

# ციფრული მედიის გავლენა მოდის ინდუსტრიაზე

ანა ნონიკაშვილი

*სამაგისტრო ნაშრომი წარდგენილია ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის ბიზნესის, ტექნოლოგიისა და განათლების სკოლის, ბიზნესის ადმინისტრირების (მენეჯმენტის) მაგისტრის ხარისხის მინიჭების მოთხოვნის შესაბამისად*

პროგრამა: ბიზნესის ადმინისტრირება - მენეჯმენტი

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: თამარ ჩილაჩავა



ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი 2021

## განაცხადი

„როგორც წარდგენილი 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.“

ანა ნონიკაშვილი 2021

## აბსტრაქტი

რთულია წარმოვიდგინოთ თანამედროვე მოდის ინდუსტრია ციფრული მედია-საშუალებების გარეშე. ინტერნეტი გლობალური საკომუნიკაციო ქსელია, რომელსაც მსოფლიოს მოსახლეობის უმეტესობა ყოველდღიურად იყენებს.

სამაგისტრო ნაშრომში „ციფრული მედიის გავლენა მოდის ინდუსტრიაზე“ განხილულია ციფრული მედიის არსი და უპირატესობები ტრადიციულ მედიასთან შედარებით, თუ რა ადგილი აქვს სოციალურ მედიას ციფრულ სამყაროში - სოციალური პლატფორმების მნიშვნელოვნება თანამედროვე მოდის ინდუსტრიაში. ასევე განხილულია ციფრული მარკეტინგისა და რეკლამის როლი მოდის ინდუსტრიის სფეროს განვითარებაში, თუ როგორ უნდა დაიგეგმოს სწორი მარკეტინგული სტრატეგია სარეკლამო გზავნილის წარმატებით და ეფექტურად გასავრცელებლად სამიზნე აუდიტორიამდე მედიის საშუალებით.

კვლევის მიზანია საზოგადოების აზრისა და მათი დამოკიდებულების გარკვევა ციფრულ მედიასთან დაკავშირებით, ასევე ციფრული მედიის შესაძლებლობებისა და პერსპექტივების ანალიზი კონკრეტულად მოდის ინდუსტრიის განვითარების მიმართულებით.

სამაგისტრო ნაშრომზე მუშაობისას ჩატარდა რაოდენობრივი კვლევა, რომელთა შედეგებზე დაყრდნობით ჩამოყალიბდა რეკომენდაციები მოდის ინდუსტრიაში არსებული კომპანიებისთვის.

აღნიშნული საკითხების კვლევისთვის გამოყენებულია სამეცნიერო ლიტერატურა, სახელმძღვანელოები და ინტერნეტ-რესურსები.

**ძირითადი საძიებო სიტყვები:** ციფრული მედია, ტრადიციული მედია, სოციალური მედია, მარკეტინგი, რეკლამა, ინტერნეტი, მოდის ინდუსტრია.

## Abstract

It is difficult to imagine a modern fashion industry without digital media. The internet is a global communication network used by most of the world's population on a daily basis.

The master's thesis "The impact of Digital Media on the Fashion Industry" discusses the essence and advantages of digital media compared to traditional media, what is the place of social media in the digital world - the importance of social platforms in the modern fashion industry. Also, The master's thesis discusses the role of digital marketing and advertising in the development of the fashion industry, how to plan the right marketing strategy to successfully and effectively deliver the advertising message to the target audience through the media.

The aim of the research is to find out the public opinion and their attitude towards digital media, as well as to analyze the capabilities and perspectives of digital media specifically in the direction of the development of the fashion industry.

Quantitative research was conducted while working on the master thesis, based on the results, recommendations were formed for companies in the fashion industry.

Scientific literature, textbooks and internet resources have been used to research these issues.

**Key Words:** Digital Media, Traditional Media, Social Media, Marketing, Advertising, Internet, Fashion Industry.