

ციფრული მარკეტინგის როლი აგრო ბიზნესის განვითარებაში
საქართველოს მაგალითზე

ლაშა დემურაშვილი

*„სამაგისტრო ნაშრომი წარდგენილია ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის
ბიზნესის, ტექნოლოგიებისა და განათლების ფაკულტეტზე, მენეჯმენტის მაგისტრის
აკადემიური ხარისხის მინიჭების მოთხოვნის შესაბამისად“*

პროგრამა: მენეჯმენტი

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: ნატალია შელეგია

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, 2022

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.

ლაშა დემურაშვილი

15.06.2022

აბსტრაქტი

ნაშრომში, ციფრული მარკეტინგის როლი აგრო ბიზნესის განვითარებაში საქართველოს მაგალითზე, განხილულია ციფრულ მარკეტინგთან დაკავშირებული მნიშვნელოვანი საკითხები, ახსნილია ციფრული მარკეტინგის როლი თანამედროვე მარკეტინგში. აღსანიშნავია, რომ ციფრული მარკეტინგი არის მარკეტინგის კომპონენტი, რომელიც იყენებს ინტერნეტს და ონლაინ ციფრულ ტექნოლოგიებს. როგორცაა კომპიუტერები, მობილური ტელეფონები და სხვა ციფრული მედია პლატფორმები. ციფრული მარკეტინგი გამოიყენება პროდუქტებისა და სერვისების პოპულარიზაციისთვის.

ციფრული მარკეტინგის შემადგენელი კომპონენტებია ონლაინ მარკეტინგი, სოციალური მედია მარკეტინგი, ბლოგინგი, ონლაინ რეკლამა, ონლაინ სპონსორობა და სხვა. მათი საშუალებით ინფორმაციის გავრცელებას, ძალიან დიდი როლი აქვთ ბრენდის უფრო მაღალი ცნობადობის, ბრენდის რეპუტაციისა და ბრენდის ლოიალობის მიღწევაში. უფრო მეტიც, სოციალური მედიის რეაგირება, გადამწყვეტია ბრენდის ლოიალობის გასაძლიერებლად და ეფექტური მარკეტინგის განხორციელებისათვის. ამასთან, ციფრულ მარკეტინგს მხოლოდ ორგანიზაციებისთვის არ აქვს უპირატესობები, ის ასევე ეფექტურია მომხმარებლებისთვისაც. მომხმარებელი ხარჯავს შედარებით ნაკლებ დროსა და ენერგიას სასურველი პროდუქტის შესარჩევად და შესაძენად. მომხმარებელს მცირე დროში შეუძლია ნებისმიერი პროდუქტის შესახებ ინფორმაციის მოძიება, როგორც მწარმოებლებიგან, ისე მომხმარებლებისგანაც.

თუმცა, როგორც განხორციელებული კვლევიდან ირკვევა ქართველი ფერმერები საკუთარი აგრო პროდუქტების რეალიზაციისათვის საერთოდ არ იყენებენ ციფრულ მარკეტინგს. რაც რა თქმა უნდა უარყოფითად აისახება მათ ცნობადობასა და შესაბამისად გაყიდვებზე.

keywords: ციფრული მარკეტინგი, აგროკულტურა, ფერმერები

Abstract

The role of digital marketing in the development of agribusiness

In the work, the role of digital marketing in the development of agribusiness on the example of Georgia, important issues related to digital marketing are discussed, the role of digital marketing in modern marketing is explained. It should be noted that digital marketing is a component of marketing that uses the Internet and online digital technologies. such as computers, mobile phones and other digital media platforms. Digital marketing is used to promote products and services.

The components of digital marketing are online marketing, social media marketing, blogging, online advertising, online sponsorship and more. Their dissemination of information plays a very important role in achieving higher brand awareness, brand reputation and brand loyalty. Moreover, social media responsiveness is critical to building brand loyalty and effective marketing. However, digital marketing does not only have advantages for organizations, it is also effective for consumers. The consumer spends relatively less time and energy to select and purchase the desired product. In a short time, the user can find information about any product, both from producers and consumers.

However, as it is clear from the conducted research, Georgian farmers do not use digital marketing for the sale of their agricultural products at all. Which, of course, has a negative impact on their awareness and, accordingly, sales.

Keywords: digital marketing, agriculture, farmers