

ლოიალურობის პროგრამების მომხმარებელთა ზრდის ტემპი და
სამომავლო პროგნოზები ქართულ სააფთიაქო სექტორში

თეონა მუჯირიშვილი

ხათუნა სურმავა

ანა თავბერიძე

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

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: მათა ნონიაშვილი, ლექტორი

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, 2016

სარჩევი

შესავალი	2
აფთიაქების ისტორია	4
საქართველოს სააფთიაქო სექტორი.....	8
კანონი სააფთიაქო სექტორში	10
ლოიალურობა	10
ლოიალურობის პროგრამის ისტორია.....	12
ლოიალურობის ბარათები.....	13
რატომ უნდა განახორციელოს კომპანიამ ლოიალურობის პროგრამა?.....	14
როგორ იყენებენ კომპანიები ლოიალურობის ბარათებიდან მიღებულ ინფორმაციას	16
წარმატებული ლოიალურობის პროგრამები და მიზეზები თუ რატომაა წარმატებული.....	18
10 გავრცელებული შეცდომა ლოიალურობის პროგრამაში.....	21
ქართული სააფთიაქო სექტორი - ლოიალურობის ბარათები	24
ლოიალურობის ბარათები ავერსში.....	26
ლოიალურობის ბარათები ჯიპისიში	28
ლოიალურობის ბარათები პე-ეს-პე-ში.....	30
ლოიალურობის ბარათები ფარმადეპოში	32
ლოიალურობის ბარათები ფარმსახლში.....	33
აფთიაქების ლოიალურობის ბარათების შედარება	34
საქართველოს სააფთიაქო სექტორში არსებული ლოიალურობის ბარათების კვლევა.....	37
რეკომენდაციები	42
დასკვნა	45
დანართები.....	49
გამოყენებული ლიტერატურა	58