

ეფექტიანი კომუნიკაციის როლი ბიზნესის წარმატებაში

თამარ გიგუაშვილი

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

მიმართულება: მენეჯმენტი

ხელმძღვანელი: სალომე დანელია

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 წესების შესაბამისად.

ნაშრომის ზოგიერთი ნაწილი დაიწერა და წარდგენილი იყო როგორც სიმულაციური ნაშრომი აკადემიური წერის (სამაგისტრო საფეხური) კურსებზე ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის ბიზნეს სკოლაში (2020-2021 წელი)

თამარ გიგუაშვილი,

2021 წელი.

აბსტრაქტი

გლობალიზაციის ეპოქაში, სადაც ფაქტობრივად აღარ არსებობს საზღვრები და საკომუნიკაციო ბარიერი სხვადასხვა კულტურის წარმომადგენლებს შორის, დროის მნიშვნელოვანი რესურსი ეთმობა კომუნიკაციის სწორად წარმართვას - ბიზნეს მოლაპარაკების დროს ორივე მხარესათვის მაქსიმალურად ეფექტიანი შედეგის მისაღებად.

ეფექტიანი კომუნიკაციის როლის განსაზღვრა ბიზნესის სფეროში განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია. თითოეული კომპანია მინიმალური დანახარჯებით მაქსიმალურ მოგებაზე, ეფექტიან მუშაობაზეა ორიენტირებული. წარმატებისკენ პირველი ნაბიჯი კი, კომუნიკაციის სწორად წარმართვაა, როგორც კომპანიის შიგნით, ასევე გარე პარტნიორებთან.

კვლევის ამოცანაა შეისწავლოს კომუნიკაციის გავლენა ბიზნეს პროცესების დროს, მისი მნიშვნელობის დადგენა ბიზნესის წარმატებაში. დასახული ამოცანიდან გამომდინარე, კვლევაში განხილულია როგორც საქართველოს, ასევე განსხვავებული კულტურის მატარებელი ქვეყნების მაგალითები, რის შედეგების საფუძველზეც აღნიშნული საკითხის ირგვლივ ძირითადი პრობლემებია განსაზღვრული და განხილულია მათი გადაჭრის გზები. ნაშრომი განიხილავს ეფექტიან და არაეფექტიან პრეცედენტებს, სხვადასხვა კულტურის კომუნიკაციისათვის დამახასიათებელი ნიშნების საფუძველზე კომპანიის ფუნქციონირების წარმატებისა თუ წარუმატებლობის ანალიზს.

კვლევის მიზანს წარმოადგენს, ერთის მხრივ, ბიზნესკომუნიკაციის როლის განსაზღვრა კომპანიის მართვის მენეჯმენტში, ხოლო მეორეს მხრივ, იმ მისაღები ნორმების შემუშავება, რომელიც მოიცავს როგორც შიდა კომუნიკაციებს, ასევე გარე პარტნიორებთან ურთიერთობას - რაც ეფექტიანად ფუნქციონირებას შეუწყობს ხელს. კვლევის ფარგლებში შემუშავებული ეფექტიანი კომუნიკაციის ნორმები განსაზღვრულია საქართველოში არსებული როგორც მსხვილი, ასევე მცირე ზომის სტარტაპებისთვის.

ძირითადი საძიებო სიტყვები: კომუნიკაცია, ეფექტიანობა, კულტურა, ბიზნესი.

Abstract

In the age of globalization, where there are no any communication barriers between different cultures, a significant amount of time is devoted to the proper conduct of communication – to get the most effective result for both parties in business negotiations.

Defining the role of effective communication is especially important in the business world – each company is focused on maximum profit, efficient work with minimum costs. The first step to success, however, is to properly communicate both within the company and with external partners.

The aim of the research is to study the impact of communication on business processes to determine its importance in business success. Based on the set task, the study discusses examples of both Georgia and other countries with different cultures, on the basis of which the main problems around the issue are identified and ways to solve them are discussed. The paper discusses effective and ineffective precedents, analyzing the success or failure of a company based on characteristics of communication in different cultures.

On the one hand, the aim of the research is to determine the role of business communication in the management of the company. And on the other hand, the development of acceptable norms that include both internal communications and relationships with external partners – which will facilitate effective functioning.

The norms of effective communication are defined for both large and small startups in Georgia.

Key words: communication, efficiency, culture, business.