

ნანა ლუხუთაშვილი

ტექნიკის აკადემიური დოქტორი,  
ქუთაისის უნივერსიტეტის ასისტენტ პროფესორი

## შეგვიძლია თუ არა წინასწარმეტყველება მომავლის

საქართველოს  
ეკონომიკის  
და მდგრადი  
საზოგადოებრივი  
ვითარების  
მინისტრის  
სამსახურის  
საინფორმაციო  
სისტემების  
სამსახური

ნებისმიერი მენეჯერისათვის მნიშვნელოვანია, რომ მის მიერ განორციელებული საქმიანობა წარმატებული იყოს. ეს კი მოითხოვს მენეჯერისაგან სერიოზულ ფიქრსა და განსჯას მომავალზე.

როგორც ცნობილია, საწარმოო პროცესი ხორციელდება შიდა და გარე სიტუაციური ფაქტორების ზემოქმედებით. შიდა ფაქტორებს მიეკუთვნებათ: მიზნები, სტრუქტურა, ამოცანები, ტექნოლოგია და ადამიანები. ხოლო გარე ფაქტორების ქვეშ გულისხმობენ ფაქტორებს, რომლებიც გვევლინებიან ორგანიზაციათა ფუნქციონირების, არსებობისა და ეფექტიანობის ხელშემწყობად.

განასხვავებენ პირდაპირი და ირიბი ზემოქმედების ფაქტორებს.

პირდაპირი ზემოქმედების ფაქტორებს მიეკუთვნება: მიმწოდებლები, შრომითი რესურსები, კანონები და სახელმწიფო დაწესებულებები, მომხმარებლები, კონკურენტები და საკონტაქტო აუდიტორია, რომლებიც უშუალო გავლენას ახდენენ ორგანიზაციის შედეგებზე.

ირიბი ზემოქმედების ფაქტორებს კი პოლიტიკურ-სამართლებრივი, ეკონომიკური, მეცნიერულ-ტექნიკური, სოციალურ-კულტურული, კონკურენტული და ბუნებრივი გარემო.

გარემო ფაქტორებიდან ერთი რომელიმე ფაქტორის ცვლილება იწვევს სხვების ცვლილებასაც, მაგალითად, ნავთობზე ფასების ზრდა იწვევს ეკონომიკის ყველა დარგში ფასების ზრდას.

გარე ფაქტორების ზეგავლენის შესწავლისას აუცილებელია გავაანალიზოთ:

- გარემო ფაქტორების რომელი ასპექტები უნდა იქნეს მხედველობაში მიღებული და რომელი იგნორირებული?
- შეიძლება თუ არა ვიწინასწარმეტყველოთ მომავალი მოვლენები?
- რამდენად შორს უნდა განსჭვრიტონ ორგანიზაციებმა მომავალი?
- როგორ შეუძლია ორგანიზაციას მინიმუმამდე დაიყვანოს გარე პირობებიდან გამომდინარე საშიშროება და ისარგებლონ არსებული შესაძლებლობებით?

პოლიტიკური და სამართლებრივი, ეკონომიკური, მეცნიერულ-ტექნიკური, კონკურენციული, სოციალური და ბუნებრივი გარემო ეს ის ასპექტებია, რომელთა იგნორირება დაუშვებელია.

კითხვაზე: „არის თუ არა შესაძლებლობა რაიმე ხერხით ვიწინასწარმეტყველოთ, რა მოხდება მომავალში?“ — მოკლედ შეგვიძლია ვუპასუხოთ: „არა, ზუსტად არ შეგვიძლია.“ მიუხედავად ამისა უნდა, ვეცადოთ და არსებობს კიდევ რამოდენიმე მეთოდი, რომელიც განკუთვნილია მომავლის რაღაც ელემენტების გასარკვევად.

**„ფუტუროლოგია“** — ასე ეწოდება მეცნიერებას, რომელიც ცდილობს განსაზღვროს გარემოს განვითარების მიმართულებები წინასწარ, რამდენიმე წლით ადრე. ფუტუროლოგები გვიხატავენ „განვითარების სცენარს“, როგორც ისინი მას უწოდებენ თანამედროვე ტენდენციების განვითარებისა და მათი მომავალში პროექტირების საფუძველზე. მომავლის წინასწარმეტყველები სცენარის შემუშავების თავიანთი მეთოდებით მიიწვევენ კიდევ უფრო წინ. ისინი გვიხატავენ შორეული მომავლის 2-3 ვარიანტს, რომლებიც ძირეულად განსხვავდებიან ერთმანეთისაგან. ამასთან ისმის კითხვა, სახელდობრ რა უნდა მოიმოქმედოს ორგანიზაციამ, რომ გადარჩეს ნებისმიერ ვარიანტში.

**დელფის მეთოდი** — აღნიშნული მეთოდი ცნობილია „დელფის“ სახელწოდებით, ძველ საბერძნეთში ქ. დელფში ორაკულის საპატივცემულოდ. ორაკული ცნობილი იყო თავისი ზუსტი წინასწარმეტყველებით ქრისტესობამდე VIII-V საუკუნეებში.

ჩვენს დროში პროგნოზებს აკეთებენ ექსპერტი-კონსულტანტები ამა თუ იმ სფეროში და არა აპოლონის ღმერთის ქურუმები. მთლიანობაში დელფის მეთოდი მდგომარეობს მომავალში რომელიმე მოსახდენ მოვლენაზე. ექსპერტთა შეხედულებათა შეპირისპირება-შედარებაში და მათი საერთო შეხედულების გამოვლენაში. მაგალითად, თუ ოცდაათი მანქანათმშენებლობის ექსპერტი თვლის, რომ 2020 წლისთვის ელექტრომობილებზე უფრო გაიზრდება მოთხოვნა, ვიდრე ჩვეულებრივ ავტომობილებზე, მაშინ თქვენ შეგიძლიათ მათი შეხედულების საფუძველზე მიიღოთ გადაწყვეტილება - გაყიდოთ თქვენი ბენზოგასამართი სადგური. რათქმა უნდა, შეიძლება ისინი შეცდნენ, მაგრამ ეს ნაკლებად მოსალოდნელია.

**ეკონომიკური მოდელი** — ეკონომიკური მოვლენების ამოცნობის პოპულარულ მეთოდს წარმოადგენს წარმოსახვითი ეკონომიკის შექმნა კომპიუტერზე და ამ მოდელში უამრავი ინფორმაციის შეყვანა. იმედი უნდა ვიქონიოთ, რომ ამგვარი სამუშაოს შედეგები საშუალებას მოგვცემენ განვსაზღვროთ ეკონომიკის მდგომარეობა მომავალში 1 ან 5-6 წლით ადრე. ერთადერთი პრობლემა მდგომარეობს იმაში, რომ მოდელის ფუნქციონირებისათვის უნდა გავაკეთოთ დაშვებები, რომ ადამიანები, ორგანიზაციები და მთავრობა იმოქმედებს წინასწარ განსაზღვრული წესებითა და კანონებით. ასე რომ ხშირად მოდელზე მუშაობის შედეგად მიღებული დასკვნები ეკოდება შემდეგი ტიპის — „ხელისუფლების პოლიტიკური კურსის უცვლელობის პირობით“. ყველაფრის მიუხედავად ეკონომიკური მოდელები წარმოადგენენ ეკონომიკის შემდგომი განვითარების სასარგებლო ინდიკატორს, განსაკუთრებით მოკლევადიანი პროგნოზების შედგენისას.

**რამდენად შორს უნდა გასჭვრიტონ ორგანიზაციებმა მომავალი?**—პასუხი დამოკიდებულია პრობლემის დასმაზე. დროის მონაკვეთს, რომლის განჭვრეტასაც ცდილობს ორგანიზაცია, დაგეგმვის ჰორიზონტი ეწოდება. ეს არის მომავლის დროის მონაკვეთი, რომლის განჭვრეტა-საც ცდილობს ორგანიზაცია ალბათობის მაღალი ხარისხით. პატარა მაღაზიებს აქვთ რამოდენიმე დღიანი დაგეგმვის ჰორიზონტი (მაგალითად, ბოსტნეულის მაღაზიაში დაგეგმვის ჰორიზონტი შეადგენს 24 საათს). ხოლო მსხვილ ფირმებს გააჩნიათ უფრო ფართო ჰორიზონტი. რაც უფრო დიდია ფირმა ორგანიზაციულად, მით უფრო ფართოა მისი ჰორიზონტი.

ორგანიზაციები, რომელთა მოქმედების სფერო საკმაოდ სტაბილურია, ხშირად თავს არ იწუხებენ შორეულ მომავალზე ფიქრით, (მაგალითად, სამშენებლო მასალების მწარმოებელი

ფირმები). მათ საპირისპიროდ, არსებობენ ისეთი კომპანიები, რომლებიც ძალიან მგრძობიარედ პასუხობენ გარე ფაქტორების ცვლილებებს. მაგალითისთვის, სამკერვალო საწარმოები, ქალთა ტანსაცმლის მაღაზიები ძალზედ მგრძობიარეა მოდისადმი. მეწარმეობის ამ სფეროში საჭიროა წინასწარ ახალი მოდელების დაგეგმვა სეზონის დადგომამდე. მოდათა საშემოდგომო კოლექცია იგეგმება 18 თვით ადრე, ხოლო მაღაზიები 8 თვით ადრე უკვეთავენ ამ დაგეგმილ ახალ მოდურ საქონელს.

ხშირად ნებისმიერი, თუნდაც ძალზე გულდასმით მიღებული გადაწყვეტილებაც არ იძლევა წარმატების გარანტიას შორეულ მომავალზე, რადგან შეიძლება მოულოდნელად თავი იჩინოს ისეთმა ფაქტორმა, რომელიც არსებით გავლენას მოახდენს დასახულ ამოცანაზე. ამიტომ, აუცილებელია განისაზღვროს მიღებული გადაწყვეტილების გადასინჯვის დრო; მეტი გულისყურით, მიუდგეთ გადაწყვეტილების ვარიანტების შერჩევის პროცესს. ცნობილია, რომ 1940 წელს აშშ-ს ერთ-ერთმა ავიასამშენებლო კომპანიამ თავისი განვითარების სტრატეგიის განსაზღვრის დროს დაუშვა შეცდომა, როდესაც კურსი ხრახნულ ძრავებზე აიღო, თუმცა მაშინ უკვე ზოგიერთი კომპანია იწყებდა რეაქტიულძრავიანი მანქანების წარმოებას.

ორგანიზაციებს შეუძლიათ მინიმუმამდე დაიყვანონ გარე ფაქტორებიდან გამომდინარე საშიშროება და ისარგებლონ არსებული შესაძლებლობებით თუკი მიჰყვებიან პრინციპს – **”მომავლიდან აწმყოსაკენ და არა წარსულიდან მომავლისაკენ”**.

ყოველი ორგანიზაციის მოქმედების სფერო მუდმივად იცვლება, ხანდახან ეს ცვლილებები ორგანიზაციისათვის სასარგებლო და ხელსაყრელია, ხანდახან კი ემუქრება ორგანიზაციის მომავალს და საჭიროა მიღებულ იქნას ზომები, რომ იგი არ ასცდეს არჩეულ კურსს. მენეჯმენტის სფეროში ამ კურსს სტრატეგია ეწოდება.

### ლიტერატურა

1. ლუხუტაშვილი ნ. მენეჯმენტი ქუთაისის შპს “ხომლი ენ“-ის სტამბის საგამომცემლო ცენტრი. ქუთაისი 2008 გვ. 256
2. მესტერიშვილი გ. ბარათაშვილი ე. ჯავახიძე გ. მენეჯმენტის საფუძვლები. მე-2 განახლებული და შევსებული გამოცემა. თბილისი, 1997 წ.