

საქართველოს მსოფლიო ბრენდად ჩამოყალიბების პერსპექტივები

თამარ გოგოლაშვილი

გვანცა გოგოლაძე

ელისო ცირეკიძე

ჯგუფი: N6

*სამაგისტრო პროექტის ანგარიში წარდგენილია ილიას სახელმწიფო
უნივერსიტეტის ბიზნესის სკოლაში*

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: ნატალია შელეგია, ასოცირებული პროფესორი

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, (2019)

აბსტრაქტი

მუდმივად მზარდი კონკურენციის პირობებში მნიშვნელოვანი ხდება ძლიერი ბრენდის შექმნა და მისი პოზიციონირება მომხმარებლის ცნობიერებაში. როგორც ადამიანები, ასევე კომპანიები და მთლიანად ქვეყნები ზრუნავენ შექმნან საკუთარი იმიჯი. აღნიშნული კვლევა მიზნად ისახავს გააზრებას თუ როგორ შეიძლება ქვეყანა მსოფლიო ასპარეზზე მნიშვნელოვნად პოზიციონირდეს. როგორ წარმოაჩინოს საუკეთესოდ თავისი შესაძლებლობები, უნიკალური მახასიათებლები თუ ღირებულებები. ამასთან გაეცეს მთავარ შეკითხვას პასუხი „როგორ შევქმნათ საქართველოს ბრენდი“, რისთვისაც შევისწავლეთ სამეცნიერო ლიტერატურა ბრენდის მშენებლობის ჭრილში და სხვა მრავალი საკითხი, ასევე საუკეთესო ბრენდიგ გამოცდილებები, ქვეყნის ტურისტული ბრენდის შექმნის სტრატეგიები და ცალკეული დარგების ბრენდად ჩამოყალიბების პერსპექტივები. ჩატარებული კვლევიდან გამომდინარე, შეიძლება ითქვას რომ ძალიან ცოტა ბრენდირებული დარგია, რომლითაც შეიძლება ქვეყანამ მოახდინოს პოზიციონირება საერთაშორისო ბაზარზე. შესაბამისად, გავაკეთეთ დასკვნა, რომ უპირველესად საჭიროა მოხდეს დარგების პოპულარიზაცია/განვითარების ხელშეწყობა. ამის შედეგად ქვეყანას საშუალება ექნება შექმნას ბრენდირებული პროდუქტები და მრავალფეროვანი პროდუქტით მიიქციოს სხვადასხვა ერების ყურადღება.

Abstract

In the increasing competition, it is very important to create a strong brand and positioning in it's user's perception. People, comp anies and the entire countries taking care of their own image and reputation. This research aims to make the point how the country can be significantly positioned on the world stage. How to introduce your own capabilities, unique features or values. The answer about the question "How to create a Georgia as brand " we researched scientific literature in brand building and many other issues, best branding experience, as well as the strategies for creating the country's tourism, brand and perspectives for developing a brand. Based on the survey, we can say that there is extremely small amount of Georgian brands that can positioning in the international market. We have concluded that first of all it is necessary to promote and develop many fields in the country. As a result, our country brands also will be able to create a competetive brand products.

მადლობა

მადლობას ვუხდით სამაგისტრო ნაშრომის ხელმძღვანელს, პროფესორ ნატალია შელეგიას, რომელმაც მოგვცა მნიშვნელოვანი რეკომენდაციები და დიდი დახმარება გაგვიწია ნაშრომის ფორმულირებასა და ჩამოყალიბებაში. ასევე მადლობას ვუხდით სხვადასხვა სფეროს წარმომადგენლებს: რამაზ შენგელიას, ნანა ბახსოლიანს, რუსუდან კვალიაშვილს, ქეთევან ბოლქვაძეს, ლიანა ბითაძეს, თამარ ვაჩნაძეს, მათა მელაძეს, სოფიო ბარბაქაძეს და მზია ბითაძეს, რომლებმაც დიდი წვლილი შეიტანეს ჩვენი კვლევის წარმოებაში.