

ინოვაციების გავლენა მომხმარებელთა ქცევაზე სწრაფი გადახდის
აპარატების მაგალითზე საქართველოში

ნინო ჩიქობავა
მაია ლაზარიშვილი
თამარ ჯავახიშვილი

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

პროგრამა: ბიზნესის ადმინისტრირება (მენეჯმენტი)

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: მაია ნონიაშვილი, MBA, ილიას სახელმწიფო
უნივერსიტეტის დოქტორანტი



ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი
თბილისი, 2015

სარჩევი

შესავალი	3
თავი 1. ინოვაციები და პროდუქციის კონკურენტუნარიანობა	5
1.1. ინოვაციური საქმიანობა და მისი სუბიექტები	5
1.2. ინოვაციური პროცესი და პროდუქტის სიახლე	12
1.3. ინოვაციური პროდუქციის კონკურენტუნარიანობის არსი, მახასიათებლები და შეფასების ეტაპები	21
თავი 2. მომხმარებელთა ქცევის შესწავლის მიზნები, ამოცანები და მეთოდები	28
2.1. მომხმარებელთა ქცევის შესახებ მეცნიერების თანამედროვე მდგომარეობა	28
2.2. მომხმარებელთა ქცევის შესწავლის მიზნები, ამოცანები და მეთოდები	31
თავი 3. კვლევა სწრაფი გადახდის აპარატებზე საართველოში	40
3.1. კვლევის ტექნიკური მახასიათებლები	41
3.2. კვლევის მიზნები და მეთოდოლოგია	41
3.3. მნიშვნელოვანი ასპექტები	42
დასკვნა	48
გამოყენებული ლიტერატურა	52