

ინოვაციის გავლენა მომხმარებლის ლოიალურობაზე

ნათია ბიწაძე
სოფო სამადაშვილი
ბექა ჯღარკავა

ჯგუფი #3

*სამაგისტრო პროექტის ანგარიში წარდგენილია ილიას სახელმწიფო
უნივერსიტეტის
ბიზნესის სკოლაში*

პროექტის ხელმძღვანელი: მაია ნონიაშვილი, მოწვეული პედაგოგი

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, 2016

სარჩევი

აბსტრაქტი.....	3
შესავალი	3
პრობლემა და კონტექსტი.....	5
ლიტერატურის მიმოხილვა	6
<i>ზოგადი ინფორმაცია და ისტორია პროექტში განხილული კომპანიის შესახებ.....</i>	<i>6</i>
<i>ანალიტიკური წყაროები კომპანიის მომხმარებლების ლოიალურობის შესახებ.....</i>	<i>7</i>
<i>ანალიტიკური წყაროები კომპანიის ინოვაციურობის შესახებ.....</i>	<i>10</i>
<i>წყაროები კომპანიის მთავარი პრობლემების და მსგავსი ტიპის რეპორტების შესახებ.....</i>	<i>12</i>
<i>კომპანიის მიმდინარე სტრატეგია და უახლოესი გეგმები.....</i>	<i>14</i>
პროექტის მიზანი და ამოცანები.....	26
მეთოდოლოგია	27
მონაცემების ანალიზი	29
ძირითადი მიგნებები/შედეგები	35
დასკვნა/დისკუსია:.....	39
ბიბლიოგრაფია.....	51

აბსტრაქტი

წინამდებარე ნაშრომი მსოფლიოში ერთ-ერთი ყველაზე ინოვაციური კომპანია „ტესლა მოტორსის“ მაგალითზე, მის წინაშე არსებული პრობლემის ფონზე განიხილავს ინოვაციის გავლენას მომხმარებელთა ლოიალურობაზე. ნაშრომში მოყვანილია რამდენიმე ავტორიტეტული კვლევა და სტატია კომპანიის შესახებ, მასზე ზოგადი წარმოდგენის შესაქმნელად და იმ დეტალების უკეთ გასაცნობად, რომლებიც მკითხველს ნაშრომში განხილული საკითხების უკეთეს გაგებასა და ანალიზში დაეხმარება. ამასთან, მოიცავს ნაშრომის ავტორების მიერ ჩატარებული კვლევის შედეგს, დეტალურ ანალიზს და მაქსიმალურად დასაბუთებულ რეკომენდაციებს, რომლებიც მათზე დაყრდნობით კომპანიას შეიძლება გაეწიოს.

შესავალი