

# ბიზნესი, კომუნიკაცია და ეთიკური ქცევები

*ბანძელაძე მანანა – ასოცირებული პროფესორი, ფილოსოფიისა და ფსიქოლოგიის დეპარტამენტი, აკაკი წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტი, ქუთაისი, საქართველო*  
*მენაბდიშვილი ვახტანგ – ასოცირებული პროფესორი, ფილოსოფიისა და ფსიქოლოგიის დეპარტამენტი, აკაკი წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტი, ქუთაისი, საქართველო*

## Business, Communication and Ethical Behavior

*Bandzeladze Manana – Associate Professor, Department of Philosophy and Psychology, Akaki Tsereteli State University, Kutaisi, Georgia*

*Menabdishvili Vakhtang – Associate Professor, Department of Philosophy and Psychology, Akaki Tsereteli State University, Kutaisi, Georgia*

### Abstract

**Introduction and aim:** Introduction and objectives: Proper forms of communication and ethical behavior are essential for the business sector at its present stage of development. The paper aims to examine the essence of communication in general and its forms, to determine common and distinctive features of verbal and non-verbal communication, to indicate the essence and significance of proper ethical forms for business.

**Research methodology:** Research methodology: It deals with some of the ethical theories of the XX century and says that a man is a social being. He lives in a society and follows centuries-old rules of conduct to interact with other people. Every society has its own culture and behavior. It should be noted, however, that it is desirable for a human society with common goals to have a proper view of life. Every century has its “good tone behaviors” which do not require additional costs but have a positive effect on the ultimate goal of business that is - to increase profit. For this issue to be thoroughly covered, the paper uses a dialectic method, analysis and synthesis, comparative analysis.

**Results and implications:** Results and implications: Business uses a variety of ethical norms, in particular, business negotiations, courtesy, tact. It is noted that nowadays we have not international norms of conduct. However, each individual including businesspeople try to discover the codes of behavior that are more or less acceptable for the majority of people. The paper deals with some of the means of communication and states that the better communication skills a businessman acquires, the more successful his business will be.

**Conclusion:** Conclusion: Thus, one of the essential conditions for the development of business sphere is properly managed interpersonal communication and moral restraint.

**Keywords:** business, communication, moral behavior, business conversations, ethics

**მესავალი და მიზანი:** განვითარების თანამედროვე ეტაპზე ბიზნესის სფეროსთვის უმნიშვნელოვანესია კომუნიკაციის და ეთიკური ქცევების სწორი ფორმები. ნაშრომის მიზანია განიხილოს კომუნიკაციის ზოგადი არსი, მისი ფორმები, ვერბალური და არავერბალური კომუნიკაციის ფორმების საერთო და განმასხვავებელი ნიშნების დადგენა, სწორი ეთიკური ფორმების არსის და მათი მნიშვნელობის აღნიშვნა ბიზნესისთვის.

**კვლევის მეთოდოლოგია:** განხილულია XX საუკუნის ზოგიერთი ეთიკური თეორია, სადაც აღნიშნულია, რომ ადამიანი სოციალური არსებაა. იგი საზოგადოებაში ცხოვრობს საუკუნეებით დამკვიდრებული ქცევის წესებით, რომელთა საშუალებითაც ახდენს სხვა ადამიანებთან ურთიერთობას. ყოველ საზოგადოებას მისთვის დამახასიათებელი კულტურა და ქცევის წესები გააჩნია. თუმცა აღსანიშნავია ისიც, რომ საერთო მიზნების მქონე ადამიანთა საზოგადოებას სასურველია, ქონდეს სწორი შეხედულება ცხოვრების წესზე. ყველა საუკუნეში გავრცელებულია „კარგი ტონის ქცევები“, რომლებიც არ მოითხოვს დამატებით ხარჯებს, სამაგიეროდ კარგად აისახება ბიზნესის საბოლოო მიზანზე-ზრდის მოგებას. ამ საკითხის საფუძვლიანად გაშუქებისთვის ნაშრომში გამოყენებულია დიალექტიკის მეთოდი, ანალიზი და სინთეზი, შედარებითი ანალიზი.

**შედეგები და გამოყენება:** ბიზნესში გამოყენებულია სხვადასხვა სახის ეთიკური ნორმები, კერძოდ საქმიანი მოლაპარაკება, თავაზიანობა, ტაქტი. აღნიშნულია, რომ დღესდღეობით შექმნილი არაა ქცევის საერთაშორისო ნორმები, თუმცა ყოველი ქვეყნის ინდივიდი, შესაბამისად ბიზნესის სფეროში დასაქმებული ადამიანები ცდილობენ ქცევის წესებში აღმოაჩინონ ის, რაც ასე თუ ისე მისაღებია ადამიანთა უმრავლესობისთვის. ნაშრომში განხილულია კომუნიკაციის რამდენიმე საშუალება და

აღნიშნულია, რომ რაც უფრო კარგად აუღებს ბიზნესმენი ალღოს საკომუნიკაციო საშუალებებს, მით უფრო წარმატებული იქნება ბიზნესი.

**დასკვნა:** ამრიგად, ბიზნესის სფეროს განვითარების ერთ-ერთი აუცილებელი პირობაა პიროვნებათმორის კომუნიკაციის სწორად მართვა და ზნეობრივი ნორმების დაცვა.

**საკვანძო სიტყვები:** ბიზნესი, კომუნიკაცია, მორალური ქცევები, საქმიანი საუბრები, ეთიკა

ბიზნესი თანამედროვე საქმიანობის რთული და მნიშვნელოვანი საქმიანობაა. მისი წარმატება მრავალ ფაქტორზეა დამოკიდებული. განვიხილოთ ამ კუთხით კომუნიკაციის როლი. აქ არ იგულისხმება სამსახურებრივი საქმიანობის დროს ადამიანთა გვერდიგვერდ მუშაობის პროცესი. საუბარია კომუნიკაციაზე, როგორც ინფორმაციის გადაცემის პროცესზე. კომუნიკაცია სხვადასხვანაირი შეიძლება იყოს. მათი არსია სხვადასხვა ნიშნობრივი სისტემის მეშვეობით ადამიანებს შორის ურთიერთობის აქტის მიმდინარეობა, კომუნიკაციური ქმედებები, რომლის შედეგია სხვა ადამიანების მიერ მათი აზრობრივი აღქმა.

არსებობს ვერბალური და არავერბალური კომუნიკაციის ფორმები.

ვერბალურ კომუნიკაციაში იგულისხმება სიტყვების, მეტყველების საშუალებით მიმდინარე დამოკიდებულება ადამიანებს შორის.

არავერბალური კომუნიკაცია - სიტყვების გარეშეა. იგი მომდინარეობს მანერების, გარეგნობის, პოზის, ჟესტის და სხვა სახის დამოკიდებულებებით.

არავერბალური კომუნიკაციის ერთ-ერთი სახეა ეთიკური ქცევები და მანერები ყველა საუკუნეში გავრცელებულია კარგი ტონის ქცევები. ისინი ყალიბდებიან და იცვლებიან საზოგადოების ცვალებადობასთან ერთად. ქცევის ზოგადი წესები საბოლოოდ კარგი მანერების ცნებაში ყალიბდებიან. სიტყვა „მანერა“ ფრანგული წარმოშობისაა და მასში იგულისხმება თავის დაჭერის წესები. მანერებზე აისახება ფსიქოლოგიურ, ეროვნული, ემოციური ელემენტები, სუბიექტური თუ ობიექტური ფაქტორები.

კომუნიკაციის უნარი არ არის თანდაყოლილი თვისება. მისი სრულყოფა ხდება ადამიანებსა და საზოგადოების განვითარებასთან ერთად. განვითარების თანამედროვე ეტაპმა წინ წამოსწია კომუნიკაციის როლი ცხოვრების ყველა სფეროში, განსაკუთრებით ამ კუთხით საინტერესოა ბიზნესის სფერო.

ზემოთ განვიხილეთ ვერბალური და არავერბალური კომუნიკაციის ფორმები, როდესაც საუბარია კომუნიკაციის როლზე ბიზნესში, უმეტესად მოიაზრებენ არავერბალური კომუნიკაციის ისეთ ფორმას, როგორცაა ქცევის კულტურა და მანერები.

ბოლო საუკუნეების ზოგიერთი ფილოსოფიური თუ ეთიკური მიმართულება განსჯის საგნად განიხილავს ადამიანს და მასთან დაკავშირებულ მრავალმხრივ ასპექტებს. ადამიანი სოციალური არსებაა. იგი ცხოვრობს საზოგადოების აღიარებული და საუკუნეებით დამკვიდრებული ქცევის წესებით. ყოველი ინდივიდის ქცევის წესებში აისახება ეროვნული კულტურის წესები, რომელთაც ვიწონებთ ან უარვყოფთ. ქცევის კარგი წესები გადაეცემა თაობიდან თაობას. რაც უფრო მალე შეიცნობს ადამიანი კულტურული ქცევის წესებს და მათ ღრმა ადამიანურ აზრს, მით უფრო მოწესრიგებულ, დისციპლინირებული და მომხიბვლელი ხდება იგი საკუთარი თავისა და სხვა ადამიანებისათვის. ქცევის კულტურული წესები ეხმარება ადამიანს საზოგადოებასთან ადაპტაციაში.

საზოგადოება მრავალმხრივი მთლიანობაა. იგი თავის თავში აერთიანებს საერთო იდეალების, საერთო მიზნების მქონე ადამიანებს. სასურველია ამ ადამიანებს ჰქონდეთ სწორი შეხედულება ცხოვრების წესზე. საზოგადოებაში ცხოვრება ყველა ადამიანს ავალდებულებს იყოს თავაზიანი სხვა ადამიანების მიმართ. თავაზიანი ქცევა თანდათანობით გადადის ჩვევაში.

„კარგი ტონის ქცევები“, რომლებიც ყოველთვის იყო გავრცელებული ალამაზებს ადამიანური ცხოვრების ყველა სფეროს. იგი ბიზნესის სფეროსაც ესაჭიროება, არ მოითხოვს დამატებით ხარჯებს, მძიმე ტვირთად არ აწევს ბიუჯეტს, სამაგიეროდ კარგად აისახება ბიზნესის საბოლოო მიზანზე - ზრდის მოგებას.

ჩვევაში გადასული კარგი ტონის ქცევები თანდათანობით მკვიდრდება და მათი დარღვევა ცუდ ტონად ითვლება ადამიანმა, მეტ-ნაკლებად იცის როგორ უნდა მოიქცეს ცალკეულ

სიტუაციაში, თუმცა ისიც უნდა ვიცოდეთ, როგორ ვიქცევით უცხო ქვეყნის წარმომადგენლებთან. ყველას აქვს სურვილი უცხოელს აჩვენოს საკუთარი ქვეყნის საუკეთესო ადათები, სტუმარ-მასპინძლობის კულტურა. აღსანიშნავია, რომ ის რაც ერთი ქვეყნისთვის მისაღებია, მეორესთვის ცოტა ექსცენტრიულიც ჩანს.

არ არსებობს საერთო ქმედების წესები, რომლებიც ყველა ქვეყნის ბიზნესგარემოსათვის იქნებოდა მისაღები. ამ კუთხითაც მუშაობენ სხვადასხვა დარგის სპეციალისტები და ცდილობენ შექმნან ზოგადი ეთიკური ნორმები, რომლებშიც დაცული იქნებოდა ცალკეული ქვეყნის ეროვნული ხასიათი და საბოლოოდ ეს მცდელობა ისახება კარგი მანერების ცნებაში.

სიტყვა „მანერა“ ფრანგული წარმოშობისაა. მას ხმარობენ სხვადასხვა მნიშვნელობით. საინტერესოა მისი ის მნიშვნელობა, რომელშიც იგულისხმება თავის დაჭერის წესები, ყოფაცხოვრების ნორმები.

განვითარებული საზოგადოება კიდევ უფრო მძაფრად აჩენს კარგი ქცევის აუცილებლობას საზოგადოების ყველა წევრისათვის. რაც უფრო კარგადაა აღზრდილი ადამიანი, მით უფრო მოვალეა იგი პატივისცემით მოექცეს სხვა ადამიანის ქცევის ნორმებს.

საერთო ეთნოგრაფიულ პირობების გავლენით ყოველ ერს აქვს შემუშავებული ეროვნული ქცევის წესები. თუმცა სხვისი თვალთა თუ შევხედავთ თითოეული ერის ქცევის წესები, ბევრი რამ შეიძლება უცნაურადაც შეიძლება მოგვეჩვენოს მაგ., ხელის ჩამორთმევა, მისალმების ნიშნად თავის დახრა - არის თუ არა ეს ყველა ეროვნებისათვის კარგი ტონის მაჩვენებელი.

ლოგიკურია, რომ სხვადასხვა ერის ზნე-ჩვეულებათა ჩამოყალიბებას ხელს უწყობს კლიმატური, ბუნებრივი და სოციალური გარემო. კარგი ქცევის და მანერების საკითხი კომპლექსურია. იგი აერთიანებს ქცევას ისეთ განმსაზღვრელ ასპექტებს, როგორცაა საერთაშორისო სამართალი, ეკონომიკა, ისტორია, ფსიქოლოგია, რელიგია და ყოფაცხოვრების სხვა მხარეები, რომლებიც განსხვავებულია სხვადასხვა ქვეყნისათვის.

ბიზნესის სწორად წარმართვა აუცილებლობით მოითხოვს მაღალი ზნეობრივი ნორმების, ქცევის კულტურის და დახვეწილი მანერების არსებობას. ეს პროცესი მრავალმხრივია მათზე ბევრადაა დამოკიდებული ბიზნესის წარმატება და მისი ინტეგრირება დანარჩენ მსოფლიოსთან.

კარგი მანერები განსაკუთრებით საჭიროა ხელმძღვანელისათვის. მის მიმართ პარტნიორები დადებითად არიან განწყობილები და მუდმივად ყურადღების ცენტრშია.

კარგი მანერების აუცილებელი ატრიბუტია ტაქტი. ტაქტი გაულისხმობს ზომიერების განცდას, რომელიც კარნახობს ადამიანს, როგორ მოიქცეს კონკრეტულ სიტუაციაში. ტაქტი განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია ბიზნესის სფეროსათვის. იგი ხელს უწყობს პარტნიორებთან ურთიერთობას, ხელქვეითებთან, კლიენტებთან და მომსახურე პერსონალთან სწორ ურთიერთობას. საჭიროა არა მხოლოდ ტაქტის შესახებ საუბარი, არამედ მისი გამოყენება პრაქტიკულ ცხოვრებაში. თუ მენეჯერი საუბრობს ტაქტიანობაზე, მისი ყოველდღიური ქცევა კი უტაქტოა, ასეთ საუბრებს არავითარი პრაქტიკული შედეგი არ ექნება. საინტერესოა მენეჯერისა და თანამშრომლების დამოკიდებულება. დაუშვებელია მენეჯერს ქონეს მბრძანებლური ტონი. ეს იწვევს თანამშრომელთა მხრიდან აგრესიას, უმჯობესია ხელმძღვანელმა მხარი დაუჭიროს კარგ ინიციატივას, ყურადღებით მოისმინოს შენიშვნები, დაასაბუთოს საკუთარი აზრი არგუმენტირებულად, აღიაროს შეცდომები. ასეთი დამოკიდებულება მორალური საკითხებისადმი იწვევს ხელმძღვანელის ავტორიტეტის ზრდას, თანამშრომელთა პასუხისმგებლობას, ხელმძღვანელებისადმი პატივისცემის გრძნობას.

ბიზნესში კომუნიკაციის ერთ-ერთი ფორმაა საქმიანი მოლაპარაკება. მისი მიზანია პარტნიორის დარწმუნება კონკრეტული წინადადებების მიღებით. გადამწვეტია პირველი წინადადება. აქ მუდგანდება მოსაუბრის შინაგანი განწყობილება, თავდაჯერებულობა, რწმენა ან პირიქით შიში და უიმედობა.

ასევე მნიშვნელოვანია მოლაპარაკების პროცესში მოთმენის კულტურა, თუ რომელიმე მხარე ყურადღებით არ ისმენს, ან აზრს აწყვეტინებს, პარტნიორი ღიზიანდება და კარგავს ურთიერთობის სურვილს. დაუშვებელია საკუთარი აზრის რადიკალური დაფიქსირებაც „მე ასე გავაკეთებდი“. ესეც პარტნიორის გაღიზიანებას უწყობს ხელს.

განვიხილეთ კომუნიკაციის რამდენიმე საშუალება. თანამედროვე ეტაპზე იზრდება მათი რიცხვი. რაც უფრო კარგად ფლობს ბიზნესმენი ზემოთ დასახელებულ საშუალებებს, მით

უფრო ადვილად უღებს ალღოს თანამედროვე მდგომარეობას და შესაბამისად ბიზნესშიც წარმატება გარანტირებულია.

### გამოყენებული ლიტერატურა

1. ბერდიაევი ნ., ადამიანის ბედი თანამედროვე სამყაროში. თბ., 2009
2. კაკაბაძე ზ., ხელოვნება, ფილოსოფია, ცხოვრება. თბ., 1998
3. ფორდი ჰ., ჩემი ცხოვრება, ჩემი მიღწევები. თბ., 2001
4. ლოლობერიძე მ., ბიზნესის ფილოსოფია. თბ., 1991
5. ქირთაია მ., ბიზნესის ეთიკა. თბ., 2003
6. ჰილი ნ., წარმატების სტრატეგია. თბ., 2012