

მომხმარებელთა კმაყოფილების განსაზღვრა და მათი ქცევის შეფასება
„საქართველოს ბანკის“ მაგალითზე დაყრდნობით

მეგი ჩერქეზიშვილი

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

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: ნათია ვაჩიშვილი, მოწვეული ლექტორი

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, 2022

განაცხადი

როგორც წარდგენილი ნაშრომის ავტორი, ვაცხადებ, რომ ნაშრომი წარმოადგენს ჩემს ორიგინალურ 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.

მეგი ჩერქეზიშვილი

მ. ჩერქეზიშვილი

19.06.2022

აბსტრაქტი

წინამდებარე ნაშრომი მიზნად ისახავს მომხმარებელთა კმაყოფილების განსაზღვრასა და მათი შემდგომი ქცევის შეფასებას, „საქართველოს ბანკის“ მომხმარებელთა კვლევის მაგალითზე დაყრდნობით. მომხმარებელთა კმაყოფილება, ეს არის მდგომარეობა, როდესაც მომხმარებელთა მოთხოვნილებები და მოლოდინები სრულად შეესაბამება კომპანიის მიერ მიწოდებულ პროდუქტსა და მომსახურებას. ნებისმიერი ბიზნესის წარმატებული და ეფექტიანი მუშაობისათვის კი აუცილებელია კმაყოფილი მომხმარებლის მოპოვება და შენარჩუნება.

მოცემული სამაგისტრო ნაშრომის მთავარი მიზანია მომხმარებელთა კმაყოფილების სხვადასხვა დონეების განსაზღვრა და იმ ძირითადი მიზეზების ჩვენება, რის გამოც აუცილებელია რომ კომპანიას ჰყავდეს კმაყოფილი და ლოიალური მომხმარებელი. ნაშრომში მკაფიოდ არის წარმოდგენილი მომხმარებელთა ქცევა და მათი ემოციები, პროდუქტის მოხმარების პროცესში. ასევე ხაზგასმით არის ნაჩვენები ის პოზიტიური შედეგები რასაც კომპანია მიიღებს, მაღალი ხარისხის პროდუქტისა და მომსახურების შეთავაზებით. აღნიშნული ფაქტორი, იწვევს მომხმარებლის კმაყოფილებასა და ფულადი ნაკადების ზრდას. კვლევაში ასევე განხილულია მომხმარებლის კმაყოფილებაზე მოქმედე ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი საკითხი, მარკეტინგი, რომელიც ძალიან დიდ როლს თამაშობს მომხმარებელთა დაინტერესებაზე, მათ განწყობაზე, ქცევაზე და ა.შ.

კვლევის შედეგად გამოიკვეთა ის ძირითადი მიზეზები, რაც გავლენას ახდენს მომხმარებლისა და „საქართველოს ბანკის“ ურთიერთობაზე, მათ შორის ლიდერობს მომსახურებისა და პროდუქტის ხარისხი. კვლევის ძირითად სეგმენტს წარმოადგენს ახალგაზრდები ერთობლიობა, რომლებსაც აქვთ ამჟამინდელი კავშირი „საქართველოს ბანკთან“.

ნაშრომის ძირითადი ნაწილი მოიცავს შესავალს, ლიტერატურის მიმოხილვას, რომელშიც წარმოდგენილია როგორც წიგნები, ისე სხვადასხვა კვლევები მოცემულ საკითხთან დაკავშირებით, მეთოდოლოგიას, სადაც განხილულია კვლევის მეთოდები და შეზღუდვები, შედეგების ანალიზის, დასკვნასა და რეკომენდაციებს.

სამიუბო სიტყვები: მომხმარებელი, კმაყოფილება, ლოიალობა, მომსახურების ხარისხი, პროდუქტის ხარისხი, მარკეტინგი, სამიზნე ჯგუფი.

Abstract

This paper aims to determine customer satisfaction and evaluate their subsequent behavior, based on the example of "Bank of Georgia" customer research. Customer satisfaction is a state when the needs and expectations of customers are fully consistent with the products and services provided by the company. For the successful and effective operation of any business, it is necessary to acquire and maintain satisfied customers.

The main goal of this master's thesis is to determine the different levels of customer satisfaction and to show the main reasons why it is necessary for a company to have satisfied and loyal customers. The paper clearly presents the behavior of consumers and their emotions in the process of using the product. It also emphasizes the positive results that the company will get by offering high quality products and services. This factor leads to customer satisfaction and increase in cash flow. The research also discusses one of the most important issues affecting customer satisfaction, marketing, which plays a very large role in influencing customer interest, mood, behavior, etc.

As a result of the research, the main reasons that affect the relationship between the customer and the "Bank of Georgia" were identified, among which the quality of service and product is the leading one. The main segment of the research is young people who have a current relationship with "Bank of Georgia".

The main part of the paper includes an introduction, a literature review, which presents both books and various studies related to the given issue, methodology, where research methods and limitations are discussed, analysis of the results, conclusion and recommendations.

Keywords: customer, satisfaction, loyalty, service quality, product quality, marketing