

ბიზნეს-კომუნიკაციის გავლენის განსაზღვრა საბანკო სექტორზე

სალომე ჯანგულაშვილი

„სამაგისტრო ნაშრომი წარდგენილია ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის ბიზნესის, ტექნოლოგიებისა და განათლების ფაკულტეტზე, მენეჯმენტის მაგისტრის აკადემიური ხარისხის მინიჭების მოთხოვნის შესაბამისად“

პროგრამა: მენეჯმენტი

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: გივი ჭანუყვაძე, ასოცირებული პროფესორი

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, 2022

განაცხადი

როგორც წარდგენილი სამაგისტრო ნაშრომის ავტორი, ვაცხადებ, რომ ნაშრომი არ შეიცავს სხვა ავტორების მიერ აქამდე გამოქვეყნებულ, გამოსაქვეყნებლად მიღებულ ან დასაცავად წარდგენილ მასალებს, რომლებიც ნაშრომში არ არის მოხსენიებული ან ციტირებული სათანადო წესების შესაბამისად.

სალომე ჯანგულაშვილი, 26.06.2022.

აბსტრაქტი

საბანკო სფეროს მენეჯმენტი ბიზნეს-კომუნიკაციის გარეშე ფაქტობრივად წარმოუდგენელია. საქმიანი კომუნიკაციები ხელს უწყობს ბანკის მომხმარებლის კმაყოფილების ზრდას, გარდა ამისა ზრდის საბანკო პროდუქტებისა და მომსახურების ცნობადობას. კვლევის საშუალებით გამოვლინდა რამდენად მნიშვნელოვანია მომხმარებლისთვის მომსახურე ბანკთან აქტიური, მარტივი და ხელმისაწვდომი კომუნიკაცია. რაოდენობრივი კვლევის საშუალებით გამოჩნდა ფინანსურ კომპანიებში კომუნიკაციის ძლიერი და ამავდროულად სუსტი მხარეები. თვისობრივმა კვლვამ დაგვანახა, რომ ქართული ბანკები დიდი პასუხისმგებლობით ეკიდებიან როგორც შიდა, ასევე კომპანიის გარე საქმიანი ურთიერთობების საკითხს. მათ ბოლომდე აქვთ გააზრებული, ბიზნეს-კომუნიკაციის არსი და მისი მნიშვნელობა ბანკის წარმატებაში.

თვისებრივი კვლევის შედეგებმა უპასუხა კვლევის მიზანსა და ამოცანებს, რაოდენობრივი კვლევის შედეგად კი მოხდა მონაცემების გადამოწმება, რის საფუძველზეც დადასტურდა კვლევის ჰიპოთეზები.

წყაროებში განხილულია კომუნიკაცია, მისი არსი და ეფექტური საქმიანი კომუნიკაციის მიღწევის საშუალებები. საკითხი დანახულია არამარტო ქართველი ავტორების პერსპექტივიდან, არამედ ნაშრომში მოცემულია უცხოელი ავტორების შეხედულებები და რჩევები კომპანიის მენეჯმენტის მისამართით. ლიტერატურის მიმოხილვაში ხაზგასმულია ფუნდამენტური საკითხები, რომლებიც ბიზნესის კომუნიკაციას უკავშირდება.

ნაშრომში გამოყოფილია, კომუნიკაციის ხელისშემშლელი ფაქტორები და მოცემულია მათი თავიდან არიდების საშუალებები.

წყაროების განხილვისას მიმოხილულია ბიზნეს-კომუნიკაციის ახალი და თანამდეროვე საშუალებები, რომლებითაც ბანკები სარგებლობენ შიდა და გარე ურთიერთობის პროცესში.

Abstract

Banking management without business communication is virtually unthinkable. Business communications help to increase the bank's customer satisfaction, in addition to increasing the awareness of banking products and services. The research revealed the importance of active, easy and affordable communication with the customer service bank. Quantitative research has revealed the strengths and weaknesses of communication in financial companies. Qualitative research has shown that Georgian banks take great responsibility for both internal and external business relations of the company. They fully understand the essence of business communication and its importance in the success of the bank.

The results of the qualitative research answered the purpose and objectives of the research, and the data were verified as a result of the quantitative research, on the basis of which the research hypotheses were confirmed.

Sources discuss communication, its essence and the means of achieving effective business communication. The issue is seen not only from the perspective of Georgian authors, but also the views and advice of foreign authors on the company's management. The literature review highlights fundamental issues related to business communication.

The paper identifies the factors that hinder communication and provides ways to avoid them.

The review of the sources reviews the new and modern means of business communication that banks use in the process of internal and external relations.