

ციფრული მარკეტინგის განვითარების თავისებურებები და მათი შედარება  
ტრადიციულ მარკეტინგთან - საქართველოში

ქეთევან მჭედლიშვილი

*სადისერტაციო ნაშრომი წარმოდგენილია ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის  
ბიზნესის სკოლის, ბიზნესის ადმინისტრირების მაგისტრის ხარისხის მინიჭების  
მოთხოვნების შესაბამისად*

ბიზნეს ადმინისტრირება: მენეჯმენტი

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: საბა ჯაჯანიძე, ასისტენტ - პროფესორი

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი 2020

## განაცხადი

*„როგორც წარმოდგენილი 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.“*

ქეთევან მჭედლიშვილი

12.12.2020

## აბსტრაქტი

სამყაროს მზარდი ტემპიდან გამომდინარე, ძალიან მნიშვნელოვანია ვიცოდეთ ციფრული მარკეტინგის ზუსტი განმარტება და მისი შესაძლებლობები. მოცემულ საკვლევ თემაში წარმოდგენილია ციფრული მარკეტინგის განვითარების თავისებურებები, ტრადიციული მარკეტინგის სახეები, მათი უპირატესობანი და განსხვავებები. განხილულია ქართველი და მსოფლიოს განვითარებული ქვეყნების საზოგადოების დამოკიდებულება ციფრულ და ტრადიციულ მარკეტინგთან მიმართებაში. გარდა თეორიული მიმოხილვისა ნაშრომში განხილულია ის ონლაინ მეთოდები რომლებიც დაგეხმარებათ ციფრულ სამყაროში შესაბიჯებლად.

კვლევაში აღნიშნული რეკომენდაციები დაეხმარება მას, ვისაც სურს ბიზნესის წარმოება და არ აქვს გადაწყვეტილი, თუ რომელი საკომუნიკაციო მეთოდები გამოიყენოს მომხმარებელთან საკონტაქტოდ, რომ მისი ბიზნესს მოთხოვნილება გაიზარდოს. ასევე დაეხმარება ისეთ კომპანიებს, რომლებიც ჯერაც ტრადიციული მარკეტინგული სისტემებით ხელმძღვანელობენ და არ თვლიან საჭიროდ მიმართონ ციფრულ ტექნოლოგიებს, რადგან არ აქვთ შესაბამისი გამოცდილება და ცოდნა ამ სფეროსთან დაკავშირებით.

ნაშრომის განსაკუთრებულ მიღწევას წარმოადგენს ის ნიუანსები რომლებიც ტრადიციული მარკეტინგის ნაკლებ პოპულარიზაციას ასახავს. კვლევაში, ასევე გამოიკვეთა ის მახასიათებლები, რითიც ციფრული მედია, მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს დიდი და მცირე ბიზნესების პოპულარიზაციას ქართულ ბაზარზე. ეს მახასიათებლები სტრატეგიულად ავითარებს სამიზნე აუდიტორიებთან კომუნიკაციას.

**ძირითადი საძიებო სიტყვები:** მარკეტინგი, ციფრული მარკეტინგი, სოციალური მედია, ტრადიციული მარკეტინგი, ციფრული ეპოქა.

## Abstract

Depending on the growing pace of the world, it is very important to know the exact definition of digital marketing and its capabilities. This research topic will describe - Digital Marketing features and development, types of traditional marketing and their advantages and differences. Research describes attitude of digital and traditional marketing in Georgia and other words leading Countries.

In addition to the theoretical review, this research discusses the online methods that will help you step into the digital world.

Recommendations provided in this research will help increase demand of the business for those who have not yet decided which communication methods to use in contact with the customers. It will also help companies which are still guided by “Traditional Marketing” systems and do not feel the need of digital transformation, because they don’t have relevant experience and knowledge in this field.

This research combines unique achievements and nuances that reflect less popularization of traditional marketing. Research also revealed the characteristics and features of digital media, which have a significant impact on the promotion of small and medium businesses on Georgian market.

These features strategically develop communication with the target audience.

**Key Words:** Digital marketing, Marketing, Social media, Traditional Marketing, Digital epoch.