

ქართული ელექტრონული საფულეების ელექტრონული მარკეტინგი

სალომე მახარაძე

ნატა მახაშვილი

ქეთევან სირაძე

*სამაგისტრო ნაშრომი წარდგენილია ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის ბიზნეს
სკოლაში*

მაგისტრის აკადემიური ხარისხის მინიჭების მოთხოვნების შესაბამისად

პროგრამა: ბიზნეს ადმინისტრირება (მენეჯმენტი)

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: ნინო ენუქიძე, ასოცირებული პროფესორი

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, 2015

სარჩევი :

აბსტრაქტი გვ. 3
შესავალი გვ. 4
ელექტრონული საფულებების შექმნის ისტორია და წინაპირობა გვ. 10
ელექტრონული კომერცია და ელექტრონული მარკეტინგი გვ.10
ელექტრონული საფულებების პრაქტიკა მსოფლიოში გვ. 14
ინგლისური ელექტრონული საფულე Skrill გვ. 14
ამერიკული ელექტრონული საფულე PayPal გვ. 17
ქართული ელექტრონული საფულებები გვ. 21
კვლევის მეთოდოლოგია გვ. 34
რაოდენობრივი კვლევა გვ. 34
თვისობრივი კვლევა გვ. 39
კვლევის შედეგების ანალიზი და განმარტებები გვ. 44
დასკვნა გვ. 50
რეკომენდაციები გვ. 51
ბიბლიოგრაფია გვ. 56

აბსტრაქტი

წინამდებარე ნაშრომი ელექტრონული კომერციის ერთ-ერთ პროდუქტს - ელექტრონულ საფულეებსა და მათ ელექტრონულ მარკეტინგს იხილავს. ნაშრომში განხილულია ქართული ელექტრონული საფულე eMoney. ამ კონკრეტულ პროდუქტზე არჩევანის შეჩერება გამოიწვია იმ ფაქტორმა რომ იგი არის პირველი ასეთი პროდუქტი საქართველოს ბაზარზე, ყავს ბევრი მომხმარებელი და მეტ-ნაკლებად ახორციელებს ელ. მარკეტინგულ აქტივობებს.

კვლევის დროს გამოყენებული იყო რაოდენობრივი და თვისობრივი კვლევის მეთოდები, ასევე განხილულ და შესწავლილ იქნა სამი სხვადასხვა ელექტრონული საფულე.

კვლევის შედეგად დადგინდა დადგინდა რომ ქართული ბაზარი არ არის გაჯერებული ინოვაციური პროდუქტებით და მომხმარებელი მზად არის მოსინჯოს კიდევ უფრო ინოვაციური და საინტერესო პროდუქტი, რომელიც მათ დამატებით სარგებელსაც შესთავაზებს.

გამოკითხვის შედეგებიდან აშკარავდება რომ თუ ზემოთხსენებულ პროდუქტს ეყოლება ძლიერი და საინტერესო კონკურენტი, ადვილად შეძლებს eMoney საფულის არსებული მომხმარებლების გადაბირებას.

კვლევის შედეგად მიღებულ ინფორმაციაზე დაყრდნობით კი გაცემულია რეკომენდაციები.

ნაშრომი დაეხმარება ორგანიზაციებს სწორად განსაზღვრონ პოზიციონირების ინსტრუმენტები და უზრუნველყონ გრძელვადიანი, მდგრადი და ეფექტური კომუნიკაცია მომხმარებელთან.

ძირითადი საძიებო სიტყვები: ელ. მარკეტინგი, ელ. საფულეები.