

ციფრული ტრანსფორმაციის გავლენა მომხმარებელთა ქცევასა და
გაყიდვების სტრატეგიაზე ქართული საბანკო სისტემის მაგალითზე

ქეთევან ჯმუხაძე

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

პროგრამა: მენეჯმენტი

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: საბა ჯაჯანიძე, პროფესორი

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, 2023

განაცხადი

როგორც წარდგენილი სამაგისტრო 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.

ქეთევან ჯმუხაძე, 14/04/2023

აბსტრაქტი

მსოფლიოში ბიზნესის ფუნქციონირებაში ციფრული ტექნოლოგიების გამოჩენამ დიდი რევოლუცია მოახდინა. შესაბამისად, არც საბანკო სექტორი დარჩენილა ამ ციფრული ტრანსფორმაციის მიღმა. ბევრი ბანკი დიდ ინვესტიციას დებს ციფრული პლატფორმების დანერგვასა და განვითარებაში, რათა გააუმჯობესოს მისი მომსახურება და მომხმარებლებისთვის გახადოს ბევრად უფრო მარტივი თითოეული ასპექტი, რაც თავის მხრივ აუცილებლად გაზრდის გაყიდვებსაც.

არსებული კვლევის მიზანია გამოიკვლიოს ციფრული ტრანსფორმაციის გავლენა მომხმარებელთა ქცევასა და გაყიდვების სტრატეგიაზე საქართველოს საბანკო სისტემაში.

კვლევა მოიცავდა სიღრმისეულ ინტერვიუებს 15 საშუალო და მაღალი რგოლის მენეჯერებთან საქართველოს 3 ბანკიდან და ამ ბანკების მომხმარებლებთან, რომლებიც მუდმივად იყენებენ მათ მომსახურებებსა და პროდუქტებს. მიგნებებში ჩანს მომხმარებელთა პრეფერენციების ცვლილება ციფრული საბანკო არხებისადმი, ისეთი რუტინული საბანკო ტრანზაქციებისადმი როგორებიცაა: სეივინგები, სესხის გადახდები და ტრანსფერები. ეს ცვლილებები ბანკებს უბიძგებთ შეცვალონ გაყიდვების სტრატეგიები და უპირატესობა მიანიჭონ ციფრული მარკეტინგის ტაქტიკებსა და პერსონალიზებულ სერვისებს

კვლევაში გამოყენებული იქნება თვისებრივი კვლევის მიდგომა, რომელიც მოიცავს ინტერვიუს ჩატარებას საქართველოში არსებული სხვადასხვა საბანკო დაწესებულების თანამშრომლებთან. დასკვნებმა ცხადყო, რომ ციფრულმა ტრანსფორმაციამ მნიშვნელოვანი გავლენა მოახდინა მომხმარებელთა ქცევაზე, მათი უმეტესი ნაწილი უპირატესობას ანიჭებს ციფრულ არხებს საბანკო ტრანზაქციების განსახორციელებლად. ბანკებს მოუწიათ რომ შეეცვალათ თავიანთი გაყიდვების სტრატეგია, რათა მომხმარებელთა ცვალებადი ქცევა მორგებულყო ციფრულ მარკეტინგსა და პერსონალიზებული სერვისების გაზრდაზე.

კვლევა ადასტურებს, რომ ციფრულმა ტრანსფორმაციამ საქართველოს საბანკო სისტემას მრავალი შესაძლებლობა მისცა მომხმარებელთა გამოცდილებისა და გაყიდვების გაზრდის მიზნით.

ძირითადი საძიებო სიტყვები: ციფრული სამყარო, საბანკო სისტემა, ტრანსფორმაცია, გაყიდვები, მომხმარებელთა ქცევა.

Abstract

The advent of digital technologies has brought about a great revolution in the functioning of businesses around the world. Therefore, the banking sector was not left behind in this digital transformation. Many banks are investing heavily in the implementation and development of digital platforms to improve their services and make every aspect much easier for customers, which in turn will surely increase sales.

The purpose of the present study is to investigate the impact of digital transformation on customer behavior and sales strategy in the Georgian banking system.

The research included in-depth interviews with 15 mid- and high-level managers from three Georgian banks and customers of these banks who regularly use their services and products. The findings show a shift in consumer preferences for digital banking channels for routine banking transactions such as savings, loan payments, and transfers. These changes are forcing banks to change their sales strategies and prioritize digital marketing tactics and personalized services.

The research will use a qualitative research approach, which includes conducting interviews with employees of various banking institutions in Georgia. The findings revealed that digital transformation has had a significant impact on consumer behavior; most of them prefer digital channels to carry out banking transactions. Banks have had to change their sales strategies to adapt to changing customer behavior with digital marketing and increased personalized services.

The study confirms that the digital transformation has given the Georgian banking system many opportunities to increase customer experience and sales.

Key words: Digital world, banking system, transformation, sales, consumer behavior.