

სოციალური მედია როგორც ელექტრონული კომერციის პლატფორმა  
საქართველოს მაგალითზე

მარიამი გოგიტიძე

*სამაგისტრო ნაშრომი წარდგენილია  
ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის  
ბიზნესის, ტექნოლოგიებისა და განათლების ფაკულტეტზე  
ბიზნესის ადმინისტრირების მაგისტრის მენეჯმენტში აკადემიური ხარისხის  
მინიჭების მოხოვნების შესაბამისად*

სამაგისტრო ნაშრომის ხელმძღვანელი: საბა ჯაჯანიძე, პროფესორი

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.

მარიამი გოგიტიძე

20.01.2023

## აბსტრაქტი:

21-ე საუკუნე გამოირჩევა ტექნოლოგიური პროგრესის მრავალფეროვნებით. აღნიშნული განვითარება, რა თქმა უნდა, გავლენას ახდენს არა მხოლოდ უშუალოდ ერთ კონკრეტულ მიმართულებაზე, არამედ საერთო შედეგზე. ერთ სფეროში დაწყებული ცვლილებები მარტივად ვრცელდება მეორეზე და მოქმედებს მის სახეცვლილებაზეც.

სწორედ რომ ელექტრონული კომერციის პლატფორმის განვითარებამ გამოიწვია ანალოგიური შედეგის მიღება სოციალური მედიის თვალსაზრისით. არა მხოლოდ საქართველოში, არამედ მსოფლიოს ქვეყნებში ეს ორი პლატფორმა ხშირად განიხილება ისე, როგორც ერთი. ამის მიზეზს წარმოადგენს საზოგადოების არასწორი წარმოდგენები თითოეულ მათგანში მიმდინარე პროცესების შესახებ. ელექტრონული კომერცია არის სწორედ ის დიდი სივრცე, რომელიც აკავშირებს სხვადასხვა ბიზნეს საქმიანობას ერთმანეთთან და აძლევს მათ განვითარებისა და თავიანთი სერვისის გაუმჯობესების შესაძლებლობას.

ნაშრომში უკეთ არის წარმოდგენილი, თუ რა კავშირი არსებობს სოციალურ მედიაზე და როგორ განიხილება აღნიშნული ისე, როგორც ელექტრონული კომერციის შემადგენელი ნაწილი საქართველოს ფარგლებში.

The 21st century is characterized by a variety of technological progress. The mentioned development, of course, affects not only directly one specific direction, but directly the overall result. Changes started in one area easily spread to the other and affect its change as well.

It is precisely because the development of the e-commerce platform has led to a similar result in terms of social media. Not only in Georgia, but in the countries of the world, these two platforms are often considered as one. The reason for this is the society's misconceptions about the processes taking place in each of them. E-commerce is that big space that connects different business activities with each other and gives them the opportunity to develop and improve their services.

The paper better presents what connection exists on social media and how it is considered as a constituent part of electronic commerce within Georgia.