

ქართული ბიზნეს კომპანიების მიერ სოციალური მედიის გამოყენების  
სტრატეგიები და მაგალითები

მარიამ ელყანიშვილი

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

ბიზნეს ადმინისტრირება (მენეჯმენტი)

ნაშრომის ხელმძღვანელი: ალექსანდრე ასათიანი, ასოცირებული პროფესორი

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, 2022

## განაცხადი

„როგორც წარდგენილი დავალების 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“.

მარიამ ელყანიშვილი

2022 წელი

## აბსტრაქტი

გლობალურად გაზრდილია ბიზნეს სექტორში სოციალური მედიის როლი. ტენდენციებს არც საქართველო ჩამოუვარდება. სოციალური პლატფორმები დღევანდელ რეალობაში სულ უფრო აქტიური ხდება, შესაბამისად ფიზიკური თუ იურიდიული პირები ცდილობენ მასში გააქტიურებას. სწორედ მათი გამოყენების საშუალებით ხდებიან მეტად ცნობადები და აქტიურები თავიანთ ბაზარზე. აქედან გამომდინარე თითოეული მათგანისათვის აუცილებელია შეირჩეს სწორი სტრატეგიები სოციალური გვერდების სამართავად. იმისათვის რომ მოცემულმა მუშაობამ ნაყოფი გამოიღოს აუცილებელია სწორი ნაბიჯების გადადგმა და განხორციელება.

ნაშრომის მიზანი იყო ქართული ბიზნეს კომპანიების მიერ სოციალური მედიის გამოყენების სტრატეგიებისა და მაგალითების შეფასება. ყოველივე ეს კი განხორციელდა საკითხის თეორიული და ჩატარებული კვლევების (რაოდენობრივი, თვისებრივი) ანალიზის საფუძველზე. აღნიშნული მონაცემების შეჯამებისას გამოიკვეთა სოციალური მედიის გამოყენების სტრატეგიებისა და მაგალითების დადებითი და უაროვითი მხარეები სხვადასხვა მიმართულებებისათვის.

Covid-19 ის ფონზე სოციალური მედია მსოფლიოს მასშტაბით პროგრეს განიცდის. კონკრეტულად საქართველოს მაგალითზეც, მისი როლი ყოველდღიურად იზრდება და ვითარდება. თუმცა, აღსაღნიშნია ისიც, რომ არსებობს რიგი ხარვეზები, რომლის გამოსწორებაც გამოიწვევს კმაყოფილ მომხმარებელსა და მეტად წარმატებულ ბიზნესს.

**საძიებო სიტყვები:** სოციალური მედია, სოციალური პლატფორმები, ბიზნეს სექტორი, Covid-19, სოციალური მედიის სტრატეგიები.

## Abstract

Globally, the role of social media in the business sector has increased. Georgia does not lag behind the trends either. Social platforms are becoming increasingly active in today's reality, therefore individuals and legal entities are trying to become active in it. It is through their use that they become more recognizable and active in their market. Therefore, for each of them, it is necessary to choose the right strategies for managing social pages. In order for this work to bear fruit, it is necessary to take and implement the right steps.

The aim of the paper was to evaluate strategies and examples of social media use by Georgian business companies. All this was carried out on the basis of theoretical and conducted studies (quantitative, qualitative) analysis of the issue. While summarizing the mentioned data, the positive and negative sides of strategies and examples of social media use for different areas were highlighted.

In light of Covid-19, social media is progressing worldwide. Specifically in the example of Georgia, its role is growing and developing every day. However, it should also be noted that there are a number of flaws that will lead to satisfied customers and a highly successful business.

**Keywords:** social media, social platforms, business sector, Covid-19, social media strategies

## მადლობა

მსურს, მადლობა გადავუხადო ყველა იმ კომპანიის მარკეტინგის წარმომადგენელს, ვინც დრო დამითმო და დამეხმარა კვლევის სრულყოფაში. ასევე მადლობა თითოეულ იმ პიროვნებას, რომელმაც წვლილი შეიტანა რაოდენობრივი კვლევის წარმატებით ჩატარებაში. და ბოლოს, მადლობა ჩემს ხელმძღვანელს, ალექსანდრე ასათიანს. მისი წვლილი ნაშრომის წარმატებით დაგეგმარებასა და წარმართვაში დიდია.