

ინფლუენსერ მარკეტინგის როლი სტარტაპ ბიზნესის განვითარებაში
ქართულ ბაზარზე

ანუკი დონჯაშვილი
მარიამ ნავროზაშვილი

*სამაგისტრო ნაშრომი წარდგენილია ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის ბიზნესის
სკოლის საზოგადოებრივი ურთიერთობების მაგისტრის ხარისხის მინიჭების
მოთხოვნის შესაბამისად*

პროგრამა: საზოგადოებრივი ურთიერთობები

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: გიორგი შაკაია

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი
თბილისი, 2023

როგორც წარდგენილი ნაშრომის ავტორები, ვაცხადებთ, რომ ნაშრომი წარმოადგენს ჩვენს 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.

ანუკი დონჯაშვილი

მარიამ ნავროზაშვილი

15.06.2023

მადლობა

ნაშრომის სრულფასოვნად შესრულებაში შეტანილი წვლილისთვის მადლობას ვუხდით ნაშრომის ხელმძღვანელს და მოწვეულ ლექტორს გიორგი შაკაიას, რომელიც აქტიურად იყო ჩართული ნაშრომის შექმნის პროცესში და დაგვეხმარა შინაარსობრივ და სტრუქტურულ ნაწილში. ასევე, პერიოდულად გვაძლევდა სასარგებლო რჩევებსა და რეკომენდაციებს.

მადლობას ვუხდით თითოეულ ადამიანს, კვლევაში მონაწილეობისათვის. განსაკუთრებით საქართველოში არსებულ სტარტაპ კომპანიების წარმომადგენლებს, რომლებმაც საინტერესო გამოცდილება გაგვიზიარეს.

აბსტრაქტი

მოცემულ ნაშრომში განხილულია ინფლუენსერ მარკეტინგის გავლენა სტარტაპ ბიზნესში. ნაშრომი მიზნად ისახავს გამოიკვლიოს რა გავლენას ახდენს ინფლუენსერ მარკეტინგი სტარტაპ ბიზნესის გაყიდვების ზრდასა და ცნობადობის ამაღლებაზე, რამდენად დამკვიდრებული მარკეტინგული სტრატეგიაა ინფლუენსერ მარკეტინგი სტარტაპებისათვის და ახდენს თუ არა ის გავლენას მომხმარებელთა ქცევაზე. შედეგების მისაღებად ნაშრომში გამოყენებულია რაოდენობრივი კვლევის ფარგლებში შედგენილი ორი სახის კითხვარი. დახურული სახის კითხვარი მომხმარებლებისთვის, რათა დადგენილიყო მათი ქცევა და დამოკიდებულება საკვლევი საკითხის მიმართ და მეორე, ღია კითხვარი სტარტაპერებისათვის, იმის დასადგენად, იყენებს თუ არა ქართული სტარტაპ ბიზნესი ინფლუენსერ მარკეტინგს და რა გავლენას ახდენს ინფლუენსერ მარკეტინგი სტარტაპ ბიზნესის გაყიდვების ზრდასა და ცნობადობის ამაღლებაზე. დახურული სახის კითხვარში მონაწილეობა მიიღო სამასამდე ადამიანმა და მათი პასუხებიდან იკვეთება რა დამოკიდებულება აქვთ ინფლუენსერ მარკეტინგის მიმართ და ახდენს თუ არა ინფლუენსერ მარკეტინგი გავლენას მომხმარებელთა ქცევაზე. ღია სახის კითხვარში მონაწილეობა მიიღო თორმეტმა სტარტაპ კომპანიამ, საიდანაც ჩანს ქართული სტარტაპ კომპანიების დამოკიდებულება ინფლუენსერ მარკეტინგის მიმართ. ქართულ რეალობაში საკვლევი საკითხის შესახებ წყაროების და კვლევების რაოდენობა მწირია, შესაბამისად აღნიშნული კვლევა წინ გადადგმული ნაბიჯია საკვლევი საკითხის გარშემო მსჯელობისა და სამომავლო კვლევების განვითარებაში.

საკვანძო სიტყვები: ინფლუენსერი, სტარტაპი, ინფლუენსერ მარკეტინგი, სტარტაპ ბიზნესი, ქცევა, გავლენა, გაყიდვები, ბიზნესი, ცნობადობა, კონტენტი.

Abstract

This paper discusses the impact of influencer marketing on startup businesses. The purpose of this paper is to investigate the impact of influencer marketing on the growth of sales and awareness of a startup business, how well-established influencer marketing is as a marketing strategy for startups, and whether it influences consumer behavior. The paper employs two types of questionnaires compiled within the framework of quantitative research to obtain results. A closed-ended questionnaire for customers to determine their behavior and attitude toward the research question, and an open-ended questionnaire for startups to determine whether Georgian startup businesses use influencer marketing and what impact influencer marketing has on startup business sales and awareness growth. About three hundred people took part in a closed-ended questionnaire, and their answers revealed their attitude toward influencer marketing and whether influencer marketing impacts consumer behavior. Twelve start-up companies took part in the open-ended questionnaire, which reveals Georgian start-up companies' attitudes toward influencer marketing. Since there are not many sources or studies on the research question in Georgian reality, the study advances the development of theories and potential future research on the topic.

Keywords: influencer, startup, influencer marketing, startup business, behavior, impact, sales, business, awareness, content.