

ბრენდინგის გავლენა მომხმარებლის ქცევაზე და ერთგულებაზე სასტუმრო  
ინდუსტრიაში საქართველოს მაგალითზე

ლიკა ალანია

*სამაგისტრო ნაშრომი წარდგენილია ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის ბიზნესის,  
განათლებისა და ტექნოლოგიების ფაკულტეტზე მაგისტრის ხარისხის მინიჭების  
მოთხოვნების შესაბამისად*

პროგრამა: ბიზნესის ადმინისტრირება: მენეჯმენტი

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: საბა ჯაჯანიძე, პროფესორი

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, 2023

## განაცხადი

როგორც წარდგენილი სადისერტაციო 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.

ლიკა ალანია

09.01.2023

## აბსტრაქტი

ბიზნეს სამყაროში არსებული ყველა კომპანია იბრძვის ბაზარზე ლიდერობისთვის, კონკურენტული უპირატესობის მოპოვებისთვის. მათი, მთავარი მიზანია მოგების მაქსიმიზაცია. ამ შედეგის მისაღებად კი ყველა კომპანია განსხვავებულ ბრძოლის ხერხებს იყენებს. ზოგიერთი მათგანი, ბრენდის იმიჯის ჩამოყალიბებითა და მისი განვითარებით ცდილობს, მომხმარებლების მოზიდვასა და მათი ერთგულების მოპოვებას.

ბრენდინგით კონკურენტული უპირატესობის მოპოვება მნიშვნელოვანია სასტუმრო ინდუსტრიაში მოღვაწე კომპანიებისთვის. მათთვის მთავარია, ჰყავდეთ ერთგული მომხმარებელი, რომელიც მრავალჯერადად ესტუმრება მის დაწესებულებას. საქართველოს, მაგალითზე შეიძლება ჩაითვალოს, რომ სასტუმრო ინდუსტრია, მომსახურების ეს სფერო ჯერ კიდევ განვითარების გზაზეა. თუმცა არსებობენ ბაზარზე ისეთი ძლიერი მოთამაშეები, როგორებიც არიან : „რედისონი“ თბილისა და ბათუმში, აჭარა ჯგუფის სასტუმროები, „რუმს ჰოტელ ყაზბეგი“, „ჰოლიდეი ინს“ თუ „სტამბა“ თბილისში, ასვე „ლეთო“ ზუგდიდიში და ა.შ.

თვისებრივი კვლევის ფარგლებში გამოიკითხა არა მარტო დიდი, არამედ საშუალო და მცირე ზომის სასტუმროების მარკეტინგის მენეჯერები. კვლევის შედეგად შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ ის სასტუმროები, რომლებიც მეტად ზრუნავენ ბრენდის განვითარებაზე, მათი მომხმარებელიც მეტად ერთგულია. ერთგული მომხმარებლები, არა მარტო თვითონ იყენებენ სასტუმრო სერვისს, არამედ სხვებსაც ურჩევენ მას. გამომდინარე აქედან, მსგავს სასტუმროებს აქვთ საშუალება ფასების პოლიტიკასაც გადახედონ და კონკურენტებისაგან, განსხვავებით უფრო ძვირად გააქირაონ ოთახები და შესაბამისად მეტი მოგებაც მიიღონ.

ძირითადი საძიებო სიტყვები: ბრენდი, ბრენდინგი, პოზიციონირება, სასტუმრო ინდუსტრია, მომხმარებლის ქცევა, ერთგული მომხმარებელი.

## Abstract

All companies in the business world are fighting to be a leader in the market, gaining competitive advantage. Their main goal is profit maximization. Every company struggles differently to get this result. Some companies try to attract customers and gain their loyalty by building a brand image and developing it.

Gaining a competitive advantage through branding is important for companies operating in the hotel industry. The most important thing for them is to have a loyal customer who visits their establishment many times. On the example of Georgia, it can be considered that the hotel industry, this field of service is still on the way of development. However, there are such strong players in the market as: "Radisson" in Tbilisi and Batumi, Adjara group hotels, "Rooms Hotel Kazbegi" or "Stamba" in Tbilisi, as well as "Crown Plaza Borjomi", etc.

As part of qualitative research, not only large, but also medium and small hotels Marketing managers were interviewed. As a result of the research, we can conclude that those hotels that care more about brand development, their customers are also more loyal. Loyal customers not only use the hotel service themselves, but also recommend it to others. Based on this, such hotels have the opportunity to revise their pricing policy, and, unlike their competitors, to rent out rooms more expensively and therefore make more profit.

**Key Words:** brand, branding, positioning, hotel industry, customer behavior, loyal customer.

## მადლობა

მადლობას ვუხდით სამაგისტრო ნაშრომის ხელმძღვანელს, საბა ჯაჯანიძე, რომელიც დამეხმარა სამაგისტრო ნაშრომის პროცესში. ასევე მადლობას ვუხდით კვლევაში მონაწილე ადამიანებს, რომლებიც დამთანხმდნენ ინტერვიუსა და რაოდენობრივ კვლევაში მონაწილეობაზე და თავიანთი გამოცდილება გამიზიარეს.