

ყველა შენიშვნაზე. ზოგიერთი კომპანია ინფორმაციას აწვდის მომხმარებელს მისი შენიშვნის შემდგომ რეაგირებაზეც, რაც ასევე მნიშვნელოვნად ზრდის მომხმარებელის კმაყოფილებას.

ინტეგრირებული მარკეტინგული კომუნიკაციის გამოყენების პროცესში მომხმარებელთან ურთიერთობის სამსახურის მნიშვნელობა თანდათანობით სულ უფრო მეტი კომპანიისთვის გახდა ნათელი საქართველოშიც და დაიწყო ამ მიმართულებით მუშაობა. CRM-ი ხელს უწყობს კომპანიასა თუ ბრენდს, რომ მხოლოდ დაბალი ფასის გამო მომხმარებელი არ წავიდეს და რაც შეიძლება დიდხანს დარჩეს მისი პროდუქტის ლოიალურ მომხმარებლათა დამცველად.

СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ВЗАИМООТНОШЕНИЯМИ С КЛИЕНТАМИ (CRM) И ЕГО ЗНАЧЕНИЕ В ПРОЦЕССЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНТЕГРИРОВАННЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Диана Вашакмадзе

РЕЗЮМЕ

Все больше компаний начали ясно понимать значение системы управления взаимоотношениями с клиентами (CRM) в процессе использования интегрированных коммуникаций. Работать в этом направлении начали в том числе и в Грузии. В данной статье приводятся примеры того, как на грузинских предприятиях по стопам интегрированной маркетинговой коммуникации постепенно развивается и система управления взаимоотношениями с клиентами (CRM). Малые и средние предприятия готовы планировать и осуществлять действия в этом направлении. Заинтересованность же большого бизнеса к данному направлению, в статье показанна на примерах таких компаний, как Банк Грузии, Ти-Би-Си Банк а также фармацевтических компаний GPC и PSP.

ორგანიზაციული ქცევის თანამედროვე ტანდენციები და განვითარების პერსპექტივები „მოტივაციური ზრდის“ საშუალებების გამოყენებით

თამარ ვანიშვილი
სტუ დოქტორანტი

ორგანიზაციულ ქცევაში მენეჯერების მიერ, მართვის თანამედროვე მეთოდების გამოყენება, ორგანიზაციის სრულყოფისა და ეფექტიანობის ამაღლების საუკეთესო საშუალებაა.

თანამედროვე მენეჯერი, როგორც წესი „ტრენერი“-ს ან „დამხმარე“-ს როლში წამოგვიდგება, მისი საქმიანობის ეფექტურობა განისაზღვრება, თუ როგორ შეუძლია მას მიაღწიოს მაღალ შედეგებს და შეუნარჩუნოს მომუშავეებს სამუშაო ენთუზიაზმი - ხანგრძლივად. მენეჯერს, თავისი საქმიანობის განმავლობაში, უხდება განახორციელოს კომუნიკაციური ურთიერთობები, როგორც ორგანიზაციის შიგნით, ასევე მის გარეთაც, რომელიც გვთავაზობს ხალხის ჩართულობას - გადაწყვეტილების მიღების დროს. მენეჯერის საქმიანობის წარმატებას ასევე განსაზღვრავს, ისეთი ფუნქციების შესრულება, როგორიცაა: ძირითადი მიმართულებების დაგეგმვა, რესურსების და სისტემების ორგანიზება, მოტივირება, რომელიც მომუშავეს ენთუზიაზმის გამოხატულებაა, საბოლოო რეზულტატის კონტროლი, შესაძლებლობა, მიიღო სასურველი შედეგი - მმართველობითი ჩვევების ფორმირებით.

ორგანიზაციული ქცევის ძირითადი მიზანია პრაქტიკული იდეების შემუშავება, რომელიც მიმართულია ორგანიზაციის მაღალეფექტურობისაკენ, სოციალურ პასუხისმგებლობების და ეთიკური ქცევების კვლევებისაკენ. ძირითადი აქცენტი ამ მიზნის მიღწევის დროს ორგანიზაციაში, უნდა კეთდებოდეს ცხოვრების ხარისხის აწევაზე, რომელიც ყველა მომუშავესთვისაა საჭირო. აუცილებელია, ყველა დასაქმებული კმაყოფილი იყოს, როგორც

თავისი ცხოვრებით, ასევე სამუშაოთი, რომელსაც ის ასრულებს ორგანიზაციაში, რადგან ცხოვრების ხარისხი ორგანიზაციაში - ეს არის მთლიანი ხარისხის ინდიკატორი, რომელსაც ადამიანი საკუთარ სამუშაო ადგილზე გარე სამყაროდან შეიგრძნობს, ამიტომ ლოგიკურია, ორგანიზაციულ ქცევაში პრიორიტეტულ მიმართულებად იქცეს, ადამიანთა ინტერესებზე ორიენტაცია, რომელიც აწევს ორგანიზაციის ცხოვრების ხარისხს. ადამიანის ფაქტორი უმთავრესია - მოტივაციაში. უნდა აღინიშნოს, რომ ჰერცბერგის მიდგომით, მოტივაციაში გაერთიანებული ფაქტორების (წარმატება, დაწინაურება, მუშაობის შედეგების აღიარება და მოწონება, პასუხისმგებლობის მაღალი დონე, შემოქმედებითი და საქმიანი ზრდის შესაძლებლობები) არარსებობა, არ იწვევს სამუშაოთი დაუკმაყოფილებლობის გრძნობას, მაგრამ მათი არსებობა უზრუნველყოფს - მუშაკის დაკმაყოფილებას და მის მოტივაციას, ეფექტიანობის ასამაღლებლად.

ორგანიზაციის ხელმძღვანელი უნდა ფლობდეს ორგანიზაციული ქცევის თავისებურებების შესახებ ინფორმაციას. ორგანიზაციული ქცევის შესწავლა, ხელმძღვანელს, თეორიული შეხედულებების და პრაქტიკული ჩვევების ფორმირების შესაძლებლობას აძლევს, რომლებიც მის მმართველობით საქმიანობაში უნდა გამოვლინდეს.

თანამედროვე მიდგომა, რომელიც „ალბათობის მიდგომის“ სახელითაა ცნობილი, სწორედ, მართვის პრაქტიკულ განხორციელებას და კონკრეტულ სიტუაციასთან შესაბამისობის საშუალებას იძლევა, მისი დახმარებით შეიძლება მივიღოთ უფრო ეფექტური გადაწყვეტილება, რადგან ალბათობის მიდგომა ხსნის ახალ შესაძლებლობებს, მოხდეს მენეჯმენტში - პრაქტიკის შესაბამისობა განსაზღვრულ დროს. ეს მიდგომა სხვადასხვა სიტუაციებში, მართვის შესაბამისი მეთოდების მიერ საშუალებასაც იძლევა.¹ ცნობილია, რომ როდესაც ორგანიზაციაში არსებობს სამუშაოსა და ცხოვრებას შორის ბალანსი - ეფექტიანობაც მაღალია, მაგრამ გასათვალისწინებელია ის ფაქტიც რომ, მეთოდები,

1 Тюкулмина О.И., Организационное Поведение. Издательство Томского политехнического университета. 2009, стр.10.

რომლებიც ეფექტს იძლევა ერთ რომელიმე სოციალურ კულტურაში, შესაძლებელია აბსოლუტურად გამოუსადეგარი და მიუღებელი აღმოჩნდეს სხვა რომელიმე კულტურისთვის. ამასთანავე, ურიგო არ იქნებოდა ამერიკელი პროფესორის ფ. ლუტენსის ცნობილი კონცეფციის გათვალისწინება: „წარსული, როგორც პროლოგი - დღევანდელობისთვის და მომავლისთვის“.¹

ძირითადად, რეორგანიზაცია - ორგანიზაციაში წარმატებულია, როდესაც ორგანიზაციის და ინდივიდის მოტივაციური პრიორიტეტები თანხვედრაშია და კვეთს ერთმანეთს.²

უნდა აღინიშნოს, რომ „მოტივაციური ზრდის“ საშუალებების გამოყენება ორგანიზაციის სრულყოფის და ეფექტურობის საშუალებას იძლევა, რადგან მორალური სტიმული, მატერიალური სტიმული, ყველა მომუშავეზე ინდივიდუალური მიდგომა, მიზნის დასახვა, ინფორმირებულობა, ორგანიზაციული კულტურა, მართვის პრაქტიკა, დისციპლინის ზომები, მომუშავეთა ყველაზე მნიშვნელოვან ღირებულებებზე ყურადღების გამახვილება, დარწმუნება, ის საშუალებებია, სადაც, როგორც ვხედავთ, ჩართულია, როგორც „ინდივიდუალური მოტივაციური კონტექსტი“, ასევე „ორგანიზაციული მოტივაციური კონტექსტი“, რადგან ვერანაირ მოტივაციაზე ვერ ვისაუბრებთ ინდივიდის გარეშე, თუმცა არსებობს სხვადასხვა დონე და დამოკიდებულებები - სტრუქტურულ იერარქიებში. ორგანიზაციაში, ორივე კონტექსტის სინთეზურობა, დადებით და ეფექტურ შედეგს იძლევა.

როგორც ცნობილია, მართვაში სისტემური მიდგომა ითვალისწინებს იმას, რომ ის განიხილება, როგორც ურთიერთდამოკიდებული ელემენტების კომპლექსი. მოვლენები, რომლებიც გავლენას ახდენენ ერთ მომუშავეზე, ან მთლიანად განყოფილებაზე, სინამდვილეში, შეიძლება მნიშვნელოვანი როლი ითამ-

1 http://bigreferat.ru/339507/1/%D0%9E%D1%80%D0%B3%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%BE%D0%BD%D0%BD%D0%BE%D0%B5_%D0%BF%D0%BE%D0%B2%D0%B5%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5_%D0%B3%D0%BB%D0%B0%D0%B2%D0%B0_9d oc.html გვ. 53-55.

2 Пивоворова С.Э., Сравнительный Менеджмент. М., Питер. 2006 стр. 86-103.

აშონ სხვა ქვესისტემებზე ან მთლიანად ორგანიზაციაზე. გადაწყვეტილების მიღების დროს, მენეჯერებმა უნდა შეაფასონ და გაითვალისწინონ, გრძელვადიანი გავლენა ორგანიზაციის ყველა ელემენტებზე, ქვესისტემებზე და მთლიანად სისტემაზე.

აქედან გამომდინარე, სისტემური მიდგომა გვთავაზობს, მენეჯერების საერთო შეხედულებებს, მმართველ სუბიექტზე. ორგანიზაციული ქცევა მთლიანობაში გულისხმობს ურთიერთდამოკიდებულებას: „ინდივიდები-ორგანიზაცია.” პიროვნება მთლიანად, გუნდი მთლიანად, ორგანიზაცია და სოციალური სისტემები მთლიანად. ორგანიზაციულ ქცევაში იგულისხმება ადამიანთა ქცევის ფაქტორების რაც შეიძლება დიდი რიცხვი.

მეცნიერების მიერ ჩატარებული ყველა კვლევა ორგანიზაციულ ქცევაზე, შრომითი საქმიანობის ეფექტური წარმართვის საშუალებას იძლევა. ორგანიზაციული ქცევა ეს მეცნიერული დისციპლინაა, რომელსაც ემატება კვლევების, მეცნიერული მიღწევების შედეგები, წარმატებული მენეჯერების წარმატებების და წარუმატებლობების გაზიარება, რომელიც სხვადასხვა ორგანიზაციებს საშუალებას აძლევს გამოიყენონ საკუთარ საქმიანობაში. გაანალიზონ ინდივიდების ქცევა სხვადასხვა მენეჯერების კულტურათაშორის დამოკიდებულებების და ურთიერთობის გამოცდილების საფუძველზე, ყოველივე ეს, სხვადასხვა პრინციპების და მეთოდების გამოყენების ბრწყინვალე საშუალებაა, რადგან ის მმართველობითი დისციპლინების მთლიან კომპლექსს მოიცავს.

სასურველია, ყველა ხელმძღვანელმა გაითვალისწინოს ფაქტორები, რომლებსაც თანამედროვეობა, კლასიკურ მიდგომებთან სინთეზში გვთავაზობს, კანონზომიერებანი, რომელიც ყველასათვის ერთია, თუმცა გასათვალისწინებელია, ორგანიზაციების სპეციფიკა და ქვეყანაში არსებული მდგომარეობა.

ორგანიზაციის წარმატების, ეფექტურობის, სრულყოფის რაიმე მზა მოდელი, რომელიც ყველა ქვეყნისთვის მისაღები იქნება - არ არსებობს. თუმცა ფაქტია, რომ ორგანიზაციაში, „მოტივაციური ზრდის” საშუალებების გამოყენება, ორგანიზაციის და ინდივიდის მოტივაციური პრიორიტეტების თანხვედრა - სის-

ტემური თუ სიტუაციური მიდგომა, დადებით შედეგს იძლევა. სასურველია, ორგანიზაციამ თვითონ მოახერხოს, განვითარებისთვის აუცილებელი ყველა პირობის, როგორც შექმნა, ასევე გამოყენება, შეიმუშაოს უფრო ზუსტი მიდგომები და მეთოდები, რა თა მიიღოს სწორი გადაწყვეტილებები, ორგანიზაციის, როგორც სრულყოფისათვის, ასევე ეფექტურობისათვის.

გამოყენებული ლიტერატურა:

- 1.Пивоворова С.Э., Сравнительный Менеджмент. М., Питер. 2006.
- 2.Тюкулмина О.И., Организационное Поведение. Издательство Томского политехнического университета. 2009.
- 3.Кочеткова А.И. Введение в организационное поведение.- М.:Бизнес-школа „Интел-синтез”, 2001.
- 4.http://bigreferat.ru/339507/1/%D0%9E%D1%80%D0%B3%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%BE%D0%BD%D0%BD%D0%BE%D0%B5_%D0%BF%D0%BE%D0%B2%D0%B5%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5_%D0%B3%D0%BB%D0%B0%D0%B2%D0%B0_9doc.html.

ПЕРСПЕКТИВЫ СОВРЕМЕННЫХ ТЕНДЕНЦИИ И РАЗВИТИЕ ОРГАНИЗАЦИОННОГО ПОВЕДЕНИЯ ПРИМЕНЕНИЕМ СРЕДСТВ “МОТИВАЦИОННОГО РОСТА”

Ванишвили Т.

РЕЗЮМЕ

В статье рассмотрены современные тенденции организационного поведения и элементы успешного менеджмента. Перспективы развития организационного поведения применением средств “мотивационного роста”.