

ბოლნისის რაიონი

ბიზნესის და მართვის დოქტორი, ქუთაისის უნივერსიტეტის და აკ. წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ასოც. პროფესორი

კომუნიკაცია, როგორც მენეჯმენტის უმთავრესი პარტნიორი

საქართველოს მთავრობის განცხადებით

კომუნიკაციის კვლევისას მნიშვნელოვანია იმის შესწავლა, თუ რა ზემოქმედებას ახდენს ის მიმღებზე. როგორც წესი, წერილობითი შეტყობინება არის უტყუარი და მისი სანდოობა განსხვავებით ზეპირი შეტყობინებისაგან მაღალია. უნდა აღინიშნოს, რომ იგი გაცილებით დროული და მართებულია კრიზისულ სიტუაციებში. შეტყობინება შეიძლება მიმღებთა ჯგუფს გადაეცეს მუქარის, გაფრთხილების ან დაპირების ფორმით. ასეთი ტიპის კომუნიკაციებს განიხილავენ, როგორც ერთი ადამიანის ზემოქმედებას მეორეზე. ასეთი მიდგომა არასწორია, რადგან მან შეიძლება წარმოშვას სერიოზული ეთიკური პრობლემები.

მიუხედავად იმისა, რომ თავიდან კომუნიკაციას განვმარტავთ, როგორც პროცესს, გამოკვლევებით დასტურდება, რომ მას ვხსნით, როგორც წამიერ მოვლენას. მიუხედავად ამისა ცხადია, რომ კომუნიკაციის როლი ბიზნესში გადამწყვეტია. შეფერხებული კომუნიკაცია ძირითადი მიზეზია იმ სიძნელეებისა და პრობლემებისა, რომლის წინაშეც აღმონდება ფირმა. ასეთ დროს აუცილებელია იმ მიზეზების გარკვევა, რამაც წარმოქმნა ეს პრობლემები.

კომუნიკაციას აქვს ძალიან ბევრი საშუალება, რითაც მყარდება კავშირი მის გამგზავნასა და მიმღებს შორის, თუმცა ყველაზე ეფექტური პიროვნებასთან უშუალო შეხვედრაა. ამიტომ არის, რომ შეხვედრებს, ვიზიტებს ძალიან დიდი მნიშვნელობა ენიჭება საქმიანი ურთიერთობებისას.

გადაწყვეტილებების მისაღებად მენეჯერებს ესაჭიროებათ საიმედო და სრულყოფილი ინფორმაცია. ინფორმაციის ხარისხს მნიშვნელოვნად აუმჯობესებს კომპიუტერული ტექნიკა და მენეჯერების შრომაც ეფექტური ხდება. კომპიუტერების საშუალებით შექმნილია შემდეგი ინფორმაციული სისტემები:

- მენეჯმენტის ინფორმაციული სისტემა;
- მარკეტინგული კვლევის ინფორმაციული სისტემა;
- მართვის ავტომატიზირებული სისტემა;
- ტექნოლოგიური მართვის ინფორმაციული სისტემა;
- დისპეტჩერული და ოპერატიული დამუშავების ინფორმაციული სისტემა;

ყველა ეს სისტემა ეხმარება მენეჯერებს გადაწყვეტილების მიღებაში და შესაბამისად მაღალხარისხიანი ინფორმაცია მიეწოდება მართვის უმაღლეს რგოლს, რაც ხელს უწყობს პრობლემების ანალიზს. ე.ი ამ სისტემების მთავარი არსი ის არის, რომ კომპიუტერს შეუძლია მეტი მოგვცეს, მაგრამ ვერც ერთი კომპიუტერი მენეჯერს ვერ შეცვლის.

ცნება-გადაწყვეტილების მიღება ნიშნავს რამდენიმე ვარიანტიდან უკეთესის არჩევას. გადაწყვეტილების მიღება არის ადამიანის გონებრივი საქმიანობის, მისი ნების გამოხატვის ერთ-ერთი სახე. მისი მახასიათებლებია:

1. რამდენიმე ალტერნატიული ვარიანტიდან ერთ-ერთის შერჩევის შესაძლებლობა;
2. ჩამოყალიბებული მიზანი;
3. მმართველობითი გადაწყვეტილების მიღების ნებაყოფლობითი აქტის გამოყენების აუცილებლობა.

გადაწყვეტილებას მენეჯერი ყოველთვის არსებული კანონებისა და მორალურ-ეთიკურ სტანდარტებში იღებს. ხელმძღვანელისათვის მთავარია ერკვეოდეს ისეთ საკითხებში, როგორცაა საწარმოს ტექნოლოგიური პროცესები თუ საფინანსო ოპერაციები. მმართველობით გადაწყვეტილებათა ფორმირების პროცესი დაკავშირებულია მართვის პროცესის ციკლურობასთან, რომელიც სამი სტადიისაგან შედგება:

- მიზნის დასახვა-დაგეგმვა;
- სამართავი სისტემის მომზადება;
- აღრიცხვა, კონტროლი და მოქმედების კორექტირება, რეგულირება და კოორდინაცია;

გადაწყვეტილების მიღების პროცესი აუცილებლად უნდა იყოს დაკავშირებული აზროვნებასთან და მსჯელობასთან, უნდა იყოს შემუშავებული ვარაუდები, წინასწარი ხედვა, შედეგების განჭვრეტა.

ხელმძღვანელის ძირითადი ფუნქციაა კონტროლი, რომლის მიზანია ორგანიზაციის სამეურნეო საქმიანობის მიმდინარეობის პერიოდული შემოწმება. ის ფაქტი, რომ ჩვენ ვამყარებთ ურთიერთობებს, გვაქვს სხვადასხვა ინდივიდებს შორის ინფორმაციათა ურთიერთგაცვლა აიხსნება შემდეგი დამოკიდებულებებით:

- კომუნიკაციას მიჟვავართ დიდი ეფექტურობისაა;
- იგი ყოველთვის საქმის კურსში აყენებს ადამიანებს;
- ადამიანებს აკავშირებს ორგანიზაციებთან, ზრდის სტიმულს და ასევე ვალდებულებას ორგანიზაციის წინაშე;
- კომუნიკაცია აუმჯობესებს ურთიერთობებს მენეჯერსა და ცალკეულ მუშაკს შორის, კოლეგებს შორის, ადამიანებს შორის ორგანიზაციაში და მის გარეთ;
- კომუნიკაცია გვეხმარება განვსაზღვროთ თუ რატომაა აუცილებელი ცვლილებები ორგანიზაციაში;

კომუნიკაციები ერთნაირად მნიშვნელოვანია როგორც ორგანიზაციისთვის ისე ცალკეული ინდივიდისთვის. კომუნიკაციები განიხილება წარმატების მიღწევის ძირითად საშუალებად, სწორედ ამიტომ ბევრი ორგანიზაცია მიმართავს თანამშრომლების მომზადებას მათი უკეთესი კომუნიკაბელურობის და ურთიერთობებისათვის.

ფირმაში შეიძლება განვიხილოთ ფორმალური და არაფორმალური კომუნიკაციები. ფორმალური კომუნიკაციების დროს ინფორმაცია იგზავნება სპეციალურად შექმნილი არხების საშუალებით, თუმცა უნდა აღინიშნოს რომ ინფორმაციათა უდიდესი ნაწილი ვრცელდება არაოფიციალური არხების საშუალებით, ასეთ არაოფიციალურ არხებს მიეკუთვნება- ტელეფონით საუბარი, კრებები, შეხვედრები. ფირმის მართვისთვის ასევე ძალიან მნიშვნელოვანია შიგა და გარე კომუნიკაციები.

კომუნიკაციებთან არის დაკავშირებული ბიზნეს-კომუნიკაციების სფეროში არსებული მრავალი გამოკვლევა. ხელმძღვანელობა თვლის, რომ კოლექტივის სამუშაო განწყობა ორგანიზაციის სიჯანსაღის მნიშვნელოვან მაჩვენებლებს წარმოადგენს, ე.ი რაც უფრო კარგად არის განვითარებული კომუნიკაციები, მით უკეთესია თანამშრომლების მორალური მდგომარეობა.

არსებობს მჭიდრო კავშირი სამუშაოსაგან მიღებულ კმაყოფილებასა და კოლექტივის მორალურ განწყობას შორის. როცა სამუშაოთი კმაყოფილების გრძნობა უფრო მეტია, ვიდრე მაშინ, როდესაც თითოეული თავს განცალკევებულად გრძნობს, მაშინ თანამშრომლების კმაყოფილების დონე მნიშვნელოვნად არის დამოკიდებული სამსახურში მიღებული ინფორმაციის ხარისხსა თუ მის დონეზე. აქედან გამომდინარე კომუნიკაციები წარმოადგენენ მენეჯერის სამუშაოს სასიცოცხლოდ მნიშვნელოვან ნაწილს.

მნიშვნელოვანია გარემოს გავლენა პიროვნებათა შორის ურთიერთობებზე. ორგანიზაციის შიგნით გარემოს შეცვლა გამოიწვევს ისეთ შედეგს, რომელიც სცილდება ორგანიზაციის საზღვრებს. სიტუაციის დაძაბვა, სამუშაო ძალის შემადგენლობაში მომხდარი ცვლილებები უარყოფითად მოქმედებს პიროვნებათა შორის ურთიერთობებზე და მათი ურთიერთქმედების ეფექტურობაზე. არაერთგვაროვან გარემოში კომუნიკაციის პრობლემები მწვავედება.

კომუნიკაციებში თითოეული ჩვენგანი ყოველდღე მონაწილეობს, მაგრამ დიდი მნიშვნელობა აქვს იმას თუ რამდენად ორგანიზებულად ხორციელდება იგი. ნებისმიერი მოქმედებისას ორგანიზაციის ხელმძღვანელებს, ისე როგორც მის პროცესში მონაწილე სხვა პირებს სჭირდებათ ინფორმაციის ეფექტური გაცვლა. ცხადია ამის გარეშე ადამიანები ვერ შეძლებენ ერთად მუშაობას, შესაბამისად ვერც მიზნების დასახვას და მის მიღწევას. კომუნიკაცია რთული სისტემაა და იგი ურთირთდამოკიდებული ნაბიჯებისაგან შედგება, თითოეული ამ ნაბიჯის გავლა საჭიროა იმისათვის რომ ჩვენი აზრები გასაგები გახდეს სხვა ინდივიდისათვის. სწორედ ამიტომ, ნებისმიერი ორგანიზაციის ხელმძღვანელი მთელი დროის დაახლოებით 50-90%-ს ხარჯავს კომუნიკაციებზე. ეს ფაქტი ერთი შეხედვით შეიძლება წარმოუდგენლად მოგვეჩვენოს, მაგრამ თუ გავითვალისწინებთ, რომ ხელმძღვანელი მონაწილეობს პიროვნებებს შორის დამოკიდებულებებში, ინფორმაციის გაცვლაში, გადაწყვეტილების მიღებაში და შესაბამისად, ისეთ მნიშვნელოვანი საკითხების ფორმირებაში, როგორცაა: დაგეგმვა, ორგანიზება, მოტივაცია და კონტროლი, გასაგები გახდება თუ რაოდენ მნიშვნელოვანია მოწესრიგებული კომუნიკაცია.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. თევდორაშვილი ვ., კომუნიკაცია და სამეურნეო საქმიანობა, თბილისი, 2004.
2. მარგალიტაძე ი., მენეჯერის უნარ-ჩვევები. თბილისი, 2003.
3. Дж. М. Лэйхифф. Дж. М. Пенроуз. Бизнес коммуникации. Санкт- Петербург, 2001.