

ბიზნეს ქოუჩინგი, როგორც ორგანიზაციების წარმატების ერთ-ერთი
საშუალება და მისი განვითარების პერსპექტივები საქართველოში
კერძო ბიზნესის მაგალითზე

გიორგი დიდებაშვილი

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

ბიზნეს ადმინისტრირება (მენეჯმენტი)

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: პაატა ბრეკაშვილი, პროფესორი



ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, 2023

გამნაცხადი

„როგორც წარმოდგენილი ნაშრომის ავტორი, ვაცხადებ, რომ ნაშრომი წარმოადგენს ჩემს ორიგინალურ ნამუშევარს და არ შეიცავს სხვა ავტორების მიერ აქამდე გამოყენებულ, გამოსაყენებლად მიღებულ ან დასაცავად წარდგენილ მასალებს, რომლებიც ნაშრომში არ არის მოხსენიებული ან ციტირებული სათანადო წესების შესაბამისად“.

გიორგი დიდუბაშვილი

15.06.2023

აბსტრაქტი

კაცობრიობის განვითარების ისტორიის მანძილზე ქოუჩინგმა არაერთი განვითარების ეტაპი განვლო და მიაღწია იმ ნიშნულს, რომლის შედეგადაც საზოგადოებაში მაღალი აქტუალობით სარგებლობს. დღესდღეობით მთელს მსოფლიოში დაახლოებით 30 000 პროფესიონალი ქოუჩი მუშაობს, რომლიდანაც, დაახლოებით 10 000 მუშაობს აშშ-ში, 4 000 მუშაობს დიდ ბრიტანეთში. ასევე საკმაოდ დიდი რაოდენობა მუშაობს ავსტრალიასა და ახალ ზელანდიაში, ხოლო მათ შორის მკვეთრად მზარდი რაოდენობა მუშაობს ევროპის სხვადასხვა ქვეყნებში. შესაბამისად, ქოუჩინგის განვითარება საკმაოდ სწრაფად მზარდი ტემპით მიმდინარეობს, რაც გვაძლევს იმის თქმის საშუალებას, რომ ქოუჩინგი ერთ-ერთ აქტუალურ თემას წარმოადგენს დღევანდელ საზოგადოებაში. სწორედ, აღნიშნულიდან გამომდინარე, ნაშრომის კვლევის მიზანს წარმოადგენს ბიზნეს ქოუჩინგის, როგორც ორგანიზაციების წარმატების ერთ-ერთი საშუალებისა და მისი განვითარების პერსპექტივების დასაბუთება საქართველოში კერძო ბიზნესის მაგალითზე. რაც შეეხება საკვლევ კითხვებს იგი შემდეგია: არის თუ არა ბიზნეს ქოუჩინგი ბიზნესის წარმატების ერთ-ერთი განმსაზღვრელი ფაქტორი? რამდენად ფლობს ინფორმაციას ქართველი მომხმარებელი, რა შესაძლებლობებს იძლევა საქართველო ბიზნეს ქოუჩინგ მიდგომებთან დაკავშირებით, რამდენად პერსპექტიულია ის და როგორია მზაობა და დამოკიდებულებები აღნიშნული მეთოდის გამოყენებასთან დაკავშირებით? ხოლო სამუშაო ჰიპოთეზა შემდეგია: აღიქვამს თუ არა მომხმარებელი ბიზნეს ქოუჩინგს, როგორც ორგანიზაციის წარმატების ერთ-ერთ შესაძლებლობას. კვლევა ჩატარდა თვისებრივ და რაოდენობრივ მეთოდებზე დაყრდნობით. რაოდენობრივი კვლევის ფარგლებში მონაწილეობა მიიღო 410-მა რესპონდენტმა, ხოლო თვისებრივი კვლევის ფარგლებში 3-მა. თვისებრივ კვლევაში საკვლევ ინსტრუმენტად კვლევის მიზნიდან გამომდინარე არჩეულ იქნა ჩაღრმავებული ინტერვიუს ტექნიკები.

სიღრმისეული ინტერვიუ შედგებოდა ნახევრად სტრუქტურიზებული კითხვარისაგან, რომლის საფუძველზეც ჩატარებული კვლევა ნაკლებად არის ფორმალიზებული. არასტრუქტურიზებული ინტერვიუ კი ეფუძნებოდა ფორმატს, რომლის მიხედვითაც მოდერატორს შეეძლო კითხვების ადაპტირება რესპონდენტთა პასუხების საფუძველზე. რაოდენობრივი კვლევა წარიმართა ფორმალიზებული და სტანდარტიზებული მეთოდოლოგიით, სადაც შესაბამისად გამოყენებულ იქნა სტრუქტურული ინტერვიუ, რომელშიც იყო კითხვების განსაზღვრული რაოდენობა და რესპონდენტთა პასუხები ატარებდა სტანდარტულ და სისტემურ ხასიათს. კვლევის შედეგად გამოიკვეთა, რომ გამოკითხულთა უმეტესი ნაწილი ბიზნეს ქოუჩინგს დადებითად აფასებს და მას აღიქვამს, როგორც ორგანიზაციის წარმატების ერთ-ერთ წყაროს.

ძირითადი საძიებო სიტყვები: ქოუჩინგი, გარე ქოუჩინგი, შიდა ქოუჩინგი, ბიზნეს ქოუჩინგი, აღმასრულებელი კორპორატიული ქოუჩინგი, ლიდერობის ქოუჩინგი, გუნდის ქოუჩინგი, შესრულების / უნარების ქოუჩინგი, მცირე ბიზნეს ქოუჩინგი , კარიერა, გარდამავალი ქოუჩინგი, პირადი ცხოვრების ქოუჩინგი

Abstract

Throughout the history of human development, coaching has gone through several stages of development and has reached the point where it enjoys high relevance in society. Today, there are approximately 30000 professional coaches worldwide, of which approximately 10000 work in the US and 4000 work in the UK. A large number also work in Australia and New Zealand, and growing number of them work in various European countries. Accordingly, the development of coaching is taking place at a fairly is one of the most relevant topics in today's society. Based on the above, the research goal of the paper is to substantiate business coaching as one of the means of success of organizations and its development perspectives on the example of private business in Georgia. Regarding the research questions, it is as follows: Is business coaching one of the determinants of business success? To what extent does the Georgian consumer have information, what opportunities does Georgia provide regarding business coaching approaches, how promising is it, and what are the readiness and attitudes regarding the use of the mentioned method? And the working hypothesis is the following: whether the customer perceives business coaching as one of the opportunities for the success of the organization. The research was conducted based on qualitative and quantitative methods. 410 respondents took part in the quantitative research, and 3 in the qualitative research. In qualitative research, in-depth interview techniques were chosen as a research tool based on the purpose of the research. The in-depth interview consisted of semi-structured questionnaire, on the basis of which the research is less formalized. The Unstructured interview was based on format in which the moderator could adapt the questions based on the respondents' answers. Quantitative research was conducted with a formalized and standardized methodology, where accordingly a structured interview was used, in which there was a defined number of questions and respondents' answers were of a standard and systematic nature. As a result of the research, it was revealed that most of the interviewees evaluate business coaching positively and perceive it as one of the sources of success of the organization.

Keywords: Coaching, External Coaching, Internal Coaching, Business Coaching, Executive Corporate Coaching, Leadership Coaching, Team Coaching, Performance/Skills Coaching, Small Business Coaching, Career/Transition Coaching, Personal Life Coaching.