

ლოიალობის პროგრამები საბანკო სექტორში დაგროვებითი ბარათების
მაგალითზე

ზვიად ციგრაშვილი
აკაკი კარანაძე

სამაგისტრო ნაშრომი წარდგენილია ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის ბიზნეს სკოლის
მაგისტრის აკადემიური ხარისხის მინიჭების მოთხოვნების შესაბამისად
პროგრამა მენეჯმენტი

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: მათა ნონიაშვილი, ლექტორი

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, 2015

სარჩევი

შესავალი.....	2
ბანკის ისტორია.....	3
საქართველოს საბანკო სექტორი.....	6
საქართველოს ფინანსური სექტორის სტრუქტურა.....	7
ლოიალობის განმარტება.....	8
ლოიალობის პროგრამის წარმატება.....	10
მომსახურების ხარისხის გავლენა ლოიალობის პროგრამებზე.....	14
„თანამშრომელი“.....	16
კლიენტების რანჟირება.....	17
მომხმარებლის ქცევა.....	21
პრობლემები ლოიალობის პროგრამების დადებითი და უარყოფითი მხარეები.....	23
რჩევები ლოიალობის პროგრამის განხორციელებისას.....	26
სს„პრივატ ბანკის“ მაგალითი.....	30
თი ბი სი ბანკის მაგალითი.....	30
ლიბერთი ბანკის მაგალითი.....	31
ვივუსის მაგალითი.....	32
საქართველოს ბანკის მაგალითი.....	33
სითი ბანკის მაგალითი.....	34
სითი ბანკისა და სს „პრივატ ბანკი“ ის ლოიალობის პროგრამის შედარება.....	35
სს „პრივატ ბანკი“ ის ლოიალობის პროგრამის კვლევა.....	36
კვლევის შედეგები.....	38
რეკომენდაციები.....	45
დასკვნა.....	47
გამოყენებული ლიტერატურა.....	50