

**კომუნიკაციის მნიშვნელობის განსაზღვრა მომხმარებელთა  
კმაყოფილებაზე საბანკო სფეროში**

**გიორგი დვალაშვილი**

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

**პროგრამა: მენეჯმენტი**

**სამეცნიერო ხელმძღვანელი: კახა მაღრაძე**

**ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი**

**თბილისი, 2023**

## 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.

გიორგი დვალაშვილი, 02.01.2023.

## აბსტრაქტი

თანამედროვე საბანკო სფეროში წარმატების მიღწევა კომუნიკაციის გარეშე წარმოუდგენელია, ეფექტური კომუნიკაცია ხელს უწყობს ბანკების მომხმარებელთა კმაყოფილების ზრდას და იზრდება ბანკის ერთგულ მომხმარებელთა რაოდენობა, მათი იმიჯი და რეპუტაცია მყარდება და საბანკო პროდუქტების გაყიდვებიც შესაბამისად მატულობს.

კვლევის შედეგების გაანალიზების შედეგად ცალსახაა, რამდენად მნიშვნელოვანია მომხმარებლისათვის ბანკის მიერ წარმართული აქტიური, მარტივი და მათთვის გასაგები კომუნიკაცია. რაოდენობრივმა კვლევამ კი გამოავლინა ის ძლიერი და სუსტი მხარეები, რაც თანამედროვე საბანკო სისტემას აქვს ქართულ ფინანსურ ბაზარზე მომხმარებლებთან კომუნიკაციის თვალსაზრისით.

თვისებრივი კვლევის შედეგად კი კარგად გამოჩნდა რამდენად მნიშვნელოვანია ქართული ბანკებისათვის კომუნიკაციის სწორად წარმართვა და რამდენად დიდი პასუხისმგებლობით ეკიდებიან ისინი ამ საკითხს. ეს ეხება, როგორც შიდა, ასევე გარე კომუნიკაციას. როგორც ჩანს, ქართულ ბანკებს ბოლომდე აქვთ გააზრებული კომუნიკაციის მნიშვნელობა მომხმარებელთა კმაყოფილებისა და შესაბამისად მათი წარმატების უზრუნველსაყოფად.

თვისებრივი კვლევა დამეხმარა კვლევის მიზნებისა და ამოცანების მიღწევაში, ხოლო რაოდენობრივ კვლევასთან თანხვედრაში მან მოგვცა საერთო სურათი, რითაც დადასტურდა ჩემ მიერ დასმული კვლევის ჰიპოთეზა.

ლიტერატურის მიმოხილვის ნაწილში საუბარია კომუნიკაციის არსზე და მის მნიშვნელობაზე, როგორც ქართველი ასევე უცხოელი მკვლევარების ნაშრომებზე დაყრდნობით. ნაშრომში წარმოდგენილია ასევე ეფექტური კომუნიკაციის შემაფერხებელი ფაქტორები და დასახულია მათი მოგვარების გზები.

## Abstract

Achieving success in modern banking system is unimaginable without effective communication, which is vital for banks to increase the satisfaction of their customers. Proper communication has positive impact on the level of loyalty as regards their clients.

As a result, of the research conducted by me, the importance of active, easy and comprehensive communication are clear for the clients of financial organizations.

The quantitative research shows strengths and weakness of the modern banks system of Georgian financial market as regards their internal and external communication with each other and the customers.

As for qualitative research, it makes clear the Georgian how vital it is for Georgian banks to conduct communication and how much responsibility they take on this issue. This refers to both internal and external communication. It seems that Georgian banks fully understand the importance of communication in order to ensure their success in accordance with customer satisfaction.

Qualitative research aids me to achieve the objectives and purpose of the research while with quantitative research it gave us an overall picture, thus confirming my research hypothesis.

In the part of the literature review, we talk about the essence of communication and its importance based on the works of Georgian and foreign researchers. The paper presents the factors, which prevent effective communication and outlines the ways to resolve them.