

ბრენდინგი, მომხმარებელთა აღქმა ბრენდების მიმართ და  
ბრენდინგის ეფექტი მომხმარებელზე შესყიდვაზე გადაწყვეტილების  
მიღების დროს

ანნა ჩალიგავა

რუსუდან ნებიერიძე

*სამაგისტრო ნაშრომი წარდგენილია ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის  
ბიზნესის სკოლის მაგისტრის აკადემიური ხარისხის მინიჭების მოთხოვნების  
შესაბამისად*

პროგრამა ბიზნესის ადმინისტრირება (მენეჯმენტი)

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: გვანცა ხიზანიშვილი

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, 2014

## სარჩევი:

- გვ.1 აბსტრაქტი
- გვ.2 შესავალი
- გვ.3 თავი 1. ბრენდინგი
  - გვ.3 1.1 სავაჭრო ნიშნისა და სავაჭრო მარკის მნიშვნელობები
  - გვ.5 1.2. რა არის ბრენდი
  - გვ.8 1.3.ბრენდის იდენტურობა
  - გვ.12 1.4. ბრენდის ცნობადობა
  - გვ.14 1.5. ბრენდინგის მნიშვნელობა
  - გვ.16 1.6. ბრენდის გამოჩენის ისტორია
  - გვ.17 1.7. ბრენდის 5 მახასიათებელი
  - გვ.20 1.8. 5 განზომილებიანი ბრენდი
  - გვ.26 1.9. ბრენდების ომი
- გვ.30 თავი 2. მომხმარებელთა ქცევა
  - გვ.30 2.1.მომხმარებლის ქცევა ყიდვისას
  - გვ.33 2.2. მოტივაცია
  - გვ.37 2.3. მომხმარებელთა როლები
  - გვ.38 2.4. მყიდველის გადაწყვეტილების მიღების პროცესი
  - გვ.41 2.5. ახალი პროდუქტის ამთვისებელთა კატეგორიები
  - გვ.42 2.6. მომხმარებელთა ურთიერთობის მართვა

გვ.44 თავი 3. კვლევითი ნაწილი

გვ.44 3.1. კითხვარი

გვ.46 3.2. დასკვნა

გვ.49 3.3. 2013 წლის 10 ყველაზე ძვირადღირებული ბრენდი

გვ.54 3.4. დანართი

გვ.59 გამოყენებული ლიტერატურა

## აბსტრაქტი

დღევანდელ მსოფლიოში მომხმარებელთა უმეტესი ნაწილი ითხოვს განსხვავებულ პროდუქციას, ისეთს, რაც ხაზს გაუსვამს მათ გემოვნებას, სტატუსს,

შესაძლებლობებსა და სხვა ღირებულებებს. 21-ე საუკუნის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ელემენტია ბრენდი, რაც უპირველეს ყოვლისა,

განსაკუთრებულობის, ინდივიდუალურობის, უნიკალურობის, სიმბოლოა.

მაღზე საინტერესოა ქართველი მომხმარებლების აზრი ბრენდებთან დაკავშირებით, მათი ლოიალურობის ხარისხი და ბრენდების გავლენა მომხმარებლებზე, შესყიდვაზე გადაწყვეტილების მიღების დროს.

ჩავატარეთ გამოკვლევა, სადაც გამოიკითხა დაახლოებით 100 ადამიანი, რომელთა ძირითადი ნაწილი ქალბატონი იყო. გამოკითხულთა უმრავლესობა აღიარებს, რომ მათთვის ბრენდი დიდ როლს თამაშობს, რადგან მიაჩნიათ რომ ბრენდების პროდუქცია ხარისხს, პრესტიჟულობას და მოდურობას უზრუნველყოფს, სწორედ ამიტონ ირჩევენ ისინი ბრენდის პროდუქციას.

მომხმარებლებმა გამოარჩიეს გლობალური და საქართველოში არსებული ყველაზე ცნობილი ბრენდები.

გამოკითვიდან გამომდინარე, შეიძლება დავასკვნათ, რომ ყველა ქართველს აქვს სურვილი ატაროს ყველაზე ძვირადღირებული ბრენდების მოდური კოლექციები, თუმცა ისინი იმასაც აღიარებენ, რომ ამის შესაძლებლობა არა აქვთ.