

სოციალური მედია მარკეტინგის ეფექტურობა, ციფრული ტექნიკის  
ბიზნესში საქართველოს მაგალითზე

მაგისტრანტი: ლუკა კავთუაშვილი

*სამაგისტრო ნაშრომი წარდგენილია ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის ბიზნესის  
სკოლის კერძოდ მენეჯმენტის ფაკულტეტზე, მაგისტრის აკადემიური ხარისხის  
მინიჭების მოთხოვნების შესაბამისად*

*პროგრამა: ბიზნესის ადმინისტრირება: მენეჯმენტი*

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: გივი ჭანუყვაძე

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, 2023

## განაცხადი

როგორც წარდგენილი სამაგისტრო ნაშრომის ავტორი, ვაცხადებ, რომ ნაშრომი წარმოადგენს ჩემს ორიგინალურ ნამუშევარს და არ შეიცავს სხვა ავტორის ნამუშევარს, რომელიც ნამუშევარში არარის მითითებული სათანადო წესის მიხედვით.

ლუკა კავთუაშვილი

18.5.2023

## სარჩევი

აბსტრაქტი .....	Error! Bookmark not defined.
<u>Abstract</u> .....	Error! Bookmark not defined.
შესავალი .....	Error! Bookmark not defined.
<u>მომხმარებლის საჭიროებები</u> .....	6
<u>ლიტერატურის მიმოხილვა</u> .....	10
<u>შეჯამება</u> .....	26
<u>მეთოდოლოგია</u> .....	28
<u>მონაწილეების შერჩევა</u> .....	Error! Bookmark not defined.
<u>კვლევის შეზღუდვები</u> .....	30
<u>თვისობრივი კვლევის ანალიზი</u> .....	30
<u>ფოკუს ჯგუფი</u> .....	30
<u>ჩაღრმავებული ინტერვიუ</u> .....	32
<u>ჩაღრმავებული ინტერვიუ ტექნიკის მომწოდებლებთან</u> .....	34
<u>დასკვნა და რეკომენდაცია</u> .....	38
<u>გამოყენებული ლიტერატურა</u> .....	42
<u>დანართები</u> .....	43

## აბსტრაქტი

წინამდებარე ნაშრომში, განხილულია სოციალური მედია მარკეტინგის ეფექტურობა, მისი წარმატების და წარუმატებლობის განმსაზღვრელი ფაქტორები, რა უნდა გავითვალისწინოთ კონტენტის შექმნისას როგორ დავაინტერესოთ მომხმარებელი ჩვენით, როგორ გადავაცვიოთ მომხმარებელი გულშემატკივრად და რა შეთავაზებების მიცემით შეგვიძლია ბრენდის პოპულარიზაცია, ტექნიკის მომწოდებელთა უმეტესობა, დღესდღეობით აქტიურად არის ჩართული სოციალური არხების და საიტების მართვაში, შესაძლოა ითქვას რომ მას გადამწყვეტი მნიშვნელობა აქვს იქნება თუ არა კომპანია წარმატებული.

კვლევა გადამოწმდა თვისობრივი კვლევის საფუძველზე, მონაწილეობა მიიღეს იმ პირებმა, რომლებიც აქტიურად იძენენ ტექნიკას სოციალური არხების მეშვეობით ასევე ტექნიკის მომწოდებელმა კომპანიებმა.

დადასტურდა ორივე ჰიპოთეზა, რესპოდენტები უმეტეს შემთხვევაში ასახელებდნენ რელევანტურ მიზეზებს და დადგინდა, რომ კომუნიკაცია ყველაზე მნიშვნელოვანი ასპექტია სოციალური მედიის სხვა კომპონენტებთან შედარებით საქართველოს მაგალითზე.

**ძირითადი საძიებო სიტყვები:** სოციალური მედია, კონტენტი, კომუნიკაცია, მარკეტინგი

## **Abstract**

In this paper, we discuss the effectiveness of social media marketing, the factors determining its success and failure, what to consider when creating content, how to get the user interested in us, how to turn the user into a fan and what offers we can give to promote the brand. In management, it can be said that it is of decisive importance whether the company will be successful or not.

The study was validated through qualitative research, with participants actively acquiring technology through social channels.

Both hypotheses were confirmed, the respondents mentioned relevant reasons in most cases, and it was determined that communication is the most important aspect compared to other components of social media on the example of Georgia.

**Keywords:** social media, content, communication, marketing