

თანამშრომელთა მოტივაციის განმაპირობებელი ფაქტორები საცალო
ვაჭრობის ინდუსტრიაში (კომპანია „ალტას“ მაგალითზე)

ანდრია თურვანდიშვილი

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

მენეჯმენტი

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: სალომე დანელია, ეკონომიკურ მეცნიერებათა დოქტორი

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, 2023

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 ნაშრომში არ არის მოხსენიებული ან ციტირებული სათანადო წესების შესაბამისად. ნაშრომის ზოგიერთი ნაწილი დაიწერა და წარდგენილი იყო კვლევის მეთოდების (ივნისი, 2022) კურსზე ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის ბიზნეს სკოლაში (ივნისი, 2022)“.

ანდრია თურვანდიშვილი, 15.06.2023.

აბსტრაქტი

თანამედროვე მსოფლიოში კრიტიკულად მნიშვნელოვანი ყურადღება ენიჭება კომპანიაში დასაქმებულ ადამიანურ რესურსს. ორგანიზაციული მიზნების მისაღწევად, მენეჯმენტის მხრიდან, ერთი მხრივ, საჭიროა შესაბამისი კომპეტენციისა და რაოდენობის ადამიანური კაპიტალის მობილიზება, ხოლო, მეორე მხრივ - მისი შენარჩუნება და მოტივირება. დავალებების ეფექტურად და ეფექტიანად შესასრულებლად, აუცილებელია, რომ საცალო ვაჭრობის ინდუსტრიაში დასაქმებულ თანამშრომლებს ჰქონდეთ შესაბამისი მოტივაცია, სტიმულირების პროცესი კი იმდენად კომპლექსურია, რამდენადაც არ არსებობს ერთი საუკეთესო მიდგომა, რომლის გამოყენებაც საქართველოში ოპერირებად ნებისმიერ კომპანიას შეეძლება, სწორედ ამიტომ, მენეჯმენტისთვის მნიშვნელოვანია იმ შინაგანი და გარეგანი სამოტივაციო ფაქტორების იდენტიფიცირება, რომლებიც ორგანიზაციაში დასაქმებულ თანამშრომლებზე ახდენს გავლენას.

კვლევის მიზანს წარმოადგენდა იმ სამოტივაციო ფაქტორების იდენტიფიცირება, რომლებსაც გავლენა აქვთ საცალო ვაჭრობის ინდუსტრიაში დასაქმებულ თანამშრომლებზე.

საკვლევი მიზნის მისაღწევად, შეირჩა შერეული მეთოდი და ჩატარდა როგორც რაოდენობრივი, ისე თვისებრივი კვლევა. მიღებული შედეგებიდან გამომდინარე დადგინდა, რომ საცალო ვაჭრობის ინდუსტრიაში, კერძოდ კი კომპანია „ალტაში“, ყველაზე მნიშვნელოვანი სამოტივაციო ფაქტორებია შრომის ანაზღაურება და ფულადი ჯილდოები (ბონუსები და პრემიები), ხოლო, მეორე მხრივ, სამუშაოსადმი/დავალებებისადმი ინტერესი არ აღმოჩნდა რესპონდენტთათვის მნიშვნელოვანი მასტიმულირებელი საშუალება სამუშაო ადგილზე.

კვლევის შედეგები შესაძლოა გამოიყენოს საცალო ვაჭრობის ინდუსტრიაში ოპერირებადი კომპანიის მენეჯმენტმა სამუშაო ადგილზე თანამშრომელთა მოტივირების გაზრდის კუთხით.

ძირითადი სამიეზო სიტყვები: ადამიანური რესურსი, საცალო ვაჭრობის ინდუსტრია, თანამშრომელთა მოტივაცია, შინაგანი სამოტივაციო ფაქტორები, გარეგანი სამოტივაციო ფაქტორები.

Abstract

In the modern world, a critically important attention is given to the human resources employed in the company. In order to achieve organizational goals, on the one hand, the management needs to mobilize the appropriate competence and amount of human capital, and on the other hand, to maintain and motivate it. In order to perform tasks efficiently and effectively, it is necessary that the employees employed in the retail industry have appropriate motivation, and the stimulation process is so complex that there is no single best approach that any company operating in Georgia can use, that is why it is important for the management to determine the internal and external motivational factors identify those that affect the employees employed in the organization.

The purpose of the study was to identify the motivational factors that have an impact on employees employed in the retail industry.

To achieve the research objective, a mixed method was chosen and both quantitative and qualitative research was conducted. Based on the obtained results, it was determined that in the retail industry, in particular, in the company Alta, the most significant motivational factors are remuneration and financial rewards (bonuses and monetary awards), while, on the other hand, interest in work/tasks was not found to be a motivating tool for the respondents in the workplace.

The results of the research may be used by the management of companies operating in the retail industry, in terms of increasing employee motivation in the workplace.

Keywords: human resource, retail industry, employee motivation, internal motivational factors, external motivational factors.

მადლობა

მადლობას ვუხდის ჩემს სამეცნიერო ხელმძღვანელს, ეკონომიკურ მეცნიერებათა დოქტორს, ქალბატონ სალომე დანელიას, რომელმაც დიდი დახმარება გამიწია ნაშრომზე მუშაობის პროცესში.