ინფლუენსერ მარკეტინგი როგორც პიარის ინსტრუმენტი ტურისტული მიმართულებების პოპულარიზაციაში: საქართველოს მაგალითი

ხატია ბალახაშვილი

სამაგისტრო ნაშრომი წარდგენილია ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის ბიზნესის, ტექნოლოგიისა და განათლების ფაკულტეტზე საზოგადოებასთან ურთიერთობის მაგისტრის აკადემიური ხარისხის მინიჭების მოთხოვნების შესაბამისად

საზოგადოებასთან ურთიერთობა

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: თინათინ იმერლიშვილი

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი
თბილისი, 2026

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.

ხატია ბალახაშვილი

ხელმოწერა: ხ. ბალახაშვილი

თარიღი: 31.05.2026“

აბსტრაქტი

თანამედროვე მსოფლიოში მნიშვნელოვანი ყურადღება ენიჭება ინფლუენსერ მარკეტინგის როლის შესწავლას ტურისტული მიმართულებების პოპულარიზაციის პროცესში და მის განხილვას, როგორც საზოგადოებასთან ურთიერთობის თანამედროვე ინსტრუმენტის. კვლევის მიზანს წარმოადგენდა იმის განსაზღვრა, თუ რა გავლენას ახდენდა ინფლუენსერების მიერ შექმნილი კონტენტი მომხმარებელთა აღქმაზე, ნდობაზე, ინტერესსა და სამოგზაურო გადაწყვეტილებებზე საქართველოს მაგალითზე. კვლევა დაეფუძნა შერეულ მეთოდოლოგიურ მიდგომას, რომელიც ეყრდნობოდა პრაგმატიზმის ფილოსოფიურ ჩარჩოს და აერთიანებდა როგორც რაოდენობრივ, ისე თვისებრივ კვლევას. კვლევის შედეგებმა აჩვენა, რომ ინფლუენსერ მარკეტინგის ეფექტიანობა მნიშვნელოვანწილად იყო დამოკიდებული კონტენტის ავთენტურობაზე, სანდოობასა და ვიზუალურ მიმზიდველობაზე. ასევე გამოიკვეთა, რომ მომხმარებლები უფრო მეტად ენდობოდნენ იმ ინფლუენსერებს, რომლებიც საკუთარ გამოცდილებას ბუნებრივად და რეალისტურად წარმოაჩენდნენ. ნაშრომის პრაქტიკული მნიშვნელობა მდგომარეობდა იმაში, რომ მიღებული შედეგები შესაძლებელი გახდა გამოყენებულიყო ტურისტული ორგანიზაციების, დანიშნულების ადგილის მართვის ორგანიზაციებისა და მარკეტინგული კომუნიკაციების სპეციალისტების მიერ სოციალური მედიისა და ინფლუენსერ მარკეტინგის უფრო ეფექტიანი გამოყენების მიზნით.

Abstract

This thesis was devoted to examining the role of influencer marketing in the promotion of tourist destinations and to exploring its function as a modern public relations tool. The aim of the study was to determine the impact of influencer-generated content on consumers' perceptions, trust, interest, and travel decisions, using Georgia as a case study. The research was based on a mixed-methods approach grounded in the philosophical framework of pragmatism, combining both quantitative and qualitative research methods. Quantitative data were collected through an online survey, while qualitative data were obtained through in-depth interviews conducted with marketing professionals employed in the tourism sector. The results demonstrated that the effectiveness of influencer marketing largely depended on the authenticity, credibility, and visual attractiveness of the content. The study also revealed that consumers tended to place greater trust in influencers who presented their experiences in a natural and realistic manner. The practical significance of the thesis lies in the fact that its findings can be utilized by tourism organizations, destination management organizations and marketing communication professionals to enhance the effectiveness of social media and influencer marketing strategies.

მადლობა

ბედნიერი ვარ, რომ მოცემული ნაშრომის წერის პროცესში მაქვს შესაძლებლობა მადლობა გადავუხადო ყველა იმ ადამიანს, ვინც გვერდში მედგა ამ დროის განმავლობაში.

განსაკუთრებული მადლობა მინდა ვუთხრა ჩემს მეუღლეს, რომლის დამსახურებით, გამხნევებით, გვერდში დგომით და ფსიქოლოგიური ლექციების საშუალებით შევქმენი ნაშრომი. მადლობა, რომ მამხნევებდი ყოველი დღის ბოლოს და არ დანებდი ჩემთან ერთად, გასული ოთხი თვის განმავლობაში. აქვე მინდა მადლობა ვუთხრა ჩემს მშობლებს, რომლებიც რომ არ არსებობდნენ დღეს ამ ავტორით ნაშრომიც არ იარსებებდა. მშობლები ჩემი ყველაზე გულითადი გულშემატკივრები არიან ცხოვრების ყველა ეტაპზე.

მადლობა ჩემს ხელმძღვანელს ჩადებული ენერგიისა და გაზიარებული ცოდნისთვის. ის იყო პიროვნება, რომელიც მუდამ ჩვენს გვერდით იდგა დღის ნებისმიერ მონაკვეთში და თითოეულ დასმულ კითხვას პასუხობდა.

მადლობა ყველა ლექტორს ვინც შეიტანა წვლილი ჩემი ცოდნის გაღრმავებაში აღნიშნული ფაკულტეტის განმავლობაში, განსაკუთრებით დიდი მადლობა კვლევის მეთოდებისა და აკადემიური წერის ლექტორებს, რომლებიც მნიშვნელოვან ცოდნას უზიარებენ ყველა სტუდენტს.

And last but not least, მადლობა მინდა ვუთხრა ჩემს თავს რომ ამ დროის განმავლობაში არცერთი წუთი არ დავნებდი. მადლობა ხატია, რომ ხარ შეუპოვარი და მიზანდასახული.