

პარტიზანული მარკეტინგის განვითარება ქართული ბიზნესის  
მარკეტინგულ კომუნიკაციებში

გვანცა ფორჩხიძე

სამაგისტრო ნაშრომი

ბიზნესის, ტექნოლოგიებისა და განათლების ფაკულტეტი  
საზოგადოებრივი ურთიერთობების მიმართულება

სამეცნიერო ხელმძღვანელები: კონსტანტინე მაღრაძე, საზოგადოებასთან ურთიერთობის  
მიმართულების ასოცირებული პროფესორი  
დენიზ ვოჩი, უფროსი მეცნიერი



ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი  
თბილისი, 2022

## განაცხადი

როგორც წარდგენილი ნაშრომის ავტორი, ვაცხადებ, რომ ნაშრომი არ შეიცავს სხვა ავტორების მიერ აქამდე გამოყენებულ, გამოსაქვეყნებლად მიღებულ ან დასაცავად წარდგენილ მასალებს, რომლებიც ნაშრომში არ არის მოხსენიებული ან ციტირებული სათანადო წესების შესაბამისად.

გვანცა ფორჩხიძე

გ. ფორჩხიძე

13.02.2022

## აბსტრაქტი

აღნიშნული ნაშრომი მიზნად ისახავს დაგვიანახოს, პარტიზანული მარკეტინგის ღირებულება ბრენდის, კომპანიის განვითარების პროცესში. თეორიული წინამძღვრები მკითხველს აძლევს საშუალებას შექმნას წარმოდგენა მარკეტინგის ძირითად მახასიათებლებზე, გაეცნოს თანამედროვე კომუნიკაციის ახალ სახეობებს, რეკლამირების არასტანდარტულ მეთოდებს, პარტიზანული მარკეტინგის ფუნდამენტურ ნიშნებსა და უპირატესობებს. ნაშრომში ადგილი ეთმობა, ასევე სტრატეგიული კომუნიკაციის, მასში შემავალი მამოძრავებელი საკომუნიკაციო კონცეპტის შესახებ ინფორმაციას. ტექსტში მოყვანილია მაგალითები, საერთაშორისო ბიზნეს ინდუსტრიიდან და, ასევე, ქართულ სივრცეში არსებული პარტიზანული მარკეტინგის გამოცდილების შესახებ. პარტიზანული მარკეტინგისადმი დამოკიდებულებების კვლევისთვის სამაგისტრო ნაშრომის ფარგლებში ჩავატარეთ ონლაინ გამოკითხვა, ფოკუსჯგუფი და ინტერვიუ. კვლევამ ცხადყო, რომ პარტიზანული მარკეტინგის ელემენტები დღეს კომპანიების მარკეტინგული კომუნიკაციის პროცესში მნიშვნელოვან როლს თამაშობენ. აღნიშნული მეთოდი ბრენდს აძლევს საშუალებას წარმოჩნდეს განსხვავებული, არასტანდარტული, სენსაციური, მოულოდნელი ელემენტებით საზოგადოების წინაშე.

**საკვანძო საძიებო სიტყვები:** სტრატეგიული მარკეტინგი, პარტიზანული მარკეტინგი, სტრატეგიული კომუნიკაცია, სენსაციური.

## Abstract

The master thesis aims to show the value of guerrilla marketing in the process of brand and company development. Theoretical guidelines allow the reader to form an idea of the basic features of marketing, to get acquainted with new types of modern communication, non-standard methods of advertising, the fundamental signs, and advantages of guerrilla marketing. The paper covers information related to strategic communication and its driving communication concept. In the thesis, you can find examples from the international business industry and the experience of guerrilla marketing in Georgia. We conducted an online survey, focus group, and interview as part of our master thesis to research attitudes toward guerrilla marketing. Research made it clear that, nowadays, elements of guerrilla marketing play an important role in the marketing communication process of companies. The mentioned method allows the brand to appear in public with different, non-standard, sensational, unexpected elements.

**Keywords:** Strategic Marketing, Guerrilla Marketing, Strategic Communication, Sensational.

## მადლობა

მინდა დიდი მადლობა გადავუხადო ჩემი სამაგისტრო ნაშრომის ხელმძღვანელებს ქალბატონ დენიზ ვოჩის და კონსტანტინე მაღრაძეს აღნიშნულ თემაზე მუშაობისთვის, თეორიული, თუ პრაქტიკული დახმარებისთვის და თანადგომისთვის. ასვე მადლობას ვუხდის კვლევაში მონაწილე ყველა პირს, რომლის აქტიურობის გარეშე წარმოუდგენელი იქნებოდა პრაქტიკული ანალიზის გაკეთება.

მინდა ასევე მადლობა გადავუხადო ჩემს ოჯახს ემოციური მხარდაჭერისთვის.