

ეფექტური კომუნიკაციის როლი ბიზნესში და
კომუნიკაციის თანამედროვე ტენდენციები

თენგიზ ლაფაჩი

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

პროგრამა: ბიზნესის ადმინისტრირება
მიმართულება: მენეჯმენტი

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: საბა ჯაჯანიძე

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი
2021

განაცხადი

როგორც წარდგენილი სამაგისტრო ნაშრომის ავტორი, ვაცხადებ, რომ ნაშრომი წარმოადგენს ჩემს 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. ნაშრომში გამოყენებულია ჩემს მიერ დაწერილი სიმულაციური აკადემიური ნაშრომის ელემენტები.

თენგიზ ლაფაჩი
30.04.2021

აბსტრაქტი

ბიზნესში ეფექტური კომუნიკაციის როლი როგორც აღმოჩნდა იმაზე გაცილებით დიდია, ვიდრე ეს ერთი შეხედვით შეიძლება წარმოვიდგინოთ, გარდა ამისა ეფექტური კომუნიკაციის დამყარება შესაძლოა საკმაოდ რთულიც კი აღმოჩნდეს. ვერბალური კომუნიკაციისას მსწრაფად მსწრაფად პროცენტულად ყველაზე ნაკლები მნიშვნელობა აქვს ჩვენს სიტყვებს, მასზე მნიშვნელოვანი ელემენტებია ხმის ინტონაცია და სხეულის ენა.

ეფექტური კომუნიკაციის დამყარება სასიცოცხლოდ მნიშვნელოვანია ბიზნესისათვის, აღმოჩნდა, რომ მომხმარებელი გაცილებით ლოიალურადაა დამოკიდებული ისეთი კომპანიების მიმართ, რომლებიც მათთან სწორ კომუნიკაციას ამყარებენ. იმისათვის, რომ მომხმარებელთან ურთიერთობისას კომუნიკაცია იყოს მაქსიმალურად ეფექტური, საჭიროა შევარჩიოთ სწორი საკომუნიკაციო არხები. ზოგადად, საკომუნიკაციო არხები მრავალფეროვანია, მაგრამ ყველა საკომუნიკაციო არხი ნებისმიერ სიტუაციაში ოპტიმალური არაა. როგორც გამოიკვეთა, ბიზნესისათვის დღესდღეობით ყველაზე აქტუალურია ციფრული კომუნიკაციები, რომელიც ხასიათდება ყველაზე დიდი ეფექტურობით, ვინაიდან მომხმარებელი ყველაზე დადებითად ციფრული კომუნიკაციების მიმართაა დამოკიდებული. მართალია, ზემოთ აღნიშნული კომუნიკაციის მეთოდი ყველაზე ეფექტური გზაა ადამიანებთან ურთიერთობისათვის, მაგრამ ამ გზასაც აღმოაჩნდა თავისი უარყოფითი მხარეები. იმის გამო, რომ ციფრული კომუნიკაცია ძალიან ეფექტურია, ინტერნეტში უკვე მომხმარებელს ხვდება აუარებელი სახის რეკლამა, რაც გარკვეულწილად, ზოგ შემთხვევებში ადამიანების გაღიზიანებას იწვევს, რა დროსაც

კომუნიკაცია ეფექტურობას კარგავს და შესაძლოა სასურველი შედეგი ვერ მივიღოთ. ციფრული კომუნიკაციები სწრაფად ვითარდება, თუმცა ეს პროცესი უფრო დაასწრაფა კოვიდ-19-მა, ვინაიდან ამ დროს ადამიანებს მოუწიათ ყველა პროცესის დისტანციურად წამართვა.

იმისათვის, რომ კომუნიკაცია მომხმარებელთან სწორად დამყარდეს, ამისათვის ჯერ საჭიროა მოწესრიგდეს შიდაკომუნიკაციები, ვინაიდან თუ თანამშრომლები ვერ შეძლებენ კოორდინირებულ მუშაობას, მომხმარებელთან ეფექტური კომუნიკაციის დამყარება შესაძლოა ძალიან ძნელი განსახორციელებელი გახდეს.

Abstract

The role of effective communication in business is greater than can be expected at first glance. Furthermore, establishing chain of efficient communication could be key hardest area. In case of verbal communication, lower percentage of importance are empower for spoken words. However, more important elements are tone of voice and body language. Establishing effective communications is vital to the business, and customers have been found to be much more loyal to the companies that establish the right communications with them. for this purpose communication with clients to be as effective as possible, it is necessary to choose the right communication channels. As a rule, channel communications are diverse, but not all channel communications can be considered like the best option in every situation.

As research shows, digital communications today are the most relevant for business, which is characterized by the greatest efficiency, since the consumer most positively depends on digital communications.

According to the survey the communication method which we described above is indeed the most effective way to communicate with people, but this method has also found its disadvantages. Because digital communication is so effective, consumers already see the inevitable advertising on the Internet, which in some cases even annoys people, after which the communication loses its effectiveness and we cannot get the desired results. Digital communications are developing rapidly, although this process was accelerated by Covid-19 since at that time people had to manage all processes remotely. in an effort to communicate correctly with the client, first of all, it is necessary to regulate internal communications, because if employees cannot work in a coordinated manners, it can be very difficult to establish effective communication with the client.