

# კრეატივის როლი ქართული კომპანიების განვითარებაში

ლილი გუგულაშვილი

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

მენეჯმენტი

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: ნათია ვაჩიშვილი, 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 წესების შესაბამისად.*

ლილი, გუგულაშვილი, 01.07.2021

## აბსტრაქტი

თანამედროვე სამყაროში, მაშინ როდესაც ყველაფერი გაციფრულებულია, კომპანიები უდიდესი გამოწვევების წინაშე დგანან, ამ გამოწვევებს კი დაძლევენ მაშინ, თუ საქმიანობის პროცესში დანერგავენ ინოვაციურ მიდგომებსა და იქნებიან განსხვავებულები, კრეატიულები. შექმნიან ისეთ პროდუქტს ან მომსახურეობას, რომელიც გამოარჩევთ მათ კონკურენტებისაგან. კონკურენცია კი საკმაოდ მაღალია და ბაზარი გაჯერებულია კომპანიებით.

სიტუაციიდან გამომდინარე კი, ეს მხოლოდ შემოქმედებითობას, კრეატივს შეუძლია გახადოს კომპანია მოწინავე, განსხვავებული და დარგის ლიდერი, ვინაიდან ტექნოლოგიური სიახლეებისადმი ფეხის აწყობა და მისი დანერგვა ყველასათვის მარტივია. მთავარი მიდგომა და გადაჭრის გზა კი სწორედ კრეატიულობით აიხსნება.

ამასთან ერთად 21-ე საუკუნეში კრეატივი იქცა დიდი ინტერესის სფეროდ, მათ შორის ბიზნესშიც და შემოქმედებითი აზროვნება სახელდება ერთ-ერთ ყველაზე მოთხოვნად უნარად.

გამომდინარე იქიდან რომ ბიზნესის სექტორში კომპანიების წილი მნიშვნელოვნად იზრდება, ყველას უწევს ბრძოლა გადარჩენისათვის ამ ბრძოლაში კი კრეატივი ხდება ერთ-ერთი გადამწყვეტი, შესაბამისად, ნაშრომის მთავარ მიზანს წარმოადგენს კრეატივის როლის შესწავლა, ვინაიდან დაგვედგინა და გაგვეგო რა როლი მიუძღვის ქართული კომპანიების განვითარებაში დღეს უკვე ერთ-ერთ მთავარ მოთხოვნად უნარს, შემოქმედებითობის როგორი დონით გამოირჩევიან დასაქმებული ადამიანები წამყავნ კომპანიებში და რამდენად მოთხოვნადია დღეს აღნიშნული საკითხი ჩვენს რეალობაში.

ნაშრომში დეტალურადაა ყველა ის წყარო განხილული, რომელიც უკავშირდება აღნიშნულ თემას, ცნებიდან დაწყებული მისი ყველა მნიშვნელოვანი ასპექტით დამთავრებული. ამის საფუძველზე თეორიულ ქრილში, კიდევ უფრო გაღრმავდა ცოდნა კრეატივთან დაკავშირებით და უკვე რაოდენობრივი და თვისებრივი კვლევების საფუძველზე მივიღეთ არსებული რეალობა ამ მიმართულებით ქართულ კომპანიებში.

მნიშვნელოვანია ის დეტალები, რომ აღნიშნული საკითხი ანუ კრეატივის როლი ბიზნესის სფეროში, ქართულ კომპანიებში არასოდეს ყოფილა შესწავლილი, ეს არის პირველი შემთხვევა საქართველოში, ხოლო ამ კუთხით მსოფლიოში საკმაოდ აქტიური ტენდენცია შეინიშნება და მრავალი კვლევაც არსობობს თემის ირგვლივ.

ჩატარებული კვლევების საფუძველზე ნათლად გამოიკვეთა კრეატივის როლი ქართულ კომპანიებში, შერჩეული რესპოდენტებისათვის გამოყენებულ იქნა კვლევის ის ინსტრუმენტი, რომლითაც საერთაშორისო ბაზარზე იზომება კრეატივი. მიღებული შედეგები კი ცხადყოფს, რომ ჩვენს რეალობაში შექმოქმედებითობის მთავარი მამოძრავებელი ძალა, რაც არის ტრენინგები, მეგობრული გარემო, ცვლილებებისადმი ფეხის აწყობა და პრობლემის ეფექტურად მცირე დროში მოგვარება, საკმაოდ განვითარებულია და იკვეთება მისი როლიც, რომელიც წარმატების მიღწევის უმთავრესი საწინდარია.

ამასთანავე ყურადღებას იქცევს იდიათა ორიგინალურობისა და სიუხვის ასპექტი, რაც ლოგიკურ კავშირშია კრეატივთან, შემოქმედებით აზროვნებასთან, პიროვნული თვისებებისა და ნიშნების ანალიზზე დაყრდნობით ვლინდება, რომ ამ უნარს ყურადღება ექცევა, ასევე გათვალისწინებულია უცხოური გამოცდილება და იგი აქტიურად გამოიყენება საქმიანობის პროცესში, რაც ხდება წარმატების უპირობა გარანტი და კომპანიის პროდუქტიულობის ზრდის განმსაზღვრელი. მეორეს მხრივ, ვაწყდებით რიგ გასათვალისწინებელ და პრობლემურ ნიუანსებს, რომლებიც დეტალურადაა განხილული მომდევნო თავებში.

**საკვანძო სიტყვები:** შემოქმედებითი აზროვნება, შემოქმედებითობა ბიზნესში, მოთხოვნადი უნარი, კრეატიულობის საზომი.

## **Abstract**

In the contemporary world, where everything is digitalized, companies are facing the greatest challenges, and they will overcome these challenges if they introduce the innovative approaches in the process of doing business and be different, creative, if they create a product or service that sets them apart from their competitors. The competitive environment is quite high and the market is saturated with companies.

According to the situation, it is only creativity that can make a company an advanced, different and the leader of the field, as it is easy for everyone to keep up with technological innovations and establish them. The main approach and the way of solving can be explained by creativity.

In addition, in the 21st century, creativity has become a major area of interest, including in business and creative thinking has been named as one of the most in-demand skills.

Therefore, the main goal of the paper-work is to study the role of creativity, as we have to identify the role of one of the main demanding skills in development of Georgian companies, the level of creativity of the people employed in leading companies and how demanding the above mentioned issue is in our reality today.

All the sources related to the topic are discussed in details in the work from the concept to all its important aspects. Based on this, in the theoretical context, the knowledge about creativity has deepened and on the basis of quantitative and qualitative research, we have already obtained the existing reality in this direction in Georgian companies.

It is also important to note that this issue, or the role of creativity in the field of business, has never been studied in Georgian companies, this is the first case in Georgia, and in this regard there is a very active trend in the world and there is a lot of research around the topic.

Based on the conducted research, the role of creativity in Georgian companies was clearly identified, the research tool which is used to measure the creativity in the international market, was used for the selected respondents. The results show that the main driving force of creativity in our reality, which is training, a friendly environment, adapting to changes and solving the problem effectively in a short time, is well developed and its role is crucial, which is the main prerequisite for success.

At the same time, attention is paid to the aspect of originality and abundance of ideas, which is logically connected with creativity, creative thinking, analysis of personal qualities and based on the analysis of these signs, it is revealed that this skill is paid attention. Moreover, foreign experience should be taken into consideration and it is actively used in working process that is a guarantee to success and the determiner of increased productivity of the company.

On the other hand, we encounter a number of considerable and problematic nuances, which are discussed in detail in the following chapters.

**Key words:** creative thinking, creativity in business, demanding skills, creativity measurement