

ციფრული-მარკეტინგის როლი მცირე ბიზნესის განვითარებაში

თინათინ ბეჟუაშვილი

*სამაგისტრო ნაშრომი წარმოდგენილია ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის
ბიზნესის, ტექნოლოგიის და განათლების ფაკულტეტზე ბიზნესის
ადმინისტრირების (მენეჯმენტი) მაგისტრის აკადემიური ხარისხის მოთხოვნის
შესაბამისად.*

სამაგისტრო პროგრამა: მენეჯმენტი

სამეცნიერო ხელმძღვანელი:

გივი ჭანუყვაძე

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, 2023

განაცხადი

როგორც წარმოდგენილი სამაგისტრო 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.

თინათინ ბეჟუაშვილი

თარიღი:15.06.2023

აბსტრაქტი

სოციალურმა მედიამ დიდი რევოლუცია მოახდინა ბიზნესის განხრით და მნიშვნელოვნად იმოქმედა სამიზნე აუდიტორიზე. ის გადაწყვეტ როლს თამაშობს მცირე ბიზნესის მარკეტინგულ ძალისხმევაში. კვლევის მიზანს წარმოადგენს მარკეტინგის მეთოდების ეფექტურობის დადგენა, რომელიც ეყრდნობა საერთაშორისო პრაქტიკას საქართველოსა თუ მსოფლიოში არსებულ ტენდენციას, ასევე ყურადღებას ამახვილებს სოციალური მედიის მარკეტინგის მნიშვნელობაზე მცირე ბიზნესისთვის, ფოკუსირებულია ბრენდის ხილვადობაზე, ბაზრის კვლევაზე, მომხმარებელთა ჩართულობაზე, კონკურენტულ უპირატესობაზე. მნიშვნელოვანია გამოიხატოს ეფექტური საკომუნიკაციო გზები, რათა დაეხმაროს საბაზრო სივრცეში საკუთარი თავის დამკვიდრებას და იასპარეზოს მსოფლიო ბაზარზე, გაზარდოს ბრენდის ხილვადობა, მიაღწიოს ფართო აუდიტორიას და ისარგებლოს ეფექტური მარკეტინგული გადაწყვეტილებებით. გარდა ამისა, კვლევა გვაწვდის ინფორმაციას ციფრულ სივრცეში მომხმარებელთა ქცევის, პრეფერენციებისა და ყიდვის ნიმუშების შესახებ, ასევე გვეხმარება სამიზნე აუდიტორიის დემოგრაფიის, პრეფერენციების, საჭიროებებისა და ქცევების ღრმა გაგებაში. სოციალური მედია საშუალებას აძლევს მომხმარებელთა უშუალო ჩართულობას და ურთიერთობის დამყარებას, რაც ბიზნესს ხელს შეუწყობს, რომ შეაგროვოს ღირებული ინფორმაცია მომხმარებელთა პრეფერენციებისა და ქცევის შესახებ. მთლიანობაში, სოციალური მედიის მარკეტინგი გახდა მცირე ბიზნესის მარკეტინგული სტრატეგიის განუყოფელი კომპონენტი, რომელიც გთავაზობს ზრდისა და წარმატების უამრავ შესაძლებლობას.

Abstract

Social media has revolutionized business and greatly influenced the target audience. It plays a crucial role in the marketing efforts of small businesses. The purpose of the research is to determine the effectiveness of marketing methods, which is based on international practice, as well as the trends in Georgia and the world, and also focuses on the importance of social media marketing for small businesses, focusing on brand visibility, market research, customer engagement, competitive advantage. It is important to have effective communication ways to help establish yourself in the market space and compete in the global market, increase brand visibility, reach a wider audience and benefit from effective marketing solutions. In addition, the research provides insights into consumer behavior, preferences and buying patterns in the digital space. It also helps us gain a deeper understanding of target audience demographics, preferences, needs and behaviors. Social media enables direct customer engagement and relationship building, allowing businesses to foster loyalty and gather valuable information about customer preferences and behavior. Overall, social media marketing has become an integral component of a small business's marketing strategy, offering numerous opportunities for growth and success.