

როგორ შეიცვალა კომპანიების მიდგომა სოციალურ მედიასთან  
მიმართებაში, კოვიდ პანდემიის დროს საქართველოში, 2020-2021 წლებში.

მაგისტრი: სულიკო კერატიშვილი

*სამაგისტრო ნაშრომი წარდგენილია ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის ბიზნესის,  
განათლებისა და ტექნოლოგიების ფაკულტეტზე მაგისტრატურის ხარისხის მინიჭების  
მოთხოვნების შესაბამისად*

პროგრამა: ბიზნესის ადმინისტრირება: მენეჯმენტი

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: ალექსანდრე ასათიანი

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი  
თბილისი, 2021

## განაცხადი

როგორც წარმოდგენილი ნაშრომის ავტორი, ვაცხადებ, რომ ნაშრომი წარმოადგენს ჩემს ორიგინალურ ნამუშევარს და არ შეიცავს სხვა ავტორების მიერ აქამდე გამოყენებულ, გამოსაყენებლად მიღებულ ან დასაცავად წარდგენილ მასალებს, რომლებიც ნაშრომში არ არის მოხსენიებული ან ციტირებული სათანადო წესების შესაბამისად.

სულიკო კერატიშვილი

ს.კერატიშვილი

06.06.2022

## აბსტრაქტი

ნაშრომში საუბარია კოვიდ-19 პანდემიის გავლენა, საქართველოს ბაზარზე ოპერირებადი კომპანიების სოციალურ მედიაზე. ვირუსის შედეგად ადამიანებს მოუწიათ სახლში გამოკეტვა და ყველაფერი გადაერთო ონლაინზე სწორედ ამიტომ, ჩატარდა კვლევა იმის დასადგენად თუ როგორი გავლენა მოახდინა პანდემიამ კომპანიების სოციალურ მედიებზე, მიზანი არის იმ გადადგმული სტრატეგიული ნაბიჯების გაგება რომელიც ქართულმა კომპანიებმა განახორციელეს.

ჰიპოთეზის გადასამოწმებლად ჩატარდა თვისობრივი კვლევა, კომპანიების მარკეტინგის სამსახურის თანამშრომლებთან კითხვარის საშუალებით. აგრეთვე კვლევა ჩატარდა კობრა მეთოდის მიხედვით, რომელიც ამოწმებს სოც მედიაში პოსტებზე გამოხატულ რეაქციებს და ამ პოსტის პოპულარობასა ზომავს. აღნიშნული კვლევის ფარგლებში განხილულ იქნა ორი კომპანის სოციალური მედია კონკრეტულად ფეისბუქი.

ჩატარებული კვლევის საფუძველზე დადასტურდა ჰიპოთეზა. კვლევამ აჩვენა, რომ პანდემიის გავლენა საკამოდ დიდია არის და კომპანიებს მოუწიათ გარკვეული სტრატეგიების შეცვლა და ახლსი დანერგვა, მომხმარებელთან ეფექტური კომუნიკაციის დასამარებლად.

ძირითადი საძიებო სიტყვები: სოციალური მედია, სტრატეგია, მომხმარებელი, პანდემია.

## **Abstract**

The paper discusses the impact of the Covid-19 pandemic on the social media of companies operating in the Georgian market. As a result of the virus, people had to lock themselves at home and everything was switched online, that's why a study was conducted to determine the impact of the pandemic on companies' social media, the goal is to understand the strategic steps taken by Georgian companies.

In order to verify the hypothesis, a qualitative study was conducted with the employees of the marketing department of the company through a questionnaire. Also, a study was conducted according to the Cobra method, which checks the reactions expressed on social media posts and measures the popularity of this post. In the framework of the mentioned research, the social media of two companies, specifically Facebook, were discussed.

On the basis of the conducted research, the hypothesis was confirmed. Research has shown that the impact of the pandemic is quite large, and companies have had to change certain strategies and implement new ones in order to communicate effectively with customers.

**Key search words:** social media, strategy, consumer, pandemic.