

კორპორატიული კულტურის როლი ქართულ ტელე-მედია
კომუნიკაციებში
(კერძო ტელევიზიების მაგალითზე)

ანა ხიმშიაშვილი

სადისერტაციო ნაშრომი წარდგენილია ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის ბიზნესის სკოლაში, ტექნოლოგიისა და განათლების ფაკულტეტზე, ბიზნესის ადმინისტრირების მაგისტრის(მენეჯმენტში) აკადემიური ხარისხის მინიჭების მოთხოვნების შესაბამისად

მენეჯმენტის

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: ნათია ვაჩიშვილი, მოწვეული ლექტორი

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, 2022

განაცხადი

„როგორც წარდგენილი სამაგისტრო ნაშრომის ავტორი, ვაცხადებ, რომ ნაშრომი წარმოადგენს ჩემს ორიგინალურ ნამუშევარს და არ შეიცავს სხვა ავტორების მიერ აქამდე გამოქვეყნებულ, გამოსაქვეყნებლად მიღებულ ან დასაცავად წარდგენილ მასალებს, რომლებიც არ არის მოხსენებული ან ციტირებული სათანადო წესების შესაბამისად.“

ანა ხიმშიაშვილი

3 ივლისი 2022

აბსტრაქტი

იმისათვის, რომ კომპანიის ეფექტიანობა განვსაზღვროთ, სხვადასხვა ფაქტორების გათვალისწინება არის საჭირო. შესაძლებელია, რომ კომპანიას ჰქონდეს ძლიერი სტრატეგია, თუმცა კორპორატიული კულტურის სისუსტემ ან სტრატეგიაში ამ ყოველივეს არ გათვალისწინებამ სტრატეგიის მუშაობასაც ხელი შეუშალოს, რაც კომპანიის წარმატებისთვის მეტად მნიშვნელოვანია.

სამაგისტრო ნაშრომი „კორპორატიული კულტურის როლი ტელე-მედია კომუნიკაციებში“, წარმოადგენს კომპანიის წარმატებასა და კორპორატიულ კულტურას შორის ურთიერთკავშირს, ქართული ტელე-მედია კომუნიკაციების მაგალითზე. შესწავლილია საკითხები, რომლებიც საშუალებას გვაძლევს, რომ დავინახოთ იმ გავლენის მნიშვნელობა და თავისებურებები, რომელსაც კორპორატიული კულტურა ახდენს საერთაშორისო კომპანიების მართვის პროცესებზე.

კვლევის პირველ ნაწილში განხილულია ზოგადი თეორიული მასალა უშუალოდ კორპორატიული კულტურის ისტორია და მისი ეტაპები. მეორე თავში განხილულია კომპანიები, რომლებსაც საუკეთესო კორპორატიული კულტურა აქვთ. ჩატარდა კვლევა, რის საფუძველზეც გამოვლენილი იქნა როგორც უცხოურ, ისე ქართულ კომპანიებში კორპორატიული კულტურის დონე. დასკვნაში არის განზოგადებული კვლევის შედეგები და მოცემულია შესაბამისი რეკომენდაციები კვლევაში მონაწილე მსხვილი კომპანიების მიმართ.

აღნიშნულ სამაგისტრო ნაშრომში განხილული საკითხები, საინტერესო იქნება ნებისმიერი პირისთვის, ვინც დაინტერესებულია კორპორატიული კულტურით და მისი მნიშვნელობით. ჩატარებულმა კვლევამ ცხადყო, რომ ნებისმიერი კომპანიის წარმატებაში უმნიშვნელოვანეს როლს იკავებს კორპორატიული კულტურა.

საძიებო სიტყვები: კორპორატიული კულტურა, მედია-კომუნიკაციები.

Abstract

In order to determine a company's effectiveness, various factors need to be considered. It is possible for a company to have a strong strategy, however, the weakness of the corporate culture or the lack of all this in the strategy will hinder the work of the strategy, which is very important for the success of the company.

The master's thesis "The Role of Corporate Culture in TV-Media Communications" is a correlation between the company's success and corporate culture, on the example of Georgian TV and Media Communications. Issues that allow us to see the significance and specificity of the impact that corporate culture has on the management processes of international companies are explored.

The first part of the study discusses general theoretical material directly on the history of corporate culture and its stages. The second chapter discusses the companies that have the best corporate culture. A study was conducted, on the basis of which the level of cooperative culture in both foreign and Georgian companies was revealed. The report summarizes the results of the study and provides relevant recommendations for the large companies participating in the study.

The issues discussed in this master thesis will be of interest to anyone interested in corporate culture and its importance. Research has shown that corporate culture plays an important role in the success of any company.

Keywords: Corporate culture, Media communications.