

მოტივაციის როლი გუნდური მუშაობის ეფექტიანობაში

ანა ხახიშვილი

სამაგისტრო ნაშრომი წარდგენილია ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის ბიზნესის, ტექნოლოგიისა და განათლების ფაკულტეტზე მენეჯმენტის მაგისტრის აკადემიური ხარისხის მინიჭების მოთხოვნების შესაბამისად.

მენეჯმენტი

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: სალომე დანელია მოწვეული ლექტორი

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი 2021

განაცხადი

როგორც წარდგენილი ნაშრომის ავტორი, ვაცხადებ, რომ ნაშრომი წარმოადგენს ჩემს ორიგინალურ ნამუშევარს და არ შეიცავს სხვა ავტორების მიერ აქამდე გამოქვეყნებულ, გამოსაქვეყნებლად მიღებულ, ან დასაცავად წარდგენილ მასალებს, რომლებიც ნაშრომში არ არის მოხსენიებული, ან ციტირებული სათანადო წესის შესაბამისად. ნაშრომის ზოგიერთი ნაწილი დაიწერა და წარდგენილი იყო როგორც სიმულაციური ნაშრომი კვლევის მეთოდებისა და აკადემიური წერის (სამაგისტრო საფეხური) კურსებზე ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის ბიზნეს სკოლაში (01.2021).

ანა ხახიშვილი

03.07.2021

Abstract

Nowadays any organization defines motivation as a process that explains any person's intensity, direction, and perseverance in striving for a goal. In particular, when the employer hires a new staff member and does not give him or her any motivation, even verbal praise, promotion or anything else, in this kind of situation, new employee feels unsatisfied towards his or her work and this causes less diligence or maybe even leaving occupied position.

The presented work deals with different systems of motivation and its importance in the effectiveness of teamwork. Accordingly, the aim of the study is to find out the problems that needs to be corrected in order to increase motivation by studying the perceptions of people working in several organizations as well as employers. Consequently, the target people were employers and employees as well, whose interactions and frequent communication create an effective work environment. Qualitative research was used in the research process, in particular, the probabilistic form - stratified selection. More specifically, there are employees between the company and the customers who, if we are motivated, will deliver our goods or services to our target segment more efficiently and happily, which in the future will lead to positive evaluation of the company by customers and more loyal customers.

Keywords: Intensity, Efficiency, Perception, Index, Indifference.

აბსტრაქტი

დღესდღეობით ნებისმიერი ორგანიზაცია მოტივაციას განსაზღვრავს, როგორც პროცესს, რომელიც მიზნისკენ სწრაფვის დროს პიროვნების მიმართულებას, ინტენსიურობასა და შეუპოვრობას განაპირობებს. კერძოდ, როდესაც დამსაქმებელი ახალ კადრს აიყვანს სამსახურში და მას არანაირ მოტივაციას არ მისცემს, თუნდაც სიტყვიერი შექება, დაწინაურება და ა.შ. მაშინ დასაქმებულში ჩნდება სამსახურის მიმართ უკმაყოფილება, რაც იწვევს თანამშრომლის მხრიდან საქმის შესრულების ნაკლებობას, ან სამსახურიდან წასვლას.

არსებული ნაშრომი შეეხება მოტივაციის სხვადასხვა სისტემებსა და მის მნიშვნელობას გუნდური მუშაობის ეფექტიანობაში. შესაბამისად, კვლევის მიზანია რამოდენიმე ორგანიზაციაში მომუშავე და ასევე დამსაქმებელი ადამიანების აღქმების შესწავლით ვიპოვოთ ის პრობლემები, რომელთა გამოსწორებაც საჭიროა მათი მოტივაციის ასამაღლებლად. შესაბამისად, სამიზნე ჯგუფი იყო დაქირავებული და დამქირავებელი ადამიანები, რომელთა ურთიერთქმედებაც და ხშირი კომუნიკაცია ქმნის ეფექტურ სამუშაო გარემოს. კვლევის პროცესში გამოყენებული იყო თვისებრივი კვლევა, კერძოდ ალბათური სახე - სტრატეგიცირებული შერჩევა. უფრო კონკრეტულად, კომპანიასა და მომხმარებლებს შორის დგანან თანამშრომლები, რომლებსაც თუ მოტივაციას შევძენთ, მეტად ეფექტურად და ხალისიანად მიაწვდიან ჩვენს საქონელს, ან მომსახურებას ჩვენსავე მიზნობრივ სეგმენტს, რაც მომავალში იწვევს მომხმარებლების მხრიდან კომპანიის დადებით შეფასებას, დროთა განმავლობაში კი მეტი ლოიალური მომხმარებლის შექმნას.

საკვანძო სიტყვები: ინტენსიურობა, ეფექტიანობა, აღქმა, ინდექსი, გულგრილობა.