

პროდუქციისა და მომსახურების სატელევიზიო ინტეგრაციის პრაქტიკა
საქართველოში და მისი გავლენა სამომხმარებლო ქცევაზე

მარიამ ხუციშვილი

ია ხვისტანი

თამარ ყამარაული

*სამაგისტრო ნაშრომი წარდგენილია ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის ბიზნესის,
ტექნოლოგიისა და განათლების ფაკულტეტზე საზოგადოებრივი ურთიერთობების
მაგისტრის აკადემიური ხარისხის მინიჭების მოთხოვნების შესაბამისად*

საზოგადოებრივი ურთიერთობები

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: თორნიკე გურული, პროფესორი

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, 2020

განაცხადი

“ვაცხადებთ, რომ ნაშრომი „პროდუქციისა და მომსახურების სატელევიზიო ინტეგრაციის პრაქტიკა საქართველოში და მისი გავლენა სამომხმარებლო ქცევაზე“ წარმოადგენს ჩვენს ორიგინალურ ნამუშევარს და არ შეიცავს სხვა ავტორების მიერ აქამდე გამოქვეყნებულ, გამოსაქვეყნებლად მიღებულ ან დასაცავად წარდგენილ მასალებს, რომლებიც არ არის ნაშრომში მოხსენიებული ან ციტირებული სათანადო წესების შესაბამისად”.

მარიამ ხუციშვილი

ია ხვისტანი

თამარ ყამარაული

02/07/2020

აბსტრაქტი

სამაგისტრო ნაშრომი „პროდუქციისა და მომსახურების სატელევიზიო ინტეგრაციის პრაქტიკა საქართველოში და მისი გავლენა სამომხმარებლო ქცევაზე“ წარმოადგენს პირველ ქართულ აკადემიურ ნაშრომს, რომელიც მიმოიხილავს პროდუქტისა და მომსახურების განთავსების პრაქტიკას, ქართული სატელევიზიო სივრცის მაგალითზე. ტექსტში განხილულია საერთაშორისო მაგალითები და საქართველოში არსებული პრაქტიკა ამ მიმართულებით. კვლევის ფარგლებში განხილულ იქნა აღნიშნულ თემაზე მომუშავე ავტორების სხვადასხვა სამეცნიერო ნაშრომები, სადაც დეტალურადაა აღწერილი ფარული რეკლამის სახეობები და საუკეთესო მაგალითები.

ნაშრომი მოიცავს კვლევას, რომლის საფუძველზეც გამოიკითხნენ ერთი მხრივ მომხმარებლები, მეორეს მხრივ კი კომპანიის წარმომადგენლები: მარკეტინგის, პიარის, გაყიდვების მენეჯერები. გამოკითხვა ჩატარდა რაოდენობრივი კვლევის მეთოდით, Google Doc -ის გამოყენებით.

კვლევის საფუძველზე, გამოიკვეთა საკითხის ძლიერი და სუსტი მხარეები და ზოგადი დამოკიდებულებები საკვლევი თემის მიმართ. კომპანიის წარმომადგენელთა უმეტესობა აღნიშნავს, რომ “Product Placement”, როგორც თანამედროვე ინსტრუმენტი მათი საქმიანობის ერთ-ერთი ხელის შემწყობი ფაქტორია.

კვლევის შედეგად, გვაქვს სიღრმისეული ინფორმაცია პროდუქტისა და მომსახურების ინტეგრაციის შესახებ. აღმოჩნდა, რომ საქართველოში არსებული კომპანიები მაღალი ინტენსივობით იყენებენ ამ ინსტრუმენტს. ხოლო მომხმარებელთა უმეტესი ნაწილისთვის რეკლამის ეს სახეობა მარტივად აღსაქმელი და შესამჩნევია.

საძიებო სიტყვები: *ინტეგრაცია, რეკლამა, ფროდაქთ ფლეისმენტი, ფარული რეკლამა, მარკეტინგი, ბრენდი, პროდუქტის ინტეგრაცია, პოზიციონირება.*

Abstract

The Master's thesis "The Practice of TV Integration of Products and Services in Georgia and Its Impact on Consumer Behavior" is the first Georgian academic paper to review the practice of placing products and services on the example of the Georgian television space.

The text discusses international examples and practices in Georgia in this direction.

The text discusses an international examples and practices in Georgia in this direction.

Within the framework of the research, various scientific papers of the authors working on the mentioned topic were discussed, where the types of hidden advertisements and the best examples are described in detail.

The paper includes a study that surveyed consumers and company representatives - Marketing, PR and sales managers. The survey was conducted using of quantitative research using with Google Doc. Based on the research, the strengths and weaknesses of the issue and the general attitudes towards the research topic were identified. Most of the company's representatives point out that "Product Placement" as a modern tool is one of the contributing factors to their activities.

As a result of our research, we have an in-depth information about product and service integration. It turned out that companies in Georgia use this tool with high intensity. And for most consumers, this type of advertising is easy to understand and notice.

Keywords: *Integration, Advertising, Product Placement, Hidden Advertising, Marketing, Brand, Product Integration, Positioning.*

მადლობა

მადლობას ვუხდით, ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის ბიზნესის, ტექნოლოგიისა და განათლების ფაკულტეტს, მაგისტრატურის საფეხურზე სწავლის შესაძლებლობისათვის.

გვსურს, ჩვენი პატივისცემა და მადლიერება გამოვხატოთ ამავე უნივერსიტეტის პროფესორისა და სამაგისტრო ნაშრომის ხელმძღვანელის თორნიკე გურულის მიმართ. წერის პროცესში აქტიური თანამშრომლობისა და გაწეული რეკომენდაციებისთვის. სწორედ მისი დახმარებით შევძელით, განგვევითარებინა ნაშრომის სხვადასხვა ნაწილები და გამოგვეკვლია მომხმარებელთან კომუნიკაციის ერთ-ერთი თანამედროვე მეთოდი.

მნიშვნელოვანია აღინიშნოს ბიზნესის, ტექნოლოგიისა და განათლების ფაკულტეტის კოორდინატორის, თამარ ხუნდაძის თანადგომა. იგი გვერდში გვედგა ამ პერიოდის განმავლობაში და არ იშურებდა რჩევა-დარიგებებს სამაგისტრო ნაშრომის ტექნიკურ საკითხებთან დაკავშირებით.

და ბოლოს, განსაკუთრებული მადლობა, გამოკითხვაში მონაწილე თითოეულ ადამიანს. მათი ჩართულობის გარეშე, აღნიშნული კვლევა ვერ შედგებოდა.