

ქართველი მომხმარებლის ქცევა პრემიუმ კლასის მობილური
ტელეფონის შეძენისას

თორნიკე ჩალაური; ნინო მჭედლიშვილი; გუჯა გოგინაშვილი



*სამაგისტრო ნაშრომი წარდგენილია ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის
ბიზნესის ადმინისტრირების ფაკულტეტზე მაგისტრის აკადემიური ხარისხის
მინიჭების მოთხოვნების შესაბამისად*

პროგრამა: მენეჯმენტი

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: თამთა გველესიანი

თბილისი 2016 წელი

აბსტრაქტი

აბსტრაქტი ქართულ ენაზე – პრემიუმ კლასის პროდუქტებზე მოთხოვნა მსოფლიოს მამტაბით იზრდება ბოლო 10 წლის განმავლობაში, პრემიუმ კლასის მწარმოებელი ბრენდები წლიდან წლამდე უფრო ინოვაციურ და მიმზიდველ პროდუქტებს სთავაზობენ მომხმარებელს, ამიტომაც მკვლევრებისთვის სულ უფრო მნიშვნელოვანი ხდება არსებული ბაზრის მოთხოვნების და ცვლილებების კვლევა. ტერმინ პრემიუმ კლასის პროდუქციას გააჩნია მრავალმხრივი განსაზღვრება, რადგან ეს ინდივიდის აღქმაზეა დამოკიდებული, თუმცა ერთი რამ ნამდვილად ნათელია, რომ პრემიუმ პროდუქტი ბევრად მეტია, ჩვეულებრივ პროდუქტთან შედარებით. მოცემული ნაშრომის მიზანია დადგინდეს თუ რა ფაქტორები განაპირობებს მომხმარებლის ქცევას პრემიუმ კლასის ტელეფონის შემენისას.

ნაშრომის ფარგლებში ჩატარდა რაოდენობრივი და თვისობრივი კვლევა, რომლის საფუძველზეც გამოვლინდა, რომ მომხმარებლისთვის პრემიუმ კლასის მობილური ტელეფონი არის საუკეთესო ხარისხის, მაღალ ტექნოლოგიური პროდუქცია, რომელიც შეთავსებულია დიზაინთან, არის მკირადდირებული, ხელმისაწვდომი და დამხმარე ყოველდღიურ ცხოვრებაში. ასევე კვლევის მიხედვით გაირკვა, რომ რაც უფრო განათლებულია მომხმარებელი, მით უფრო ნაკლებად აკვირდება ის ბრენდის სახელს და ყიდულობს არა პირადი ინდივიდუალურობისთვის.ლის ქცევას პრემიუმ კლასის ტელეფონის შემენისას.

საბოლოოდ შეიძლება ითქვას, რომ მოცემული კვლევა წარმოადგენს შემდეგ ნაბიჯს ქართველი პრემიუმ კლასის მომხმარებლების შესწავლის საქმეში, რომლის შედეგებიც შესაძლოა გახდეს სხვა პრემიუმ კლასის პროდუქტების კვლევების საფუძველი.

ძირითადი საძიებო სიტყვები - პრემიუმ პროდუქტი, პრემიუმ ბრენდი, მომხმარებლის ქცევა, სეგმენტაცია, მობილური ტელეფონების ინდუსტრია.

Abstract

The text of the abstract in English - premium products demand growing up worldwide for the last 10 years, the manufacturer of premium brands is growing up from year to year and offer more innovative and attractive products to customers. That's why for researchers are important to do researches of the current market demands and changes. The term of premium products in general, can not be determined and it is a specious, because it depends on the individual Perceptions, but one thing is clear that premium product is much more, than ordinary product. This project aims to determinate what and how it affects the user's behavior on a premium version of the telephone in the demographic, social, cultural and personal factors.

Within this project was Conducted quantitative and qualitative research which revealed that the mobile phone for customers is the best quality, high-tech products, which combined with the design, is expensive and available to support everyday life. According to the survey also revealed that the more educated consumer, the less observes the brand name and not buying for personal identity.

Finally we can say that the study represents the next step of studies of the customers behavior according to luxury product, the results could become the basis for studies of other premium products.

The main keywords - Luxury product, a Luxury brand, customer behavior, segmentation, mobile phones industry.