

როგორ იყენებს აჭარაში მდებარე სასტუმროები ციფრულ მარკეტინგს
მომხმარებელთან კომუნიკაციისათვის

სტუდენტი: მარიამ ბოლქვაძე

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

ბიზნესის ადმინისტრირების სამაგისტრო პროგრამა

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: ლიკა მოშიაშვილი

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, 2021

განაცხადი

როგორც წარდგენილი სამაგისტრო ნაშრომის ავტორი, ვაცხადებ, რომ ნაშრომი წარმოადგენს ჩემს ორიგინალურ ნამუშევარს და არ შეიცავს სხვა ავტორების მიერ აქამდე გამოქვეყნებულ, გამოსაქვეყნებლად მიღებულ ან დასაცავად წარდგენილ მასალებს, რომლებიც ნაშრომში არ არის მოხსენიებული ან ციტირებული სათანადო წესების შესაბამისად.

მარიამ ბოლქვაძე

3 ივლისი 2021 წელი.

აბსტრაქტი

ციფრული მარკეტინგის უმნიშვნელოვანესია ბიზნესისათვის, ეს საუკუნე ციფრულ საუკუნედაც არც მიჩნეული ბოლო ათწლეულების მანძილზე ძალიან განვითარდა, დღეს ნებისმიერი ბიზნესის გადარჩენისათვის აუცილებელია ციფრული არხების გამოყენება მომხმარებელზე სწორი გზავნილებისა და ინფორმაციის მიწოდება. სასტუმროებისა და ჰორეკა ბიზნესის შემთხვევაში ბევრად უფრო მნიშვნელოვანია რადგანაც მომხმარებლები ამ სერვისსა და პროდუქტს სწორედაც რომ ინტერნეტში ეძებს. ბიზნესი ცდილობს მოერგოს არსებულ ციფრულ დროს, და კომუნიკაცია დაამყაროს თავის მომხმარებლებთან ციფრული მარკეტინგის საშუალებით. ციფრული მარკეტინგით შესაძლებელია მარტივად და სწარფათ ნაკლები დანახარჯებით შეძლო მომხმარებლის მოძიება და არსებული პროდუქტის მომსახურების გაცნობა ფართო საზოგადოებისათვის. ასევე მარტივი ანალიზის ჩატარება და მომხმარებელზე დაკვირვება, უკუკავშირის მიღება.

ნაშრომის მიზანია აჭარაში მდებარე სასტუმროების მხრიდან აჩვენოს ციფრული მარკეტინგის როლი თავიანთ ბიზნესში, რამდენად აქტიურად იყენებენ სასტუმროები ციფრულ მარკეტინგს, რომელ არხებს იყენებენ თავიანთ მომხმარებელთან სასაუბროდ, თავიანთი მარკეტინგული აქტივობები სოციალურ არხებში რა დანახარჯს მოითხოვს. ტრადიციული მარკეტინგისგან გროგორ განსხვავდება. კვლევაში გამოყენებული იყო თვისებრივი კვლევის მეთოდი კვლევისთვის საინტერესო ძირითადი საკითხების შესწავლისათვის, გამოყენებული იყო საკვლევ ობიექტებთან მაილის საშუალებით გაეგზავნა კითხვები სასტუმროების წარმომადგენლებს ვინც ხელმძღვანელობს სოციალური არხებს პასუხი გასცეს კითხვებზე. ნაშრომიდან ჩანს რომ აჭარაში მდებარე სასტუმროები კარგად მართავენ თავიანთ სოციალურ არხებს მაგრამ ჯერ კიდევ ზრდის ეტაპზე ციფრული მარკეტინგი ყველაზე მეტი აქტიურობით გამოირჩევიან საერთაშორისო პლათფორმებზე booking.com-ზე, agoda.com-ზე, Expedia-ზე, hotels.com-ზე Sastumroebi.ge-ზე.

კვლევიდან დადგინდა რომ ციფრული მარკეტინგის სწორად მართვა დადებითად აისახება სასტუმროს მოღვაწეობაზე, ზრდის თავის მომხმარებელთა რიცხვს, მომხმარებლები უფრო მეტად ლოიალურიები არიან იმ სასტუმროების მიმართ, რომლებიც კარგად მართავენ სოციალური არხების.

Abstract

Digital marketing is essential for business, this century is not even considered as the digital age in the last decades, today for the survival of any business it is necessary to use digital channels to deliver the right messages and information to the customer. In the case of hotels and horeca business it is much more important because the users are looking for this service and product on the internet. The business is trying to adapt to the existing digital time, and establish communication with its customers through digital marketing. With digital marketing it is possible to easily and quickly with less cost be able to find a customer and introduce the existing product service to the general public. Also conduct simple analysis and customer observation, get feedback.

The aim of the paper is to show the role of digital marketing by hotels in Adjara in their business, how actively hotels use digital marketing, which channels they use to talk to their customers, what their marketing activities require in social channels. Grogor is different from traditional marketing. The study used a qualitative research method to explore key issues of interest to the research, used to send inquiries to research objects by mail, and asked questions to representatives of those who run social channels. The paper shows that hotels in Adjara manage their social channels well, but still in the growth stage, digital marketing is most active on international platforms like booking.com, agoda.com, Expedia, hotels.com on Sastumroebi.ge

Research has shown that the proper management of digital marketing has a positive impact on the performance of the hotel, increases the number of its customers, customers are more loyal to the hotels that manage social channels well.

მადლობა

მადლობას ვუხდით სამაგისტრო ნაშრომის ხელმძღვანელს, ლია მოშიაშვილს რომელმაც გამიწია დიდი დახმარება კვლევითი პროცესის ფორმულირებაში, დიზაინსა და მართვაში.