

**The Impact of Chatbots as AI Automation Communication Tool on Customer  
Engagement Process in Apparel E-commerce.**

**Student: Nika Natenadze**

*A thesis submitted to the Faculty of Ilia State University Business, Technology and  
Education Business School in fulfilment of the requirements for the degree of Master of  
Business Administration*

Double Degree Program

Supervisor: Tamar Magalashvili, Associate Professor

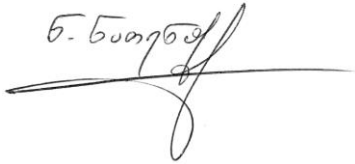
**Ilia State University**

**Tbilisi, 2024**

## Declaration

‘As the author of this paper, I declare that this thesis presented for the degree of Master of Business Administration is an original report of my research and has been written by me. Due references have been provided on all supporting literature and resources. I also confirm that this work has not been submitted for any other degree or professional qualification.’

Nika Natenadze

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'N. Natenadze', with a long horizontal stroke extending to the right.

24.06.2024

## **Abstract**

Artificial intelligence (AI) advancement has modified and transformed the e-commerce processes and landscape, especially through implementing and integrating AI-based chatbots. This thesis investigates the impact of these chatbots on customer engagement in the apparel e-commerce purchasing process in Georgia. By using a quantitative research method, data was gathered from 220 participants through an online questionnaire focusing on Georgian e-commerce customers. The primary research question investigation included analyzing customer satisfaction through chatbot interactions, frequency of chatbot usage in online shopping, personalized recommendations and perceived performance and efficiency of chatbot assistance. The study showed an important positive relationship between the mentioned topics, suggesting that from the perspective of customer engagement measurement, customer satisfaction can be enhanced by users' personalized experience, efficient responses and frequency of chatbot usage. These findings mean that customers who experience more personalized recommendations and frequently interact with AI chatbots tend to have higher satisfaction levels and express positive experiences. Moreover, shaping customer perceptions and strengthening willingness to use chatbot assistance in the future is contributed by efficient chatbot responses with high accuracy and speed. The research emphasized how important it is to invest in implementing advanced chatbots that have the ability to provide timely assistance and personalized recommendations for a high number of user inquiries. According to the research, businesses may enhance engagement processes and loyalty levels by implementing and creating new personalized shopping experiences based on individual preferences, which can be addressed by the need for continuous adaptation processes and improvement of chatbot systems in compliance with rapidly changing technological advancement and customer expectations and behaviors. Despite the supportive outcomes, the study opened new research areas by establishing the basis for longitudinal exploration and deeper analysis into the advanced features of customer engagement with AI-powered chatbots,

as well as their long-term impact on customer retention and loyalty in the apparel e-commerce industry.

***Keywords:*** AI-powered chatbots, Customer Engagement, Apparel E-Commerce, Customer Satisfaction, Personalized Interactions, personalization, Chatbot Efficiency, AI, advanced technologies.

## აბსტრაქტი

ხელოვნური ინტელექტის (AI) წინსვლამ და განვითარებამ შეცვალა და გარდაქმნა ელექტრონული კომერციის პროცესები განსაკუთრებით AI-ზე დაფუძნებული ჩეთბოტების დანერგვისა და ინტეგრაციის მეშვეობით. ეს ნაშრომი იკვლევს ამ ჩეთბოტების გავლენას ტანსაცმლის ელექტრონული კომერციის შექმნის პროცესში მომხმარებელთა ჩართულობაზე საქართველოში. რაოდენობრივი კვლევის მეთოდის გამოყენებით, მონაცემები შეგროვდა 220 რესპონდენტისგან ონლაინ გამოკითხვის კითხვარის მეშვეობით, რომელიც განკუთვნილი იყო ელექტრონული კომერციის ქართველ მომხმარებლებზე. მთავარი საკვლევ კითხვის შესწავლა მოიცავდა მომხმარებელთა კმაყოფილების ანალიზს ჩეთბოტის ურთიერთქმედებისას, ჩეთბოტის გამოყენების სიხშირეს ონლაინ შოპინგის დროს, პერსონალიზებულ რეკომენდაციებს და ჩეთბოტის მიერ შემოტავაზებული პასუხების ეფექტურობას. კვლევამ აჩვენა მნიშვნელოვანი პოზიტიური კავშირი აღნიშნულ თემებს შორის, რაც აღნიშნავს, რომ მომხმარებელთა ჩართულობის გაზომვის პრიცესში მომხმარებელთა კმაყოფილების დონე შეიძლება გაიზარდოს მომხმარებლების პერსონალიზებული გამოცდილებით, ეფექტური პასუხებით და ჩატბოტის გამოყენების სიხშირით. ეს კი იმას ნიშნავს, რომ მომხმარებლებს, რომლებიც იღებენ შედარებით პერსონალიზებულ რეკომენდაციებს და ხშირად ურთიერთობენ ხელოვნური ინტელექტის ჩატბოტებთან, აქვთ უფრო მაღალი კმაყოფილების დონე და გამოხატავენ პოზიტიურ გამოცდილებას. ასევე, მომხმარებელთა აღქმის ჩამოყალიბებასა და მომავალში ჩატბოტის დახმარების გამოყენების სურვილის გაძლიერებას ხელს უწყობს ჩატბოტის ეფექტური პასუხები მაღალი სიზუსტითა მოკლე დროში. კვლევაში ხაზგასმულია თუ რამდენად მნიშვნელოვანია ინვესტირება ტექნოლოგიური ჩატბოტების დანერგვაში, რომლებსაც აქვთ შესაძლებლობა უზრუნველყონ დროული დახმარება და პერსონალიზებული რეკომენდაციები მომხმარებელთა დიდი რაოდენობის ინტერაქციის დროს. კვლევის მიხედვით, ბიზნესს შეუძლია გააძლიეროს მომხმარებელთა ჩართულობის პროცესი

და ნდობის დონე ინდივიდუალურ მოთხოვნილებებზე დაფუძნებული ახალი პერსონალიზებული სავაჭრო გამოცდილების განხორციელებით და შექმნით, რაც შეიძლება განხორციელდეს უწყვეტი ადაპტაციის პროცესისა და ჩეთბოტების სისტემების გაუმჯობესებით იმის გათვალისწინებით თუ როგორ სწრაფად იცვლება ტექნოლოგიურ წინსვლასა და მომხმარებელთა მოლოდინები და ქცევები. დადებითი შედეგების მიუხედავად, ამ კვლევამ გახსნა ახალი საკვლევი სფეროები ხანგრძლივპერიოდის დაკვირვებისთვის და ღრმა ანალიზის საფუძველზე AI-ზე მომუშავე ჩეთბოტებთან მომხმარებელთა ჩართულობის ინოვაციური გზების აღმოჩენისთვის, რაც განპირობებულია მათი გრძელვადიანი ზეგავლენით მომხმარებელთა ქცევისა და ნდობის დონეზე ტანსაცმლის ელექტრონული კომერცის ინდუსტრიაში.

**საკვანძო სიტყვები:** ჩეთბოტები, ხელოვნური ინტელექტი, AI-ზე მომუშავე ჩათბოტები, მომხმარებელთა ჩართულობა, ტანსაცმლის ელექტრონული კომერცია, მომხმარებელთა კმაყოფილება, პერსონალიზებული ურთიერთქმედება, პერსონალიზაცია, ჩეთბოტის ეფექტურობა, AI, მოწინავე ტექნოლოგიები.