



الویت‌بندی عوامل مؤثر مهارت کلامی مدیران در ارتباطات بازرگانی

بهنام عاشقی^۱، وحید خاک شهرستانی^۲

۱- کارشناس ارشد گروه مدیریت ورزشی دانشگاه پیام‌نور ایران

۲- کارشناس ارشد رشته مدیریت بازرگانی بین‌الملل دانشگاه آزاد رشت ایران

خلاصه

مهارت مکالمه‌ای در ارتباطات بازرگانی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار بوده و عوامل مختلف، مسئول ایجاد ارتباط صحیح در کسب و کار هستند. این پژوهش با هدف الویت‌بندی عوامل مؤثر در ارتباط کلامی مدیران فروش صورت پذیرفته است. مطالعه‌ی حاضر مطالعه‌ای توصیفی-تحلیلی به روش مقطعی است. جامعه‌ی آماری پژوهش شامل مدیران فروش شرکت-های موادغذایی شهر رشت بوده که تعداد ۹۰ نفر از بین ۱۷۶ نفر به عنوان نمونه به صورت تصادفی انتخاب شده‌اند. ابتدا با مروری بر آثار موجود، الگوی مفهومی مهارت کلامی طراحی گردید. سپس به منظور تعیین روایی محتوا، الگوی فرضی به گروه خبرگان ۱۰ نفره ارائه شد. برای جمع‌آوری اطلاعات از روش نمونه‌گیری تصادفی و از پرسشنامه‌ی مهارت کلامی مدیران در ارتباطات بازرگانی استفاده شده است. ابتدا پرسشنامه دارای ۸ عامل و ۷۰ شاخص بود که با نظرسنجی از گروه خبرگان، به ۷ عامل و ۴۲ شاخص اصلاح شد. سپس در اختیار صاحبان فرآیند قرار گرفت. پس از تعیین پایایی از روش آلفای کرونباخ (۰/۹۱۷ بدست آمد) و برای الویت‌بندی عوامل مؤثر مهارت کلامی مدیران در ارتباطات بازرگانی با استفاده از نرم افزار SPSS الویت‌بندی به دست آمده شامل (شیوایی بیان و ادای صحیح کلمات، اجتناب از اهانت و هتک حرمت به دیگران، مهارت در شیوه‌ی برقراری مکالمات تلفنی، سلیس و روان صحبت کردن و لذت‌بردن از مصاحبت با دیگران) به ترتیب پنج عامل نخست بودند نتایج حاصل از این مطالعه نشان می‌دهد که مهارت کلامی مدیران در ارتباطات بازرگانی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار بوده و عوامل مختلف، مسئول ایجاد ارتباط صحیح در کسب و کار هستند، بنابراین یک مدیر موفق باید از کم و کیف فرآیند ارتباطی آگاه باشد و نحوه‌ی برقراری ارتباطات مؤثر را بداند.

کلمات کلیدی: ارتباط مؤثر، مهارت کلامی، ارتباطات بازرگانی، مهارت‌های مدیران

نویسنده مسئول^۱

Email: behnam.asheghi@yahoo.com