

ბიზნეს სუბიექტების ღირებულებით-მოტივაციური თავისებურებების დადგენა და ბიზნესაქტივობის დონის კვლევა

თეიმურაზ შენგელია

ეკონომიკის მეცნიერებათა დოქტორი,

ივანე ჯავახიშვილის სახელობის

თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის პროფესორი

ანოტაცია

ბიზნესუბიექტების ღირებულებით-მოტივაციური თავისებურებების კვლევა შედარებით ახალი მეცნიერული პრობლემაა, ჩვენს ქვეყანაში ის მე-20 საუკუნის 90-იანი წლებიდან იწყება. მიუხედავად ამისა, ის წარმოადგენს მეცნიერთა მნიშვნელოვანი ინტერესის ობიექტს, რაზეც მეტყველებს ამ სფეროში ჩატარებული კვლევებისა თუ გამოქვეყნებული სამეცნიერო ნაშრომების სიმრავლე. ქართველი მეცნიერების კვლევები დაეთმო პროფესიული და პიროვნული განვითარების პრობლემებს, ავტორები განსაკუთრებულ ყურადღებას აქცევენ მენარმის იმიჯის, ალქმისა და თვითაღქმის შესწავლას, მნიშვნელოვანია ბიზნესსაქმიანობის ღირებულებით-მოტივაციური ასპექტები, პასუხისმგებლობისა და ზნეობის ფენომენი. ჩვენს მიერ ჩატარებულ კვლევაში გაანალიზებულია ეკონომიკური საქმიანობის სხვადასხვა ასპექტების მიმართ (სოციალურ-ეკონომიკური პირობები, წარმატებისა და კმაყოფილების ფაქტორი, მოტივაციის სფერო და ა.შ.) ქართველი ბიზნესუბიექტების დამოკიდებულება.

საკვანძო სიტყვები: ბიზნესუბიექტი, ბიზნესსაქმიანობა, მოტივაციურ-ღირებულებითი თავისებურებები, ბიზნესაქტივობა, კვლევა.

შესავალი

შედარებითი სიახლის გამო ქართული ბიზნესი ჯერ კიდევ არ არის საკმარისად ღრმად გაანალიზებული და შესწავლილი. თუმცა, ეს ფენომენი, რომელსაც ასეთი დიდი გავლენა აქვს ქვეყნის სოციალურ-ეკონომიკურ ცხოვრებაზე, იმსახურებს მეცნიერთა მნიშვნელოვან ყურადღებას, განსაკუთრებით კი მისი ღირებულებით-მოტივაციური ასპექტები. საბოლოო ჯამში მივდივართ იმ დასკვნამდე, რომ ბიზნესი არ შემოიფარგლება მხოლოდ ეკონომიკური სფეროთი, ის ასევე წარმოადგენს, სოციოლოგიური, პოლიტოლოგიური, ფსიქოლოგიური კვლევების მნიშვნელოვან ობიექტს.

ბიზნესუბიექტების ღირებულებით-მოტივაციური თავისებურებების კვლევა ჩვენს ქვეყანაში მე-20 საუკუნის 90-იანი წლებიდან იწყება. ეს პრობლემა დღესაც მეცნიერთა მნიშვნელოვანი ინტერესის საგანია. ქართველი მეცნიერების კვლევები დაეთმო პროფესიული და პიროვნული განვითარების პრობლემებს, ავტორები განსაკუთრებულ ყურადღებას აქცევენ მენარმის იმიჯის, ალქმისა და თვითაღქმის შესწავლას, მნიშვნელოვანია ბიზნესსაქმიანობის ღირებულებითი ასპექტები, პასუხისმგებლობისა და ზნეობის ფენომენი.

კვლევის მეთოდოლოგია და ინსტრუმენტები

ჩვენს მიერ ჩატარებული კვლევის კონცეპტუალურ საფუძველს წარმოადგენდა ეკონომიკური საქმიანობის ცალკეულ სუბიექტების ინდივიდუალური მახასიათებლების შესწავლა და მათი მოტივაციის ზოგადი ასპექტების დადგენა. შესწავლის ძირითად ობიექტებს წარმოადგენ-

და ბიზნესსუბიექტების ისეთი ასპექტები, როგორიცაა: სამენარმო საქმიანობის წარმატება და ბიზნესის განვითარებაზე მოქმედი გარე ფაქტორები, ბიზნესსაქმიანობის სოციალურ-ეკონომიკური პირობები, ეკონომიკური საქმიანობით კმაყოფილების დონე, დასახული მიზნების რეალიზაციის ხარისხი და საკუთარი პოტენციალი, ბიზნესსუბიექტების ღირებულებით-მოტივაციური სფერო, მათი დამოკიდებულება მატერიალური ფასეულობების მიმართ. ბიზნესსუბიექტების სოციალურ-ფსიქოლოგიური დამოკიდებულებები მოქმედებენ მათ საქმიანობაზე, ბიზნესის სტრატეგიების სწორ შერჩევასა და აგრეთვე ცვალებად ეკონომიკურ გარემოში ეკონომიკური ქცევის სპეციფიკურ ფორმებზე.

თანამედროვე მეცნიერებაში ჯერ კიდევ არ არსებობს ერთიანი მიდგომა ბიზნესსუბიექტების ფენომენის არსის გაგებაში. მისი განმასხვავებელი ნიშნები და თავად ტერმინი „ბიზნესის“ განმარტება წარმოდგენილი ეკონომიკურ და სოციალურ ლიტერატურაში ამაზე მიუთითებს. ჩვენი კვლევის ფარგლებში ბიზნესს განვსაზღვრავთ, როგორც საქონლისა და მომსახურების სფეროში ეკონომიკურ საქმიანობას, რომელიც მიზნად ისახავს მოგების მიღებას, ხორციელდება ლეგალურად, ეთიკური და ზნეობრივი ნორმების დაცვით.

ემპირიული კვლევა ჩატარდა 2023-2024 წლებში, მასში მონაწილეობა მიიღეს ბიზნესსუბიექტებმა საქართველოს ცენტრალური ქალაქებიდან (თბილისი, ქუთაისი ბათუმი), სადაც მნიშვნელოვანი ადგილი უჭირავს მცირე და საშუალო ბიზნესის სექტორს. გამოკითხულთა გენერალური ერთიანობა შეადგენდა – 82 ადამიანს, აქედან 62% მამაკაცები და 38% ქალები. გამოკითხულ იქნა ბიზნესის სფეროში მოღვაწე ყველა დონის მენეჯერები. კვლევის შედეგების სტატისტიკური დამუშავება განხორციელდა MS Excel-ის და STATISTICA 6.0-ს პროგრამული პაკეტების გამოყენებით. (ჯგუფების შედარება მოხდა Mann-Whitney U კრიტერიუმის მიხედვით, კორელაციური და ფაქტორული ანალიზის გამოყენებით). გამოკითხვის დროს ბიზნესსაქმიანობის დონის შეფასების პროცესში, ბიზნესსუბიექტები დაიყვნენ 3 ჯგუფად: დაბალ აქტიური (DA), ზომიერად აქტიური (ZA) და მაღალაქტიური (MA) (ქულების დიაპაზონი 7-ბალიან სკალაზე განაწილდა შემდეგი სახით: 1-3, 4-5, 6-7 ქულამდე). გამოკითხულთა 14,4% იყო კლასიფიცირებული პირველ ჯგუფში, 52,6% მეორე ჯგუფში, ხოლო 52,6% მესამე ჯგუფში.

კვლევის შედეგები:

კვლევის შედეგების საფუძველზე მივედით იმ დასკვნამდე, რომ არსებობს მნიშვნელოვანი განსხვავებები ბიზნესსუბიექტების მახასიათებლებში, რაც არსებით ზეგავლენას ახდენს მათ საქმიანობაზე. მონაცემთა შეგროვება და ანალიზი განხორციელდა შემდეგი ინდიკატორების მიხედვით:

1. ეკონომიკური აქტივობით კმაყოფილება.
2. სამენარმო საქმიანობის წარმატების და მასზე მოქმედი გარე ფაქტორების შეფასება.
3. სოციალურ-ეკონომიკური პირობების შეფასება (დამოკიდებულება რისკისა და კონკურენციის მიმართ, საკუთარი კონკურენტუნარიანობის შეფასება).
4. დამოკიდებულება ფულისა და მატერიალური სიმდიდრის მიმართ.
5. ბიზნესსუბიექტების ღირებულებით-მოტივაციური სფერო.

კვლევა ჩატარდა რამდენიმე თემატური ბლოკის მიხედვით:

ეკონომიკური აქტივობით კმაყოფილება. კვლევის შედეგების ანალიზმა გვიჩვენა, რომ ბიზნესსაქმიანობის სხვადასხვა დონის მიუხედავად, ბიზნესსუბიექტები დადებითად აფასებენ თავიანთ საქმიანობას, ამასთან, მათ არ აკმაყოფილებთ ეკონომიკური შედეგების მიღწეული დონე. ჯგუფებს შორის განსხვავება გამოვლინდა კმაყოფილების ხარისხში. ბიზნესსუბიექტები, რომლებიც თავიანთი ბიზნესსაქმიანობის დონეს უფრო მაღალ შეფასებას აძლევენ, მეტად კმა-

ყოფილები არიან როგორც მათი საქმიანობის ეკონომიკური შედეგებით, ასევე მთლიანობაში შრომის პროცესით, (საშუალო რეიტინგი 7 ბალიან სკალაზე შესაბამისად დადგინდა 4,48-დან 5,37-მდე, $p < 0,01$).

ბიზნესუბიექტების სამივე ჯგუფისთვის მნიშვნელოვანია არა მხოლოდ ეკონომიკური მიზნების მიღწევა, არამედ შრომის პროცესში მათი შესაძლებლობების, ცოდნისა და უნარების რეალიზება და რაც უფრო მაღალია ბიზნესაქტივობის შეფასება, მით უფრო მაღალია სამუშაოს განხორციელების ხარისხი ($p < 0,01$). ეს შეიძლება აიხსნას იმით, რომ ბიზნესუბიექტები, სამუშაოს ხარისხის შეფასებისას, შედეგს ადარებენ არა მხოლოდ გარკვეულ ეკონომიკურ მაჩვენებლებს, არამედ შინაგანად აკავშირებენ თავიანთ პოტენციალს, შესაძლებლობებსა და ძალისხმევას. ბუნებრივია, რომ მაღალაქტიური ბიზნესუბიექტები აფასებენ თავიანთი ოჯახის მატერიალური კეთილდღეობის დონეს უფრო მაღალა, ვიდრე დაბალაქტიურები (საშუალო მნიშვნელობები 7-ბალიან სკალაზე შესაბამისად უდრის 4.8 და 3.7, $p < 0,01$). ისინი ასევე აფასებენ ოჯახის მატერიალურ დონეს, რომელიც მიღწეულია მათი საქმიანი აქტივობის დონის ამალებით. მაღალაქტიური ბიზნესუბიექტების უმრავლესობას მიაჩნია, რომ ეს მაჩვენებელი „გაზრდილია,“ დაბალაქტიურებს კი, რომ ის „უცვლელი დარჩა“ ($p < 0,05$). მატერიალური კეთილდღეობის ცვლილებების პროგნოზირების პროცესში, ჯგუფებს შორის განსხვავება არ გამოვლენილა, რაც აისახა საერთო ტენდენციაში. გამოკითხულთა უმრავლესობას იმედი აქვს, რომ „მომავალში მატერიალური კეთილდღეობის დონე გაიზრდება.“ ეს ბიზნესუბიექტებისთვის სავსებით ბუნებრივია, რადგან მათი მთელი საქმიანობა ექვემდებარება მოგების მიღების სურვილს.

სამეწარმეო საქმიანობის წარმატების და მასზე გავლენის გარე ფაქტორების შეფასება. კვლევის შედეგებით დადგინდა მაღალი სტატისტიკური კავშირი ბიზნესაქტივობასა და წარმატების დონეს შორის ($r=0.556$, $p < 0,01$). მაღალაქტიური ბიზნესსუბიექტები თავიანთ საქმიანობას უფრო წარმატებულად აფასებენ, ვიდრე დაბალაქტიურები (საშუალო მნიშვნელობები 7-ბალიან სკალაზე არის შესაბამისად 5.36 და 3.96, $p < 0,01$). გამოიკვეთა გარკვეული განსხვავებები გამოკითხული რესპონდენტების დამოკიდებულებაში მათ ბიზნესზე გავლენის ფაქტორების მიმართ.

ცხრილი 1

ბიზნესის წარმატებაზე სხვადასხვა ფაქტორების გავლენის შეფასების საშუალო მნიშვნელობები

(შეფასება მოხდა 7-ბალიანი სკალის მიხედვით, სადაც 1 არის „ძალიან აფერხებს წარმატებას“, 7 – „ძალიან სასარგებლო“).

ინდიკატორები	MA	CA	DA
სახელმწიფოს ეკონომიკური პოლიტიკა	3,1	3,5	3,5
მოსახლეობის დამოკიდებულება **	2,79	4,28	4,1
პარტნიორებთან ურთიერთდამოკიდებულება**	4,91	5,52	5,54
საკუთარი ძალისხმევა	6,03	6,5	6,47

** – $p < 0,05$

ზოგადად, შეიძლება ითქვას, რომ სახელმწიფოს ეკონომიკური პოლიტიკის გავლენისა და მოსახლეობის დამოკიდებულების შეფასება საშუალოდ ნეიტრალურია, მაგრამ ის დაბალაქტი-

ურ ბიზნესუბიექტებზე უმნიშვნელო ნეგატიური ტენდენციით ხასიათდება, რადგანაც ისინი მას წარმატებული ბიზნესისთვის დაბრკოლებად აღიქვამენ. ყველა რესპონდენტმა სრულად აიღო პასუხისმგებლობა საკუთარი ბიზნესის წარმატებასა და მატერიალურ კეთილდღეობაზე. ისინი ამ ძალისხმევას აფასებენ, როგორც უმნიშვნელოვანეს ფაქტორს. ეს არსებითია არასტაბილურ და მუდმივად ცვალებად სოციალურ-ეკონომიკურ პირობებში, რაც ჩვენი ქვეყნის ეკონომიკური განვითარების სიმპტომატიური ფაქტორი გახდა. ყურადსაღებია ის გარემოებაც, რომ პასუხებმა კითხვაზე „შეაფასეთ თქვენი ნდობის ხარისხი სამთავრობო უწყებების/ბიზნეს სტრუქტურების მიმართ,“ აჩვენა ნდობის დაბალი დონე (7-ბალიან სკალაზე შესაბამისად 3,21 და 4,12 ქულა). ამ ანალიზით დადგინდა, რომ ბიზნესუბიექტები ავლენენ ნდობის დაბალ დონეს. ამასთან, მათი ბიზნესაქტივობის დონის შემცირების პირობებში, სამთავრობო უწყებების მიმართ ნდობის დონე და ხარისხი მცირდება. მაღალაქტიური ბიზნესუბიექტები, უფრო მეტად, არ ენდობიან მთავრობასა და ბიზნეს სტრუქტურებს (7-ბალიან სკალაზე შესაბამისად 3.7 და 4.21 ქულა), ვიდრე დაბალაქტიურები. კვლევით დადგინდა, რომ ბიზნესუბიექტების მიერ იცვლება სახელმწიფო ხელისუფლებისადმი დამოკიდებულებაც. მაღალაქტიურ და საშუალო აქტიურ ბიზნესუბიექტებს მიაჩნიათ, რომ ხელისუფლება მხარს უჭერს მათ საქმიანობას, ხოლო დაბალი აქტიურები მიიჩნევენ, რომ ხელისუფლება, არ გამოიიჩრევა მათი საქმიანობის აქტიური მხარდაჭერით ($p<0.01$). ცხრილი №1-ის მონაცემებიდან გამომდინარე, შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ ამ წინააღმდეგობას უფრო მეტად გრძნობენ დაბალაქტიური მენარმეები.

სამენარმეო საქმიანობის სოციალურ-ეკონომიკური პირობების შეფასება. სამენარმეო საქმიანობის ყველაზე მნიშვნელოვანი კომპონენტებია რისკი და კონკურენცია. ბიზნესუბიექტების მიერ ამ ფენომენებისადმი დამოკიდებულება და მათი დაძლევის სურვილი დიდწილად განსაზღვრავს ბიზნესის სფეროში წარმატების მიღწევის შესაძლებლობას. მიმდინარე რისკის შეფასებების პროცესში, ჯგუფებს შორის განსხვავება არ გამოვლენილა. რისკი შეფასებულია როგორც მაღალი (7-ბალიანი სკალაზე 4.66 მიხედვით). ჯგუფებს შორის განსხვავებები გამოვლინდა ბიზნესუბიექტების რისკისადმი დამოკიდებულებაში: მაღალაქტიური მენარმეები ხშირად უპირატესობას ანიჭებენ საშუალო დონის რისკით საქმიანობას, ხოლო დაბალი აქტიური მენარმეები მიდრეკილნი არიან სარისკო სიტუაციების თავის არიდებისაკენ.

საკუთარი საქმიანობის არჩეულ სფეროში კონკურენციის ინტენსივობის შეფასებისას, ბიზნესუბიექტები აჩვენებენ ამ ფაქტორის მიმართ განსხვავებულ დამოკიდებულებას. მაღალაქტიური ბიზნესუბიექტები კონკურენციის ინტენსივობას უფრო მაღალ შეფასებას აძლევენ, ვიდრე დაბალაქტიურები (5.38 და 4.21 ქულა, 7-ბალიანი სკალაზე, $p<0.01$), მაგრამ ისინი ასევე აფასებენ თავიანთი კონკურენტუნარიანობის ხარისხს უფრო მაღალი ქულებით (შესაბამისად 5.68 და 4.09 ქულა 7-ბალიან სკალაზე, $p<0.01$). ეს შეიძლება ნაწილობრივ გამოწვეული იყოს იმით, რომ მაღალაქტიური ბიზნესუბიექტები არ ერიდებიან სარისკო სიტუაციებს და, შესაბამისად, მზად არიან იმუშაონ კონკურენციის პირობებში.

კვლევის პროცესში ღირებულებით-მოტივაციური სფეროს თავისებურებების დასადგენად გამოვიყენეთ ადაპტირებული M.Rokeach-ის ტექნიკა. შედარებითმა ანალიზმა აჩვენა, რომ ბიზნესუბიექტების შერჩეული ყველა ჯგუფი ხასიათდება საერთო სტრუქტურით და აქ სტატისტიკურად მნიშვნელოვანი განსხვავებები არ გამოვლენილა. ყველა კატეგორიის ბიზნესუბიექტების საერთო ღირებულებებია: „ჯანმრთელობა“, „ოჯახი“, „მატერიალური უსაფრთხოება“, „თვითდაჯერებულობა“, „შრომა“ და „თავისუფლება“. მაღალაქტიური ბიზნესუბიექტებისთვის პირველ ადგილს იკავებს „დამოუკიდებლობა“, ხოლო „პატიოსნება“ მეორე ადგილზეა. მაშინ, როდესაც დაბალაქტიური ბიზნესუბიექტებისთვის ეს პირიქითაა ($p<0.01$). შემდეგ ადგილზე ორივე ჯგუფისთვის „პასუხისმგებლობა“. მეოთხე და მეხუთე ადგილზე მაღალაქტიური ბიზნესუბიექტებისთვის „სანარმოო“ და „სიმდიდრე“, ხოლო დაბალაქტიურებისთვის ეს ფაქტორები შესაბამისად მეშვიდე ($p<0.05$) და მერვე ადგილებზეა ($p<0.01$). ასევე, მაღალაქტიური

ბიზნესუბიექტებისთვის, „ქონება“ უფრო მნიშვნელოვანია, ვიდრე დაბალაქტიურებისთვის (შესაბამისად, მე-10 და მე-17 ადგილი, $p < 0.01$).

აღნიშნულიდან გამომდინარე, შეიძლება დავასკვნათ, რომ ბიზნესსაქმიანობაში მაღალაქტიური ბიზნესუბიექტებისთვის უფრო პრიორიტეტულია „დამოუკიდებლობა“ და „მატერიალურ სიმდიდრე“.

საინტერესო ტენდენცია გამოიკვეთა ბიზნესუბიექტების მიერ შემდეგ შეკითხვაზე: „რას გააკეთებთ „მარცხის“ შემთხვევაში (წარუმატებლობა, გაკოტრება, ბიზნესპარტნიორის არასანდობა)“, პასუხების ანალიზის პროცესში. რაც აისახა შემდეგ ცხრილში (იხ. ცხრილი 2).

ცხრილი 2

ბიზნესუბიექტების ქმედებები „მარცხის“ შემთხვევაში (რესპოდენტთა %-ის მიმართ)

ინდიკატორები	MA	CA	DA
სახელმწიფო ორგანიზაციებში გადასვლა	13,33	7,1	4,6
საქმიანობის გაგრძელება სხვა მენარმეებთან	10,0	5,4	7,2
სანდო პარტნიორის ძიება	15,0	24,5	27,0
ახალი ბიზნესის დაწყება	56,67	60,6	61,2
და სხვა	5,0	2,4	0

მაღალაქტიური ბიზნესუბიექტები უპირატესობას ანიჭებენ იმ ვარიანტებს, რომლებიც უზრუნველყოფენ დამოუკიდებლობის ხარისხის ზრდას („ახალი პარტნიორის მოძებნა“ „ახალი ბიზნესის ორგანიზება“), მაგრამ ამავე დროს ეს მათგან დიდ ხარჯებს მოითხოვს (ფინანსური, ფიზიკური, ფსიქოლოგიური). ეკონომიკური ღირებულებები ასევე უფრო მნიშვნელოვანია მაღალაქტიური მენარმეებისთვის. საშუალოდ, ფულს მათთვის უფრო დიდი მნიშვნელობა აქვს, ვიდრე დაბალაქტიურებისთვის (7 ქულიანი სკალაზე შესაბამისად 6.0 და 5.33 ქულა, $p < 0.01$). გარდა ამისა, ისინი ცდილობენ უფრო სრულად გამოიყენონ ის შესაძლებლობები, რომლებსაც მათ აძლევს ფული. მე-3 ცხრილში წარმოდგენილი მონაცემები აჩვენებს, რომ ფულის სუბიექტური მნიშვნელობის შეფასება ყველაზე უფრო მაღალია მენარმეთა იმ ჯგუფში, რომლებსაც აქვთ საკუთარი ბიზნესსაქმიანობის მაღალი შეფასება.

ბიზნესუბიექტების განსხვავებული ბიზნესაქტივობის დონის შედარების გარდა, ჩვენ მიერ ჩატარდა იმ ცვლადების ფაქტორული ანალიზი, რომლებიც მჭიდრო კავშირშია ბიზნესაქტივობის დონის შეფასებასთან (Maximum Likelihood with Varimax with Kaiser Mormalization). ფაქტორული ანალიზის გამოყენებით, გამოვლენილ იქნა ბიზნესსაქმიანობის სამი ძირითადი ფაქტორი.

ცხრილი 3

„ფულის შემდეგი ფუნქციებიდან, რომელს ანიჭებთ პრიორიტეტს?“, (საშუალო ქულა 3-ბალიან შკალაზე, სადაც 1 – „არაა დამახასიათებელი“, 3- „დამახასიათებელი“).

ინდიკატორები	HA	BA
ფიზიოლოგიური მოთხოვნილებების დაკმაყოფილება, ჯანდაცვა*	2,9	2,7
მიზნის მიღწევის საშუალება**	2,3	2,5
უსაფრთხოების მიღწევა**	1,8	2,4
აღიარება	2,1	2,2
სხვებისათვის მატერიალური დახმარება	1,8	2,10
საკუთარი თავის ფიზიკური და სულიერი სრულყოფა*	2,14	2,44
გართობა, დასვენება*	1,5	1,9

* $p < 0.01$, ** $p < 0.05$

ფაქტორი 1. „მიღწეული შედეგების შეფასება“, რომელიც მოიცავდა შემდეგ ცვლადებს („წონა“ მითითებულია ფრჩხილებში): კმაყოფილება საკუთარი საქმიანობის ეკონომიკური შედეგებით (0,779), კონკურენტუნარიანობის დონის შეფასება (0,587), ზოგადად შრომით კმაყოფილება (0,692), საკუთარი შესაძლებლობების რეალიზაციის ხარისხის შეფასება (0,675), ოჯახის მატერიალური კეთილდღეობის შეფასება (0,647), დასახული მიზნების განხორციელების შეფასება (0,717), სამეწარმეო საქმიანობის წარმატების შეფასება (0,779), მიეკუთვნება მდიდრთა ჯგუფს (0,460).

ფაქტორი 2. „დამოკიდებულება სხვა ეკონომიკური სუბიექტების მიმართ“ მოიცავდა შემდეგ ცვლადებს: დამოკიდებულება სამთავრობო ორგანოების მიმართ (0.321), მთავრობის პოლიტიკის გავლენის შეფასება ბიზნესის წარმატებაზე (0.703), ადგილობრივი ხელისუფლების ორგანოების (0.634) და მოსახლეობის (0,475) დამოკიდებულება ბიზნესსუბიექტების მიმართ, ნდობა სამთავრობო სტრუქტურების (0,392) მიმართ.

ფაქტორი 3. „დამოკიდებულება რისკისა და კონკურენციის მიმართ“, რომელიც მოიცავდა შემდეგ ცვლადებს: რისკის ამჟამინდელი დონის შეფასება (0,811), რისკის ოპტიმალური დონის შეფასება (0,711), კონკურენციისადმი დამოკიდებულება (0.375) და კონკურენტული ინტენსივობის შეფასება (0.327).

დასკვნები

ჩატარებული კვლევის შედეგებიდან გამომდინარე შეიძლება გაკეთდეს შემდეგი ხასიათის დასკვნები: მიუხედავად იმისა, რომ ყველა ბიზნესსუბიექტი მუშაობს ერთნაირ მაკრო და მიკროგარემოში, მათი დამოკიდებულება ამ პირობების მიმართ განსხვავებულია. მაღალაქტიურ ბიზნესსუბიექტებს უფრო პოზიტიური დამოკიდებულება აქვთ არსებული ეკონომიკური პირობებისა და სხვა ეკონომიკურ სუბიექტებთან მათი ურთიერთქმედების მიმართ. ის ფაქტორები, რომლებსაც დაბალი აქტიური ბიზნესსუბიექტები აღიქვამენ დაბრკოლებად, მაღალაქტიურების მიერ აღიქმება, როგორც წარმატების ინსტრუმენტი, ე.ი. ისინი ამაში ხედავენ უფრო მეტ

პოტენციურ შესაძლებლობებს და ცდილობენ არსებული რესურსების (მაგალითად, მატერიალურის) უფრო სრულად რეალიზებას. გარდა ამისა, ნაკლებად არიან მიდრეკილნი სარისკო სიტუაციების თავიდან აცილებისკენ. ზოგადად, შეგვიძლია ვთქვათ, რომ ბიზნესუბიექტების დამოკიდებულება მათი საქმიანობის გარე სოციალურ-ეკონომიკური ფაქტორების მიმართ არის მნიშვნელოვანი. მეორე მხრივ, ბიზნესაქტივობის დონეზე ზეგავლენას ახდენს არა მხოლოდ სამენარმეო საქმიანობის წარმატების პროგნოზირება (პერსპექტივის ხედვა), არამედ საკუთარი ეკონომიკური საქმიანობის შედეგების რეტროსპექტული შეფასება და ოჯახის ფინანსური მდგომარეობა. ამრიგად, ბიზნესუბიექტების დამოკიდებულება მათი ეკონომიკური საქმიანობის სხვადასხვა ასპექტების მიმართ, განსაზღვრავს ბიზნესაქტივობის დონეს. რაც უფრო ხელსაყრელია წარსული და რაც უფრო პერსპექტიულად ჩანს მომავალი, მით უფრო მაღალია მზადყოფნა და სურვილი ბიზნესაქმიანობაში მაქსიმალური პოტენციალის რეალიზაციის, თავად საქმიანობის ინტენსივობის ზრდის.

ბიზნესუბიექტების ღირებულებებთ-სტრუქტურული ანალიზი, მათი ბიზნესსაქმიანობის დონის განსხვავებული შეფასებები იძლევა საფუძველს ვიფიქროთ, რომ ისეთი ღირებულებები, როგორიცაა: „დამოუკიდებლობა“, „მატერიალური კეთილდღეობა“, „სიმდიდრე“, „ქონება“, „ფული“ მნიშვნელოვნად მოქმედებენ საქმიანი აქტივობის დონეზე. იმ შემთხვევაში, როდესაც ეს ღირებულებები იკავებენ წამყვან ადგილებს ღირებულებათა იერარქიაში, ბიზნესსაქმიანობამ შეიძლება განიცადოს ტრანსფორმაცია და ის შემოსავლის ფორმიდან ცხოვრების წესად იქცეს.

ლიტერატურა

1. Shengelia, T. (2017), The role of state regulation of investment in the Georgia business development. International business in the world economic system.
2. Shengelia, T. (2017), Determination of correlative relations between social capital, trust and motivation in the international company. 6th Business & Management Conference, Geneva.
3. Shengelia, T. and Kh. Berishvili, (2014). The Role of Institutional Reforms in the improvement of the Georgian Investment Environment. International Journal of Social Sciences Vol. III (2)
4. Shengelia, T. and Kh. Berishvili, (2020). Methodology of social entrepreneurship research and its influence on countries with small economy. International Journal of Social and Humanities Sciences. Vol. 4, Issue 3.
5. Shengelia, T. (2022). INFLUENCE OF MULTICULTURAL FACTORS ON INNOVATIVE DEVELOPMENT OF THE COUNTRY. Sciences of Europe. Issue 107.
6. Dobbs, M. and Hamilton, R.T. (2007). Small business growth: recent evidence and new directions, International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, Vol.13, No.5.
7. Fadahunsi, A. (2012). The growth of small businesses: Towards a research agenda. American Journal of Economics and Business Administration, Vol.4, No.1.
8. Filley, A.C. and House, R.J. (1969). Managerial Process and Organisational Behaviour, Scott Foresman and Company, Glenview.
9. Greiner, L.E. (1972). Evolution and revolution as organisations grow. Harvard Business Review, Vol. 50, No. 4.
10. Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., Anderson, R.E. and Tatham, R.L. (2006). Multivariate Data Analysis. Pearson Prentice Hall, Upper Saddle River.
11. Lindsay, W., Rue, L., (1980). Impact of the business environment on long range planning process: A contingency view. Academy of Management Journal, Vol.23, No.3.
12. Scott, M., Bruce, R. (1987). Five stages of growth in small business. Long Range Planning, Vol.20, No.3.

DETERMINATION OF VALUE-MOTIVATIONAL FEATURES OF BUSINESS SUBJECTS AND SURVEY OF THE LEVEL OF BUSINESS ACTIVITY

Teimuraz Shengelia

*Doctor of Economic Sciences, Professor of
Ivane Javakhishvili Tbilisi State University*

Conclusions

Based on the results of the conducted research, the following conclusions can be made: despite the fact that all business entities work in the same macro and micro environment, their attitude towards these conditions is different. Highly active business entities have a more positive attitude towards the current economic conditions and their interaction with other economic entities. The factors that low-active business entities perceive as obstacles are perceived by high-active ones as tools for success, i.e. They see more potential opportunities in this and try to realize the available resources (for example, material) more fully. In addition, they are less inclined to avoid risky situations. In general, we can say that the attitude of business entities towards the external socio-economic factors of their activity is important. On the other hand, the level of business activity is influenced not only by predicting the success of entrepreneurial activity (perspective view), but also a retrospective evaluation of the results of one's own economic activity and the financial situation of the family. Thus, the attitude of business entities to various aspects of their economic activity determines the level of business activity. At the same time, an important factor is the temporary, dynamic component of psychological relations. The more favorable the past and the more promising the future, the higher the readiness and desire to realize the maximum potential in business activity, the intensity of the activity itself. Value-structural analysis of business objects, different assessments of their level of business activity give reason to believe that such values as "independence" and "material well-being", "wealth", "property", "money" also affect the level of business activity. When these values are at the top of the value hierarchy, business can transform from a form of income to a way of life