

გარემო ფაქტორების, პროდუქტის მახასიათებლებისა და მარკეტინგული  
სტრატეგიების გავლენა მომხმარებელთა ქცევაზე

მაგისტრანტი: თინათინ იობიძე

*სამაგისტრო ნაშრომი წარმოდგენილია ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის ბიზნესის,  
ტექნოლოგიებისა და განათლების ფაკულტეტზე, ბიზნესის  
ადმინისტრირების(მენეჯმენტში) აკადემიური ხარისხის მინიჭების მოთხოვნების  
შესაბამისად*

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: თეა რიჟამაძე, ასისტენტ პროფესორი

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

2024

## 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. ნაშრომის ზოგიერთი ნაწილი დაიწერა და წარდგენილი იყო კვლევის მეთოდების კურსზე ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის ბიზნეს სკოლაში (თებერვალი, 2024)“.

თინათინ იობიძე, 2024

## მადლობა

მადლობა ქალბატონ თეა რიჟამაძეს, ჩემი კურსის ხელმძღვანელს, გაწეული დახმარებისათვის. მადლობა კვლევაში მონაწილე პირებს.

## აბსტრაქტი

მოცემული ნაშრომი განიხილავს გარემო ფაქტორებს, პროდუქტის მახასიათებლებს, მარკეტინგულ სტრატეგიებს და მომხმარებელთა ქცევას შორის არსებულ ურთიერთქმედებას. განხილულია მომხმარებლების ქცევაზე გარემო ფაქტორების გავლენა. გაანალიზებულია, თუ რატომ არის ბიზნესისთვის მნიშვნელოვანი ბაზარზე გასვლის წინ ან ახალი პროდუქციის გამოშვებისას შეისწავლოს მომავალი მომხმარებლები, მათი ქცევა, მოთხოვნები და ღირებულებები. აღნიშნულია რიგი მეთოდების, რომლებსაც კომპანიები იყენებენ პოტენციურ მომხმარებლებთან საურთიერთოდ. საუბარია იმაზე, თუ როგორ შეიძლება მოახდინოს გავლენა ამ ყველაფრის გაანალიზებამ საბოლოოდ ბიზნესის წარმატებაზე. ნაშრომში განხილულია მომხმარებლის ტიპები და ფაქტორები, რომლებმაც შეიძლება იმოქმედონ მათ გადაწყვეტილებაზე. წამოჭრილია ასევე ინტერნეტ მარკეტინგის საკითხი და განხილულია ინფორმაცია მისი მნიშვნელობის შესახებ თანამედროვე სამყაროში.

მოცემულ ნაშრომში დაწვრილებით იქნება განხილული ზემოთ ნახსენები საკითხები თეორიულ დონეზე, რომელსაც ვეცდებით პრაქტიკული კვლევის შედეგებიც დავურთოთ.