ონლაინ კაზინოს ინდუსტრიის რეგულაციები საქართველოში: მომხმარებელთა დაცვისა და ბიზნესის მარკეტინგული შეზღუდვების კვლევა

ანა რობაქიძე

სამაგისტრო ნაშრომი წარდგენილია ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის ბიზნესის, ტექნოლოგიისა და განათლების ფაკულტეტზე საზოგადოებასთან ურთიერთობის მაგისტრის ხარისხის მინიჭების მოთხოვნების შესაბამისად

საზოგადოებასთან ურთიერთობის სამაგისტრო პროგრამა

ნაშრომის ხელმძღვანელი: თინათინ იმერლიშვილი, მოწვეული პედაგოგი

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, 2025

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”.

ანა რობაქიძე

19.12.2025

სარჩევი

აბსტრაქტი *4*

1.შესავალი *6*

2.ლიტერატურის მიმოხილვა *8*

2.1. აზარტული თამაშების რეგულაციის თეორიული საფუძვლები 9

2.2. ონლაინ კაზინოს ინდუსტრიის თავისებურებები 13

2.3. საერთაშორისო გამოცდილება ონლაინ აზარტული თამაშების რეგულაციაში 17

2.4. მარკეტინგის როლი სათამაშო ინდუსტრიაში 23

2.5. მარკეტინგული შეზღუდვები სხვადასხვა ქვეყნებში 31

2.6. საქართველოს ონლაინ კაზინოს რეგულაციების ლიტერატურა 36

2.7. ონლაინ კაზინოს მარკეტინგული შეზღუდვები საქართველოში 42

2.8. კრიტიკული ანალიზი და კვლევითი ხარვეზები 43

3. მეთოდოლოგია *44*

3.1 ლიტერატურის მიმოხილვა და თეორიული ჩარჩო 45

3.2 თვისებრივი კვლევის დიზაინი 46

3.3 შერჩევა და სამიზნე ჯგუფები 46

3.4 მონაცემთა შეგროვება და ანალიზი 47

3.5 ეთიკური საკითხები 47

3.6 კვლევის შეზღუდვები 48

4. კვლევის შედეგები *51*

4.1. აქტიური მოთამაშეების გამოცდილება და რეგულაციების შემდეგი გარემო 52

4.2. ინდუსტრიის წარმომადგენლების ხედვა: მარკეტინგის ტრანსფორმაცია და არხების გადანაწილება 54

4.3. ექსპერტების პოზიციები: რეგულაციური მოდელი, პრევენცია და კომუნიკაციის ბალანსი 56

5.შედეგების ინტერპრეტაცია / დისკუსია *59*

6. დასკვნა და რეკომენდაციები *63*

დანართები *67*

ბიბლიოგრაფია..... 77

აბსტრაქტი

წინამდებარე ნაშრომი იკვლევს საქართველოს ონლაინ აზარტული თამაშების რეგულაციების გავლენას მომხმარებელთა ქცევაზე, მარკეტინგულ კომუნიკაციებზე და მომხმარებელთა დაცვის მექანიზმების პრაქტიკულ ფუნქციონირებაზე 2020–2025 წლების პერიოდში. კვლევის მიზანია შეფასდეს, რამდენად წარმოადგენს საქართველოში მოქმედი რეგულაციური ჩარჩო ეფექტიან პრევენციულ ინსტრუმენტს მოთამაშეთა კეთილდღეობის დაცვისთვის და რამდენად ცვლის ის ინდუსტრიის მარკეტინგული სტრატეგიების სტრუქტურას, არხებს და ტონს. ნაშრომი ეყრდნობა ჰიპოთეზას, რომ საკანონმდებლო გამკაცრება მნიშვნელოვნად ზღუდავს საჯარო მარკეტინგულ კომუნიკაციებს და ამცირებს ახალი მომხმარებლების ჩართულობის შესაძლებლობას, თუმცა უკვე ჩამოყალიბებული სათამაშო ჩვევების მქონე მომხმარებლებისთვის მისი ქცევითი ეფექტი შეზღუდულია.

მეთოდოლოგიურად, კვლევა ეფუძნება თვისებრივ მიდგომას და სიღრმისეული ინტერვიუს მეთოდს. სულ ჩატარდა 8 ინტერვიუ სამი აქტიური მოთამაშის, სამი ინდუსტრიის წარმომადგენლის და ორი ექსპერტის მონაწილეობით. მონაცემების ანალიზი განხორციელდა თემატური ანალიზის მეთოდით და შედეგები დაჯგუფდა სამ მიმართულებად: მომხმარებელთა გამოცდილება და ქცევითი ცვლილებები, ინდუსტრიის მარკეტინგული ადაპტაცია და ექსპერტული შეფასებები რეგულაციური მოდელის ეფექტიანობის შესახებ.

შედეგებმა აჩვენა, რომ რეგულაციებმა მკვეთრად შეამცირა საჯარო რეკლამა და მასობრივი არხები, რის ფონზეც ინდუსტრიის მარკეტინგული ფოკუსი გადავიდა შიდა არხებზე, CRM სისტემებზე და მომხმარებელთა შენარჩუნებაზე, ხოლო ახალი მომხმარებლების მოზიდვა მნიშვნელოვნად შემცირდა. აქტიური მოთამაშეების შემთხვევაში რეგულაციების გავლენა თამაშის სიხშირეზე იყო მცირე ან ზომიერი, რაც მიუთითებს ჩვევის ავტომატიზმსა და შიდა სტიმულების მნიშვნელობაზე. ამასთან, გამოვლინდა პასუხისმგებელი თამაშის ინსტრუმენტების შესახებ ცნობიერების დაბალი დონე და მათი გამოყენების არასისტემურობა, რაც ზღუდავს რეგულაციების პირდაპირ

გავლენას მოთამაშეთა დაცვაზე. ექსპერტების შეფასებით, საქართველოს მოდელი ხასიათდება მკაცრი შეზღუდვებით და ქმნის პრევენციულ ეფექტს საჯარო ტრიგერების შემცირებით, თუმცა მოითხოვს მონაცემებზე დაფუძნებული აღსრულების, პასუხისმგებელი თამაშის ინსტრუმენტების ინტეგრაციის და არალეგალური ბაზრის კონტროლის გაძლიერებას.

დასკვნის სახით, კვლევა აჩვენებს, რომ რეგულაციებს აქვს პრევენციული პოტენციალი განსაკუთრებით ახალი და ნაკლებად ჩართული მომხმარებლების კონტექსტში, თუმცა გრძელვადიანი ეფექტიანობა დამოკიდებულია აკრძალვების შევსებაზე განათლებით, UX დონეზე ინტეგრირებული დაცვის მექანიზმებით და ეფექტიანი მონიტორინგით, რათა მომხმარებელთა კეთილდღეობის დაცვა და ლეგალური ბაზრის მდგრადობა ერთიან ბალანსში იქნას უზრუნველყოფილი.