

# საბანკო მარკეტინგი და მისი ზეგავლენა ბანკების წარმატებაზე

თამარ კუჭუაშვილი

ლიკა ოხანაშვილი

*სამაგისტრო ნაშრომი წარდგენილია ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის ბიზნეს სკოლაში მაგისტრის აკადემიური ხარისხის მინიჭების მოთხოვნების შესაბამისად*

პროგრამა: ბიზნესის ადმინისტრირება (საბანკო და საფინანსო საქმე)

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: მაია მელიქიძე, მაგისტრი

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი  
თბილისი, 2015

## სარჩევი:

1. შესავალი.....	1
2. საბანკო მარკეტინგის არსი.....	3
3. საბანკო მარკეტინგის ისტორია მსოფლიოსა და საქართველოში.....	4
4. თანამედოვე ქართული საბანკო მარკეტინგი, მომსახურების სფერო.....	6
4.1. სესხების მართვის მარკეტინგი.....	7
4.2. სწრაფი მომსახურების მარკეტინგი.....	9
4.3. ბიზნეს განათლების ხელშეწყობა.....	11
3.3.1. თიბისი ბანკის ფინანსური რჩევები.....	11
3.3.2. თიბისი ბანკის ბიზნეს აკადემია.....	11
3.3.3. საქართველოს ბანკის უნივერსიტეტი.....	12
3.3.4. პროგრედიტ ბანკის ახალგაზრდა ბანკირების პროგრამა....	13
5. თანამედოვე ქართული საბანკო მარკეტინგი, ინოვაციური ტექნოლოგიები....	14
5.1. მობაილ ბანკი და ინტერნეტ ბანკი.....	15
5.2. სწრაფი გადახდის ობიექტები.....	17
5.3. თიბისი ბანკის სტიკერ ბარათი.....	19
5.4. დიჯიპასი.....	20
5.5. 3D უსაფრთხოება.....	20
5.6. პირადი ბანკირი.....	20
5.7. ვირტუალური ფილიალი.....	21
5.8. ვირტუალური ფული.....	22
6. ბრენდის ლოალობის გაზრდა და საიმიჯო მარკეტინგი.....	24
6.1. ბრენდის ხუთი გრძნობა.....	24
6.2. მნიშვნელოვანი პროექტების დაფინანსება.....	26
6.3. გრანდიოზული კამპანია „ ედმონდ აბაშიძე“.....	28
6.4. საიმიჯო და პრომო რეკლამები.....	29
7. საქართველოს ეროვნული ბანკის ტექნოლოგიური ინოვაციები.....	31
7.1. ელექტრონული ხელმოწერა.....	31
7.2. იურიდიული პირის ხელმოწერა.....	34

7.3.ახალი 200 ლარიანი ბანკნოტი.....	35
7.4.ახალი მონეტები.....	35
7.5.ელექტრონული დოკუმენტრუნვის პორტალი.....	36
<b>8. მომხმრებელთა მიერ საბანკო ინოვაციების მნიშვნელობის აღქმა.....</b>	<b>39</b>
დასკვნა.....	50
გამოყენებული ლიტერატურა.....	54