

კომუნიკაციის როლი ქართული სტარტაპების განვითარებაში

ანა ჭინჭარაძე, ნინო ჯანგირაშვილი

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

საზოგადოებრივი ურთიერთობები

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: ირინე ჭელიძე



ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, 2023

განაცხადი

როგორც წარდგენილი სამაგისტრო ნაშრომის ავტორები, ვაცხადებთ, რომ ნაშრომი წარმოადგენს ჩვენს 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.

ნინო ჯანგირაშვილი, ანა ჭინჭარაძე

04.06.2023

აბსტრაქტი

წინამდებარე სამაგისტრო ნაშრომი ეძღვნება კომუნიკაციის როლს ქართული დამწყები ბიზნესების განვითარებაში. ბოლო წლებია სტარტაპის ფენომენი მთელს მსოფლიოსა და მათ შორის საქართველოში უფრო და უფრო აქტუალური ხდება. სტარტაპ სივრცის განვითარებასთან ერთად, იკვეთება ის ფაქტორები, რომლებიც მის წარმატებას განაპირობებს და ამასთან, შესაძლოა გამოიწვიოს ბიზნესის უკუსვლა. ნაშრომში გაანალიზებულია ქვეყანაში არსებული სტარტაპ ეკოსისტემა და ამ დროისთვის არსებული ზოგადი სტატისტიკები - ბიზნესების წარმატების მაჩვენებელი, მაცხის გამომწვევი ფაქტორების პროპორციული თანაფარდობა.

კვლევის ამოცანაა შეისწავლოს აღნიშნულ სფეროსთან დაკავშირებული მსოფლიო მიდგომებები, გამოიკვლიოს სტარტაპ სივრცესა და მასთან ახლომდებარე სფეროებში დასაქმებული ადამიანების გამოცდილება.

კვლევის მიზანია, გამოიკვეთოს გამოწვევები, რომელთა წინაშეც დგანან სტარტაპერები. შედეგად უნდა დადგინდეს, ასრულებს თუ არა ერთ-ერთ მნიშვნელოვან როლს კომუნიკაცია დამწყები ბიზნესების სამომავლო განვითარების პროცესში. პასუხი უნდა გაეცეს კვლევის კითხვას იმის შესახებ, თუ რამდენად იცნობენ ისინი კომუნიკაციის სფეროს და რა რესურსს დებენ მასში.

ნაშრომი ემყარება მსოფლიოში აპრობირებულ სტარტაპ განვითარების მოდელებს, იძლევა მონაცემებს კომპანიების მიერ კომუნიკაციაში ჩადებული რესურსების შესახებ და გამოკვეთს კორელაციას აღნიშნულ რესურსებსა და მათი წარმატების ხარისხს შორის.

ძირითადი საძიებო სიტყვები: სტარტაპი, ეკოსისტემა, კომუნიკაცია, კერძო სექტორი

Abstract

This research paper studies the role of communication in developing Georgian startups. the startup field has grown all over the world during last several years. Meanwhile the growth, the reasons which lead to successful startups are becoming well known, as well as the factors that may cause the failure. The paper also shows the country's existing startup ecosystem and current overall statistics – business success rates, the proportions of failing factors.

The mission of the research stands in understanding global standards around the above mention subject, and study the experience of individuals working in or near startup field.

The goal of the research is underlining the challenges of the existing startupper in order to observe if the communication is one of the key factors for beginner businesses. The response to the main question of the research has to be how familiar are they to the communication methods and what kind of resources they invest in it.

The paper stands on worlds furnished startup development models, presents the information about companies' investments in communication and shows the correlation between the investments and the success rates.

Key Words: startup, ecosystem, communication, private sector.