ინფორმაციის სხვადასხვა ფორმით ერთდროულად გადაცემა ამაღლებს მიხვედრილობას.

თათბირის ჩატარებისას ხელმძღვანელმა უნდა გამოიყენოს მასალის მიწოდების სხვადასხვა ფორმა: სიტყვა და მუსიკა; სიტყვა და თვალსაჩინოება; სიტყვა და ნიმუშები.

ორგანიზაციის კანონებიდან გამომდინარეობს ორგანიზაციის მართვის სისტემის ფუნქციონირების ოპტიმიზაციისა და საქმიანობის ეფექტიანობის ამაღლების პრინციპები. უნდა გვახსოვდეს, რომ ორგანიზაციის კანონები და პრინციპები მაშინაა ეფექტიანი, როცა მისი ხელმძღვანელი მათ გონივრულ შერწყმას, მთავარი კანონის გამოყოფას და მისთვის ყველა სხვა კანონისა და პრინციპის დაქვემდებარებას შეძლებს.

ინფორმირებულობა-მოწესრიგებულობის კანონი, თვითგადარჩენისა და განვითარების კანონი ფუნქციური კანონებია, რომლებიც დაკავშირებულია ორგანიზაციასთან, როგორც პროცესთან. სინერჯის, ანალიზისა და სინთეზის ერთიანობის, კომპოზიციისა და პროპორციულობის კანონები კი სტრუქტურული კანონებია დაკავშირებული ორგანიზაციასთან, როგორც მოვლენასთან.

კანონები ერთმანეთზე ახდენენ როგორც დადებით, ისე უარყოფით გავლენას. მაგალითად:

1. სინერჯის კანონის თანახმად, პერსონალის რაოდენობის გარკვეულ ზღვრამდე ზრდით შეიძლება მივაღწიოთ ორგანიზაციის პოტენციალის მკვეთრ ამაღლებას, რაც შეესაბამება განვითარების კანონს, თუმცა კომპოზიციისა და პროპორციულობის კანონი და ანალიზისა და სინთეზის ერთიანობის კანონი ეწინააღმდეგება ასეთ გაფართოებას;

2. ხელმძღვანელის მიერ კომპოზიციისა და პროპორციულობის კანონის მოთხოვნათა შესრულება უზრუნველყოფს ორგანიზაციის სტაბილურობას, მაგრამ ეს ეწინააღმდეგება თვითგადარჩენის კანონს, რომელიც მოითხოვს სწრაფ გარდაქმნებს საბაზრო ეკონომიკის პირობებში.

კანონების ურთიერთგადაკვეთაში გარკვევა პროფესიონალისთვისაც კი რთულია. ერთიანობის პრინციპი გვაძლევს კანონთა ზემოთ მოცემული პაკეტის ეფექტიანი გამოყენების საშუალებას. ესაა მიდგომა, რომელიც შემდეგ აზრს გამოხატავს: კანონები ობიექტური ხასიათისაა და ამიტომ შესრულება ჩვენი ნებისგან დამოუკიდებლად, ანუ ელემენტების პაკეტი წინასწარაა მოცემული. ასეთ პირობებში ხელმძღვანელს ევალება:

1. ორგანიზაციის მიზნების ჩამონათვალიდან გამოავლინოს მთავარი (თვის, კვარტლის, წლის განმავლობაში);
2. კანონთა პაკეტიდან გამოარჩიოს მთავარი, რომელსაც უნდა დაეთმოს ძირითადი ყურადღება;
3. დაუქვემდებაროს დანარჩენი კანონების რეალიზაცია მთავარს;
4. მიაღწიოს კანონთა ურთიერთშესაბამისობას პროპორციის, პრიორიტეტების და შესრულების ვადების დადგენის გზით.

სოციალურ ორგანიზაციაში, რომლის ცენტრია ადამიანი, ობიექტურად სრულდება მთელი რიგი ზოგადი და განსაკუთრებული კანონები და პრინციპები, რომლებიც წარმოადგენენ ერთ მთლიანს ორგანიზაციის სამყაროში.

2.3 სტატიკურ და დინამიკურ ორგანიზაციათა მოქმედების პრინციპები

ორგანიზაციული სისტემების სტატიკა და დინამიკა. სოციალური ორგანიზაციების დასახასიათებლად ამჟამად გამოყენებული სტატიკისა და დინამიკის ცნებები ნასესხებია მექანიკიდან და მათ იგივე მნიშვნელობა და შინაარსი აქვთ, როგორც შესაბამის ფიზიკურ ტერმინებს. ამის მიუხედავად, ორგანიზაციულ სისტემებთან მიმართებაში სპეციალისტები მათ შემდეგნაირად განმარტავენ:

სტატიკა (ბერძნ. **statike** – წონასწორობა) ნიშნავს ორგანიზაციული სისტემის გაწონასწორებულ მდგომარეობაში ყოფნას, იმისდა მიუხედავად, თუ რა ცვლილებები ხდება გარე სამყაროში. ამ დროს ხანგძლივი პერიოდის განმავლობაში ორგანიზაციის ყველა პარამეტრი და მაჩვენებელი რჩება უცვლელი. სტატიკური ორგანიზაცია მიღწეულით კმაყოფილია და „წინარ ცხოვრებას“ ირჩევს. ასეთი ორგანიზაციები დიდხანს ვერ იარსებებენ, რადგან, თუ ორგანიზაცია არ ვითარდება, მას პერსპექტივაც არა აქვს.

დინამიკა (ბერძ. **dynamis** – ძალა, **dynamikos** - ძალისმიერი) ეს არის ორგანიზაციული სისტემების განვითარება და ახალი მიზნებისაკენ სწრაფვა. დინამიკურ ორგანიზაციას ახასიათებს განვითარების ტემპების მუდმივი ზრდა, ახალი

ტექნოლოგიების ათვისება, გამოშვებული პროდუქციის ზრდა, ახალი ბაზრების ათვისება და სხვ.

სტატიკური და დინამიკური ორგანიზაციების მოქმედების პრინციპების შედარებითი ანალიზი. ორგანიზაციის კანონები უზრუნველყოფს მის დინამიკურ განვითარებას. დინამიკურად განვითარებული სისტემა მყარი წონასწორობის მდგომარეობაში უნდა იყოს. ეს არ ნიშნავს მის გაყინვას, უძრავ მდგომარეობაში ყოფნას. დინამიკური ორგანიზაციები ისწრაფვიან წონასწორობისაკენ, აგრძელებენ სრულყოფას და განვითარებას.

ნებისმიერი ორგანიზაცია დაინტერესებულია მყარი, სტაბილური მდგომარეობით. სტაბილური მდგომარეობის დროს ორგანიზაციის მუშაკები თავს დაცულად გრძნობენ და არა აქვთ ხვალინდელი დღის შიში. ასევე ფიქრობს ორგანიზაციის მმართველობითი გუნდი.

სტაბილური, მყარი მდგომარეობა არ ნიშნავს სტაგნაციას, გაჩერებას (ლათ. **stagnatio** – ვაჩერებ, ბერძ. **stagnos** – სიტყვა-სიტყვით ნიშნავს დამდგარ წყალს). თუმცა, გადადის რა ორგანიზაცია მთლიანად სტატიკურ მდგომარეობაში, ის იძენს ძნელად გადასალახავ ინერტულობას და ვარდება სტაგნაციის მდგომარეობაში. ამ დროს მას ახასიათებს მუშაობის უცვლელი, ერთნაირი დონე და მანევრებლუბი. თუ ეს მდგომარეობა ორგანიზაციაში დიდხანს გაგრძელდა, რა თქმა უნდა, არ შეფასდება დადებით მომენტად, რადგან იგი მოკლებულია პროგრესს. არასტაბილური ეკონომიკის პირობებში მომუშავე საქმიანი ორგანიზაცია სტაგნაციამ შეიძლება დაღუპოს კიდევაც.

ამრიგად, სტატიკური ორგანიზაციის პრინციპების მოქმედების წინააღმდეგობრივი აზრი იმით გამოიხატება, რომ, ერთი მხრივ, ორგანიზაცია მისწრაფვის მუშაობის სტაბილური რეჟიმის მიღწევისაკენ, რაც მისი ერთ-ერთი ძირითადი მიზანია, და, მეორე მხრივ, ორგანიზაციას წარმატებული განვითარებისათვის სჭირდება სიახლე, რომელიც მას გადაარჩენს და გადაიყვანს მუშაობის დინამიკურ რეჟიმში. სტატიკური ტიპის ორგანიზაციის ძირითადი ნაკლი ის არის, რომ დაბალია მისი რეფლექსური მახასიათებლები. რეფლექსი გულისხმობს ორგანიზაციის მყარ რეაქციას გარე (ხშირად კი შიგა) პირობების კონკრეტულ ცვლილებებზე, ანუ სხვა სიტყვებით თუ ვიტყვით, რეფლექსი არის სისტემის რეაქცია გარე გამლიზიანებლებზე.

სტატიკური ტიპის ორგანიზაციები ცდილობენ შეზღუდონ ის ცვლილებები, რაც მათ მდგომარეობას შეცვლის. ისინი ამას მხოლოდ უკიდურეს შემთხვევაში მიმართავენ. შევნიშნავთ, რომ სოციალისტურ ქვეყნებში მოქმედი თითქმის ყველა მსხვილი საწარმო სტატიკური ტიპის იყო. საბაზრო ურთიერთობაზე გადასვლის შემდეგ ამ საწარმოებმა ვერ შეძლეს საზოგადოებრივი განვითარების ობიექტურ

მოთხოვნებთან მისადაგება და სიცოცხლისუნარო გახდნენ (ნაწილი წვრილ-წვრილად დაიშალა, ნაწილი კი – დაიღუპა).

ამ ქვეყნებში ასეთი სტატიკური ტიპის საწარმოების ნაცვლად გაჩნდა დინამიკურად განვითარებადი საწარმოები, რომელთათვისაც დამახასიათებელია ნებისმიერი ცვლილებებისადმი სწრაფი შეგუება, ადაპტირება. ასეთები ძირითადად მცირე და საშუალო სიდიდის ორგანიზაციები არიან.

ქვეყნების ცხოვრებაში მრავალნაირი ცვლილება ხდება (პოლიტიკური, დემოგრაფიული, ტექნოლოგიური და ა.შ.). დინამიკური საწარმოს ძირითადი ამოცანა მარტო ამ ცვლილებებზე რეაგირება კი არ არის, არამედ მათი წინასწარ განჭვრეტა და სათანადო მომზადებაა. აქ იგულისხმება ასეთი ცვლილებებისათვის ყველაზე ეფექტიანი ქცევის შემუშავება.

რადგან რეალურ სინამდვილეში სტატიკური ორგანიზაციის გადასვლა სტაგნაციის მდგომარეობაში და რეაქტიულ შესაძლებლობათა მმართველობის სისტემის დაკარგვა მეტად შეუმჩნეველად მიმდინარეობს, ამიტომ საჭიროა სტატიკური ორგანიზაციების სისტემატური **რეფლექსური ანალიზი**, ანუ გარემოს ცვლილებებთან მისი ადაპტაციის დონის დადგენა.

რეფლექსური ანალიზის ძირითადი მიზანია იმ დროის შეფასება, რომლის განმავლობაშიც სტატიკური ორგანიზაცია აღწევს სტაბილურ მდგომარეობას. როგორც წესი, სტატიკურ ორგანიზაციებს მომხდარ ცვლილებებზე ან არა აქვთ რეაქცია, ანდა აქვთ დაგვიანებით (მაშინ როდესაც დინამიკური ორგანიზაციები ამას სწრაფად აკეთებენ). მაშასადამე, მათ შეუძლიათ დროის შეფასება. ამ დროის სიდიდეს რეფლექსური ანალიზით ადგენენ, რომლის მიზანია მისი შემცირება.

ზოგიერთი ტიპის საქმიან ორგანიზაციაში ცვლილებების შეფერხებული რეაქციის მიზეზი ხდება მისი სიდიდე (ზომა). მაგალითად, როცა საწარმოში იზრდება დასაქმებულთა რაოდენობა, ამით იზრდება მისი ინერტულობის დონე, ანუ მცირდება გარდაქმნისათვის მზადყოფნის შესაძლებლობა.

ორგანიზაციის სისტემის სტატიკური და დინამიკური მახასიათებლების შესწავლა ხდება არა მარტო რეფლექსური ანალიზით, არამედ სტრუქტურული, ფაქტორული, ინფორმაციული, პარამეტრული ანალიზითაც. მათი კვლევის ობიექტები მოცემულია ცხრილში 2.3.

ცხრილი 2.3.

ორგანიზაციის მმართველობითი სისტემის ანალიზის სახეები

№	ანალიზის სახეები	კვლევის ობიექტი
1	სტრუქტურული	მართვის სისტემის სხვადასხვა ქვესისტემისა და ელემენტისგან შემდგარი სტრუქტურები, მათ შორის არსებული კავშირების და

		ურთიერთობების მხედველობაში მიღებით.
2	რეფლექსური	მართვის სისტემის მოდულები, რომლებიც დროთა განმავლობაში სისტემის მდგომარეობის ცვლილების პროცესების გამოვლინების საშუალებას იძლევა.
3	ინფორმაციული	მართვის პროცესში ფორმირებული მონაცემთა ინფორმაციული ნაკადები და მასივები, ინფორმაციის მიღების, გადაცემის, დამუშავების, შენახვის და წარდგენის საშუალებები და მეთოდები, მონაცემთა შეყვანის და გამოყვანის წესები.
4	პარამეტრული	სამეურნეო საქმიანობის პროცესში მართვის სისტემის მოქმედების დამახასიათებელი კერძო და განზოგადებული მაჩვენებლები.
5	ფაქტორული	მნიშვნელობის ხარისხის მიხედვით რანჟირებული და დაჯგუფებული შიგა და გარე ფაქტორები.

როგორც უკვე აღვნიშნეთ, სტატისტიკური მდგომარეობიდან დინამიკურში გადასვლა ორგანიზაციის გადარჩენის ერთადერთი შანსია. ქვემოთ განვიხილავთ იმ თვისებებს, რომლებიც უნდა ჰქონდეს გლობალური ბაზრის პირობებში მომუშავე ორგანიზაციის მართვის სისტემას:

ლიდერობა. ლიდერობის ახლებური, ტრადიციულისაგან განსხვავებული შინაარსის მიხედვით, ლიდერმა ორგანიზაციის მთელი კოლექტივი უნდა ჩართოს მიზნის ფორმირებაში, მის ხედვას და შესრულებაში. ამისათვის მას უნდა შეეძლოს გასაგები გახადოს იგი ყველასათვის და ამ გზით გაადვილოს ყველა მუშაკში საერთო საქმეში მონაწილეობის აქტიური სურვილი.

ორგანიზაციის განვითარება. ტრადიციულად ორგანიზაციის განვითარება გამოიხატებოდა თანამშრომლებზე დავალებების გადაცემაში და მათი შესრულების კონტროლში. გლობალური ბაზრის პირობებში ეს პროცესი მიმდინარეობს როგორც „ზევიდან-ქვევით“, ისე „ქვევიდან-ზევით“.

მომხმარებელზე ორიენტაცია. გარე ფაქტორების და დინამიკურად განვითარებადი ორგანიზაციის ურთიერთმოქმედების უმნიშველოვანესი ასპექტია კლიენტების მომსახურების დონე. ეს დონე მაშინ არის დამაკმაყოფილებელი, როდესაც ორგანიზაცია მუდმივად რეაგირებს მომხმარებლის მოთხოვნაში გაჩენილ ცვლილებებზე.

ახალი ტექნოლოგიები. დინამიკურად განვითარებად ორგანიზაციაში მუდმივად უნდა ხდებოდეს ტექნოლოგიის განახლება. ამასთან, ყურადღება უნდა ექცეოდეს ტექნოლოგიური პროცესის ყველა ეტაპისა და ბიზნესის წარმართვის ყველა პროცედურის გაუმჯობესებას. ახალი ტექნოლოგიები უნდა ჩაერთოს არა მარტო წარმოებაში, არამედ ორგანიზაციის მართვაშიც.

ორგანიზაციის მართვის სტრუქტურა. ტრადიციულად ორგანიზაციის მართვის სტრუქტურა აწყობილი იყო ვერტიკალურად, ე.ი. ძალაუფლების იერარქიული

განაწილებით „ზევიდან-ქვევით“. უფლებების ასეთი განაწილება წარმოადგენს ბიუროკრატიულ მართვას, ანუ არაეფექტიან კომუნიკაციურ კავშირებს, გადაწყვეტილებების მიღების შეფერხებას. ამჟამად გამოიყენება მართვის დეცენტრალიზებული სტრუქტურები. ასეთ დროს მართვაში მონაწილეობენ დაქვემდებარებულებიც. ეს აჩქარებს მმართველობითი გადაწყვეტილების მიღების პროცესს და შეცვლილ გარემო პირობებთან ადაპტაციას.

რაციონალიზაციის პრინციპები

რაციონალიზაცია არის მმართველობითი საშემსრულებლო შრომის უფრო მიზანშეწონილი ორგანიზაცია, სრულყოფა და გაუმჯობესება. ტერმინი „რაციონალიზაცია“ (ბერძ. **ratio** – ნიშნავს გონებას) შრომის გონივრულ ორგანიზაციაში მდგომარეობს.

რაციონალიზაციის პრინციპები პირველად ჩამოყალიბდა მე-20 საუკუნეში ფ. ტეილორის, გ. ემირსონის, ფ. გილბრეტის, მ. ვებერის, ჰ. ფორდის და სხვათა მიერ.

ორგანიზაციული საქმიანობის რაციონალიზაცია უწინარეს ყოვლისა არის ისეთი პროცესი, რომელიც საწარმოო საქმიანობის მწყობრი ორგანიზაციით, მეცნიერებისა და ტექნიკის უახლესი მიღწევების გამოყენებით უზრუნველყოფს სისტემის გაუმჯობესებულ, მაღალხარისხოვან მდგომარეობას.

რაციონალიზაციის პრინციპები მხოლოდ მაშინაა ეფექტიანი, როცა ისინი ეფუძნებიან ორგანიზაციის განვითარების დადებითი დინამიკის უზრუნველყოფ ორგანიზაციული სისტემების კანონებს. ორგანიზაციული სისტემების რაციონალიზაციის ძირითადი მიმართულებებია: შრომის მეცნიერული ორგანიზაციის სრულყოფა; შრომის შედეგების, შრომის საშუალებების და ტექნოლოგიური პროცესების სრულყოფა-გაუმჯობესება. განვიხილოთ თითოეული ცალ-ცალკე:

შრომის მეცნიერული ორგანიზაციის სრულყოფა. შრომის პროცესის რაციონალიზაცია გულისხმობს შრომის კეთილსასურველ პირობებს, გადაღლის და დატვირთვის მოხსნას. ამ მიზანს ემსახურება შრომისა და დასვენების კომფორტული რეჟიმების შექმნა, უსაფრთხოების ტექნიკის წესების შემუშავება, ადამიანის ორგანიზმზე მავნე წარმოების გავლენის შემცირება, საწარმოო ესთეტიკის გაუმჯობესება და სხვ.

რაციონალიზაციის აუცილებელი პირობაა საწარმოში მმართველი და მართული ქვესისტემების პროპორციული განვითარება, კოლექტივის რიტმული მუშაობა. შრომის მეცნიერული ორგანიზაცია მოიცავს შრომის ნორმირების სრულყოფას, შრომის ანაზღაურების სისტემის მოწესრიგებას და ა.შ.

შრომის შედეგების სრულყოფაში შედის:

- გაწეულ მომსახურებათა სპექტრის გაფართოება;
- პროდუქციის ასორტიმენტის და ნომენკლატურის მოწესრიგება;
- გამოშვებული პროდუქციის სამომხმარებლო თვისებების გაუმჯობესება;
- ნაწარმის სტანდარტიზაცია, უნიფიკაცია და ნორმალიზაცია;
- ამოსავალი მასალა-ნედლეულის ხარისხობრივი მაჩვენებლების ამაღლება.

შრომის იარაღებისა და ტექნოლოგიური პროცესების სრულყოფა ითვალისწინებს „ნოუ-ჰაუ-ს“ გამოყენებას, ტექნიკურ გადაიარაღებას, მოდერნიზაციას, საწარმოო პროცესების ინტენსიფიკაციას, ენერგოტევადობის შემცირებას, ფონდტევადობის შემცირებას და სხვ.

მმართველობითი და ადმინისტრაციული შრომის ხარისხის ამაღლება გარდა იმისა, რომ ზემოთ განხილული რაციონალიზაციის პრინციპების პრაქტიკაში გამოყენება იწვევს საწარმოო-სამეურნეო საქმიანობის მომგებიანობას, იგი მნიშვნელოვნად ამაღლებს მმართველობითი და ადმინისტრაციული შრომის ხარისხსაც.

თანამედროვე პირობებში ორგანიზაცია გადარჩება იმ შემთხვევაში, თუ მას მიზნად რომელიმე სოციალურად მნიშვნელოვანი ამოცანის გადაწყვეტა აქვს დასახული. სოციალური მისიის წარმატებით შესრულება კი შეუძლებელია ფუნქციების ხარისხობრივი შესრულების გარეშე. ამიტომ ორგანიზაციის მთელი საქმიანობა მოქცეულია ხარისხის შიგა და გარე კონტროლის ქვეშ. ორგანიზაციები, რომლებიც უშვებენ დაბალხარისხიან პროდუქციას – ანდა დაბალხარისხიანი მართვა აქვთ, კონკურენტულ გარემოში განწირულნი არიან დასაღუპად. ორგანიზაციის ხელმძღვანელი, სტრატეგიული და ოპერატიული მენეჯმენტის ამოცანების გადაწყვეტისას, არ უნდა იყოს მხოლოდ საბაზრო თვითრეგულირების მექანიზმზე დამყარებული. მან უნდა შეძლოს ორგანიზაციის როგორც შიგნით, ისე გარეთ მოსალოდნელ არასასურველ მოვლენათა განჭვრეტა. მეტიც, მან თავისი ქმედებები უნდა შეადაროს და შეათანხმოს ანალოგიური ტიპის სხვა ორგანიზაციების ხელმძღვანელთა ქმედებებთან და ყოველთვის იყოს მზად გასცეს პასუხი კითხვას: სწორად ვითარდება თუ არა ორგანიზაციაში მოვლენები და ხომ არ წარმოიშვა ისეთი გადახრა, რომელმაც ორგანიზაცია შეიძლება დაღუპვამდე მიიყვანოს.

ამჟამად, ბაზრის გლობალიზაციის პირობებში ორგანიზაციების მიერ შესრულებული ფუნქციების ხარისხის შეფასება იქცა ერთ-ერთ საკვანძო პრობლემად არა მარტო ცალკეული ორგანიზაციის ან ორგანიზაციული სისტემის დონეზე, არამედ სახელმწიფოების და მსოფლიო ეკონომიკური სისტემის დონეზეც. ამ პრობლემის გადასაწყვეტად XX საუკუნის 50-იანი წლებიდან დაიწყო იმ ორგანიზაციების რაოდენობის შესამჩნევი ზრდა, რომლებიც ეკონომიკური სუბიექტების საქმიანობის ხარისხის კონტროლით არიან დაკავებული.

პირველი ასეთი ორგანიზაცია იყო საერთაშორისო დონეზე მოქმედი ორგანიზაცია „სტანდარტიზაციის საერთაშორისო ორგანიზაცია **ISO (International Organization for Standardization)**“. იგი შეიქმნა 1947 წლის 14 ოქტომბერს, 157 ქვეყნის ეროვნული სტანდარტიზაციის ორგანოს აერთიანებს და განსაზღვრავს ინდუსტრიულ და კომერციულ სტანდარტებს მთელი მსოფლიოს მასშტაბით. დღეს მსგავსი ორგანიზაციები იქმნება როგორც აღმასრულებელი ხელისუფლების ვეგით, ისე ეკონომიკური საქმიანობის დამოუკიდებელი სუბიექტების რანგშიც. ხარისხის კონტროლის სისტემის შემუშავების საკითხით პირველ რიგში დაინტერესებული არიან სახელმწიფო ორგანოები, რომლებიც ქმნიან ასეთ ორგანიზაციებს და მათი მეშვეობით ახორციელებენ ხარისხის კონტროლს.

ეკონომიკური სუბიექტების საქმიანობის ხანგრძლივმა ევოლუციურმა პროცესმა ცხადყო, რომ ხარისხის კონტროლის სისტემის გამოყენება აუცილებელია არა მარტო საბოლოო პროდუქტთან, არამედ მმართველობით გადაწყვეტილებებთან მიმართებაშიც. ამჟამად მთელ მსოფლიოში ხარისხის სისტემის სერტიფიცირება და გამოყენება განიხილება, როგორც ორგანიზაციების წარმატებული საქმიანობის აუცილებელი პირობა. შეიძლება ითქვას, რომ იმ ორგანიზაციებს, რომლებსაც სერტიფიცირებული არა აქვთ ხარისხის საკუთარი სისტემა, მათთვის მსოფლიო ბაზრისკენ მიმავალი გზა დაკეტილია.

ხარისხის კონტროლისადმი თანამედროვე მიდგომა მოითხოვს ხარისხის შეფასების სისტემის შექმნას, რომელიც უნდა დაეფუძნოს მრავალი ორგანიზაციის მუშაობის გამოცდილების ანალიზს და განზოგადებას. მათგან მიღებული ემპირიული მონაცემები შემჭიდროებული სახით ფორმალიზდება როგორც საბოლოო პროდუქტის, ისე მართვის პროცესების ხარისხის შესაბამისად. ამიტომ არის, რომ სტანდარტების შემუშავება მოიცავს არა მხოლოდ საბოლოო პროდუქტის სერტიფიცირებას, არამედ ორგანიზაციის, როგორც რთული სოციალური სისტემის, ხარისხის შეფასებასაც.

სპეციალისტების შეფასებით, სწორედ სრულადმომცველი კონტროლის სისტემის დანერგვით გახდება შესაძლებელი მომხმარებლისათვის მხოლოდ ხარისხიანი პროდუქტის მიწოდება. ხარისხის სერტიფიცირებული სისტემის გამოყენება განსაკუთრებით აინტერესებთ იმ ორგანიზაციებს, რომლებიც ცდილობენ გავიდნენ მსოფლიო ბაზარზე და მოიზიდონ უცხოური ინვესტიციები. ეს ამოცანები აქტუალურია საქართველოს საწარმოებისთვისაც.

ამჟამად სოციალურ-ეკონომიკური ორგანიზაციების საქმიანობის ხარისხის შეფასების მსოფლიო დონეზე მიღებულ სტანდარტებს მიეკუთვნება სტანდარტების სისტემა **ISO 9000** და **ISO 9001**. სხვა სისტემებთან შედარებით მათი უპირატესობა ისაა, რომ ორგანიზაციებს არ ზღუდავენ სიდიდის, დარგობრივი კუთვნილებისა და

საკუთრების ფორმის ნიშნით. ამასთან, ისინი აღწერენ იმ მინიმალურ მოთხოვნებს, აუცილებელ ელემენტებს, რომლებიც უნდა შეასრულოს ორგანიზაციამ იმის დასამტკიცებლად, რომ მას შეუძლია ხარისხიანად ააწყოს ბიზნეს-საქმიანობის მთელი პროცესი, მისი ყველა ასპექტი. ცხადია, ამ მინიმალური მოთხოვნების შესრულება არ არის ორგანიზაციების საბოლოო მიზანი. ეს არის პირობა იმისა, რომ ისინი თანმიმდევრულად განახორციელებენ დასახული მიზნის შესრულებას.

ISO 9000 სტანდარტის გამოყენებით მიმწოდებელს იმის დემონსტრირება შეუძლია, რომ მისი ხარისხის სისტემა ისეა ორგანიზებული, რომ გამორიცხულია რაიმე გადახრა თანამედროვე სტანდარტებიდან არა მხოლოდ პროდუქციის ხარისხის, არამედ მთლიანად ორგანიზაციის ბიზნეს – საქმიანობის ყველა ასპექტის და მათ შორის ორგანიზაციის მმართველობითი საქმიანობის ჩათვლით.

ISO 9001 სტანდარტი ვრცელდება ორგანიზაციის მთელ საქმიანობაზე, დაწესებული პროდუქციის გამოშვების პროცესის აწყობიდან დამთავრებული ხელშეკრულებების დადებამდე და ხელშეკრულების ვალდებულებების შესრულებამდე.

ნაწარმის (პროდუქციის) **ხარისხის** თანამედროვე გაგება ეფუძნება მომხმარებლის მოთხოვნებთან მის სრულ შესაბამისობას. ნებისმიერ ნაწარმს აქვს მახასიათებლების მთელი ნაკრები. ეს მახასიათებლები იმ ტექნიკურ პირობებშია აღწერილი, რომელსაც უნდა აკმაყოფილებდეს გამოშვებული პროდუქცია. შედარებით ძნელია მომხმარებელთა მოთხოვნების ნაკრების ფორმირება, რადგან საწარმოს პროდუქციის მომხმარებლები არიან ფიზიკური პირები, იურიდიული პირები და თვით სახელმწიფოებიც. მათი მოთხოვნები განსხვავებულია. მეტიც, ერთნაირი მოთხოვნები არ არსებობს თითოეული ჯგუფის მომხმარებელთა შორისაც.

ასე რომ, ორგანიზაციამ (საწარმომ) რომ დააკმაყოფილოს მომხმარებლების მოთხოვნები, მის პროდუქციას უნდა ჰქონდეს თვისებათა სრული კომპლექტი (ნაკრები), რომელთა შესაბამისობა მომხმარებელთა მოთხოვნებთან არის სწორედ მისი ხარისხი.

ორგანიზაციის თეორიაში პროდუქციის და მთლიანად ორგანიზაციის საქმიანობის ხარისხის შეფასების პრობლემა განხილული უნდა იქნეს ორგანიზაციის თვითშენახვის, თვითგადარჩენისათვის ბრძოლის კანონის კონტექსტში. თუ ორგანიზაციის მიერ გამოშვებული პროდუქცია ძვირი იქნება, მაშინ კონკურენცია ასეთ ორგანიზაციას დაამარცხებს და დაღუპავს.

ზოგიერთი ორგანიზაციის აზრით, მომხმარებლების დასარწმუნებლად, რომ ისინი ყიდულობენ ხარისხიან პროდუქციას, საკმარისია რეკლამაც. მაგრამ კონკურენციის პირობებში ეს საკმარისი არ არის. მომხმარებლებს ამის შესახებ დამოუკიდებელი წყაროებიდან სჭირდებათ დასაბუთება.

სწორედ ამიტომ XX საუკუნის 80-იანი წლებიდან აქტიურად განვითარდა პროდუქციის ხარისხის სერტიფიცირების პროცედურები და დღემდე მისდამი ინტერესი მთელ მსოფლიოში არ განელეზულა.

გლობალური ბაზრისა და გლობალური კონკურენციის პირობებში, როდესაც მომხმარებელს შეუძლია იყიდოს ნებისმიერ ქვეყანაში წარმოებული პროდუქცია, ცხადია, იგი არჩევს იყიდოს იმ საწარმოს პროდუქცია, რომლის ხარისხი შეესაბამება **ISO 9000** და **ISO 9001** სტანდარტებს. მისთვის ეს არა მარტო პროდუქციის ხარისხის გარანტი არის, არამედ მიმწოდებლის მხრივ ყველა დანარჩენი ვალდებულების – მიწოდების გრაფიკის, მიწოდების პარტიის მოცულობის, გაყიდვის შემდგომი მომსახურების კონკრეტული შესრულების გარანტიც.

ხარისხის სერტიფიცირებას განსაკუთრებული მნიშვნელობა კვების პროდუქტებზე ეძლევა. ამასთან, სტანდარტი **ISO 9000**-ის დანერგვისას განსაკუთრებული ყურადღება არა მარტო პროდუქციის ხარისხს, არამედ ტექნოლოგიურ პროცესებსაც ეძლევა, რადგანაც საზოგადოების სოციალურ უსაფრთხოებას უკავშირდება. ამ მხრივ საინტერესოა აშშ-ის გამოცდილება. აშშ-მა კვების პროდუქტებზე **ISO 9000** დანერგვისას უზრუნველყო კვების პროდუქტების უსაფრთხოება ტექნოლოგიური პროცესის ყველა კრიტიკულ წერტილში.

გაჯერებული ბაზრისა და ეკონომიკური საქმიანობის გლობალიზაციის აშკარად გამოხატული ტენდენციის პირობებში განსაკუთრებულ მნიშვნელობას ხარისხის მენეჯმენტი იძენს. აქ იგულისხმება როგორც საბოლოო პროდუქციის ხარისხი, ისე ორგანიზაციის ყველა მიზნის ეფექტიანი შესრულება. კერძოდ:

- ბიზნეს-საქმიანობის თანამედროვე მეთოდების საერთო პრინციპების დაცვა;
- ორგანიზაციებსა და სახელმწიფოსთან ურთიერთობა;
- ორგანიზაციის შიგნით ადამიანებს შორის ურთიერთობა.

სწორედ ასეთი შინაარსისაა ხარისხის **ISO 9000** და **ISO 9001** საერთაშორისო სტანდარტები. მათი მეშვეობით შეიძლება ორგანიზაციული სისტემების შემდეგი საკვანძო საკითხების გადაწყვეტა:

- მართვის პროცესის ორგანიზაცია და ეფექტიანობის შეფასება;
- ორგანიზაციის შესაბამისობა თანამედროვე მოთხოვნებთან;
- მომხმარებელთა მოთხოვნილებების და საბაზრო გარემოს შეცვლის შემთხვევაში ორგანიზაციის ადაპტაციურ შესაძლებლობათა შეფასება;
- პერსონალის პროფესიული ვარგისიანობის შეფასება;
- ორგანიზაციაში სერტიფიკაციის გატარება;
- წარმოების პროცესის ორგანიზაცია;

- ინფორმაციული ეკონომიკის და ელექტრონული კომერციის მეთოდების ათვისება;
- ორგანიზაციული სისტემების შექმნის პროცესის ოპტიმიზაცია.

ხარისხის **ISO 9000** და **ISO 9001** სტანდარტები ხარისხის მენეჯმენტს გარკვეული მოთხოვნებს უყენებს. როგორც ცნობილია, ორგანიზაციები პროდუქციის საწარმოებლად ან ბუნებრივ ნედლეულს იყენებენ, ანდა სხვა ორგანიზაციათა მიერ წარმოებულ საქონელს (მაგალითად, პურის საცხობი იყენებს წისქვილკომბინატში წარმოებულ ფქვილს, ეს უკანასკნელი კი სოფლის მეურნეობის აგროფორმებში მოყვანილ ხორბალს). **ISO 9000** სტანდარტი პროდუქციას 4 კატეგორიად აჯგუფებს. ესენია:

- მოწყობილობა (ტექნიკა);
- ინტელექტუალური პროდუქცია (ინფორმაცია, კომპიუტერული პროგრამები, აუდიო-ვიდეო და ბეჭდვითი პროდუქცია და სხვ.);
- მასალები (ენერგორესურსები, ხე-ტყე, ქიმიური მასალები და სხვ.);
- სახალხო მოხმარების საქონელი, პროდუქტები და მომსახურება.

ასეთი დაჯგუფების ძირითადი ამოცანაა საბოლოო პროდუქტის გამოყოფა, რომლის მიმართ წაყენებული ხარისხის მოთხოვნები ყველა ორგანიზაციაში იდენტური იქნება.

ორგანიზაციის საქმიანობა **ISO 9000** და **ISO 9001** სტანდარტებით განიხილება, როგორც ამოსავალი პროდუქტიდან (მასალა-ნედლეულიდან, ინფორმაციიდან და ა.შ.) საბოლოო პროდუქტის შექმნის პროცესი. ეს პროცესი შედგება მთელი რიგი პარალელურად, ანდა თანმიმდევრულად შესრულებადი ოპერაციების ქსელისაგან, რომელთა შესრულების კვალობაზე ყალიბდება პროდუქცია და მისი ხარისხობრივი მახასიათებლები. ხარისხის მართვა გულისხმობს მთელი ამ პროცესის, მისი ყველა ოპერაციის ანალიზს და მუდმივ კორექტირებას. ხარისხის მართვის სქემა მოცემულია ნახ.№.2.7.-ზე.

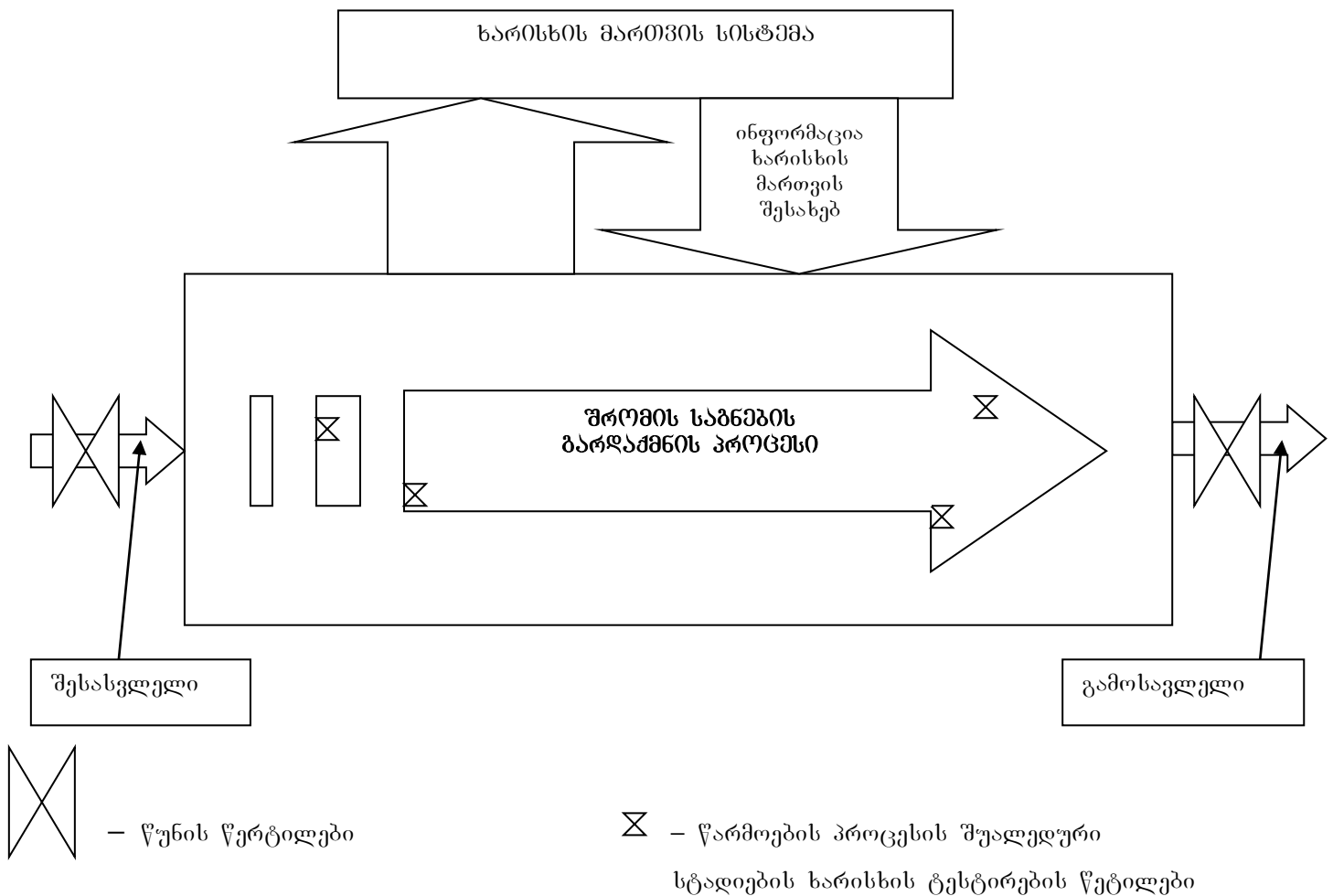
ხარისხის ოპტიმალურად მართვის უზრუნველსაყოფად სტანდარტი **ISO 9000** რეკომენდაციას იძლევა, რომ წარმოების თითოეულ პროცესს ორგანიზაციაში უნდა ყავდეს პასუხისმგებელი პირები, ე.წ. პროცესის მფლობელები, რომლებიც პასუხს აგებენ მოცემულ პროცესზე. პროცესის ყველა მონაწილემ ცალსახად უნდა გაითავისოს თავისი უფლებები და მოვალეობები.

ორგანიზაციაში მუშაობის ხარისხის მართვაზე გადასვლა ავალებს ყველა დონის მენეჯერს შექმნას ისეთი მიკრო და მაკროკლიმატი, როცა კოლექტივის თითოეული წევრი ჩათვლის საჭიროდ თავისი შრომის შედეგების გაუმჯობესებას და იფიქრებს იმაზე, რომ ხვალ უკეთ იმუშაოს, ვიდრე დღეს იმუშავა.

ხარისხის მართვის კონცეფციის რეალიზაციისას მენეჯერმა ორგანიზაციის თითოეულ წევრს უნდა შთააგონოს მისი როლი და შესაძლებლობები ორგანიზაციის მისიის განხორციელებისას. ეს ფაქტორები უნდა იქცეს თითოეული მუშაკის თვითსრულყოფის პიროვნულ მოტივაციად.

ორგანიზაციის კოლექტივი ისე უნდა შეირჩეს, რომ მენეჯერები ენდონ ხელქვეითებს და მოახდინონ თავიანთი უფლებების ნაწილის დელეგირება მათზე არა მარტო მასალა-ნედლეულის და ფულადი სახსრების გამოყენების პასუხისმგებლობის სფეროში, არამედ ხარისხის მართვის საკითხშიც.

კადრების შერჩევისას განსაკუთრებული ყურადღება უნდა მიექცეს მათ პროფესიულ დონეს და ასევე, სოციალურ-ფსიქოლოგიურ მახასიათებლებსაც. მენეჯერსა და დაქვემდებარებულ მუშაკთა ურთიერთობა ისე უნდა აიგოს, რომ დაქვემდებარებულები ცდილობდნენ გაამართლონ ხელმძღვანელის ნდობა. ამისათვის გამოყენებული უნდა იქნეს **ISO 9000** და **ISO 9001** სტანდარტებში მოცემული მენეჯმენტის სისტემის მთელი ტექნოლოგია.



ნახ.2.7. ხარისხის მართვის სისტემა

ნებისმიერი ორგანიზაცია წარმოადგენს რთულ, ღია სამართავ სოციალურ-ეკონომიკურ სისტემას, რომელიც მასალა-ნედლეულს გარდაქმნის პროდუქტად. ორგანიზაციას აქვს შიგა და გარე მიზნები. შიგა მიზნები კომერციულ იდეას, საკუთარი შემოსავლის ზრდას, კოლექტივის წევრთა მატერიალურ და სულიერ მოთხოვნათა დაკმაყოფილებას უკავშირდება, გარე მიზნები კი არის ის, რასაც მისგან საზოგადოება ელოდება. საზოგადოება კი მისგან, ისე როგორც ყველა სხვა დანარჩენი ორგანიზაციისგან, ელოდება ცხოვრების გაუმჯობესებას.

ორგანიზაციის საქმიანობის ხარისხის შეფასება რთულია. რთულია იმიტომ, რომ იგი მოიცავს ისეთ მაჩვენებლებსაც, რომელთა რაოდენობრივი გამოსახვა შეუძლებელია. **ხარისხის შეფასებამ** უნდა მოიცვას ურთიერთობები და კომუნიკაციები სხვა ორგანიზაციებთან, პროდუქციის (მომსახურების) მომხმარებლებთან, საზოგადოებასთან და საერთოდ, სახელმწიფოსთან. ამ მაჩვენებლებს ემატება აგრეთვე ეკოლოგიური უსაფრთხოების მახასიათებლებიც. ცხადია, ამ მაჩვენებლების აბსოლუტური გამოსახვა ძნელია, ხშირად კი შეუძლებელიც.

ორგანიზაციის მმართველობითი საქმიანობის სრულყოფითა და მოწესრიგებით მიიღწევა ორგანიზაციის ემერჯენტულობა. **ემერჯენტულობა** გულისხმობს ორი ტიპის ცვლილებებს: რაოდენობრივს, რომელიც განისაზღვრება ამოსავალი თვისებების დაჯამებით და ხარისხობრივს, რომელიც არ უკავშირდება ამოსავალ პარამეტრებს და არ არის განპირობებული რომელიმე მატერიალური ცვლილებით. ამერიკელი სწავლულები რ. სელერსი, უ. მონტეგიუ, და ა. ლაფჯოი ემერჯენტულობაში სისტემის შიგა დინამიკურობის გამოვლენას ხედავენ (ემერჯენტულობის კერძო შემთხვევად ამ თავის წინა ნაწილში განხილულია სინერგია). უფრო ზოგადი გაგებით რაციონალურად ორგანიზებულ და დინამიკურად განვითარებად სისტემაში ემერჯენტულობა განიხილება როგორც რაოდენობრივის თვისებებში გადასვლის პროცესი.

ხარისხის მართვის სისტემის მინიმალური მოთხოვნების შესრულება ორგანიზაციისათვის სავალდებულოა, მაგრამ კონკურენციის პირობებში მისი გადარჩენისათვის იგი საკმარისი არ არის. წარმატებულად განვითარდება მხოლოდ ის ორგანიზაცია, რომელიც სამუშაოს უფრო ხარისხიანად შეასრულებს, ვიდრე მისი კონკურენტები. მოქმედი ანდა დაპროექტებული ორგანიზაციის პერსპექტიულობის დასადგენად ხარისხის შეფასება უნდა მოხდეს რეიტინგით – „ცუდი“, „კარგი“. ეს მეთოდი სრულად თუ არა, დაახლოებით მაინც იძლევა ორგანიზაციის რანჟირებას ამ სფეროში.

ორგანიზაციის მუშაობაზე მრავალი ფაქტორი ახდენს გავლენას. ხარისხის შეფასებისას ყველა ისინი ერთდროულად და ერთობლივად უნდა გაანალიზდნენ.

საბოლოო დასკვნა ამ მიმართულებით უნდა გაკეთდეს მხოლოდ მაშინ, როცა ამ სფეროში (ე.ი. ხარისხის მართვაში) ორგანიზაციის მაჩვენებლები შეუდარდება ეტალონურ მოდელს. მოდელად შეიძლება მიჩნეულ იქნეს ანალოგიურ სფეროში ყველაზე უკეთ მომუშავე ორგანიზაცია.

ახალი ინფორმაციული ტექნოლოგიების გავლენა ორგანიზაციული საქმიანობის რაციონალიზაციის პროცესებზე

ისტორიულად ტექნოლოგიური ნოვაციები ყოველთვის რევოლუციურ გავლენას ახდენდა საზოგადოების და ეკონომიკის განვითარებაზე. ინფორმაციული ტექნოლოგიების დაჩქარებული განვითარების გამო უკანასკნელ ათწლეულებში მსოფლიო თანამეგობრობა ახალი ინფორმაციული სივრცის ფორმირების ეპოქაში შევიდა, რომელიც ქსელური ტელეკომუნიკაციების და კომპიუტერიზაციის ბაზაზე ყალიბდება. თანამედროვეობის ამ ობიექტურ მოვლენას თან ახლავს სოციალურად მნიშვნელოვანი ინფორმაციის მოცულობის ზრდა, რომელსაც ორგანიზაციების მართვის სისტემები თავიანთი საქმიანობის რაციონალიზაციისათვის იყენებენ. საზოგადოების განვითარების პროცესში დაგროვილი ინფორმაცია წარმოადგენს დროისა და საზოგადოებრივი შრომის ეკონომიის მნიშვნელოვან წყაროს, ანუ საზოგადოებრივი განვითარების დაჩქარების მძლავრ იარაღს.

ინფორმატიზაციამ საზოგადოების ცხოვრების ყველა სფეროში გამოიწვია ცვლილებები და ხელი შეუწყო საქმიან ორგანიზაციათა შორის ურთიერთობათა ახალი ტიპების ჩამოყალიბებას. თანამედროვე მაღალტექნოლოგიურ საწარმოებში ინფორმაცია მენეჯმენტთან ერთად „წარმოების ორგანიზაციის“ როლში გვევლინება. ორგანიზაციის ინფორმაციული რესურსი ზრდის მის მატერიალური და სოციალური კომპონენტების ერთობლივ სიმძლავრეს და ამადლებს სინერგიულ ეფექტს.

თანამედროვე საზოგადოების ეკონომიკურ საქმიანობაში მრავალი ორგანიზაცია მონაწილეობს. მათ შორის დამყარებულია საქმიანი პარტნიორული კავშირები, კომუნიკაციები და ა.შ., რომლებიც განსაზღვრავენ არა მარტო საერთო მიზნის შესრულებისას მათი მონაწილეობის დონეს, არამედ დაკისრებულ მოვალეობათა შეუსრულებლობის სანქციებსაც. ასეთ პირობებში მეტად თვალსაჩინოდ ვლინდება ელექტრონული კომერციის რაციონალიზატორული ზემოქმედება ორგანიზაციის ბიზნეს-საქმიანობის შესრულებაზე. ელექტრონული კომერციის გარემოს თავისებურება ის არის, რომ ამ გარემოში ორგანიზაციებს შორის სახეკლშეკრულებო, პარტნიორული, საფინანსო ურთიერთობები მაქსიმალური რაციონალიზაციის პირობებში მიმდინარეობს. ეს განსაკუთრებით შესამჩნევია

ტრანსაქციურ ხარჯებში. როგორც წესი, ტრანსაქციურ ხარჯებს მიეკუთვნება მოლაპარაკებების წარმოების და შეთანხმებების დადების ხარჯები. ელექტრონული კომერციის გარემოში, ე.ი. ერთ ვირტუალურ ინტერნეტ-მოედანზე მუშაობა სორციელდება მომენტალურად – პარტნიორები ხედავენ ერთმანეთს, ცვლიან აზრებს, მუშაობენ დოკუმენტებზე და ა.შ. ასე რომ, მათ არ სჭირდებათ დოკუმენტების ურთიერთგადაგზავნის, მგზავრობის, ლანჩის და სხვა ხარჯები. ეს ხარჯი დაიყვანება თითქმის ნულამდე (რჩება მხოლოდ ქსელში აბონენტის მომსახურების გადასახადი). ამასთან დაკავშირებით ეკონომიკაში წარმოიშვა მიმართულება სახელწოდებით „ეკონომიკა ხახუნის გარეშე“, ანუ ეკონომიკა წინააღმდეგობების გარეშე.

ელექტრონული კომერციის რაციონალური ზემოქმედება განსაკუთრებით მკაფიოდ ჩანს ელექტრონული ვაჭრობის სისტემაში, ანუ „გამყიდველ-მყიდველის“ ჯაჭვში. არანაკლებია მისი როლი „ბიზნესი-ბიზნესის“ სფეროში, ანუ სხვადასხვა ბიზნეს ერთეულებს (ბანკები, ბირჟები, სატრანსპორტო ორგანიზაციები, სამრეწველო საწარმოები და ა.შ.) შორის ურთიერთობებსა და აგრეთვე „ბიზნესი-ადმინისტრაციის“ სფეროში.

ახალი ინფორმაციული ქსელური ტექნოლოგიების გამოყენებისათვის მეტად მნიშვნელოვანი სფეროა მარკეტინგი. კონკურენციულ ბრძოლაში გასამარჯვებლად ეფექტიანი მარკეტინგი ხშირ შემთხვევაში გადამწყვეტ როლს ასრულებს. ინფორმაციული ტექნოლოგიები მომხმარებელთა მოთხოვნების მრავალდონიანი, დეტალური გამოკვლევის საშუალებას იძლევა. მათი შესრულებით მომხმარებელთა მოთხოვნების პერსონიფიცირებული აღრიცხვაც კი შესაძლებელია.