

„ინტერნეტ რეკლამის გავლენა ჰორეკა ბიზნესის მომხმარებელთა ქცევაზე,
საქართველოში“

ნატო გიორგაძე

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

მენეჯმენტი

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: თამარ ჩილაჩავა, ასისტენტ-პროფესორი

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, 2024

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.“

ნატო გიორგაძე, ნ.გიორგაძე. 17.06.2024.

აბსტრაქტი

წინამდებარე ნაშრომი წარმოადგენს სამეცნიერო კვლევას, თემაზე: „ ინტერნეტ რეკლამის გავლენა ჰორეკა ბიზნესის მომხმარებელთა ქცევაზე, საქართველოში“.

მოცემული კვლევის მიზანს წარმოადგენდა იმის დადგენა, თუ, რა გავლენა და როლი აქვს ინტერნეტ რეკლამას ჰორეკა ბიზნესის მომხმარებელთა ქცევისა და გადაწყვეტილების მიღების პროცესზე, საქართველოში.

კვლევაში გამოყენებული იყო კომბინირებული მეთოდი, როგორც რაოდენობრივი, ასევე თვისებრივი. ამ მეთოდებიდან კი შეირჩა შემდეგი ინსტრუმენტები: მასობრივი გამოკითხვა და ჩაღრმავებული ინტერვიუ.

კვლევის შედეგად დადგინდა, რომ ჰორეკა ბიზნესის მომხმარებლების ქცევაზე, დიდ გავლენას ახდენს ინტერნეტ რეკლამა და მათი ქცევის ცვლილება დამოკიდებულია ისეთ ფაქტორებზე, როგორცაა ეკონომიკური, სოციალური და ფსიქოლოგიური ფაქტორები.

ძირითადი თემატური საძიებო სიტყვები: ინტერნეტ რეკლამა, სოციალური მედია, ელექტრონული ფოსტა, ვებ-გვერდი/ საძიებო სისტემები, მომხმარებელთა ქცევა, ჰორეკა ბიზნესი.

Abstract

The present paper is a scientific research on the topic: "The influence of Internet advertising on the behavior of Horeca business customers in Georgia".

The purpose of this research was to determine the influence and role of Internet advertising on the behavior and decision-making process of Horeca business customers in Georgia.

The research used a combined method, both quantitative and qualitative. The following tools were selected from these methods: mass survey and in-depth interview.

As a result of the research, it was determined that the behavior of Horeca business customers is greatly influenced by Internet advertising and the change in their behavior depends on such factors as economic, social and psychological factors.

Main thematic search words: internet advertising, social media, e-mail, website/search engines, consumer behavior, horeca business.

მადლობა

მადლობას ვუხდით კომპანიებს: „გლდანის შაურმა“, „Pizza Di Roma“, „Margarett“ და „Bu'Neba 700“, იმისათვის, რომ მიიღეს მონაწილეობა კვლევაში. ასევე, მადლობას ვუხდით თითოეულ ადამიანს, რომელიც მონაწილეობდა კითხვარის შევსებაში.

განსაკუთრებულ მადლობას ვუხდით, სამეცნიერო ხელმძღვანელს თამარ ჩილაჩავას, დროული უკუკავშირისა და მხარდაჭერისათვის.