

შესავალი

XX საუკუნის 80-იანი წლებიდან გლობალიზაციის მასშტაბებმა მეცნიერ-ეკონომისტთა მსჯელობის დღის წესრიგში საერთაშორისო კონკურენტუნარიანობის თემატიკა წამოსწია. შედეგად დაიწყო ნაციონალური კონკურენტუნარიანობის აქტიური კვლევა. თუმცა, კონკურენტუნარიანობის კონცეფცია ეკონომიკური აზროვნების იმ ხანგრძლივი ისტორიის შედეგია, რომელმაც თავისი განუმეორებელი წვლილი შეიტანა ამ თანამედროვე, საკამათო და რთული ცნების განსაზღვრაში. მათ შორის შეიძლება გამოვყოთ: კლასიკოსი ეკონომისტები - ადამ სმიტი (რომელმაც ოთხ საწარმოო ფაქტორზე გააკეთა აქცენტი: მიწა, კაპიტალი, ბუნებრივი რესურსები და შრომა) და დევიდ რიკარდო (რომელმაც მოგვცა შეფარდებითი უპირატესობის თეორია); მარქსისტმა ეკონომისტებმა გამოიკვლიეს ეკონომიკურ განვითარებაზე სოციალურ-პოლიტიკური გარემოს გავლენა (კარლ მარქსი); მაქს ვებერმა ერთმანეთს დაუკავშირა ფასეულობები, რელიგიური მრწამსი და ეკონომიკური მაჩვენებლები; ჯოზეფ შუმპეტერმა კონკურენტუნარიანობის მისაღწევად წინა პლანზე მეწარმის როლი წამოწია; ალფრედ პ. სლოანმა და პიტერ დრუკერმა მართვის გაუმჯობესება ჩათვალეს კონკურენტუნარიანობის ფაქტორად; რობერტ სოლოუმ ეკონომიკური ზრდა განათლებას, ტექნოლოგიურ ინოვაციებსა და ნოუ-ჰაუს დაუკავშირა. ნიკოლას ნეგროფონტემ და მრავალმა სხვა თანამედროვე ეპოქის მეცნიერმა კონკურენტუნარიანობის ძირითად ფაქტორად ცოდნა აღიარა. მაიკლ პორტერმა სცადა ამ იდეების ერთ სისტემურ მოდელად გაერთიანება და შექმნა კონკურენტუნარიანობის ალმასი¹. ნაციონალური კონკურენტუნარიანობის კვლევის ევროპულმა სკოლამ, სტეფანე გარელის ხელმძღვანელობით, ალმასის წესს დაუმატა მთავრობის როლი. შეიძლება აღვნიშნოთ, რომ ქვეყნების კონკურენტული უპირატესობებისა და კონკურენტუნარიანობის შესახებ იმდენი მოსაზრებაა, რამდენი ავტორიც წერს ამ პრობლემაზე.

თანამედროვე მსოფლიოში მიმდინარე გლობალიზაციის პროცესი, ეკონომიკის განვითარების განმსაზღვრელი ტენდენცია გახდა და მნიშვნელოვან ზეგავლენას ახდენს ცალკეული ქვეყნის ეკონომიკის კონკურენტუნარიანობაზე. ეს ორი მოვლენა მჭიდროდაა ურთიერთდაკავშირებული და ასახავს ცალკეული ინდივიდის, კომპანიის, დარგისა და ქვეყნის ინტერესებს შორის წინააღმდეგობრივ ურთიერთობებს. კონკურენციის გამძაფრების შედეგად განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია ცალკეული ქვეყნის ეკონომიკური პოლიტიკის შესაბამისობა სხვა ქვეყნების ეკონომიკურ პოლიტიკასთან, რაც გარდამავალი ქვეყნების შემთხვევაში განსაკუთრებული სიმწვავეით იჩენს თავს.

წინამდებარე ნაშრომში თავმოყრილი მასალა ეყრდნობა მსოფლიოში აღიარებულ სამეცნიერო-კვლევით ცენტრებში მომზადებულ ქვეყნების კონკურენტუნარიანობის ანგარიშებს და მასზე მომუშავე ცნობილი მეცნიერების მ. პორტერის, კ. შვაბის, ს. გარელის, ს. როზელეთ-მაქქაულის, ო. სოლველის, ქ. ქეთელსის და სხვათა ნაშრომებს.

იმის მიუხედავად, რომ კონკურენტუნარიანობის შესახებ კვლევები მსოფლიოს მასშტაბითაც კი, ეკონომიკური თეორიის ახალი მიმართულებაა, ქართველ მეცნიერთა სასიქადულოდ უნდა აღინიშნოს, რომ მათ მიერ კონ-

¹ Stephane Garelli, The Fundamentals and History of Competitiveness, IMD World Competitiveness Year-

კურენტუნარიანობის საკითხების კვლევა უკვე მრავალი მიმართულებით მიმდინარეობს, კერძოდ: ქვეყნების, რეგიონების, დარგებისა და ბაზრების პროდუქტების კონკურენტუნარიანობა და სხვა. მათ შორის წინამდებარე ნაშრომში განხილულ ქვეყნების გლობალურ კონკურენტუნარიანობას სხვა დასხვა ასპექტით იკვლევენ: გ. გრიგოლაშვილი¹, ე. ეთერია², ე. ლმააშვილი, ი. მესხია, ი. ნათელაური, ი. ნაცვლიშვილი, უ. სამადაშვილი³, ე. სეფაშვილი⁴, ნ. ხადური⁵, ლ. ჩიქავა⁶, ა. ჩუთლაშვილი⁷ და სხვები.

ეკონომიკის განვითარებაში კლასტერების როლზე საკუთარი მოსაზრებები აქვთ გამოთქმული თ. აბრალავას⁸, ე. ბარათაშვილს, კ. გაბელაშვილს⁹, ბ. გეგზაიას¹⁰, მ. დიასამიძეს, ც. ღურულს, მ. თეთრუაშვილს, დ. მესხიშვილს, ნ. ფარესაშვილს, ლ. ქელბაქიანს, ი. ჯელიას¹¹ და სხვებს.

უფიქრობთ, ქვეყნების კონკურენტუნარიანობისა და კლასტერების თემაზე შექმნილ ნებისმიერ ქართულენოვან ნაშრომს დიდი მნიშვნელობა ენიჭება საქართველოში სამეცნიერო კვლევის ამ მიმართულებისა და ქვეყნის ეკონომიკის შემდგომი განვითარებისთვის.

¹ გრიგოლაშვილი გ., ნაცვლიშვილი ი., ფირმის დივერსიფიკაციის სტრატეგიები ქვეყნის კონკურენტუნარიანობის კონტექსტით; ლეკაშვილი ე., რეგიონული ეკონომიკური ინტეგრაცია - მცირე ქვეყნების საერთაშორისო კონკურენტუნარიანობის ამალგების გზა; მესხია ი., საქართველოს გლობალური კონკურენტუნარიანობა: ანალიზი და პროგნოზები; ნათელაური ი., მსოფლიო რეიტინგი ბიზნესის რეგულირების ინდექსის მიხედვით და დასაქმების აქტუალური პრობლემები პოსტკომუნისტურ საქართველოში; მესხიშვილი დ., კლასტერული სისტემა: თეორიული და მეთოდოლოგიური საფუძვლები; იხ. კრებულში: II საუნივერსიტეტაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენცია „საქართველოს ეკონომიკა მსოფლიო კონკურენტუნარიანობის მაჩვენებლებში: პრობლემები, პერსპექტივები“, თბ., 2011.

² ეთერია ე., ეროვნული ეკონომიკების კონკურენტუნარიანობა გლობალიზაციის პირობებში, უ. „ახალი აზრი“, №1(15), თბ., 2004.

³ სამადაშვილი უ., კონკურენტუნარიანობა, როგორც გლობალიზაციის პროცესებში საქართველოს აქტიური მონაწილეობის საშუალება, ურნ. „ბიზნესი და კანონმდებლობა“, №13, 2010.

⁴ სეფაშვილი ე., ქვეყნის კონკურენტუნარიანობა და კლასტერული განვითარების სტრატეგია“, უ. „ეკონომიკა“, საუნივერსიტეტაშორისო სამეცნიერო შრომების კრებული „საერთაშორისო ბიზნესი“, V ტომი, №1-4, თბ., 2007.

⁵ ხადური ნ., საქართველოს ეკონომიკის კონკურენტუნარიანობის ანალიზი და პერსპექტივები, USAID, თბ., 2010.

⁶ ჩიქავა ლ., ინოვაციური ეკონომიკა, თბ. 2009.

⁷ ჩუთლაშვილი ა., გლობალური კონკურენტუნარიანობა და საქართველო, თბილისის ეკონომიკურ ურთიერთობათა სახელმწიფო უნივერსიტეტის სამეცნიერო შრომების კრებული, 2010.

⁸ ბარათაშვილი ე., ფარესაშვილი ნ., აბრალავა თ., ბიზნესის მართვის კლასტერული პოლიტიკა, საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი, თბ., 2012.

⁹ გაბელაშვილი კ., ქელბაქიანი ლ., ტურისტული კლასტერების როლი რეგიონული განვითარების სტრატეგიის ფორმირებაში; დიასამიძე მ., ტურიზმის კლასტერი და მეღვინეობა აჭარაში; ღურული ც., თეთრუაშვილი მ., ეროვნულ-კულტურული კლასტერები საერთაშორისო ტურიზმში, იხილეთ კრებულში, I საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენცია, „ტურბათუმი-ტრაპიზონი, 2010. ბათუმის შოთა რუსთაველის სახელმწიფო უნივერსიტეტი.

¹⁰ გეგზაია ბ., მცირე და საშუალო ბიზნესის კლასტერული განვითარების საფუძვლები საქართველოში, პაატა გუგუშვილის ეკონომიკის ინსტიტუტის სამეცნიერო შრომების კრებული, თბ., 2010.

¹¹ ჯელია ი., საქართველოს ეკონომიკის კლასტერიზაცია მსოფლიო გამოცდილების კონტექსტში, უ. „სოციალური ეკონომიკა“.

ნაწილი I. ქვეყნის მსოფლიო და გლობალური
კონკურენტუნარიანობა

1.1 ნაციონალური (ქვეყნის) კონკურენტუნარიანობის კვლევის
ისტორიული მიმოხილვა*

ქვეყნების კონკურენტუნარიანობის თანამედროვე კვლევებში უდიდესი მნიშვნელობა ენიჭება პროფ. მ. პორტერის კონკურენტუნარიანობის აღმასის წესს, რის გამოც, გადავწყვიტეთ საკითხის ისტორიული მიმოხილვა გადმოგვეცა მის ნაშრომზე დაყრდნობით.

მ. პორტერი წერს – ნაციონალური წარმატება მემკვიდრეობითი არაა – ის იქმნება. ნაციონალური აყვავება მხოლოდ ბუნებრივი რესურსებიდან, არსებული სამუშაო ძალიდან, სარგებლის განაკვეთისა და ეროვნული ვალუტის მყიდველობითუნარიანობიდან არ გამომდინარეობს, როგორც ამას ამტკიცებს კლასიკური თეორია.

კონკრეტული ერის კონკურენტუნარიანობა დამოკიდებულია საწარმოო პროცესების მოდერნიზებისა და სიახლეების შემოღების უნარზე. კომპანიები, ბაზრის მოთხოვნებისა და ზეწოლის შედეგად, ზრდიან თავის უპირატესობას მსოფლიო ბაზარზე არსებულ ყველაზე ძლიერ კონკურენტებთან ბრძოლაში. ისინი ითვალისწინებენ ძლიერი შიდა მოწინააღმდეგეების მიღწევებს, აგრესიული მიმწოდებლების ქცევას და მომთხოვნი ადგილობრივი მომხმარებლების გემოვნებას, რასაც მნიშვნელოვანი სარგებელი მოაქვს მათთვის.

მსოფლიო მასშტაბით გამძაფრებული კონკურენცია ზრდის სახელმწიფოს მნიშვნელობას, ვინაიდან კონკურენციული ბრძოლის საფუძველი გადაადგილდება ცოდნის ათვისებისა და შექმნის მიმართულებით. კონკურენციული უპირატესობა იქმნება და ნარჩუნდება ძლიერ ლოკალიზებული პროცესების საშუალებით. განსხვავებებს ეროვნულ ფასეულობებში, კულტურაში, ეკონომიკის სტრუქტურაში, არსებულ ორგანიზაციებსა და ისტორიულ განვითარებაში, თავისი განუმეორებელი წვლილი შეაქვს კონკურენციული უპირატესობის მოპოვებაში. იმის გამო, რომ ქვეყანა ვერ იქნება კონკურენტუნარიანი ყველა ან თუნდაც დარგების უმრავლესობაში, თითოეული ქვეყნის კონკურენტუნარიანობის სტრუქტურა ძალზე განსხვავებულია. კონკრეტული ქვეყანა რომელიმე დარგში წარმატებას აღწევს მაშინ, როცა გარკვეულ პერიოდში მისი შიდა პირობები აღმოჩნდება უკეთესი, დინამიკური და პერსპექტიული სხვებთან შედარებით.

ცალკეული სახელმწიფოს მიერ დარგებში კონკურენციული უპირატესობის მიღწევის წინაპირობებისა და გზების შესწავლის მიზნით, აშშ-ს ჰარვარდის უნივერსიტეტის პროფესორ მაიკლ პორტერის ხელმძღვანელობით, 1985-1989 წლებში ჩატარდა ოთხწლიანი გამოკვლევა მსოფლიოს ათ ქვეყანაში, რომელთა ერთობლივმა ექსპორტმა 1985 წელს შეადგინა მსოფლიო ექსპორტის 50%. ეს ქვეყნებია: დანია, გერმანია, იტალია, იაპონია, კოლიუმ ექსპორტის 50%. ეს ქვეყნებია: დანია, გერმანია, იტალია, იაპონია, კორეა, სინგაპური, შვედეთი, შვეიცარია, დიდი ბრიტანეთი და აშშ. ამ გამოკვლევის სათანადო დონეზე ჩატარებაში პროფ. მ. პორტერს ეხმარებოდა 30-

* პარაგრაფში მოცემული მასალა კონსპექტური სახისაა და მთლიანად ეყრდნობა: Maickl Porter – Конкуренция; Издательский дом «Вильямс»; Санкт-Петербург, Москва, Киев; 2002, с.162-279.

ზე მეტი მეცნიერ-მკვლევარი იმ ქვეყნებიდან, რომლებშიც მიმდინარეობდა გამოკვლევა. ქვეყნების გამოკვლევა ერთიან მეთოდულად იყო დაფუძნებული. აშშ-ს, იაპონიასა და გერმანიას, როგორც მოწინავე ქვეყნებს, გამოკვლევაში განსაკუთრებული ადგილი ჰქონდა დათმობილი. სხვა ქვეყნები ჩართული იყვნენ იმის გამო, რომ ერთმანეთისგან განსხვავდებოდნენ მოსახლეობის რიცხოვნობით, მრეწველობით, სახელმწიფო პოლიტიკით, სოციალური ფილოსოფიით, გეოგრაფიული მდებარეობითა და მასშტაბებით.

ნაციონალური კონკურენტუნარიანობის შესახებ 1985 წლამდე ჩატარებულ გამოკვლევებში ძირითადი ყურადღება ეთმობოდა ერთ ქვეყანას ან ორი ქვეყნის შედარებას. ახალი ინიციატივის მიზანი იყო სხვადასხვა პარამეტრის მქონე ქვეყნებში ნაციონალური კონკურენციული უპირატესობის განმსაზღვრელი ძალების გამოვლენა.

ზემოჩამოთვლილ ქვეყნებში ჩატარებული გამოკვლევა შედგებოდა ორი ეტაპისაგან. პირველ ეტაპზე განხორციელდა მრეწველობის ყველა იმ დარგის იდენტიფიკაცია, რომლებშიც ეროვნულმა კომპანიებმა საერთაშორისო მასშტაბებში მიაღწიეს წარმატებას. აღნიშნული ამოცანა განხორციელდა სტატისტიკურ მონაცემებზე, გამოქვეყნებულ მასალებსა და ჩატარებულ ინტერვიუებზე დაყრდნობით. ქვეყანაში დარგი წარმატებულად მიიჩნეოდა, თუ მას ჰქონდა კონკურენციული უპირატესობა, მსოფლიო ბაზარზე არსებულ სხვა კონკურენტუნარიან მეტოქეებთან შედარებით.

აღნიშნულის გამო, მკვლევარებმა კონკურენტუნარიანობის ოპტიმალურ პარამეტრებად მიიჩნიეს მნიშვნელოვანი და სტაბილური ექსპორტის არსებობა სხვა ქვეყნებში და/ან ინვესტიციების დიდი ექსპორტი, რომელიც ემყარებოდა საკუთარ ქვეყანაში შექმნილ აქტივებსა და გამოცდილებას. კომპანიისათვის ქვეყანა მშობლიურად (წარმომშობად) იმ შემთხვევაში ითვლებოდა, თუ ეს კომპანია ამ ქვეყნის რეზიდენტების მფლობელობაში იყო, ან დასაწყისში ადგილობრივ წარმოებას წარმოადგენდა, ან ავტონომიურად იმართებოდა, უცხოური კომპანიის მიერ მფლობელობის ან ინვესტიციების მიუხედავად. გამოკვლევის შემდგომ ეტაპზე შეიქმნა ყველა დარგის პროფილი, რომლებშიც თითოეული ქვეყანა საერთაშორისო მასშტაბებში წარმატებული იყო დროის სამი მომენტისათვის: 1971, 1978 და 1985 წლები. აღნიშნულის განხორციელების შედეგად კონკურენტუნარიანი დარგების სტრუქტურაში შემთხვევითობა თავიდან იქნა აცილებული. გამოკვლევის ერთ-ერთი ამოცანა იყო აეხსნა და გამოევიწყინა დროთა განმავლობაში მომხდარი ცვლილებები. განსაკუთრებულ ინტერესს იწვევდა ურთიერთკავშირები და ის ურთიერთდამოკიდებულება, რაც დაფიქსირდა სხვადასხვა ქვეყნის კონკურენტუნარიან დარგებს შორის.

გამოკვლევის მეორე ეტაპზე მკვლევარებმა შეისწავლეს კონკრეტულ დარგში კონკურენციული ბრძოლის ისტორია, რაც აუცილებელი იყო კონკურენციული უპირატესობის მიღწევის მიზეზების დასადგენად. ამ სახის ნაციონალური პროფილების საფუძველზე, შეირჩა გამოსაკვლევ დარგთა ჯგუფები. პარალელურად, ზოგიერთი დარგი შეისწავლეს ნაკლები დეტალიზაციით.

მკვლევარები ისტორიაში ბრუნდებოდნენ იმდენად უკან, რამდენიც საჭირო იყო იმის გასაგებად, თუ როგორ და რა მიზეზების გამო ჩაისახა მოცემული დარგი კონკრეტულ სახელმწიფოში, როგორ მიმდინარეობდა მისი ზრდა, როდის და რატომ აღწევდნენ ნაკლები დეტალიზაციის წარმატებას

საერთაშორისო დონეზე, ასევე იმ პროცესების გასაგებად, რომლის გამოც კონკურენციული უპირატესობები ნარჩუნდებოდა ან შემდგომში იკარგებო- ვითარების შესახებ. დარგი ყოველი ქვეყნიდან შერჩეული იქნა იმ განზრახ- ვით, რომ ის იყო ადგილობრივი ეკონომიკის კონკურენტუნარიანი დარგების შემადგენელი ნაწილი. შერჩეულ და გამოკვლეულ დარგებზე მოდიოდა თი- თოეული ქვეყნის მთლიანი ექსპორტის მნიშვნელოვანი ნაწილი, მაგალითად, იაპონიაში, გერმანიაში და შვეიცარიაში ექსპორტის ნაკადის 20%-ზე მეტი, სამხრეთ კორეაში - 40 %-ზე მეტი.

მკვლევარებმა შეისწავლეს საერთაშორისო ბაზარზე დიდი წარმატე- ბის შემთხვევები, კერძოდ, გერმანული მაღალმწარმოებლური მანქანები და ქიმიური მრეწველობის პროდუქტები, იაპონური ნახევარგამტარების მოწყო- ბილობები და ვიდეომაგნიტოფონები, შვეიცარული ბანკები და ფარმაცევტი- კა, იტალიური ფეხსაცმელი და საფეიქრო ნაწარმი, ამერიკული კომერციუ- ლი თვითმფრინავები და კინონდუსტრია, აგრეთვე, ზოგიერთი ნაკლებად- ცნობილი, მაგრამ მაღალკონკურენტუნარიანი დარგი: სამხრეთკორეული პი- ანილო, იტალიური საციგურაო ჩექმები და ინგლისური ორცხობილა.

მეცნიერებმა განიხილეს პარადოქსული შემთხვევებიც, მათ შორის ერთ-ერთი იყო, იაპონიაში დასავლეთის ენების შრიფტის მქონე საბეჭდო მანქანების წარმოება. მასზე ქვეყანაში შიდა მოთხოვნა არ იყო, თუმცა ამ დარგში იაპონია ინარჩუნებდა ძლიერ პოზიციებს ექსპორტსა და უცხოურ ინვესტიციებში.

მკვლევარებმა თავი აარიდეს ისეთი დარგების განხილვას, რომლებიც დიდად იყვნენ დამოკიდებული ბუნებრივ რესურსებზე, ვინაიდან თვლიდნენ, რომ ასეთი დარგები ვერ ქმნიან განვითარებულ ეკონომიკას, ხოლო კონკუ- რენციულ ბრძოლაში ქვეყნის უნარი მარტივად აიხსნება კლასიკური თეო- რიის საფუძველზე. გამოიკვლიეს ისეთი დარგები, რომლებიც ბუნებრივ წია- ლისეულთან ერთად იყენებდნენ ინტენსიურ ტექნოლოგიებს, როგორცაა, საგაზეთო ქაღალდის წარმოება და ქიმიკატები სოფლის მეურნეობისათვის. ქვეყნებისა და დარგების ასეთმა მაგალითებმა შექმნა მდიდარი ემპირიული ბაზა ქვეყნების კონკურენციული უპირატესობის მიღწევის თეორიის შესამუ- შავებლად და შესამოწმებლად.

თანამედროვე პერიოდში მენეჯერები მთავრობებზე ახორციელებენ ზე- წოლას დარგებისათვის მხარდაჭერის მოსაპოვებლად. ასევე, მთავრობების მხრიდან ნაციონალური ეკონომიკის კონკურენტუნარიანობის ამაღლების მიზნით ხორციელდება სხვადასხვა ექსპერიმენტი, კერძოდ, სავალუტო კურ- სებისა და ვაჭრობის რეგულირების ახალი მეთოდებით დაწყებული, ანტი- მონოპოლიური კანონმდებლობის შერბილებით დამთავრებული, რაც ხში- რად მთავრდება აფეთქებით. აღსანიშნავია, რომ ასეთი სახის ღონისძიებები მნიშვნელოვნად ასუსტებს იმ ჭეშმარიტი წყაროების მოქმედებას, რაც უზ- რუნველყოფს წარმატებას კონკურენციაში.

ნაციონალური კონკურენტუნარიანობა დღემდე საკამათო საკითხია მრავალი მეცნიერისა თუ პრაქტიკოსისთვის. ზოგიერთი მათგანი ქვეყნის კონკურენტუნარიანობას განიხილავს როგორც **მაკროეკონომიკურ** მოვლე- ნას, რომელიც იმართება ისეთი ფაქტორებით, როგორცაა, **სავალუტო კურ- სი, სარგებლის განაკვეთი და ბიუჯეტის დეფიციტი**. თუმცა იაპონია, იტა- ლია და სამხრეთ კორეა სწრაფად ამაღლებდნენ ცხოვრების დონეს, ბიუჯე-

თუ არა კონკურენტუნარიანად ქვეყანა, რომელშიც ყოველი კომპანია, მრეწველობის ყოველი დარგი კონკურენტუნარიანია? არც ერთი ქვეყანა არ ტორები, რომლებიც ძალიან ჩამორჩებოდა მსოფლიოს ყველაზე ძლიერ კონკურენტებს; დასაშვებია, რომ კონკურენტუნარიანი ქვეყნის სავალუტო ნარიანი ფასები? როგორც გერმანიაში, ასევე იაპონიაში, ძლიერი ვალუტის არარსებობისა და ფასების ზრდის პირობებში მაღლდებოდა ცხოვრების დონე; თუ ვაჭრობაში დადებითი ბალანსი განაპირობებს ქვეყნის კონკურენტუნარიანობას? შვეიცარიის სავაჭრო ბალანსი სამაგალითოდ დაბალანსებული იყო, იტალია კი მუდმივ დეფიციტს განიცდიდა ვაჭრობაში და ამასთან, ორივე ქვეყანაში შეინიშნებოდა ეროვნული შემოსავლის მუდმივი ზრდა; კონკურენტუნარიან ქვეყანას სამუშაო ძალის დაბალი ღირებულება აქვს? ინდოეთსა და მექსიკაში როგორც ხელფასები, ასევე სამუშაო ძალის ფასი, ძალზე დაბალია, მაგრამ ამ ქვეყნებს შორის სამაგალითოდ და მისაბაძი არცერთია. კონკურენტუნარიანობა ასევე არ ნიშნავს სამუშაო ადგილების არსებობას. შეთავაზებული სამუშაო ადგილების სახეობა და არა უბრალოდ დაბალი ხელფასით შრომითი მოწყობის შესაძლებლობა - აი, რა არის გადამწყვეტი ფაქტორი ეკონომიკის აყვავებისთვის.

ქვეყანა ყველა დარგში ვერ იქნება კონკურენტუნარიანი. იდეალური ვარიანტით კონკრეტული ქვეყნისათვის არსებული შეზღუდული ადამიანური და სხვა რესურსები საჭიროა განაწილდეს ისე, რომ გამოიყენებოდეს მაქსიმალური ეფექტიანობით.

ცხოვრების მაღალი დონის მქონე ქვეყნებს აქვთ მრავალი დარგი, რომელშიც მათი ადგილობრივი კომპანიები არაკონკურენტუნარიანია.

ერთადერთი გონივრული კონცეფცია კონკურენტუნარიანობის შესახებ ნაციონალურ დონეზე, რომელიც მიიღეს მკვლევარებმა - მწარმოებლურობაა.

მწარმოებლურობა ესაა დროის განსაზღვრულ პერიოდში წარმოებული პროდუქტის მოცულობა გამოყენებული კაპიტალის ერთეულზე ან მატერიალურ რესურსებზე. მწარმოებლურობა ცხოვრების გრძელვადიანი სტანდარტის ძირითადი დეტერმინანტი და ეროვნული შემოსავლის ძირითადი წყაროა. კონკრეტული ქვეყნის ცხოვრების დონე დამოკიდებულია ნაციონალური კომპანიების უნარზე მიაღწიონ მწარმოებლურობის მაღალ დონეს.

მწარმოებლურობის ზრდა მოითხოვს ეკონომიკის მუდმივ სრულყოფას. ნაციონალური კომპანიები უნდა ეცადონ მუდმივად გაზარდონ მწარმოებლურობა მათ მიერ წარმოებული პროდუქტის ხარისხის ამაღლებით, მისთვის ახალი სამომხმარებლო თვისებების მინიჭებით, ტექნოლოგიის სრულყოფით ან წარმოების ეფექტიანობის ამაღლებით.

ამგვარად, პროფ. მ. პორტერის ხელმძღვანელობით ჩატარებული გამოკვლევის მიზანი იყო სახელმწიფოს იმ ძირითადი მახასიათებლების მოძებნა, რაც კომპანიებს უქმნის შესაძლებლობას მიაღწიონ და შეინარჩუნონ კონკურენციული უპირატესობა განსაზღვრულ სფეროში, ეს იყო სხვადასხვა ქვეყნების კონკურენციული უპირატესობების კვლევა.

ყოველივე ზემოაღნიშნულის გათვალისწინებით, მეცნიერ-მკვლევარების მოსაზრებით, ახალი თეორია უნდა გამოსულიყო შეფარდებითი უპირატესობის ჩარჩოებიდან. მას უნდა აესახა კონკურენციის ცნების მდიდარი შინაარსი, რომელიც მოიცავს ბაზრის სეგმენტაციას, პროდუქტის დიფერენ-

ციაციას, ტექნოლოგიურ განსხვავებებს, ასევე, წარმოების მასშტაბის ზრდით გამოწვეულ ეკონომიას და სხვა. ახალი თეორია უნდა გამოსულიყო დანახარჯებით უპირატესობის მოპოვების ჩარჩოებიდან და უნდა გაემუქებინა, თუ რატომ ხდებოდა კომპანია სხვებთან შედარებით უკეთესი ისეთი უპირატესობების შექმნისას, რაც ეფუძნებოდა ხარისხს, ახალი პროდუქტის შემუშავებას და სხვა. ახალ თეორიას უნდა გაეცა პასუხი პროდუქტით ხვებზე, კერძოდ, რატომ ნერგავენ განსაზღვრულ ქვეყნებში არსებული კომპანიები მეტი სიახლეებს, ვიდრე სხვები? რატომ უზრუნველყოფს ზოგიერთი ქვეყანა ისეთ გარემოს, რომელიც აძლევს კომპანიას საშუალებას სრულყოფს და განახლოს თავისი საქმიანობა უფრო სწრაფად, ვიდრე მისი უცხოელი კონკურენტები?

ნებისმიერი ქვეყნის ეკონომიკის ყურადღებით განხილვის შედეგად მეცნიერებმა შეამჩნიეს, რომ სხვადასხვა დარგი განსხვავებული კონკურენტუნარიანობით ხასიათდება. ამის გამო, პროფ. მ. პორტერის აზრით, გამოკვლევის დროს აუცილებელი იყო ყურადღების ფოკუსირება არა ეკონომიკაზე მთლიანად, არამედ განსაზღვრულ დარგებსა და დარგთა სეგმენტებზე. სადაც უცხოელ მოწინააღმდეგეებთან, კონკრეტულ დარგსა და სეგმენტში კონკურენციული უპირატესობის მოსაპოვებლად ხანგრძლივი და აქტიური ბრძოლის შედეგად, იქმნება და უმჯობესდება ახალი პროდუქტები და პროცესები, რომლებიც ხელს უწყობს ნაციონალური განახლების პროცესს.

ზემოაღნიშნულის გათვალისწინებით საჭირო იყო ახალი პერსპექტივა და ახალი ინსტრუმენტები. კონკურენტუნარიანობის საკითხისადმი ისეთი მიდგომა, რომელიც უშუალოდ გამომდინარეობდა მსოფლიო ბაზარზე წარმატებული დარგების ანალიზიდან, რაც არ იყო კავშირში ტრადიციულ იდეოლოგიასა და მოცემულ სფეროში იმწუთიერ მოდასთან. მეცნიერებს უნდა სცოდნოდათ რა მექანიზმები და როგორ მუშაობდა.

რა არის იმის მიზეზი, რომ კომპანიები მნიშვნელოვანი ცვლილებებისთვის მუდმივად მზად არიან? რატომ ცდილობენ ისინი დაუღალავად იარონ გაუმჯობესებისაკენ, ეძებონ უფრო რთული წყაროები კონკურენციული უპირატესობის მოსაპოვებლად? რა უზრუნველყოფს მათ უნარს გადალახონ სერიოზული წინააღმდეგობები ცვლილებებისა და სიახლეების შესატანად, რასაც ასე ხშირად მოსდევს წარმატება?

აღნიშნულ კითხვებზე პასუხის გასაცემად მ. პორტერმა შექმნა ალმასის წესი (Michael Porter's Diamond Theory)¹ და კლასტიკების თეორია.

ალმასის წესს (იხ. სქემა 1.1.1) განაპირობებს ქვეყნის ოთხი ატრიბუტი, რომელთაგან თითოეული ცალ-ცალკე და ყველა ერთად შეადგენს ქვეყნის კონკურენციული უპირატესობის საფუძველს, რასაც ყოველი სახელმწიფო ქმნის და ინარჩუნებს თავისი დარგებისათვის.

ეს ატრიბუტებია:

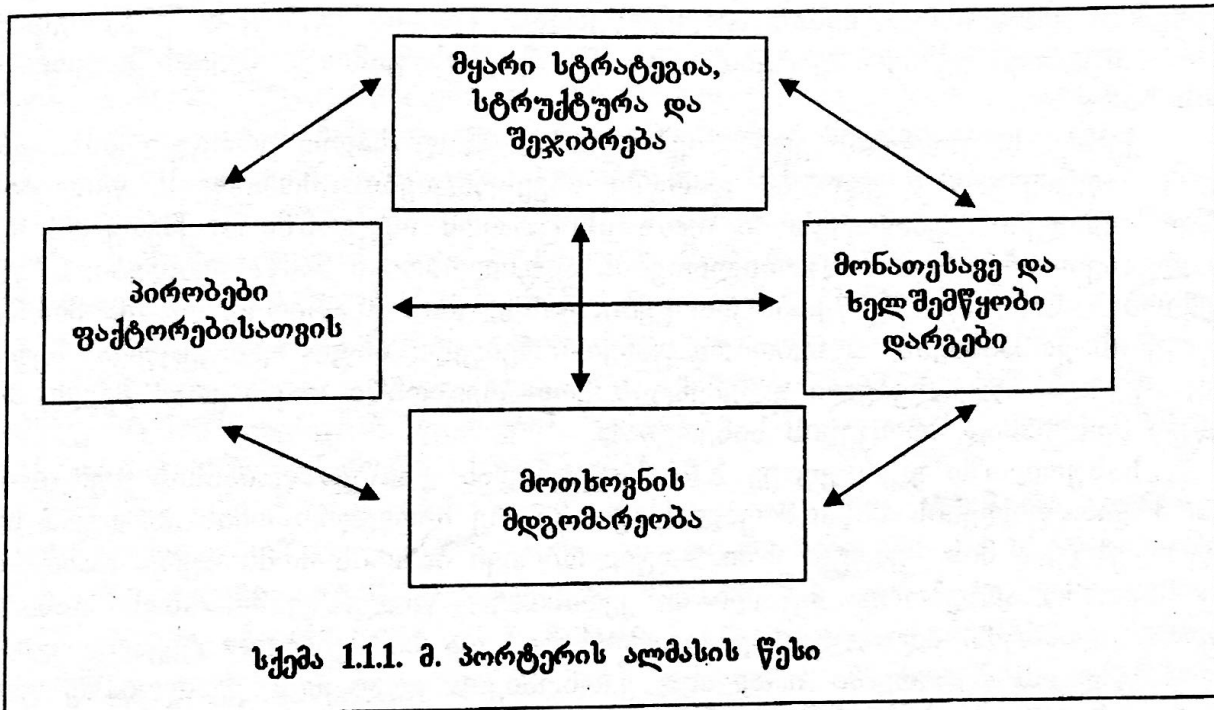
¹ რუსულენოვან ლიტერატურაში თარგმნიან როგორც „კონკურენტუნარიანობის რომბს ან რომბის წესს“. ასევეა კლასტიკების შემთხვევაშიც, როცა რუსი მეცნიერები მათ განსაზღვრავენ იმ ქვეყნის სახელწოდებით, სადაც ისინი მოქმედებენ (მაგ. ჩინური კლასტიკები, იტალიური კლასტიკები და სხვა), არ ითვალისწინებენ რა იმას, რომ კლასტიკების მოქმედების არეალი ხშირად არ ემთხვევა სახელმწიფო საზღვრებს, რაც ხაზგასმით აქვს აღნიშნული კლასტიკების თეორიის ავტორს პროფ. მ. პორტერს. ლიტერატურული პირველწყაროს ამგვარი „ინტერპრეტაციის“ ხშირი შემთხვევების გამო, ვფიქრობთ, საჭიროა სიფრთხილის გამოჩენა რუსულენოვანი ლიტერატურის სამეცნიერო კვლევებში გამოყენებისას.

1. პირობები ფაქტორებისათვის. ქვეყნის პოზიცია საწარმოო ფაქტორების მიხედვით, როგორცაა კვალიფიცირებული სამუშაო ძალა და ინფრასტრუქტურა, რაც აუცილებელია მოცემულ დარგში კონკურენციული ბრძოლისა და უპირატესობის მოსაპოვებლად;

2. მოთხოვნის მდგომარეობა. შიდა ბაზარზე დარგის პროდუქტსა ან მომსახურებაზე მოთხოვნის ხასიათი (მომთხოვნელობა, აგრესიულობა);

3. მონათესავე და ხელშემწყობი დარგები. ქვეყანაში საერთაშორისო მასშტაბით კონკურენტუნარიანი დარგი-მიმწოდებლის ან სხვა თანამდევი (მონათესავე, ხელშემწყობი, დაკავშირებული) დარგების არსებობა;

4. მყარი სტრატეგია, სტრუქტურა და შეჯიბრება. ქვეყანაში კომპანიის შექმნის, ორგანიზებისა და მართვის პირობები, აგრეთვე შიდა კონკურენციის ხასიათი.



სქემა 1.1.1. მ. პორტერის ალმასის წესი

ზემოჩამოთვლილი ფაქტორები განაპირობებს ქვეყანაში ისეთი გარემოს ფორმირებას, რომელშიც კომპანია იქმნება და სწავლობს კონკურენციას. ალმასის მოდელი მთლიანობაში და მისი ყოველი წიბო იმ კომპონენტთა ერთობლიობაა, რაც განაპირობებს კონკურენციაში კომპანიის წარმატებას საერთაშორისო მასშტაბით. კერძოდ, რესურსებისა და კვალიფიციური სამუშაო ძალის არსებობა აუცილებელია დარგში კონკურენციული უპირატესობის მისაღწევად; ინფორმაცია, რომელიც უზრუნველყოფს საუკეთესო შესაძლებლობებს, ხელს უწყობს იმ მიმართულებების დასახვას, რომლებშიც ფირმებმა უნდა აამოქმედონ რესურსები და თანამშრომელთა კვალიფიკაცია; მფლობელების, მენეჯერებისა და კომპანიის ცალკეულ თანამშრომელთა მიზნები და კონკურენტთა ზეწოლა კომპანიას აიძულებს თანხები დააბანდოს სიახლეების დანერგვაში.

კონკურენტუნარიანობის ალმასის წესის მოქმედება იტალიური კერამიკული ფილების (გაფელის) წარმოებაში. 1987 წელს იტალიური კომპანიები იყვნენ მსოფლიო ლიდერები კერამიკული ფილების წარმოებასა და ექსპორტში. ეს იყო მრეწველობის დარგი 10 მლრდ დოლარის მოცულობის ბრუნ-

ვით. იტალიის ემილია-რომანიას ოლქის პატარა ქალაქ სასუოლოში იწარ-
მოებოდა კაფელის მსოფლიო წარმოების 30%, ხოლო ექსპორტი შეადგენდა
მსოფლიო ექსპორტის 60%-ს. იმ წელს კერამიკული ფილების შედგენა
ექსპორტმა გადააჭარბა იმპორტს დაახლოებით 1,4 მლრდ დოლარით.

იტალიური კერამიკული ფილების ინდუსტრიის კონკურენტუნარიანო-
ბის ამღლება ნათლად გვიჩვენებს ალმასის წესის მოქმედებას ქვეყნის
კონკურენციული უპირატესობის მისაღწევად. ფილების წარმოებაში ქვეყნის
რენტუნარიანობა გაიზარდა არა რაიმე სტატიკური ან ისტორიულად არსე-
ბული უპირატესობებით, არამედ განვითარების დინამიზმითა და მუდმივი
ცვლილებებით.

ძალზე მომთხოვნი და პრესტიჟული მყიდველები, ძლიერი და დამახა-
სიათებელი თავისებურებების მქონე მომარაგების არხები, ასევე, ადგილობ-
რივ კომპანიებს შორის ძლიერი კონკურენცია ქმნიდა მუდმივი ზეწოლის
გარემოს, რაც ინოვაციების პირველწყაროა. ცოდნა სწრაფად უმჯობესდ-
ბოდა მუდმივი ექსპერიმენტებისა და წარმოების გამოცდილების დაგროვე-
ბის ხარჯზე.

კერძო საკუთრების კომპანიების სახელმწიფოსადმი ერთგულების გან-
ცდა საფუძვლად დაედო ამ დარგში ინვესტიციების მოზიდვას. ფილების
მწარმოებლების უპირატესობა იყოს ისიც, რომ რეგიონში მოქმედებდა მა-
ღალგანვითარებული მოწყობილობების ადგილობრივი მიმწოდებლები, მრეწ-
ველობის სხვა ხელშემწყობი დარგები, მასალების მწარმოებელი და მომსა-
ხურების კომპანიები, არსებობდა განვითარებული ინფრასტრუქტურა. შედე-
გად, ყველა აუცილებელი ელემენტის ერთ რეგიონში თავმოყრამ ხელი შე-
უწყო მთლიანად პროცესის სინერგიას.

სასუოლოში ჯერ კიდევ XIII საუკუნიდან დაიწყო ფაიანსის ტურჭლის
წარმოება. ფილების საწარმოებლად კი, მეორე მსოფლიო ომის შემდგომ სა-
სუოლოსა და მის შემოგარენში, ადგილობრივი ბაზრის მომსახურე, რამდენი-
მე საწარმო არსებობდა. იტალიაში კერამიკულ ფილებზე მოთხოვნა განაპი-
რობა კლიმატმა, ადგილობრივმა გემოვნებამ და სამშენებლო ტექნოლოგიამ.
ომის შემდგომ პერიოდში იტალიის ეკონომიკის აღდგენის კვალობაზე გაი-
ზარდა მოთხოვნა სამშენებლო მასალებსა და კერამიკულ ფილებზე.

სასუოლო მდებარეობდა იტალიის შედარებით განვითარებულ ნაწილ-
ში, სადაც ცხოვრობდა კომპანიის დაარსებისათვის აუცილებელი საწყისი
კაპიტალისა და ორგანიზაციული უნარის მქონე ადამიანები. 1955 წელს სა-
სუოლოში იყო ფილების მწარმოებელი 14 კომპანია, ხოლო 1962 წელს უკვე -
102. ახალი კომპანიების უპირატესობა იყო რეგიონში აუცილებელი უნარ-
ჩვევების მქონე მომუშავეების არსებობა. ამას განაპირობებდა ის, რომ სა-
სუოლოს რეგიონი საბაზო იყო ისეთი კომპანიებისათვის, როგორცაა
Ferrari, Maserati, Lamborghini და ტექნიკური თვალსაზრისით მოწინავე სხვა
ფირმები. ფილების წარმოების განვითარებასთან ერთად, მრავალი ინჟინერი
და კვალიფიციური მომუშავე გადავიდა წარმატებით მომუშავე კომპანიებში.

XX საუკუნის 50-იან წლებში კაფელის წარმოებაში ძირითადი მასალა
იყო კაოლინის (თეთრი) თიხა. ვინაიდან სასუოლოს მიდამოებში თეთრი
თიხის საბადოები არ იყო, იტალიელ მწარმოებლებს თეთრი თიხა შემოჰ-
ქონდათ დიდი ბრიტანეთიდან, გამოსაწვავი ქურები - გერმანიიდან, ამერიკა-
სა და საფრანგეთიდან; ფილების პრესები კი - გერმანიიდან. დროთა გან-

მავლობაში იტალიელმა მწარმოებლებმა ისწავლეს იმპორტირებული მოწყობილობების მოდიფიცირება.

იტალიელი ინჟინრები ადგილობრივი პირობების გათვალისწინებით აირს, ნავთობის სანაცვლოდ. სასულოლოში თანდათანობით ჩაისახა საკუთარ მანქანათმშენებლობა. 1970 წლისთვის გამოჩნდა გამოწვის ქურების და რადიკალურად შეიცვალა: ისინი ყიდიდნენ მსოფლიოში თეთრი თიხის, წითელი თიხით მწარმოებელ საწარმოო მოწყობილობებს.

კაფელისა და მოწყობილობების იტალიელ მწარმოებლებს შორის აღმოცენდა ურთიერთმხარდაჭერა, რასაც აძლიერებდა გეოგრაფიული სიახლობის მწარმოებელი 200 კომპანია, რომელთა 60 %-ზე მეტი ლოკალიზებული იყო სასულოლოს ოლქში. მოწყობილობების იტალიელ მწარმოებლებს შორის ძლიერი კონკურენცია იყო, რაც თავის მხრივ ფილების მწარმოებელ კომპანიებს უცხოელ კონკურენტებთან შედარებით უქმნიდა უპირატესობას დაბალი ფასებითა და თანამედროვე მოწყობილობებთან ხელმისაწვდომობით.

ზრდისა და კონკურენციის პირობებში, სასულოლოს რეგიონში შექმნილი ფილების მწარმოებელთა ჯგუფის შესაბამისად, იზრდებოდა კვალიფიციური სამუშაო ძალისა და ტექნიკური მომუშავეების ბაზარი, რომელიც აერთიანებდა ინჟინრებს, წარმოების სპეციალისტებს, მომსახურე ტექნიკურ პერსონალსა და დიზაინერებს. გეოგრაფიული თვალსაზრისით, წარმოების კონცენტრაციამ განაპირობა სხვა ხელშემწყობი კომპანიების წარმოქმნა, რომლებიც ამზადებდნენ ფილების ფორმებს, შესაფუთ მასალებს, მინანქარს და სთავაზობდნენ ტრანსპორტირებას.

წარმოიქმნა სპეციალიზებული კომპანიების დიდი სპექტრი, კერძოდ, საკონსულტაციო, მომარაგების, კომერციული, სარეკლამო და სხვა. ერთიმეორესთან გეოგრაფიულმა სიახლოვემ განაპირობა კერამიკული ფილების მწარმოებელი ინდუსტრიის მომუშავეთა ასოციაციის Assopiastrelle შექმნა, რომელმაც თავს იღო საგარეო ბაზრის შესწავლა, კონსულტაციები კანონმდებლობასა და გადასახადების სფეროში, საბითუმო შესყიდვები და სერვისული მომსახურება.

ფილების წარმოების ცენტრის ზრდამ სტიმული მისცა წარმოების ფაქტორების შემქმნელი ახალი ორგანიზაციის ჩამოყალიბებას: 1976 წელს ბოლონიის უნივერსიტეტის კონსორციუმმა, რეგიონულმა სააგენტომ და კერამიკის წარმოების ასოციაციამ ბოლონიაში დააფუძნეს კერამიკის ცენტრი, რომელიც იკვლევდა საწარმოო პროცესებსა და პროდუქტებს.

იტალიური კერამიკული ფილების წარმოება აღმასის მოდელის მიხედვით. შიდა მოთხოვნა. იტალიაში მოსახლეობის ერთ სულზე, XX საუკუნის 60-იან წლებში, კაფელის მოხმარება გაცილებით მეტი იყო, ვიდრე დანარჩენ მსოფლიოში. იტალიურ ბაზარს ახასიათებდა მკაცრად მომთხოვნი მყიდველი. იტალიელი მწარმოებლები მუდმივად ახორციელებდნენ სიახლემყიდველი. იტალიელი მწარმოებლები მუდმივად ახორციელებდნენ სიახლემყიდველი. იტალიელი მწარმოებლები მუდმივად ახორციელებდნენ სიახლემყიდველი. იტალიელი მწარმოებლები მუდმივად ახორციელებდნენ სიახლემყიდველი.

შიდა მოთხოვნის განსაკუთრებით დახვეწილი ხასიათი ვრცელდებოდა აგრეთვე საცალო ვაჭრობის საწარმოებზე. ამ პერიოდში იტალიაში გაიხსნა ფილების გასაყიდი სპეციალური საგამოფენო დარბაზები. 1985 წელს იტალიის

ლიაში იყო 7000 სპეციალიზებული საგამოფენო დარბაზი, რომელზეც მოდიოდა შიდა გაყიდვების 80%.

სასულოლოში კომპანიების დიდმა რიცხვმა განაპირობა ძლიერი შიდა კონკურენცია, რაც მათ აიძულებდა ევლოთ მუდმივი განახლების მიმართულებით. ფილების მწარმოებელი ყველა კომპანია კერძო მფლობელობაში იყო და ხშირად ოჯახურად იმართებოდა. მფლობელები ცხოვრობდნენ ერთ რეგიონში, იცნობდნენ ერთმანეთს, იყვნენ ერთი და იმავე ქალაქის ერთი ბიზნესმენები. აღნიშნულმა ფაქტმა განაპირობა კონკურენციაში პიროვნული ელემენტის შეტანა.

სრულყოფის მოთხოვნილება. მძაფრი კონკურენციისა და 1975 წლის ენერგეტიკული კრიზისის შედეგად იტალიურმა კომპანიებმა დაიწყეს ბრძოლა დანახარჯების შესამცირებლად, კერძოდ ბუნებრივი აირის დაიწყეს ბრძოლისა და შრომის ანაზღაურების მიმართულებით. ამ ძალისხმევას შედეგად ტექნოლოგიური გარღვევა მოყვა. სულ მალე ორჯერადი გამოწვის შედეგად დით 255 მუშის გამოყენების მაჩვენებელი შემცირდა 90 მომუშავემდე, ხოლო ფილის დამზადების მთლიანი 16-20 საათიანი ციკლი - 50-55 წუთამდე ახალი, უფრო მსუბუქი და პატარა ზომის მოწყობილობის ექსპორტიც უფრო მარტივი გახდა. XX საუკუნის 80-იანი წლების დასაწყისში იტალიური მოწყობილობის ექსპორტმა გადააჭარბა გაყიდვების მაჩვენებელს შიდა ბაზარზე, 1988 წელს კი, ექსპორტმა შეადგინა მთელი გაყიდვების 80%.

ფილებისა და მოწყობილობების მწარმოებელთა ერთობლივი მუშაობა სინერგიული აღმოჩნდა. გამოწვის ქურის გაცემა და შემდგომ ხელახლა გახურება დიდ დანახარჯებთან იყო დაკავშირებული. 70-იანი წლების შუახანებში განხორციელდა ახალი ტექნოლოგიური გარღვევა: შეიმუშავეს სპეციალური მოწყობილობა, რომელმაც მასალების დამუშავების პროცესი გადაიყვანა უწყვეტ რეჟიმში, რის შედეგადაც იტალიელები პირველები გადავიდნენ უწყვეტ ავტომატიზებულ წარმოებაზე.

ინტერნაციონალიზაცია. 1970 წლისთვის კერამიკულ ფილებზე შიდა მოთხოვნა იტალიაში ძირითადად დაკმაყოფილებული იყო. კომპანიებმა გარე ბაზრის დაპყრობა გადაწყვიტეს. იტალიაში თანამდევნი და ხელშემწყობი დარგების არსებობამ პროდუქტის ექსპორტი გაააქტიურა. ფილების ცალკეულმა მწარმოებლებმა პროდუქტის რეკლამები განათავსეს უცხოურ ჟურნალებში, რომლებიც ვრცელდებოდა არქიტექტორებს, დიზაინერებსა და საბოლოო მომხმარებლებს შორის. ცნობადობის ამაღლებამ გამოიწვია იტალიური ფილის ხარისხის შესახებ წარმოდგენის ფორმირება.

ფილების მწარმოებლებმა შეძლეს გამოეყენებინათ სხვა იტალიური ფირმების საექსპორტო პოზიციები, რომელთა წარმოებით იტალია ლიდერობდა მსოფლიოში (მარმარილო, სამშენებლო ქვა, ხელსაბანები, ავეჯი და სახლის აქსესუარები). ასოციაცია Assopiastrelle-მ შექმნა სპეციალური სავაჭრო წარმომადგენლობები აშშ-ში 1980 წ.; გერმანიაში - 1984 წ.; საფრანგეთში - 1987 წ. მან ორგანიზება გაუკეთა კარგად დაგეგმილ სავაჭრო გამოფენებს დიდ ქალაქებში და აწარმოებდა მაღალხარისხიან რეკლამას. 1980-1987 წლებში ამ ასოციაციამ თითქმის 8 მლრდ დოლარი დახარჯა აშშ-ს ბაზარზე იტალიური ფილების წინ წაწევის მიზნით (ფრომოუშენისთვის).