



რევიუ მარკეტინგის გავლენა ქართველი მომხმარებლის ქცევაზე

სალომე კობაიძე

„სამაგისტრო ნაშრომი წარდგენილია ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის ბიზნესის, ტექნოლოგიებისა და განათლების ფაკულტეტზე მაგისტრის აკადემიური ხარისხის მინიჭების მოთხოვნების შესაბამისად“

პროგრამა: საზოგადოებრივი ურთიერთობები

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: თორნიკე გურული, პროფესორი

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, 2022 წელი

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.

სალომე კობაიძე

3.07.2022”

აბსტრაქტი

დღევანდელ ციფრულ ეპოქაში სულ უფრო და უფრო იზრდება საზოგადოების სოციალურ ქსელში ჩართულობა. ინფორმაციის მიღება-გაცვლა, ერთმანეთისთვის გარკვეულ საკითხებზე გამოცდილების, რჩევების გაზიარება. ნაშრომის მიზანია შესწავლა თუ რამდენად ახდენს ონლაინ მიმოხილვები მომხმარებლის გადაწყვეტილებებზე გავლენას.

კვლევა ღირებულია იმ მხრივ, რომ მსგავს საკითხზე საქართველოში კვლევა ჯერ არ ჩატარებულა და ამ მიმართულებით საკითხის შესწავლის საჭიროება იდგა. ნებისმიერი კომპანიის მარკეტერებისთვის მთავარი ამოცანაა გაყიდვების გაზრდა და კომპანიისთვის მაქსიმალური მოგების მიღება. ამ მიმართულებით სხვადასხვა კომპონენტის გათვალისწინება და ყურადღების მიქცევა მნიშვნელოვანია, ვინაიდან საზოგადოებაში ბრენდს როგორი იმიჯი და რეპუტაცია აქვს მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს კომპანიის წარმატებით საქმიანობაზე. ამ ყველაფერზე კი კვლევებით დასტურდება, რომ გარკვეულწილად გავლენას ის ონლაინ მიმოხილვებიც ახდენს, რომელსაც მომხმარებლები სოციალურ ქსელებში ტოვებენ.

საკითხის შესასწავლად ჩატარდა რაოდენობრივი კვლევა, რომელშიც მონაწილეობა 200-მა რესპონდენტმა მიიღო. კვლევის შედეგად გამოვლინდა მნიშვნელოვანი მიგნებები. აღმოჩნდა, რომ ქართველი მომხმარებელთა უმრავლესობა პროდუქციის შეძენამდე თუ მომსახურების მიღებამდე, სოციალურ ქსელებში წინასწარ ეცნობა ონლაინ მიმოხილვებს და გადაწყვეტილების მიღების პროცესში ითვალისწინებენ მას.

ეს კვლევა კომპანიებს მნიშვნელოვნად დაეხმარება სამიზნე აუდიტორიასთან კომუნიკაციის პროცესში და მათი ბიზნესში მარკეტინგული სტრატეგიების დაგეგმვისას ონლაინ მიმოხილვების როლის შესახებ ინფორმაციის ფლობაში.

ძირითადი სამიუბო სიტყვები: ციფრული მარკეტინგი, რევიუები, ონლაინ მიმოხილვები, სოციალური ქსელები, მომხმარებლები, კომპანიები, მარკეტერები.

Abstract

In today's digital age, the social network involvement of society is increasing more and more. Receiving and exchanging information, sharing experience and advice on certain issues. The aim of the paper is to study to what extent online reviews influence consumer decisions.

The research is valuable in that no research has been conducted on a similar issue in Georgia yet, and there was a need to study the issue in this direction. The main task for marketers of any company is to increase sales and get maximum profit for the company. In this direction, it is important to consider and pay attention to various components, since the image and reputation of the brand in society has a significant impact on the successful operation of the company. All of this is confirmed by studies that the online reviews that users leave on social networks are also influenced to some extent.

To study the issue, a quantitative survey was conducted, in which 200 respondents took part. As a result of the research, important findings were revealed. It was found that the majority of Georgian consumers, before purchasing products or receiving services, are informed about online reviews in social networks and take them into account in the decision-making process.

This study will greatly help companies in the process of communicating with their target audience and planning marketing strategies in their business in having information about the role of online reviews.

Key search words: digital marketing, reviews, online reviews, social networks, customers, companies, marketers.

მადლობა

მადლობა მინდა გადავუხადო ჩემს სამეცნიერო ხელმძღვანელს, თორნიკე გურულს, კვლევის განხორციელებაში გაწეული დახმარებისთვის. მისი რჩევები უმნიშვნელოვანესი იყო ნაშრომზე მუშაობის პროცესში.