

სოციალური მედიის გავლენა ბიზნესის განვითარებაზე

ნიკა ლლონტი

*სამაგისტრო ნაშრომი წარდგენილია ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის
ბიზნესის, ტექნოლოგიებისა და განათლების ფაკულტეტზე საზოგადოებრივი
ურთიერთობების მაგისტრის აკადემიური ხარისხის მინიჭების მოთხოვნების
შესაბამისად*

პროგრამა: საზოგადოებრივი ურთიერთობები

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: ირინე ჭელიძე

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, 2023

განაცხადი

„როგორც წარდგენილი 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 წესის შესაბამისად“.

ნიკა ლლონტი

2023

მადლობა

მადლობას ვუხდით ჩემს სამეცნიერო ხელმძღვანელს, კვლევის განხორციელების პროცესში გაწეული დახმარებისთვის და ასევე კვლევაში მონაწილე თითოეულ ადამიანს, თავიანთი აზრის დაფიქსირებისთვის.

აბსტრაქტი

სოციალურმა მედიამ შეცვალა სამყარო.

ამჟამად, მსოფლიოს მოსახლეობის ნახევარზე მეტი იყენებს სოციალურ მედიას და ეს რიცხვი ყოველწლიურად ექსპონენტურად იზრდება.

2010-იანი წლების დასაწყისში დანერგვის შემდეგ, მან შეცვალა არა მხოლოდ ადამიანების ერთმანეთთან კომუნიკაციის მეთოდები, არამედ ინფორმაციის მიღებისა და გაცვლის გზაც.

ბევრისთვის ის გახდა უფრო მეტი, ვიდრე მეგობრებთან, კოლეგებთან ან ნათესავებთან კომუნიკაციის საშუალება. ის გახდა ჩვენი ყოველდღიური ცხოვრების განუყოფელი ნაწილი.

იგი განსაკუთრებით მნიშვნელოვანი გახდა COVID-19-ის პანდემიის დროს, როდესაც იზოლაციაში მყოფი სულ უფრო მეტი ადამიანი იყენებდა სოციალური მედიის პლატფორმებს.

ბევრი მცირე და დიდი ბიზნესი შეეგუა ამას და, როგორც ჩანს, ძალიან აქტიურები არიან სოციალურ მედიაში და ამ კომუნიკაციის მეთოდს იყენებენ საკუთარი ბრენდის გასაუმჯობესებლად და მასზე მეტი ყურადღების მისაქცევად.

ამ ნაშრომის მიზანია იმის დანახვა, თუ როგორ და რა მექანიზმებს იყენებენ კომპანიები თავის სოციალურ მედია მარკეტინგში. ასევე საინტერესო იქნებოდა იმის დანახვა, თუ როგორ ვითარდებოდა სოციალური მედია წლების განმავლობაში და რა კავშირი აქვს დღევანდელ ბიზნეს სფეროებთან.

ABSTRACT

Social media has changed the world.

Currently, more than half of the world's population uses social media, and this number is growing exponentially every year.

Since its introduction in the early 2010s, it has not only changed the way people communicate with each other, but also the way they receive and exchange information.

For many, it has become more than a means of communication with friends, colleagues or relatives. It has become an integral part of our daily life.

It has become especially important during the COVID-19 pandemic, when more and more people in isolation were using social media platforms.

Many small and large businesses have adapted to this and seem to be very active on social media and use this method of communication to improve their brand and draw more attention to it.

The purpose of this paper is to see how and what mechanisms companies use in their social media marketing. It would also be interesting to see how social media has evolved over the years and how it relates to today's business fields.