

**Master Thesis: Examining the impact of business sustainability on consumers'
behavior in the banking industry of Georgia**

Nino Mtchedlishvili

*A project/thesis submitted to the Faculty of Ilia State University Business, Technology and
Education Business School in fulfillment of the requirements for the degree of Master of
Business Administration*

Academic supervisor: Nino Patariaia, Professor

Ilia State University

Tbilisi (2022)

Declaration

As the author of this paper, I declare that this thesis presented for the degree of Master of Business Administration is an original report of my research and has been written by me. Due references have been provided on all supporting literatures and resources. I also confirm that this work has not been submitted for any other degree or professional qualification.

Some of the work described in this thesis was previously written and submitted as a simulated paper in the course of Academic Writing for MBA at Ilia State University faculty of Business, Technology and Education in (January 2021).

Nino Mtchedlishvili 30.01.2022

აბსტრაქტი

დღევანდელ მსოფლიოში ბიზნეს მდგრადობა სულ უფრო მნიშვნელოვანი ხდება. წარმოდგენილი ნაშრომი მიზნად ისახავს ბიზნეს მდგრადობის მნიშვნელობის გაანალიზებას მომხმარებელთა პრეფერენციების, წინა ნაშრომებისა და შესაბამისი კვლევის მეთოდოლოგიის მიხედვით. ამისთვის შეირჩა განმარტებითი კვლევის სტრატეგია, რათა დადგინდეს კავშირი ბიზნეს მდგრადობის კონცეფციასა და მომხმარებელთა ფინანსურ ქცევას შორის საქართველოს საბანკო ინდუსტრიაში. კვლევის ფარგლებში გამოვლინდა სამი ბანკი: თიბისი ბანკი, საქართველოს ბანკი და პროკრედიტ ბანკი მდგრადი ბიზნეს პროცესების მაღალი დონის, კლიენტთა დიდი რაოდენობისა და ინოვაციებში ინვესტირების შესაძლებლობის გამო. კვლევითი პროექტისათვის გამოყენებულია მონომეთოდს, კერძოდ ჩატარდა რაოდენობრივი კვლევა ონლაინ კითხვარის დახმარებით, რისი მეშვეობითაც შეგროვდა პირველადი მონაცემები. სამიზნე პოპულაცია კი ზემოთხსენებული სამი ბანკის მომხმარებლებია. მონაცემები გაანალიზდა სოციალური მეცნიერებების სტატისტიკური პაკეტის (SPSS) დახმარებით, კერძოდ, ჩატარდა ვალიდურობის, კორელაციისა და რეგრესიული ანალიზი, რომელსაც მოჰყვა ჰიპოთეზების ტესტირება. შედეგად, ცვლადებს შორის გამოვლინდა კავშირი და ჰიპოთეზების ტესტირებისას დადგინდა, რომ პროდუქტები და სერვისები გავლენას ახდენდნენ მომხმარებელთა ფინანსურ ქცევაზე, ხოლო განხორციელებული CSR პროგრამები და ბიზნესის მდგრადობა არ ან უარყოფითად ახდენს გავლენას მასზე. კვლევის ფარგლებში გაიცა რეკომენდაციები ბიზნესის მდგრადობის კონცეფციის შესახებ მომხმარებელთა ცნობიერების ამაღლების კუთხით და მდგრადობის ანგარიშის მომხმარებლებისთვის ფართოდ ხელმისაწვდომობის შესახებ.

საკვანძო სიტყვები: ბიზნეს მდგრადობა, მომხმარებელთა ქცევა, კორპორატიული სოციალური პასუხისმგებლობა, საბანკო სექტორი

Abstract

In today's world, business sustainability is becoming increasingly important. This paper intended to analyze the importance of business sustainability in consumers' preferences drawing on the previous studies and appropriate research methodology. An explanatory research strategy was chosen to investigate the connection between awareness of the concept of business sustainability and consumers' financial behavior in the banking industry of Georgia. Within the research scope, three banks, TBC Bank, Bank of Georgia, and ProCredit bank were selected due to their high level of sustainable business processes in addition to the huge number of clients and ability to invest in innovations. This research project draws on a mono-method approach, including quantitative research based on a survey strategy, utilizing an online questionnaire for primary data collection coupled with the target population of consumers of these three banks. The data were analyzed with the assistance of the Statistical Package for the Social Sciences (SPSS), particularly, validity, correlation, and regression analysis were performed, together with the hypotheses testing. As a consequence, a link between variables was discovered, and when the hypotheses were tested, it was discovered that products and services had an impact on consumers' financial behavior, whereas implemented CSR programs and business sustainability had either no or negative influence on consumption. The study made recommendations for raising consumer awareness of the applied business sustainability concept and making the sustainability report more widely available to customers.

Keywords: Business Sustainability, Consumers' Behavior, Corporate Social Responsibility, CSR, Banking Industry