

საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი

*ხელნაწერის უფლებით*

გიორგი შოშიტაშვილი

ბიზნეს-მენეჯმენტი გლობალური კონკურენციის პირობებში

სადოქტორო პროგრამა ბიზნესის ადმინისტრირება

შიფრი 02

დოქტორის აკადემიური ხარისხის მოსაპოვებლად

წარდგენილი დისერტაციის

აკტორეფერატი

თბილისი

2018 წელი

სამუშაო შესრულებულია საქართველოს ტექნიკურ უნივერსიტეტში  
ბიზნეს-ტექნოლოგიების ფაკულტეტი  
ბიზნესის ადმინისტრირების დეპარტამენტი

ხელმძღვანელი: პროფესორი ც. ლომაია

---

რეცენზენტები:

---

---

დისერტაციის დაცვა შედგება 2018 წლის ” ---- ” ივნისს, ----- საათზე  
საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტის ბიზნეს-ტექნოლოგიების  
ფაკულტეტის სადისერტაციო საბჭოს კოლეგიის სხდომაზე, კორპუსი 6,  
აუდიტორია \_\_\_\_\_

მისამართი: 0175, თბილისი, კოსტავას 77.

დისერტაციის გაცნობა შეიძლება სტუ-ს ბიბლიოთეკაში,  
ავტორეფერატისა – სტუ-ს ვებგვერდზე

**სადისერტაციო საბჭოს მდივანი:**

სტუ-ს სასოცირებელი პროფესორილ. ბერიკაშვილი

## Abstract

The dissertation work consists of the introduction, three chapters and conclusions. The introduction of the thesis is the standard content.

In the first chapter of the dissertation - **Theoretical-methodological basis of competition** it is considered the essence, role and importance of competition in the global business. Theories about the competition are examined here in the evolutionary trend.

Competitiveness is identified as one of the most important problems in the educational space that is based on the principle of competition and requests maximization of capabilities from the parties involved in the process.

In the second subchapter of the first chapter - **Competition and the national policy of the countries, the concept of national competitive advantage of M. Porter** it is considered a competition policy, the final goal of which is to satisfy the needs of consumers. Competition policy changes with internal and external changes of circumstances.

M. Porter's results of the main researches are critically analyzed in the same subsection.

In the third subchapter of the chapter the innovative management mechanisms are discussed for increasing competition in terms of globalization. Despite the competition intensity, all explored universities are trying to achieve success that depends on the strategy and resources of the competitors.

In the second chapter of the dissertation - Global environment of the business and competition in the educational system of Georgia it is characterized business environment, competitiveness and its dependence on business management in the higher education system, in terms of globalization.

A certain educational organization functions in a defined environment the components of which are closely interacting with it.

Competition in educational business is high. Annually new universities emerge on the market, and some are closed.

On June 19, 1999, Ministers of 29 countries responsible for higher education signed the Declaration (Bologna Declaration) in Bologna, which implies globalization of the education system. Georgia joined this process in 2005.

The current priorities of the Bologna process are as follows: social dimension; study whole life; employment; student-oriented teaching; Education, research and innovation; mobility; collection of data; multilateral transparent mechanisms; financing.

Qualitative and quantitative researches were carried out at 10 higher education institutions in Tbilisi and 2 European universities.

The topic of the research is the study of competitiveness, organizational activities, quality of teaching, infrastructure, competence of academic personnel and other issues, as well as assessing and evaluating advantages and disadvantages of the universities' management. The research was conducted with the study of the primary documents of the relevant universities, ratings of each university was analyzed with different criteria based on the world standards, taking into

consideration the local characteristics. The aim of the research was to identify the positive sides and mistakes of the reforms implemented in higher education universities. The ways of eradicating defects have been set.

The research consists of three parts: Bologna Declaration and higher education dimensions, Evaluation of the internal university environment and quality of education by professors, students and graduates; Internationalization of higher education.

Based on the general trends indicated by the research, the legislative framework was regulated in Georgia and the unified quality system was introduced, as well as there was created the qualifications framework, quality assurance standards, the credit system etc. Despite the success achieved at the normative level, specific problems are at the level of university education, which are directly related to the improvement of teaching and learning and research quality.

Technological achievements provide many opportunities for managers, including challenges as well. Nowadays, organizations that do not follow technological development are under threat of becoming uncompetitive.

The study of the microenvironment of higher education institute indicated whether the higher education institution has internal possibilities for using external opportunities. The study of the microenvironment was also linked to identifying weaknesses that can complicate problems related to external threats.

Competition between universities increases as time goes by. Therefore, it is possible, that in order to gain competitive advantage, university managements rely on indicators' system, which will include a variety of data, in particular, competition indexes, the share of students with scholarships in the total number of students, quality of employment of graduates, participation in international projects, administrative and academic staff ratio per student, grants obtained by the university etc.

The research has analyzed the use of principles of rational management of human resources at the organizational level in all structural parts and aspects of the university management at higher education institutions.

There are a number of ways to receive stable and competitive advantages at the disposal of the Georgian universities operating in a competitive environment. The most common methods among them are the following: the intellectual property owned by a higher education institution; Investments in scientific research and experimental work; economy from the diversification of activities etc.

Each university seeks to gain stable competitive advantages in the market, which can be used for ensuring their superiority in that market then.

The higher education is considered as an object where students, parents, alumni, administration and academic personnel are one integrity and competition in the market can be overcome with their concordant work. The result of the evaluation is to present a real picture. Analysis began with comparisons of higher education institutions' vision. Strategies and institutional goals in the competitive environment are also discussed. The observations, polls, review of historical data

showed the behavior of the consumers and their demands. Conditions and motivators that hinder carrying out the goal of research objects were defined as well. Motivator in our case is availability of payment, academic reputation of the program, organized infrastructure etc.

Communication means of each university are different compared to other competitors. Higher educational institution should be distinguished from competitors by individual needs and values. Entrants pay big attention to the academic reputation of the higher education institution and the advice of the graduates while selecting the university.

As a result of the research, the need for broad knowledge of management, marketing, human resources, operational management, concepts and strategies of main theories of innovation and critical understanding have been identified.

Conclusions, recommendations and literature used are attached to the work.

### **ნაშრომის ზოგადი დახასიათება**

**თემის აქტუალურობა:** განვითარებული და ჯანსაღი კონკურენცია, ინვესტიციების მოზიდვისა და უმაღლესი განათლების ბაზრის ეფექტური ფუნქციონირების უმნიშვნელოვანესი წინაპირობაა. გლობალურმა კონკურენციამ შეცვალა ინდუსტრია მთლიანობაში. მოთხოვნა პროდუქციაზე და მომსახურებაზე სხვადასხვა ქვეყანაში განსხვავებულია, რადგან განსხვავებულია მომხმარებელთა ქცევის გარემო, რასაც განაპირობებს გეოგრაფიული, რელიგიური, სოციალური, პოლიტიკური და სხვა ფაქტორები. გლობალიზაცია ცვლის ბიზნესის მასშტაბებს და მოთხოვნა-მიწოდების მექანიზმს. საერთაშორისო ბაზრებზე საგანმანათლებლო ბიზნესს ახალი ქცევის წესების, მენეჯმენტის, ტექნოლოგიის, მარკეტინგული მიდგომების, სარეკლამო სამსახურის და ა.შ. შემოტანის საშუალება ეძლევა. თანამედროვე პირობებში უნივერსიტეტები აღმოჩნდნენ ახალ კონკურენტულ გარემოში. განისაზღვრა და გამოიკვეთა კონკურენტი მხარეების ინტერესების მრავალმხრივობა და დინამიზმი. ამ პირობებში, განათლების თანამედროვე მენეჯმენტში თავს იჩენს ახალი პრობლემები, რომლებიც შეიძლება გადაიჭრას მენეჯმენტის ახალი მეთოდების გამოყენებით. მიუხედავად იმისა, რომ მრავალი ქართველი და უცხოელი მეცნიერი მუშაობდა აღნიშნულ პრობლემასთან დაკავშირებით, უმაღლესი განათლების სისტემაში არასათანადოდ არის შესწავლილი ინტეგრირებული კომპლექსური მიდგო-

მის საკითხები, თანამშრომლობის და კონკურენციის ურთიერთობები.

კონკურენტული გავლენის ხარისხი დამოკიდებულია მომხმარებლის შესაძლებლობაზე უკარნახოს მას მუშაობის პირობები და ფასები, ასევე მომწოდებელსა და მომხმარებელს შორის ურთიერთქმედების დონეზე. კონკურენცია არის ერთ-ერთი პრიორიტეტული მიმართულება, რომელიც უზრუნველყოფს საქართველოსა და ევროკავშირს შორის განათლების ღრმა და ყოვლისმომცველ ინტეგრაციას. ვინაიდან კონკურენციის გარეშე ეკონომიკის და ბიზნესის არცერთი დარგის განვითარება ვერ მოხდება, სწორედ ამიტომ, ეს უკანასკნელი ევოლუციის მთავარ მოტივად გვევლინება. განათლების წინაშე დადგა არა კონკურენციის უგულვებელყოფის, არამედ მისი ცივილიზებულ, ადამიანურ საზღვრებში მოქცევის პრობლემა.

ზემოთ აღნიშნულიდან გამომდინარე, კონკურენციის შესწავლა უმაღლესი განათლების სისტემაში, მისი როლის რეალური განსაზღვრა, კონკურენციის ფორმებისა და ინტენსივობის, მასზე მოქმედი მამოძრავებელი ძალების და კონკურენტული პოზიციების შეფასების შესწავლა უმაღლესი სასწავლებლების სწავლების ხარისხის ასამაღლებლად და მათი კომერციალიზაციის მიზნით, მეტად აქტუალურ პრობლემად გვესახება.

**კვლევის მიზანი და ამოცანები:** კვლევის მიზნად დავისახეთ გლობალიზაციის პირობებში კონკურენტული უპირატესობის უმთავრესი ფაქტორების შესწავლა საქართველოს უმაღლეს სასწავლებლებში, ასევე საგანმანათლებლო ინდუსტრიის ძირითადი ეკონომიკური მახასიათებლების, კონკურენციის ფორმებისა და ინტენსივობის, კონკურენტული პოზიციების შეფასებისა და კონკურენტულ ბრძოლაში წარმატების მოპოვების მექანიზმების დადგენა, რაც მჭიდროდ არის დაკავშირებული დარგის განვითარებასა და კონკურენტუნარიანობის ინდექსის ამაღლებასთან. ინსტიტუციების მდგომარეობის სრულყოფისა და ტექნოლოგიური მზაობის დონის გასაუმჯობესებლად.

აღნიშნული მიზნის მისაღწევად დავისახეთ შემდეგი ამოცანები:

1. კონკურენციის თეორიულ-მეთოდოლოგიური საფუძვლების, კონკურენციის არსის, მნიშვნელობისა და როლისანალიზი მენეჯმენტის

სისტემაში;

2. კონკურენციისა და ინოვაციური მენეჯმენტის მექანიზმების განსაზღვრა უმაღლეს სასწავლებლებში გლობალიზაციის პირობებში;
3. ბიზნესის გლობალური გარემოსა და კონკურენციის განხილვა საგანმანათლებლო სისტემაში;
4. ბოლონის დეკლარაციასთან ინტეგრაციისა და საქართველოს საუნივერსიტეტო განათლების სისტემაში მართვის გამოწვევებისა და კონკურენციის სტრუქტურაზე მოქმედი მამოძრავებელი ძალების დადგენა;
5. კონკურენციის ძირითადი ფაქტორებისა და კონკურენტუნარიანობის მხარდამჭერი სტრატეგიების შესწავლა და შემუშავება ქართულ და ევროპულ უნივერსიტეტებში;
6. უმაღლესი სასწავლებლების განათლების ხარისხის გაუმჯობესების პრობლემების გამოვლენა და პერსპექტივების პროგნოზირება.

**ნაშრომის მეცნიერული სიახლეები:**

1. **შესწავლილია** საუნივერსიტეტო სივრცეში ცვლილებებზე ადამიანური რესურსების მაქსიმალური გამოყენების შესაძლებლობა ბაზარზე კონკურენტუნარიანობის შენარჩუნებისა და ამაღლების მიზნით;
2. **დადგენილია** კვლევის შედეგების მიხედვით კონკურენტუნარიანობის ინტეგრირებული კრიტერიუმების (კონკურენტუნარიანობის ინდექსი; პროფესორის კომპეტენცია; კომფორტული პირობები; საინტერესო სამეცნიერო-კვლევითი მუშაობის შესაძლებლობა; სწავლების ხარისხი; სწავლის გადასახადი; იმიჯი) და SWOT ანალიზის საფუძველზე უმაღლესი სასწავლებლების სწავლების დონეები ხარისხის მიხედვით;
3. **დასაბუთებულია** უმაღლესი სასწავლებლების ბაზარზე კონკურენციის თანაფარდობები. ამ მიზნით გაანალიზებულია საუნივერსიტეტო ბაზრის მიკრო და მაკრო გარემო. კვლევამ აჩვენა, რომ მცირემასშტაბიან უნივერსიტეტებს კონკურენტულ ბაზარზე დარჩენის ერთადერთი შანსი აქვთ უმაღლესი საგანმანათლებლო დაწესებულებების

ინტეგრაცია მსხვილ კორპორაციად (კლასტერებად), სადაც თითოეული იქნება დამოუკიდებელი სუბიექტი, რითაც ისინი შეძლებენ გრძელვადიან პერსპექტივაში სტაბილური კონკურენციის პირობებში „ბაზრის მოთამაშეებად“ დარჩენას;

4. **შემუშავებულია** უმაღლესი სასწავლებლების მიერ ახალი ტექნოლოგიების დანერგვის აუცილებლობა; გამოკვეთილია სტუდენტზე ორიენტირებული საუკეთესო სასწავლო და კვლევითი გარემოს ფორმირებისა და ტრანსფორმაციის რეჟიმში ყოფნა. საუნივერსიტეტო ბაზარი ოლიგოპოლიურია. კვლევითი ცენტრების შექმნა, რომელიც იქნება საერთაშორისო სტანდარტებთან ადაპტირებული და ადგილობრივ პირობებსა და კულტურასთან თანხვედრაში. საკვლევი უნივერსიტეტების მცდელობა (გარდა ევროპის უნივერსიტეტებისა) შექმნან სტუდენტზე ორიენტირებული საუკეთესო სასწავლო და კვლევითი გარემო ჯერ კიდევ ფორმირებისა და ტრანსფორმაციის რეჟიმშია. გასაძლიერებელია ახალი ცოდნის დანერგვისა და საგანმანათლებლო პროცესის ინოვაციური განვითარება, რაც გამოიხატება რეალური კვლევითი ცენტრების შექმნაში.

#### **დისერტაციის სტრუქტურა და მოცულობა:**

დისერტაციის საერთო მოცულობა 142 გვერდია. კვლევის მიზნებმა, ამოცანებმა და პრობლემების გადაწყვეტის ლოგიკამ განაპირობა დისერტაციის შემდეგი სტრუქტურა:

შესავალი

თავი I. კონკურენციის თეორიულ-მეთოდოლოგიური საფუძვლები

1.1 კონკურენციის არსი, როლი და მნიშვნელობა გლობალურ ბიზნესში, თეორიები კონკურენციის შესახებ

1.2 კონკურენცია და ქვეყნების ეროვნული პოლიტიკა, მ. პორტერის ეროვნულ კონკურენტულ უპირატესობათა კონცეფცია

1.3 ინოვაციური მენეჯმენტის მექანიზმები კონკურენციის ასამაღლებლად გლობალიზაციის პირობებში

თავი II. ბიზნესის გლობალური გარემო და კონკურენცია ქართულ



საგანმანათლებლო სისტემაში

2.1 ბიზნესის გარემო, კონკურენტუნარიანობა და ბიზნესმენეჯმენტი

2.2. ბიზნესის გლობალიზაცია და უმაღლესი სასწავლებლების რეფორმის შედეგები საქართველოს საგანმანათლებლო ბიზნესში

2.3. სტრატეგიული მენეჯმენტის ტექნოლოგიებისა და ცოდნის მენეჯმენტის გავლენა კონკურენციაზე გლობალიზაციის პირობებში

თავი III. კონკურენციის ძირითადი ფაქტორები და კონკურენტუნარიანობის მხარდამჭერი სტრატეგიები საკვლევ უნივერსიტეტებში

3.1. კონკურენტუნარიანობის ფაქტორების ზოგადი დახასიათება საკვლევ უნივერსიტეტების მაგალითზე

3.2. კონკურენტუნარიანობის მხარდამჭერი სტრატეგიები უმაღლეს სასწავლებლებში, განათლების ხარისხის გაუმჯობესების მიმართულებები

3.3.

კონკურენტუნარიანობის პრობლემები უმაღლეს სასწავლებლებში დამისიგა უმჯობესების პერსპექტივები

დასკვნა

გამოყენებული ლიტერატურა

### **ნაშრომის მოკლე შინაარსი**

სადისერტაციო ნაშრომი შედგება შესავლის, სამი თავისა და დასკვნისაგან. ნაშრომის შესავალი სტანდარტული შინაარსისაა.

სადისერტაციო ნაშრომის პირველ თავში **კონკურენციის თეორიულ-მეთოდოლოგიური საფუძვლები** განხილულია კონკურენციის არსი, როლი და მნიშვნელობა გლობალურ ბიზნესში, აქვე შესწავლილია თეორიები კონკურენციის შესახებ ევოლუციურად.

პირველ თავში ასევე აღნიშნულია, რომ XXI საუკუნის დასაწყისისათვის განსაკუთრებით დამახასიათებელი ხდება სწრაფად ცვალებადი ბიზნესის გარემო. გლობალიზაციისა და ტექნოლოგიური პროგრესის მა-

ღალმა ტემპმა ფუნდამენტურად შეცვალა ბაზრისა და კონკურენტული სტრატეგიების პირობები.

საგანმანათლებლო სივრცეში ძალიან მნიშვნელოვანი საკითხი ხდება კონკურენტუნარიანობა, რადგან იგი გვევლინება კომპანიის ფუნქციონირებისა და განვითარების გარანტად.

კონკურენცია შინაარსით შეჯიბრებითობის პრინციპს ეფუძნება და პროცესში ჩართული მხარეებისგან საკუთარი შესაძლებლობების მაქსიმალურ გამოვლენას ითხოვს. მას შეუძლია ხელი შეუწყოს ინოვაციას, კომპანიის შედეგიანობისა და თანამშრომელთა მოტივაციის ზრდას.

კონკურენტუნარიანობის პოტენციალის ცნებაში იგულისხმება თანაფარდობა ბიზნესის სუბიექტების კონკურენტულ უპირატესობებსა და კონკურენტულ ნაკლოვანებებს შორის. ფირმის კონკურენტუნარიანობის დონე განისაზღვრება მისი კონკურენტული უპირატესობების და კონკურენტული ნაკლოვანებების შეფასებების დაპირისპირების გზით, მეტოქეების კონკურენტულ უპირატესობებსა და კონკურენტულ ნაკლოვანებებთან.

საქმის დაწყებამდე, აუცილებელია კომპანიამ გულმოდგინედ შეისწავლოს თავისი კონკურენტული უპირატესობები და ნაკლოვანებები, გაკეთდეს პროგნოზი, თუ როგორ მიიღებს კომპანიის ძლიერ და სუსტ მხარეებს გარემოცვა. ბიზნეს-გეგმების შედგენისას კეთდება ფირმის კონკურენტუნარიანობის ანალიზი, შეისწავლება კონკურენტები, ყალიბდება ბიზნესის სტრატეგიული მიზნები, რომლებიც უნდა შეესაბამებოდნენ ბაზრის მოთხოვნილებებს.

პირველი თავის მეორე ქვეთავი **კონკურენცია და ქვეყნების ეროვნული პოლიტიკა, მ. პორტერის ეროვნულ კონკურენტულ უპირატესობათა კონცეფცია** განიხილავს უზრუნველყოს ისეთი პირობების არსებობა, რომ საზოგადოების ეკონომიკურ კეთილდღეობას ზიანი მიადგეს. კონკურენციის პოლიტიკის საბოლოო მიზანი მომხმარებელთა საჭიროებების დაკმაყოფილებაა. საერთაშორისო პრაქტიკა ადასტურებს, რომ ქვეყანაში გატარებული ეკონომიკური რეფორმები, ლიბერალიზაციისა და დერეგულაციის პროცესი კონკურენციის ეფექტიანი პოლიტიკის გარეშე წარმატე-

ბული ვერ იქნება. კონკურენციის პოლიტიკა არ არის სტატიკური. იგი იცვლება შიდა და გარე გარემოებების ცვლილებასთან ერთად. ამდენად, ქვეყანაში კონკურენციის ეფექტიანი პოლიტიკის და შესაბამისი კანონმდებლობის არსებობა მისი განვითარების აუცილებელი კომპონენტია.

ამავე ქვეთავში დეტალურად და კრიტიკულად არის გაანალიზებული მ. პორტერის კვლევათა მთავარი შედეგი. განხილულია კონკურენტული უპირატესობების რომბი. მ. პორტერის მოსაზრებით, დეტერმინანტებზე გავლენას ახდენს 2 დამოუკიდებელი ძალა: მთავრობა და შემთხვევა.

მ. პორტერის თანახმად, მთავრობას წამყვანი როლი ეკისრება ქვეყნის კონკურენტული უპირატესობების შექმნაში. მთავრობამ კონცენტრირება უნდა მოახდინოს ქვეყანაში წარმოების სპეციალიზებული ფაქტორების შექმნაზე, შეამოწმოს წარმოებული საქონლის შესაბამისობა უსაფრთხოების და გარემოს დაცვის სტანდარტებთან, ასევე - პირდაპირი კოოპერაციის შეზღუდვები პირდაპირ მეტოქეებს შორის ეკონომიკის დარგებში, მანვე უნდა განახორციელოს საწარმოებში და ა.შ. შრომის მწარმოებლურობის ზრდის სტიმულირება.

ჩვენი აზრით, დღესაც პორტერის აღნიშნული კვლევა მნიშვნელოვან როლს ასრულებს ქვეყნის კონკურენტუნარიანობის განსაზღვრაში.

სახელმწიფომ უნდა გაატაროს კეთილსინდისიერი კონკურენციის მხარდაჭერისა და მონოპოლისტური საქმიანობის შეზღუდვის პოლიტიკა ბიზნესისა და მისი სოციალური მიმართულების ეფექტიანობის ამაღლების ინტერესებისათვის, რომელიც კიდევ უფრო მეტ დატვირთვას იძენს საგანმანათლებლო სივრცეში.

ამავე თავის ბოლო ქვეთავში საუბარია **კონკურენციის ასამაღლებლად ინოვაციური მენეჯმენტის მექანიზმებზე, გლობალიზაციის პირობებში.** კონკურენციის ინტენსივობის მიუხედავად ყველა საკვლევი უნივერსიტეტი ცდილობს მიაღწიოს წარმატებას, რომელიც დამოკიდებულია კონკურენტების სტრატეგიაზე და რესურსებზე. ყველა უნივერსიტეტი საგანმანათლებლო ინდუსტრიაში არის ერთმანეთზე დამოკიდებული, როცა

ერთი კომპანია მიმართავს რაიმე სტრატეგიულ მოქმედებას, კონკურენტები პასუხობენ მას კონტროლისძიებით - შეტევით ან დაცვით.

სტრატეგიული კუთხით კონკურენტული ბაზრები არის ბრძოლის მოედანი, სადაც კონკურენცია ხან ძლიერდება, ხან სუსტდება. მიუხედავად ამისა, ინდუსტრიაში გამოიყოფა ფაქტორები, რომლებიც აძლიერებს კონკურენციის ინტენსივობას.

პაოლო პრატალის თანახმად, ინოვაციის მართვა მოიცავს კონკურენტუნარიანობის ორ ერთდროულ, ურთიერთდაკავშირებულ, ფუნდამენტურ მიზანს: პროდუქციის ხარისხის გაუმჯობესებასა (წარმატების წინაპირობა) და კომპანიის სრული ტექნოლოგიური ხარისხის გაუმჯობესებას (ხანგრძლივი წარმატების წინაპირობა).

ინოვაცია განიხილება, როგორც სანდო ხერხი გრძელვადიანი სტაბილურობის მიღწევისათვის, მეწილეთა მომგებიანობისა და დასაქმებულთა დაკმაყოფილების უზრუნველსაყოფისათვის და დარგში მოწინავე ადგილის დაკავებისათვის.

მ. პორტერის მოსაზრებით, შრომის მწარმოებლურობის დონის მუდმივი ზრდისთვის აუცილებელია ინოვაციათა გამოგონების მუდმივი პროცესი და მათი დანერგვა წარმოებაში.

თუ კონკურენტუნარიანობის ორ წამყვან მაჩვენებელს - საქონლის მაღალ სამომხმარებლო თვისებებს და ხელსაყრელ ფასს იმასაც დავუმატებთ, რომ ინოვაციები საქონლის სწრაფად განახლებას უწყობს ხელს, მაშინ ასეთი საქმიანობის გარეშე, ბიზნესის წარმატება ჩვენს დროში შეუძლებელი ხდება. ამჟამად, ბიზნესის წარმატება სხვა ფაქტორებზეცაა დამოკიდებული (რეკლამა, მომსახურების სტანდარტები, ფირმის გუდვილი), მაგრამ ხარისხი და ფასი მაინც მთავარი პარამეტრებია.

სადისერტაციო ნაშრომის მეორე თავში **ბიზნესის გლობალური გარემო და კონკურენცია ქართულ საგანმანათლებლო სისტემაში** დახასიათებულია ბიზნესის გარემო, კონკურენტუნარიანობა და მისი დამოკიდებულება ბიზნესის მენეჯმენტთან უმაღლესი განათლების სისტემაში გლობალიზაციის პირობებში. ამავე თავში განხილულია უმაღლესი სასწავლებ-

ლების რეფორმის შედეგები, სახელმწიფოს როლი კეთილსინდისიერი კონკურენციის პირობებში უნივერსიტეტის მენეჯმენტის ევროპულ სტანდარტებთან შესაბამისობაში მოსაყვანად. ასევე შევეცადეთ გამოგვევლინა სტრატეგიული მენეჯმენტის ტექნოლოგიებისა და ცოდნის მენეჯმენტის გავლენა კონკურენციაზე საკვლევ ობიექტებზე გლობალიზაციის კონტექსტში.

ცალკეული საგანმანათლებლო ორგანიზაცია ფუნქციონირებს განსაზღვრულ გარემოში, რომლის კომპონენტები მასთან მჭიდროდ ურთიერთქმედებენ. ამასთან, ორგანიზაციის მენეჯმენტს არ ძალუძს გარემოს ფაქტორთა ზემოქმედების თავიდან აცილება. მისი საქმიანობა შეძლებისდაგვარად უნდა მიესადაგოს გარემო პირობებს.

ამასთან, კონკურენტები ბიზნესისათვის სტიმულის მიმცემი ხდებიან, რადგან ბაზარზე თავის შესანარჩუნებლად საწარმო იძულებული ხდება ბაზრის მკაცრი წესები მიიღოს - გამოუშვას მაღალი ხარისხის და დაბალი ფასის პროდუქცია, რამდენადაც ეს შესაძლებელია.

საგანმანათლებლო ბიზნესში კონკურენცია დიდია. ყოველწლიურად ახალი უნივერსიტეტები ჩნდება ბაზარზე, ზოგიც კი, უქმდება.

ყველა ის იურიდიული თუ ფიზიკური პირი, რომელიც მოცემული ბიზნესის ერთეულს (ფირმას) აწვდის რაიმე სახის რესურსს ბიზნესზე მნიშვნელოვანი ზეგავლენის მატარებელია არა მხოლოდ რესურსის ხარისხთან მიმართებაში, არამედ სამუშაო პროცესების არსებობასთან მიმართებაშიც.

მიხეილ პორტერის (Michael Porter) ცნობილი მოდელის - ინდუსტრიის სტრუქტურის ანალიზის თანახმად, განხილულია ინდუსტრიაში კონკურენციის მდგომარეობა, რომელიც დამოკიდებულია ხუთ ძირითად ფაქტორზე:

1. კონკურენცია უკვე არსებულ საწარმოებთან;
2. ბაზარზე ახალი მონაწილეების არსებობის/გამოჩენის საშიშროება;
3. ჩანაცვლების საშიშროება;
4. მომწოდებლების ძალა;
5. მყიდველების ძალა.

კომპანიები უნდა იყვნენ კონკურენტუნარიანები ბაზარზე, რათა გაყიდონ თავიანთი პროდუქცია და სერვისი. კონკურენტუნარიანობა წარმოადგენს მნიშვნელოვან ფაქტორს, რომელიც განსაზღვრავს შეძლებს თუ არა კომპანია განვითარებასა და წინსვლას. ეს ძალიან მნიშვნელოვანია უმაღლესი სასწავლებლების კონკურენტუნარიანობის ასამაღლებლად და საბოლოო ჯამში, სტუდენტების სწავლისა და სწავლების ხარისხის გასაუმჯობესებლად.

კომპანიები, რომლებმაც წინასწარ მოახდინეს სახსრების ინვესტირებას ახალი პროდუქტების შემუშავებაზე, სხვა კომპანიებთან შედარებით, უკეთესი პირობები ეძლევათ ბაზარზე უპირატესობის მოსაპოვებლად.

კონკურენცია ბიზნესში უპირატესობის მოსაპოვებლად ერთ-ერთი ძლიერი ბერკეტია მოგების მაქსიმიზაციისათვის. ამიტომ, კომპეტენტურ მენეჯერებს ბევრი ძალისხმევის დახარჯვა მოუწევთ, რათა კონკურენტუნარიანობის მიმართულებით შეძლონ გლობალური ეკონომიკის პირობებში ბიზნესის სტაბილური განვითარება, ინფორმაციული ეკონომიკის არსებობა-ფორმირება, რაც თავის მხრივ მეცნიერებატევადი დარგების, ჩვენს შემთხვევაში უმაღლესი სასწავლებლების უპირატეს განვითარებას დაეფუძნება.

გლობალურ ეკონომიკაში ქვეყნის კონკურენტუნარიანობის სტიმულირებისა და ხელშეწყობისათვის სახელმწიფოს ძირითადი როლია: პოლიტიკის განვითარება, რომელიც უზრუნველყოფს საწარმოების განვითარების; ინსტიტუციონალური სტრუქტურის შექმნა, რომელიც გააკონტროლებს ბაზარზე სამართლიან კონკურენციას; სახელმწიფოს ეფექტურობის, ანგარიშვალდებულებისა და რეაგირების შესაძლებლობის გაუმჯობესება-დახვეწა და სხვა.

გლობალიზაცია გულისხმობს ხალხებსა და ორგანიზაციებს შორის უფრო მეტ ურთიერთკავშირს, ინტეგრაციასა და ურთიერთდამოკიდებულებას.

საერთაშორისო ბიზნესი წარმოადგენს ნებისმიერ კომერციულ გარიგებას, რომელიც კვეთს ორი ან მეტი ქვეყნის საზღვრებს. ამა თუ იმ ქვეყა-

ნაში, ხალხი გარშემორტყმულია მრავალი იმპორტირებული საქონლით და მომსახურებით.

არსებობს საზღვარგარეთ ბიზნესის გაფართოების მრავალი მოტივი: ახალი ბაზრის ძებნა, ეკონომიკური და სტრატეგიული მოტივები და სხვა.

კომპანიის მიერ ახალი ბაზრის ძებნა შეიძლება გამოწვეული იყოს პროდუქციის სიცოცხლის ციკლის სხვაობით. მაგალითად, როდესაც შიდა ბაზარზე წარმოებულმა პროდუქციამ ამოწურა შესაძლებლობები, კომპანიას შეუძლია შესაბამისი პროდუქცია გაიტანოს საზღვარგარეთ (ექსპორტი) ან საზღვარგარეთ დაიწყოს მისი წარმოება.

გასული საუკუნის 90-იან წლებამდე საგანმანათლებლო პოლიტიკა, რანგით საშინაო საქმეთა სიას მიეკუთვნებოდა, თუმცა 90-იანი წლებიდან მოყოლებული, გლობალიზაციამ სხვა მრავალ ასპექტთან ერთად, განათლების სფეროც მოიცვა, რამაც თავის მხრივ განაპირობა საგანმანათლებლო პოლიტიკის ეროვნული დონიდან საერთაშორისო დონეზე გასვლა. აღნიშნული გარემოება განპირობებული იყო უნივერსიტეტების კონკურენტუნარიანობის ასამაღლებლად თავიანთ სასწავლო პროგრამებში (კურიკულუმი) საერთაშორისო განზომილებების დამატებით (სტუდენტთა მობილობა, საერთაშორისო განათლება და სხვ.).

1999 წლის 19 ივნისს, ევროპის 29 ქვეყნის უმაღლეს განათლებაზე პასუხისმგებელმა მინისტრებმა, ქალაქ ბოლონიაში ხელი მოაწერეს დეკლარაციას (ბოლონიის დეკლარაცია), რომელმაც საფუძველი ჩაუყარა ერთიანი ევროპული საგანმანათლებლო სივრცის შექმნის პროცესს. სწორედ ბოლონიის პროცესი გულისხმობს განათლების სისტემის გლობალიზაციას.

თუ 2010 წლამდე ბოლონიის პროცესის ძირითადი მიზანი უმაღლესი განათლების ერთიანი ევროპული სივრცის ჩამოყალიბება იყო, ლუვენის კომუნიკეს მიხედვით მომდევნო დეკადისათვის მთავარი პრიორიტეტები ასე გამოიყურება: სოციალური განზომილება; მთელი სიცოცხლის განმავლობაში სწავლა; დასაქმება; სტუდენტზე ორიენტირებული სწავლება; განათლება, კვლევა და ინოვაცია; მობილობა; მონაცემების შეგროვება; მრავალმხრივი გამჭვირვალე მექანიზმები; დაფინანსება.

ამჟამად, ბოლონიის პროცესში ჩართულია ევროპის 49 ქვეყანა. საქართველო აღნიშნულ პროცესს შეუერთდა 2005 წელს, ბერგენის სამიტზე.

ბოლონიის პროცესის მიზანია ეროვნული საგანმანათლებლო სისტემების დაკავშირებისათვის გარკვეული საშუალებებისა და ინსტრუმენტების შემუშავება.

ბოლონიის დეკლარაცია ყურადღებას ამახვილებს სხვადასხვა ქვეყნის უმაღლესი განათლების სისტემების ერთმანეთთან თავსებადობისა და ევროპული უმაღლესი განათლების საერთაშორისო კონკურენტუნარიანობის აუცილებლობას.

ერევნის კომუნიკეში, რომელიც მიღებულ იქნა ბოლონიის მინისტრიალზე 2015 წლის 14-15 მაისს, განსაკუთრებული მნიშვნელობა დაეთმო სწავლებას, სწავლის ხარისხისა და შესაბამისობის გაუმჯობესებას, პედაგოგიური ინოვაციების ხელშეწყობას სტუდენტზე ორიენტირებულ სასწავლო გარემოში. აღნიშნულია, რომ სწავლას, სწავლებასა და კვლევას შორის უნდა იყოს „უფრო მჭიდრო კავშირი“ სწავლების ყველა დონეზე.

ერევნის კომუნიკეში მნიშვნელოვანი ყურადღება ეთმობა საკითხებს, რომლებიც 2005 წლიდან ბოლონიის პროცესის ფარგლებში დაწყებული დიალოგისა და თანამშრომლობის ერთ-ერთი მთავარი მამოძრავებელი ძალაა - სტუდენტთა, აკადემიური პერსონალის მობილობის ხელშეწყობა და სხვადასხვა სოციალური სტატუსის მქონე სტუდენტებისათვის განათლების ხელმისაწვდომობის უზრუნველყოფა. კომუნიკეს მომზადების პროცესში განსაკუთრებული განხილვის საკითხი გახდა წევრ ქვეყნებს შორის გრანტების მობილობის შესაძლებლობა.

საქართველოში გამარტივდა მობილობით შემოსვლა და მობილობით ერთი უმაღლესი სასწავლებლიდან მეორე უმაღლეს სასწავლებელში გადასვლა.

თვისებრივი და რაოდენობრივი კვლევა ჩატარდა თბილისის 10 უმაღლეს სასწავლებელში და ევროპის 2 უნივერსიტეტში. საკვლევი თემა არის ამ დაწესებულებების კონკურენტუნარიანობის, ორგანიზაციული საქმიანობის, სწავლების ხარისხის, ინფრასტრუქტურის, აკადემიური პერსო-



ნალის კომპეტენციის და სხვა საკითხების შესწავლა, ასევე უნივერსიტეტებში მენეჯმენტის დადებითი და უარყოფითი მხარეების დადგენა და შეფასება. ამ მიზნით, ჩავატარეთ კვლევა შესაბამისი უნივერსიტეტების პირველადი დოკუმენტების შესწავლით, გავაანალიზეთ თითოეული მათგანის რეიტინგი სხვადასხვა კრიტერიუმით მსოფლიო სტანდარტების მიხედვით, ადგილობრივი თავისებურებების გათვალისწინებით. კვლევის მიზნიდან გამომდინარე, განვსაზღვრეთ უმაღლეს სასწავლებლებში ჩატარებული რეფორმების პოზიტიური და ნეგატიური მხარეები, დაისახა ხარვეზების აღმოფხვრის გზები, საქართველოში საგანმანათლებლო ბიზნესის თანმიმდევრული განვითარებისათვის კონკურენციაში უპირატესობის მოსაპოვებლად.

აღნიშნული კვლევა სამი ნაწილისგან შედგება: ბოლონის დეკლარაცია და უმაღლესი განათლების განზომილებები, პროფესორების, სტუდენტების და კურსდამთავრებულების მიერ შიდა საუნივერსიტეტო გარემოს და განათლების ხარისხის შეფასება, უმაღლესი განათლების ინტერნაციონალიზაცია.

კვლევის შედეგად გამოკვეთილი ზოგადი ტენდენციებიდან აღსანიშნავია, რომ ბოლონის პროცესით გათვალისწინებული რეფორმების შედეგად საქართველოში მოწესრიგდა საკანონმდებლო ჩარჩო და დაინერგა ხარისხის ერთიანი სისტემა (უმაღლესი განათლების სამსაფეხურიანი სისტემა), შემუშავდა კვალიფიკაციათა ჩარჩო, ხარისხის უზრუნველყოფის სტანდარტები, დაინერგა საკრედიტო სისტემა და სხვა. თუმცა, მიუხედავად ნორმატიულ დონეზე მიღწეული წარმატებებისა იკვეთება კონკრეტული პრობლემები საუნივერსიტეტო სწავლების დონეზე, რომლებიც უშუალო კავშირშია სწავლებისა და სწავლის, კვლევის ხარისხის გაუმჯობესებასთან.

საინტერესოა აღინიშნოს, რომ უნივერსიტეტების მყარი რეპუტაცია, ბრენდისა და ინოვაციების ფლობა ჯერ კიდევ არ არის კომპანიის ხანგრძლივი და სტაბილური არსებობის გარანტია ბაზარზე. აღსანიშნავია, რომ გარემო, რომელშიც კომპანია ფუნქციონირებს და სტრატეგია, რომელმაც მას

წარმატება მოუტანა დღეს, მომავალში ხდება ბევრად განსხვავებული და მოითხოვს სტრატეგიაში კორექტირებებს.

ტექნოლოგიურ მიღწევებს მენეჯერებისთვის მოაქვს მრავალი შესაძლებლობა, მათ შორის გამოწვევებიც. დღეისათვის, ორგანიზაციები, რომლებიც ვერ მიჰყვებიან ტექნოლოგიურ განვითარებას, იმყოფებიან საფრთხის ქვეშ, გახდნენ არაკონკურენტუნარიანები.

ტექნოლოგიები წარმოადგენს ერთ-ერთ საკვანძო და მნიშვნელოვან ელემენტს, რომელიც დაკავშირებულია ეფექტურ მართვასთან. ტექნოლოგია ზრდის ბიზნესის უფრო ეფექტიანი და კონკურენტუნარიანი გზით განვითარების შესაძლებლობას და ყველაზე მგრძობიარე ორგანიზმი განათლების სისტემაა, რომლის გონებრივი წარმართვა სტაბილური მომავლის გარანტიაა.

ვ. რ. კინგის (2009) თანახმად, ცოდნის მენეჯმენტი გულისხმობს დაგეგმვას, ორგანიზებას, ხალხის მოტივირებასა და კონტროლს, შემდგომში ცოდნასთან დაკავშირებული აქტივების გაუმჯობესებისა და ეფექტურად დასაქმების უზრუნველსაყოფად. ეს რეკომენდაცია ნიშანდობლივად უნდა იქნას გამოყენებული უმაღლესი სასწავლებლების მენეჯმენტის სრულყოფისათვის და იმ ხარვეზების აღმოსაფხვრელად, რაც ჯერ კიდევ არსებობს ჩვენს მიერ შესწავლილი უნივერსიტეტების 70%-ში.

სადისერტაციო ნაშრომის მესამე თავში **კონკურენციის ძირითადი ფაქტორები და კონკურენტუნარიანობის მხარდამჭერი სტრატეგიები საკვლევ უნივერსიტეტებში** გაანალიზებულია უმაღლესი სასწავლებლების პოზიცია ბაზარზე კონკურენტუნარიანობის შესასწავლად.

მომსახურების კონკურენტუნარიანობა ფასდება და იკვლევა გარკვეული დროის ინტერვალში, რომელიც შეესაბამება მომსახურების სასიცოცხლო ციკლს. საგანმანათლებლო მომსახურების კონკურენტუნარიანობა ასევე განიხილება ცალ-ცალკე თითოეულ მათგანთან, ხოლო უმაღლესი სასწავლებლის კონკურენტუნარიანობა მოიცავს მომსახურების მთლიან შემადგენლობას.

უმაღლესი სასწავლებლის კონკურენტუნარიანობის დონის შესაფასებლად ჩატარდა მასზე ზემოქმედების ფაქტორების ანალიზი.

უმაღლესი სასწავლებლის მიკროგარემოს შესწავლით განისაზღვრა, თუ რამდენად აქვს განვითარებული უმაღლესი სასწავლებელს შიდა ძალები, გარე შესაძლებლობების გამოყენებისათვის. მიკროგარემოს შესწავლა ასევე დავუკავშირეთ სუსტი მხარეების გამოვლენას, რომლებსაც შეუძლიათ გაართულონ გარე საფრთხეებთან დაკავშირებული პრობლემები.

ბოლო დროს განვითარებული სოციალური პირობებიდან გამომდინარე, უმაღლესი განათლება ხელმისაწვდომია შესაბამისი ასაკობრივი ჯგუფის დაახლოებით 25-30%-ისათვის [EPPM, 2013-2017]. ბოლო 2 წელიწადში აღნიშნული პრობლემა შედარებით შეამსუბუქა დაფინანსებადი პროგრამების შემოღებამ. თუმცა ვერ გავექცევით იმას, რომ საქართველოში ჩართულობის ინდიკატორი მჭიდროდ არის დაკავშირებული ოჯახის ეკონომიკურ პირობებთან, რეგიონთან, საცხოვრებელ ადგილსა და ეთნიკურ თუ რელიგიურ კუთვნილებასთან.

უმაღლესი განათლების სისტემის სრულყოფას აქვს პოლიტიკური, სოციალური, ეკონომიკური, ისტორიული და სხვა სახის დატვირთვები და შედეგი, რაც განაპირობებს მისი ფუნქციური აღჭურვის მრავალფეროვნებას.

ავტორის აზრით, სისტემის წარმატებული ფუნქციონირება მნიშვნელოვნად არის დამოკიდებული უმაღლესი განათლების პროცესის უწყვეტობასა და სისტემაში შემავალ ინსტიტუციებს შორის მჭიდრო კავშირების არსებობაზე, სადაც გადამწყვეტი როლი უნივერსიტეტებს ენიჭებათ. საგანმანათლებლო, სამეცნიერო, ინოვაციური, სოციალური თუ სხვა ფუნქციების სრულფასოვანი შესრულება მოითხოვს ფინანსურ სტაბილურობას, რაც ხშირ შემთხვევაში არახელსაყრელია. ამიტომ, როგორც თვით უნივერსიტეტები, ისე ქვეყნის ხელისუფლება განუხრელად უნდა ზრუნავდეს უმაღლესი სასწავლო დაწესებულების შემოსავლების დივერსიფიცირებაზე, მდგრადობაზე და ხარჯების ოპტიმალურ განაწილებაზე.

დრო გადის და კონკურენცია უნივერსიტეტებს შორის იზრდება. ამიტომ, შესაძლებლად მიგვაჩნია კონკურენციაში უპირატესობის მოსაპო-

ვებლად, უნივერსიტეტების მენეჯმენტი დაეყრდნოს მაჩვენებელთა სისტემას, რომელშიც გათვალისწინებული იქნება სხვადასხვა მონაცემი, კერძოდ: გრანტოსანი სტუდენტების ხვედრითი წილი სტუდენტთა მთლიან რაოდენობაში, კურსდამთავრებულთა დასაქმების ხარისხი, საერთაშორისო პროექტებში მონაწილეობა, ადმინისტრაციული და აკადემიური პერსონალის ხვედრითი წილი ერთ სტუდენტზე გაანგარიშებით, უნივერსიტეტის მიერ მოპოვებული გრანტები და სხვ. კარგი იქნება, თუ სახელმწიფო დაფინანსების განაწილება უნივერსიტეტებსა და საგანმანათლებლო პროგრამებზე მოხდება თავისუფალი და სამართლიანი კონკურენციის პირობებში, რაც აამაღლებს სწავლების ხარისხს და სახელმწიფოს მიერ გაწეული ხარჯების ეფექტიანობას.

საგანმანათლებლო პროგრამები ჩვენს მიერ არჩეულ საკვლევ ობიექტებზე ძირითადად ორიენტირებულია უნივერსიტეტების მისიის მაღალკვალიფიციური და კონკურენტუნარიანი სპეციალისტების მომზადებაზე. საგანმანათლებლო პროგრამების მიზანია ისეთი სპეციალისტების მომზადება, რომელთაც ექნებათ საფუძვლიანი ცოდნა და პროფესიული კარიერისათვის საჭირო უნარ-ჩვევები. ეს უკანასკნელი განპირობებულია საქართველოს უმაღლესი სასწავლებლების ინტეგრაციით მსოფლიო ეკონომიკურ სივრცეში და საბაზრო ეკონომიკის ადეკვატური ინსტიტუტების ჩამოყალიბების შეუქცევადი ხასიათით ჩვენს ქვეყანაში.

შესწავლილ იქნა უმაღლეს სასწავლებლებში ორგანიზაციულ დონეზე ადამიანური რესურსის რაციონალური მართვის პრინციპების გამოყენება, უნივერსიტეტის მმართველობითი საქმიანობის ყველა სტრუქტურულ რგოლში და ასპექტში.

ქართულ საუნივერსიტეტო სივრცეში კონკურენტულ ბრძოლაში მონაწილე სასწავლებლების განკარგულებაშია სტაბილურ-კონკურენტულ უპირატესობათა მიღების რიგი ხერხები. ამ ხერხებს შორის ყველაზე გავრცელებულია:

1. უმაღლესი სასწავლებლის მიერ ინტელექტუალური საკუთრების ქონა;

2. ინვესტიციები სამეცნიერო-კვლევით და საცდელ-საკონსტრუქტურო სამუშაოებში;
3. საქმიანობის დივერსიფიკაციისაგან ეკონომიის მიღება და ა.შ.

უმაღლესი სასწავლებლები, რომლებმაც წინასწარ მოახდინეს სახსრების სწორი ინვესტირება ახალი პროდუქტების შემუშავებაზე და ამის შედეგად მიღებული აქვთ პირველი ნაბიჯის უპირატესობა, შესაძლებლობა აქვთ გაბატონებული მდგომარეობა დაიკავონ ბაზარზე. სტრატეგიული კონკურენციის თანახმად, უპირატესობა იმ უნივერსიტეტებს ენიჭებათ, რომლებიც საკმარის თანხებს აბანდებენ სამეცნიერო კვლევით და საცდელ-საკონსტრუქტურო სამუშაოებზე. ქართული უნივერსიტეტების უმრავლესობის მომხმარებლები ძირითადად ჩვენი ქვეყნის მოსახლეობის ის ნაწილია, რომელთაც სურთ უმაღლესი განათლების მიღება, თუმცა მომხმარებლების 20% უცხოელები არიან. კონკურენციაში უპირატესობას აღწევენ ის უნივერსიტეტები, რომელთაც მომხმარებლამდე მიაქვთ დიდი რაოდენობისა და ზუსტი ინფორმაცია თავიანთი უმაღლესი სასწავლებლის შესახებ. ისინი იღებენ უკუკავშირს მომხმარებლებისგან, რაც უკეთესად ცნობად უნივერსიტეტებს აძლევს შესაძლებლობას უკეთ დააკმაყოფილოს, როგორც სამამულო მომხმარებელთა მოთხოვნილებები, ისე უცხოელ მომხმარებელთა საჭიროებები.

უმაღლესი სასწავლებლების კონკურენცია ქართულ საგანმანათლებლო ბაზარზე უკანასკნელ წლებში ძალიან გამწვავდა. ქართულ საგანმანათლებლო სივრცეში ბაზრის სუბიექტების რაოდენობამ 75 მიაღწია. კონკურენტუნარიანობის ამღლებას ხელს უწყობს უმაღლეს სასწავლო დაწესებულებებში სტუდენტებზე ორიენტირებული საგანმანათლებლო კონკურენტული გარემოს უზრუნველყოფა. უმაღლესი სასწავლებლები ექვემდებარებიან უმაღლესი სასწავლო დაწესებულების ავტორიზაციის სტანდარტებს საქართველოს უმაღლესი განათლების მიზნებისა და ევროპის უმაღლესი განათლების სივრცის მოთხოვნებს, რაც ხელს უწყობს უმაღლესი სასწავლებლების რესურსების, რეგულაციების, მიმდინარე და დაგეგმილი საქმიანობის შესრულების მექანიზმებსა და გამოყოფილი რესურსების

მაქსიმალურ გამოყენებას. თითოეული უნივერსიტეტი ცდილობს ბაზარზე სტაბილური კონკურენტული უპირატესობების მიღებას, რომლებიც შემდგომში შეიძლება გამოყენებულ იქნას მათი უპირატესობის უზრუნველსაყოფად აღნიშნულ ბაზარზე. ბაზარზე კონკურენტულ ბრძოლაში სტაბილური კონკურენტული უპირატესობის მისაღებად პოლ კრუგმანისა და კელვინ ლაკანსტერის კონკურენციის თეორიის თანახმად, სტაბილური კონკურენტული უპირატესობის მოსაპოვებლად ყველაზე გავრცელებულ ხერხებს შორისაა ინტელექტუალური საკუთრების უფლების ქონა და ასევე ინვესტიციები სამეცნიერო-კვლევით და საცდელ-საკონსტრუქტორო სამუშაოებში.

ყველაზე მნიშვნელოვანია უნივერსიტეტის მხრიდან ინტეგრირებული ორმხრივი კომუნიკაცია მომხმარებელთან, რაც მდგომარეობს იმაში, რომ სასწავლებლის სარგებელი ზუსტად, ზედმიწევნით უნდა მიეწოდოს მომავალ სტუდენტს. ხაზგასასმელია, რომ უმაღლესი სასწავლებლის მართვის პროცესში სწავლების ღირებულებისა და მომხმარებლის მოლოდინი უნდა იყოს თანხვედრაში. ამისათვის საჭიროა მომხმარებლის მუდმივი კვლევა და კონკურენტების მოთხოვნილებების შესწავლა. მნიშვნელოვანწილად ჩატარდა დაპირებასა და რეალობას შორის არსებული ჩავარდნების იდენტიფიცირება და პრობლემებზე რეაგირება კონკურენციაში უპირატესობის მოსაპოვებლად როგორც ადამიანური, ისე ფინანსური და ტექნოლოგიური რესურსების გამოყენებით.

ყურადსაღებია უმაღლესი სასწავლებლების მუდმივი ევოლუცია, ზრდის მიმართულებით. ვაანალიზებთ უმაღლეს სასწავლებლებს, თუ რა არის იგი დღეს და საიტკენ მიილტვის. ჩვენი კვლევის მიზნიდან გამომდინარე, გავარკვიეთ, რა საერთო შეიძლება ჰქონდეს უმაღლეს სასწავლებელს კომერციულ პროდუქტთან და მათ ორგანიზაციებთან. თითოეულ სასწავლებელს ჰყავს კონკურენტები, როგორც სასწავლო გადასახადში, ისე სწავლების ხარისხში, მომსახურებასა და რეპუტაციაში. უმაღლესი სასწავლებლის იმიჯი მეტწილად განისაზღვრა მისი მომხმარებლის მიერ და მათთან ინტერაქციით (ამ მიზნით რესპოდენტებში ჩავრთეთ სტუდენტები

და კურსდამთავრებულებიც, გამონაკლისია ევროპის ორი უნივერსიტეტი, სადაც ვერ დავამყარეთ კურსდამთავრებულებთან კომუნიკაცია). დიდი მნიშვნელობა ენიჭება სასწავლებლის აკადემიურ რეპუტაციასაც. უმაღლესი სასწავლებლის შეფასების კრიტერიუმებში მნიშვნელოვანია სტრატეგიული მიმართულებები, რესურსების გადანაწილება, გადაწყვეტილების მიღება, კურიკულუმის სრულყოფა, აკადემიური პერსონალის კომპეტენცია და სხვ.

კონკურენტულ საგანმანათლებლო ბაზარზე, სადაც სწავლის გადასახადი განსხვავებულია, დისტანციური სწავლება და სტუდენტების მობილობა იზრდება. კონკურენცია უმაღლეს სასწავლებლებს შორის უფრო აქტიურ ფაზაში შედის. სასწავლებლის ფასეულობას განსაზღვრავს სწორედ ის, ვისაც ვემსახურებით. სწავლება ღირს იმდენი, რამდენსაც სტუდენტები და მშობლები იხდიან სწავლის გადასახადის სახით.

კვლევის მიზნიდან გამომდინარე, უმაღლესი სასწავლებელი განხილულია, როგორც „ცოცხალი“ ორგანიზმი და არა პროდუქტი. სტუდენტები, მშობლები, კურსდამთავრებულები, ადმინისტრაცია, აკადემიური პერსონალი ერთი მთლიანობაა, რომელთა შეთანხმებული მუშაობით ხდება კონკურენციის დაძლევა ბაზარზე. შეფასების შედეგი არის რეალური სურათის წარმოჩენა. ანალიზი დაიწყო უმაღლესი სასწავლებლების ხედვათა შედარებით, ასევე განხილულია სტრატეგიები და ინსტიტუციური მიზნები კონკურენტულ გარემოში. მნიშვნელოვანია სასწავლებლის იმიჯი. ჩატარებულმა დაკვირვებებმა, გამოკითხვებმა, ისტორიული მონაცემების გადახედვამ საშუალება მოგვცა დაგვედგინა მომხმარებლის ქცევები და მათი მოთხოვნები. განისაზღვრა საკვლევ ობიექტებზე სასწავლებლის მიზნების განსახორციელებლად ხელშემშლელი პირობები და მოტივატორები. მოტივატორი ჩვენს შემთხვევაში გახლავთ გადასახადის ხელმისაწვდომობა, პროგრამის აკადემიური რეპუტაცია, გამართული ინფრასტრუქტურა და სხვ.

განსხვავებულია თითოეული სასწავლებლის კომუნიკაციის საშუალებები კონკურენტებთან შედარებით. უმაღლესი სასწავლებელი კონკურენტებისაგან უნდა გამოირჩეოდეს ინდივიდუალური მოთხოვნილებებისა და ფასეულობების მიხედვით. სწორად შერჩეულ გზავნილებზე სასწავლებ-

ლის შერჩევასას აბიტურიენტები დიდ მნიშვნელობას ანიჭებენ უმაღლესი სასწავლებლის აკადემიურ რეპუტაციასა და კურსდამთავრებულთა რჩევას.

ჩატარებული კვლევების შედეგად გამოვლინდა მენეჯმენტის, მარკეტინგის, ადამიანური რესურსების, ოპერაციული მართვის, ინოვაციების ძირითადი თეორიების კონცეფციებისა და სტრატეგიების ფართო ცოდნის საჭიროება და კრიტიკული გააზრება.

საგანმანათლებლო პროგრამები თითქმის ყველა საკვლევ უნივერსიტეტში შეესაბამება უმაღლესი სასწავლო დაწესებულების ან ფაკულტეტის მისიას, მიზნებსა და სტრატეგიებს. თითოეულ პროგრამაში გათვალისწინებულია მეტ-ნაკლებად შრომის ბაზრის მოთხოვნები.

საგანმანათლებლო პროგრამის სწავლის შედეგები შეესაბამება პროგრამის მიზნებს და მოიცავს მისი შინაარსით გათვალისწინებულ ცოდნას, უნარებსა და კომპეტენციებს. თუმცა თავისუფალი უნივერსიტეტი, ივ. ჯავახიშვილის უნივერსიტეტი, ტექნიკური უნივერსიტეტი, ჩვენს მიერ შესწავლილი უნივერსიტეტებიდან, უკეთესი ხარისხით ახორციელებენ შრომის ბაზრის მოთხოვნებს, რის გამოც არ უჩივიან მომხმარებლების, ჩვენს შემთხვევაში აბიტურიენტების სინაკლებეს.

კვლევის ობიექტები ავტორიზებული უმაღლესი სასწავლებლები და აკრედიტირებული საგანმანათლებლო პროგრამები გახლავთ, სწავლის შედეგები შეესაბამება უმაღლესი განათლების კვალიფიკაციათა ჩარჩოს, შესაბამისი საფეხურის აღმწერსა და მისანიჭებელ კვალიფიკაციას. იმ უნივერსიტეტებს, სადაც რეგულირებადი პროფესიის სპეციალისტებს ამზადებენ ითვალისწინებენ პროგრამის ინდივიდუალურობას, შინაარსსა და სპეციფიკას. ამ მიმართულებით ნამდვილად ქებას იმსახურებს ავტორიზაციისა და აკრედიტაციის გამცემი ორგანო, რადგან ბოლო წლებში გაცილებით მოწესრიგებულია სასწავლო და სამეცნიერო პროცესები, რაც მოთხოვნების გამკაცრებამ გამოიწვია. ჩვენ შორს ვართ იმ აზრისაგან, რომ იდეალური მდგომარეობა გვაქვს სწავლების საკითხში, მაგრამ საბჭოთა კორუფციული მემკვიდრეობის გამოსასწორებლად ნამდვილად გვაქვს წინსვლა ამ



მიმართულებით. მდგომარეობის გაუმჯობესებას სჭირდება თანმიმდევრული, ხანგრძლივი მუშაობა, რაც ჩვენი აზრით 10-15 წელიწადში მიიღწევა.

მოცემული კვლევის ფარგლებში შესწავლილ იქნა საკვლევ სასწავლებელში კონკურენციის სხვადასხვა პრიორიტეტები, რომელიც ორიენტირებულია მაღალკვალიფიციური და კონკურენტუნარიანი სპეციალისტების მომზადებისთვის, რისთვისაც აუცილებელია ფუნდამენტური ცოდნისა და პროფესიული კარიერისათვის აუცილებელი უნარ-ჩვევების შექმნა. კონკურენციაში უპირატესობის მოსაპოვებლად სპეციალისტების მაღალ დონეზე მომზადება მეტად აქტუალურია და განპირობებულია საქართველოს ინტეგრაციით მსოფლიო ეკონომიკაში. საბაზრო ეკონომიკის ადეკვატური ინსტიტუტების და ურთიერთობების ჩამოყალიბების შეუქცევადი ხასიათით, რამაც ათასობით ადამიანის დასაქმება უნდა შეძლოს. ამ უკანასკნელის განხორციელება შეუძლია ისეთ უნივერსიტეტებს, რომლის მენეჯმენტს აქვს საერთაშორისო, ანტიკრიზისული, ოპერაციული, ადამიანური რესურსების, ინოვაციების, ფინანსური მენეჯმენტის, მარკეტინგისა და სხვა მეცნიერებათა ძირითადი თეორიების კონცეფციებისა და პრინციპების, მართვის მეთოდებისა და სტრატეგიების ფართო ცოდნა და კრიტიკული გააზრების უნარი. ასევე შევისწავლეთ თითოეული უნივერსიტეტის დონეზე ადამიანური რესურსების რაციონალური მართვის პრაქტიკა.

გაკეთებულია შემდეგი დასკვნები:

1. კონკურენციის გამძაფრებამ გლობალიზაციის პირობებში გამოიწვია, როგორც ტექნოლოგიური, ისე ორგანიზაციული პროცესების შემდგომი გაუმჯობესების მოთხოვნა. ამიტომ დღეს საგანმანათლებლო დაწესებულებების რაციონალური მართვა კომპანიის მთავარი მიზნის მიღწევის მნიშვნელოვანი საშუალებაა. თანამედროვე მენეჯმენტმა უნივერსიტეტების მენეჯმენტს შესაძლებლობა მისცა ადეკვატური რეაგირება მოეხდინათ ბიზნესის გარემოს ცვლილებაზე, მაქსიმალურად გამოეყენებინათ ადამიანური რესურსები, რასაც მართვის სისტემის ახლებურად აწყობა - მომართვით

ახერხებენ, რაც კონკურენტუნარიანობის შენარჩუნებისა და ამაღლების აუცილებელი პირობაა;

2. უნივერსიტეტების მენეჯმენტი ერთხმად აღიარებს ადამიანური ფაქტორის როლის გააქტიურებას და განიხილავს წამყვან ფაქტორად, რომელიც თანამედროვე საქმიანი ორგანიზაციის ეფექტიანობასა და კონკურენტუნარიანობას განაპირობებს;

3. ქართული უნივერსიტეტების ერთ-ერთ უმთავრეს კაპიტალს წარმოადგენს ღირსეული ადამიანური რესურსი და თანამშრომლობის სწორი სქემა. შესწავლილი უნივერსიტეტები წარმოადგენს ადმინისტრაციის, პროფესორების, სტუდენტებისა და კურსდამთავრებულების სტრატეგიულ თანამშრომლობაზე ორიენტირებულ კორპორაციას, რომლისთვისაც ღირებულია მაღალი შეგნებისა და ზნეობის პრინციპების დამკვიდრება, დემოკრატიისა და ჰუმანიზმის იდეალების პრაქტიკული განხორციელება, პოლიტიკური ლიბერალიზმის ხელშეწყობა, კულტურული მემკვიდრეობის შენარჩუნება და კონკურენციაში უპირატესობის მოპოვება;

4. ქართული უნივერსიტეტები თავიანთი რესურსების ფარგლებში ცდილობენ თანმიმდევრულად დანერგონ ევროპული და ამერიკული უმაღლესი განათლებისა და მეცნიერული კვლევის მეთოდები. ისინი ადასტურებენ ერთგულებას ევრო-ამერიკული საგანმანათლებლო გარემოს განვითარების ძირითადი მიმართულებების მიმართ, რომელიც ასახულია ბოლონის პროცესის ფუნდამენტურ პრინციპებსა და კოპენჰაგენის დეკლარაციაში;

5. ქართული უნივერსიტეტები და სასწავლო უნივერსიტეტები კონკურენტუნარიანობის ასამაღლებლად ატარებენ თანამედროვე ეროვნული და საერთაშორისო სტანდარტების შესაბამის საგანმანათლებლო პოლიტიკას;

6. საკვლევი უნივერსიტეტების მცდელობა შექმნან სტუდენტზე ორიენტირებული საუკეთესო სასწავლო და კვლევითი გარემო ჯერ კიდევ ფორმირებისა და ტრანსფორმაციის რეჟიმშია;

7. კონკურენტულ გარემოში, რომელიც ჩვენს მიერ იქნა შესწავლილი 12 უნივერსიტეტიდან ლიდერობს ვარშავის უნივერსიტეტი, ევროპის ცენტრალური უნივერსიტეტი და ივ. ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის

სახელმწიფო უნივერსიტეტი, რომლებიც მაღალკვალიფიციური და კონკურენტუნარიანი სპეციალისტების მოსამზადებლად ახერხებენ ჩამოუყალიბონ მათ კონვერგენტულ და დივერგენტულ აზროვნებაზე დაფუძნებული ღირებულებები;

8. დანარჩენი უნივერსიტეტები ცდილობენ არსებულ კონკურენტულ გარემოში დაიკავონ ღირსეული ადგილი თავისუფალ და დემოკრატიულ საუნივერსიტეტო საზოგადოებაში, განახორციელოს და განავითარონ საგანმანათლებლო და კვლევითი ურთიერთობები უმაღლესი განათლების ყველა საფეხურზე, დღენიადაგ იღწვიან საგანმანათლებლო და კვლევითი ურთიერთობების საერთაშორისო სტანდარტებთან შესაბამისობაში მოსაყვანად;

9. ყველა შესწავლილ უნივერსიტეტში გასაძლიერებელია სამეცნიერო კვლევების, ახალი ცოდნის დანერგვისა და საგანმანათლებლო პროცესის ინოვაციური განვითარება, რაც უნდა გამოიხატოს რეალური კვლევითი ცენტრების შექმნაში, აგრეთვე სამეცნიერო-კვლევითი პროექტების შემუშავებასა და რეალიზაციაში;

10. გააქტიურდეს სტუდენტისა და პროფესორის პროფესიული განვითარების ხელშეწყობა, პოტენციურ დამსაქმებლებთან მჭიდრო ურთიერთობა, საერთაშორისო პროექტებში მაგისტრანტების, დოქტორანტებისა და აკადემიური პერსონალის ჩართვა, რომელიც ხელს შეუწყობს უწყვეტი განათლების პრინციპების დანერგვას;

11. შესაძლებლობებისა და საფრთხეების შესწავლა - შესაძლებლობას აძლევს საკვლევ უნივერსიტეტებს ჩამოაყალიბონ გრძელვადიან პერსპექტივაზე გათვლილი სტრატეგიული სამოქმედო გეგმა;

12. ბიზნეს-გარემოს უწყვეტი შესწავლა და ანალიზი - შესაძლებლობას აძლევს მენეჯერებს უფრო ადვილად გაუმკლავდნენ ბიზნესის გამოწვევებს. მენეჯერები მოტივირებულნი არიან მუდმივად გაიფართოვონ ცოდნა, ცნობიერება და გამოცდილება, რათა მომზადებულნი შეხვდნენ ბიზნესგარემოს ცვლილებას;

13. უნივერსიტეტის იმიჯის ჩამოყალიბება - ეხმარება ბიზნესს რეპუტაციის გაუმჯობესებაში. აღნიშნული მოვლენა გამომდინარეობს

იქიდან, რომ ბიზნესი აჩვენებს თავის კეთილ დამოკიდებულებას იმ გარემოს მიმართ, რომელშიც იგი მოღვაწეობს;

14. კონკურენციასთან გამკლავება - ბიზნესს აძლევს შესაძლებლობას, გაანალიზოს კონკურენტების სტრატეგიები და შესაბამისად განსაზღვროს თავისი წარმატებები კონკურენციის პირობებში;

15. აუციელებელია უნივერსიტეტების სიძლიერისა და სისუსტეების განსაზღვრა - ორგანიზაციის პრიორიტეტული და ძლიერი მხარეების/მიმართულებების აქტიურად გამოყენების და სუსტი მხარეების/მიმართულებების გაძლიერების მიზნით;

16. ბაზარი ზემოქმედებს საგანმანათლებლო სისტემის კონკურენტუნარიანობაზე მრავალმხრივ, მათ შორის მომხმარებლების მოთხოვნებითა და საჭიროებებით, ფასით, რეკლამირებითა და პოპულარიზაციით;

17. მომხმარებლების მოთხოვნებისა და საჭიროებების განსაზღვრა წარმოადგენს მნიშვნელოვან საფუძველს კომპანიის გადაწყვეტილების მიღების პროცესში. იდეალურ შემთხვევას წარმოადგენს კომპანიის პროდუქციისა და მომსახურების სრულ შესაბამისობაში მოყვანა მომხმარებლების მოთხოვნებთან და საჭიროებებთან;

18. ფასი და ხარისხი წარმოადგენს საკვანძო ფაქტორებს აბიტურიენტების მიერ (მომხმარებლების) ყიდვის გადაწყვეტილების მიღებისას;

19. რეკლამირება და პოპულარიზაცია წარმოადგენს იმ საშუალებებს, რომლითაც უნივერსიტეტი პოტენციურ მომხმარებლებს აცნობებს პროდუქციისა და მომსახურების მახასიათებლებს.

20. ქვეყნის ეკონომიკის კონკურენტუნარიანობის ამაღლება ნებისმიერი სახელმწიფოს უმთავრესი ამოცანაა. სახელმწიფოს თავისი ქმედებებით შეუძლია მნიშვნელოვანი წვლილი შეიტანოს ქვეყნის კონკურენტუნარიანობის ამაღლებაში. რეგულაციების დაწესებით, ადამიანური და კაპიტალური რესურსების სტიმულირებით, რეფორმების გატარებითა და სხვა ფაქტორებით, სახელმწიფოს შეუძლია გააუმჯობესოს ქვეყნის კონკურენტუნარიანობა;

21. უნივერსიტეტების მენეჯმენტის სწორი ორგანიზაცია და დაგეგმვა, ასევე პროდუქციისა და მომსახურების რეალიზაცია, კონკრეტულ სიტუაციაში ოპტიმალური, სწორი მმართველობითი გადაწყვეტილებების მიღება, ყველაზე თანამედროვე მოთხოვნების დონეზე, ლიდერის როლის შესრულება, პერსონალთან და სტუდენტებთან მუდმივი და შემოქმედებითი კონტაქტი;

22. უნივერსიტეტების ადამიანური რესურსის მოტივირება შემოქმედებითი, ინიციატივიანი საქმიანობისათვის, მათი ყოველი მიღწევის შეფასება და აღნიშვნა;

23. კვლევის შედეგად გამოკვეთილი ზოგადი ტენდენციებიდან აღსანიშნავია, რომ ბოლონის პროცესით გათვალისწინებული რეფორმების შედეგად საქართველოში მოწესრიგდა საკანონმდებლო ჩარჩო და დაინერგა ხარისხის ერთიანი სისტემა (უმაღლესი განათლების სამსაფეხურიანი სისტემა), შემუშავდა კვალიფიკაციათა ჩარჩო, ხარისხის უზრუნველყოფის სტანდარტები, დაინერგა საკრედიტო სისტემა და სხვა. თუმცა, მიუხედავად ნორმატიულ დონეზე მიღწეული წარმატებებისა იკვეთება კონკრეტული პრობლემები საუნივერსიტეტო სწავლების დონეზე, რომლებიც უშუალო კავშირშია სწავლებისა და სწავლის, კვლევის ხარისხის გაუმჯობესებასთან;

24. უნივერსიტეტების მართვისადმი სტრატეგიული მიდგომა ორიენტირებულია მომავალზე და ითვალისწინებს გარემოს ცვალებადობას, მიზნად ისახავს მოსალოდნელი შედეგების განსაზღვრას;

25. უნივერსიტეტში თითოეული ადამიანის მხარდაჭერა მისი ცოდნის იდენტიფიკაციაში, შენარჩუნებასა და გაფართოებაში;

26. უნივერსიტეტებში მართვის პერსპექტივა ფოკუსირებულია ცოდნაზე დამოკიდებული პრაქტიკისა და საქმიანობის განსაზღვრაზე, ორგანიზებაზე, მართვაზე, ხელშეწყობასა და კონტროლზე, სასურველი ბიზნეს-სტრატეგიებისა და მიზნების მისაღწევად. იგი ფოკუსირებულია გამოცდილების გამოყენებაზე, განსაზღვრულ ცოდნაზე დამოკიდებული სამუშაოებისა და ამოცანების შესრულებისათვის;

27. უმაღლესი სასწავლებლები, რომლებმაც წინასწარ მოახდინეს სახსრების სწორი ინვესტირება ახალი პროდუქტების შემუშავებაზე და ამის შედეგად მიღებული აქვთ პირველი ნაბიჯის უპირატესობა, შესაძლებლობა აქვთ გაბატონებული მდგომარეობა დაიკავონ ბაზარზე. სტრატეგიული კონკურენციის თანახმად, უპირატესობა იმ უნივერსიტეტებს ენიჭებათ, რომლებიც საკმარის თანხებს აბანდებენ სამეცნიერო კვლევით და საცდელ-საკონსტრუქტორო სამუშაოებზე;

28. ქართული უნივერსიტეტების უმრავლესობის მომხმარებლები ძირითადად ჩვენი ქვეყნის მოსახლეობის ის ნაწილია, რომელთაც სურთ უმაღლესი განათლების მიღება, თუმცა მომხმარებლების დაახლოებით 20% უცხოელები არიან. კონკურენციაში უპირატესობას აღწევენ ის უნივერსიტეტები, რომელთაც მომხმარებელამდე მიაქვთ დიდი რაოდენობისა და ზუსტი ინფორმაცია თავიანთი უმაღლესი სასწავლებლის შესახებ. ისინი იღებენ უკუკავშირს მომხმარებლებისგან, რაც უკეთესად ცნობად უნივერსიტეტებს აძლევს შესაძლებლობას უკეთ დააკმაყოფილოს, როგორც სამამულო მომხმარებელთა მოთხოვნილებები, ისე უცხოელ მომხმარებელთა საჭიროებები.

29. კვლევის შედეგებიდან გამომდინარე გათვალისწინებულ ცოდნას, უნარებსა და კომპეტენციებს უკეთესად ართმევს თავს ვარშავის უნივერსიტეტი, ცენტრალური ევროპის უნივერსიტეტი, თავისუფალი უნივერსიტეტი, ივ. ჯავახიშვილის უნივერსიტეტი, ტექნიკური უნივერსიტეტი. ისინი უკეთესი ხარისხით ახორციელებენ შრომის ბაზრის მოთხოვნებს, რის გამოც არ უჩივიან მომხმარებლების, ჩვენს შემთხვევაში აბიტურიენტების სინაკლებეს;

30. ინოვაციური ეკონომიკის განვითარების პოსტინდუსტრიულ ფაზაზე გადასვლის თანამედროვე ეტაპზე ეკონომიკური სისტემის განვითარების ერთ-ერთ მნიშვნელოვან ფაქტორს წარმოადგენს უმაღლესი განათლება. ასეთი ის რჩება გრძელვადიან პერსპექტივაშიც. ხარისხიანი უმაღლესი განათლების მიღება ქვეყანაში მდგრადობის და მიკრო და მაკრო დონეზე სოციალურ-ეკონომიკური სისტემის განვითარების რეალური ძალა გახდება.

## ნაშრომისაპრობაცია

დისერტაციის თემაზე საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტის ბიზნეს-ინჟინერინგის ფაკულტეტის სოციალურ მეცნიერებათა დეპარტამენტის საგამოცდო კომისიაში დაცულ იქნა სამი კოლოკვიუმი:

1. კონკურენციის თეორიულ-მეთოდოლოგიური საფუძვლები (14.02.2017);
2. კონკურენცია მენეჯმენტის სისტემაში გლობალიზაციის პირობებში (12.07.2017);
3. კონკურენციის ძირითადი ფაქტორები და კონკურენტუნარიანობის მხარდამჭერი სტრატეგიები ქართულ უნივერსიტეტებში (23.02.2018).

სადისერტაციო ნაშრომის ძირითადი დებულებები გამოქვეყნებულია ავტორის შრომებში:

სადისერტაციო ნაშრომის ძირითადი დებულებები და შედეგები გამოქვეყნებულია საერთაშორისო რეფერირებად და რეცენზირებად ჟურნალებში შემდეგი სტატიების სახით:

1. დევიძე თ., შოშიტაშვილი გ., ლიდერობა მენეჯმენტის სისტემაში. ჟურნ. სოციალური ეკონომიკა. №2, 2017. [www.socialuri-economica.ge](http://www.socialuri-economica.ge);
2. დევიძე თ., შოშიტაშვილი გ. მენეჯერის საქმიანობის მეთოდები და თავისებურებები. ჟურნ. სოციალური ეკონომიკა. №2, 2017. [www.socialuri-economica.ge](http://www.socialuri-economica.ge);
3. დევიძე თ., შოშიტაშვილი გ., ეკონომიკა - სახელმწიფო- გლობალიზაცია. უმაღლესი სასწავლებელი ჯორჯიასა და ბალტიის საერთაშორისო აკადემიის პარტნიორობით გამართული საერთაშორისო სამეცნიერო კონფერენცია „გლობალიზაცია და ბიზნეს-გამოწვევები, პრობლემები, პერსპექტივები“. საერთაშორისო სამეცნიერო კონფერენციის შრომების კრებული. ივერონი. თბ., 2017;
4. შოშიტაშვილი გ., კონკურენციის მოდელები და თავისებურებები. ჟურნ. სოციალური ეკონომიკა. №4, 2017. [www.socialuri-economica.ge](http://www.socialuri-economica.ge);
5. შოშიტაშვილი გ., ბიზნეს გარემო, კონკურენტუნარიანობა და

ბიზნესმენეჯმენტი. ჟურნ. სოციალური ეკონომიკა. №4, 2017.  
[www.socialuri-economica.ge](http://www.socialuri-economica.ge);

6. დევიძე თ., შოშიტაშვილი გ., საფასო პოლიტიკა და კონკურენციის პოლიტიკა. უმაღლესი სასწავლებელი ჯორჯიასა და ბალტიის საერთაშორისო აკადემიის პარტნიორობით გამართული საერთაშორისო სამეცნიერო კონფერენცია „გლობალიზაცია და ბიზნესი - გამოწვევები, პრობლემები, პერსპექტივები. საერთაშორისო სამეცნიერო კონფერენციის შრომების კრებული. ივერონი. თბ., 2018;
7. დევიძე თ., შოშიტაშვილი გ., გლობალიზაციის პირობებში სტრატეგიული მენეჯმენტის, ტექნოლოგიებისა და ცოდნის მენეჯმენტის ზეგავლენა ბიზნესზე, ჟურნ. ეკონომიკა. №4-5. 2018;
8. ლომაია ც., კატუკია ვ., შოშიტაშვილი გ., კონკურენციის გარემოს კვლევა საუნივერსიტეტო სივრცეში გლობალიზაციის პირობებში, ჟ. მედიცინისა და ჯანდაცვის აქტუალური პრობლემები, 2018;
9. ლომაია ც., კატუკია ვ., შოშიტაშვილი გ. რეფორმების შედეგები უნივერსიტეტებში და კონკურენტუნარიანობის ამაღლების მიმართულებები. საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი. ბიზნესტექნოლოგიების ფაკულტეტი. II საერთაშორისო სამეცნიერო კონფერენცია „გლობალიზაცია და ბიზნესის თანამედროვე გამოწვევები“. საერთაშორისო სამეცნიერო კონფერენციის შრომების კრებული. თბ., 2018.

**სადისერტაციონაშრომისძირითადიდეზულებებიდაშედეგებიმოხსენდასაერთაშორისოკონფერენციებს:**

1. დევიძე თ., შოშიტაშვილი გ. ეკონომიკა - სახელმწიფო - გლობალიზაცია. უმაღლესი სასწავლებელი ჯორჯიასა და ბალტიის საერთაშორისო აკადემიის პარტნიორობით გამართული საერთაშორისო სამეცნიერო კონფერენცია „გლობალიზაცია და ბიზნესი- გამოწვევები, პრობლემები, პერსპექტივები“. საერთაშორისო სამეცნიერო კონფერენციის შრომების კრებული. ივერონი. თბ., 2017;



2. შოშიტაშვილი გ., მენეჯმენტი და ბიზნეს გარემო“,სტუდენტთა 85-ელისაერთაშორისოსამეცნიეროკონფერენცია, სტუ,თბ., 2017;
3. დევიძე თ., შოშიტაშვილი გ., საფასო პოლიტიკა და კონკურენციის პოლიტიკა. უმაღლესი სასწავლებელი ჯორჯიასა და ბალტიის საერთაშორისო აკადემიის პარტნიორობით გამართული საერთაშორისო სამეცნიერო კონფერენცია „გლობალიზაცია და ბიზნესი - გამოწვევები, პრობლემები, პერსპექტივები“, თბ., 2018;
4. ლომია ც., კატუკია ვ., შოშიტაშვილი გ., რეფორმების შედეგები უნივერსიტეტებში და კონკურენტუნარიანობის ამაღლების მიმართულებები. საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი. ბიზნესტექნოლოგიების ფაკულტეტი. II საერთაშორისო სამეცნიერო კონფერენცია „გლობალიზაცია და ბიზნესის თანამედროვეგამოწვევები“, თბ., 25-26 მაისი, 2018.