

„სოციალური მედიის როლი ბიზნესის წარმატებაში“

სამაგისტრო ნაშრომი წარდგენილია ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის ბიზნესის, ტექნოლოგიისა და განათლების ფაკულტეტზე ბიზნესის ადმინისტრირების მაგისტრის აკადემიური ხარისხის მნიჭების მოპოვების მოთხოვნების შესაბამისად

სტუდენტი: ნანა კაცაძე

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: ასისტენტ- პროფესორი თამარ ჩილაჩავა



ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი

2024

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.

ნანა კაცაძე 2024

აბსტრაქტი

სოციალური მედიის აქტუალობა სულ უფრო მზარდია, რადგან იგი ბიზნესებს სთავაზობს უნიკალურ პლატფორმას ბრენდის შესაქმნელად და ცნობადობის გასაზრდელად. აუდიტორიასთან თანმიმდევრული ჩართვითა და დამაჯერებელი შინაარსის საშუალებით, ბიზნესს შეუძლია გაზარდოს ბრენდის პოპულარობა და კონკურენტუნარიან ბიზნეს სფეროში დაიმკვიდროს სათანადო ადგილი. გარდა ამისა, სოციალური მედია უზრუნველყოფს ღია და ორმხრივ კომუნიკაციას ბიზნესსა და მომხმარებლებს შორის, რაც საშუალებას აძლევს ბრენდებს მიიღონ საჭირო უკუკავშირი, გაიგონ და შესაბამისად უპასუხონ მომხმარებელთა პრობლემებს და ხელი შეუწყონ ურთიერთობებს, რომლებიც მომხმარებელში ზრდის ბრენდის ლოიალობას

წინამდებარე ნაშრომში გაანალიზებულია სოციალური მედიის როლი ბიზნესის წარმატებაში, ამასთანავე გამოკვეთილია ის რიგი მახასიათებლები, რომლებიც ხელს უწყობს სოციალური მედიის გამოყენებით ბრენდის პოპულარობას და ამასთან, გაანალიზებულია ის ბარიერებიც, რომლებიც მნიშვნელოვნად მოქმედებს ბრენდის წარუმატებლობაზე. გარდა ამისა, გამოკითხვის საფუძველზე გაანალიზებულია მრავალწლიან გამოცდილების მქონე რესპოდენტთა მოსაზრება და მათი პრაქტიკული გამოცდილება სოციალური მედიისა და ბიზნესის ურთიერთქმედებაზე. ყოველივე აღნიშნულის საფუძველზე კი გამოტანილია შესაბამისი დასკვნა და რეკომენდაციები.

Abstract

Social media is increasingly relevant as it offers businesses a unique platform to build brand and increase awareness. Through consistent audience engagement and compelling content, businesses can increase brand awareness and gain a foothold in a competitive business field. In addition, social media provides open and two-way communication between businesses and consumers, allowing brands to get the feedback they need, understand and respond accordingly to consumer concerns, and foster relationships that increase brand loyalty among consumers.

This paper analyzes the role of social media in business success, identifies a number of characteristics that contribute to the popularity of a brand using social media, and also analyzes the barriers that significantly affect brand failure. In addition, based on the survey, the opinion of the respondents with many years of experience and their practical experience on social media and business interactions are analyzed. On the basis of all mentioned, appropriate conclusions and recommendations have been made.