

**Master's thesis: "Use of social media to increase product awareness; An example of
small sized coffee shops in Georgia"**

Mariam Gvirjishvili

Tamar Aptsiauri

Beka Beridze

Group 15

*Thesis presented to the Business School of Ilia State University in partial fulfillment of the
requirements for the degree of Master of Business Administration*

Academic supervisor Lia Moshiashvili

Ilia State University

Tbilisi, 2019

Statement of academic integrity

As authors of this master's thesis, we constitute by signature down below that this document is a result of our work, which is based on literature referenced in the bibliography. The document does not violate the rights of any other author and it does not include materials that is not mentioned in the proper way.

Mariam Gvirjishvili _____

Beka Beridze _____

Tamar Aptsiauri _____

Tbilisi,

June 26, 2019

აბსტრაქტი

სოციალური მედია თანამედროვე სამყაროს ერთ-ერთი ყველაზე დამახასიათებელი და უნიკალური ფენომენია. დღესდღეობით ფაქტობრივად წარმოუდგენელია ადამიანების კომუნიკაცია სოციალურ მედია სამყაროში ინტერაქციის გარეშე. ინფორმაციის მიმოცვლის ეს უსწრაფესი საშუალება თანაბრად მნიშვნელოვანია როგორც კერძო პირების, ასევე კომპანიების ურთიერთობისთვის. სწორედ ამ ურთიერთობების ანალიზსა და მათი მეშვეობით მცირე ზომის ბიზნესისთვის დამატებითი შესაძლებლობას შესწავლას დაეთმო ეს კვლევა.

ბიზნეს ინტერაქციების არსის უკეთ გააზრებისთვის, მოვიძიეთ საერთაშორისო კვლევები, რომლებიც ჩატარდა აღნიშნულ სფეროში. იმისთვის რომ გაგვერკვია, რამდენად აქტუალურია სოციალური მედია მარკეტინგული ღონისძიებების დაგეგმვის და მომხარებელზე ზემოქმედების თვალსაზრისით, მოვიპოვეთ სხვადასხვა კვლევითი და სტატისტიკური მონაცემები, როგორც გლობალური, ასევე ქართული ბაზრისთვის. მცირე ზომის ბიზნესზე გავლენის უკეთ წარმოჩენისთვის ჩავატარეთ გამოკითხვა შერჩეული ყავის სახლებისა თუ კაფეებისთვის და მომხმარებლებისთვის.

კვლევის შედეგებმა მოგვცა საშუალება წარმოგვეჩინა, რომ სოციალური მედია პლატფორმები მართლაც აქტიურად გამოყენებადია და მომხმარებლებზე ზემოქმედების ერთ-ერთ საუკეთესო საშუალებას წარმოადგენს. მიუხედავად მზარდი ინტერესისა ამ სფეროს მიმართ, მრავალი კომპანია მოკლებულია ცოდნას იმის შესახებ, რის მიღწევა არის შესაძლებელი სოციალური მედიის სწორად გამოყენების შემთხვევაში. ქართული კომპანიებიც არ წარმოადგენენ გამონაკლისს. სწორედ სამიზნე აუდიტორიასთან ურთიერთობების ეფექტური მენეჯმენტი იძლევა ცნობადობის გაზრდის, ბრენდის

იმიჯის განმტკიცების, მომხარებელთა ქცევისა და ინტერესების უკეთ გააზრების და წარმატების მიღწევის შესაძლებლობას.

კონკურენტულ და მულტიმედიალ განვითარებად თანამედროვე საბაზრო პირობებში, კომპანიებისთვის არსებითია სოციალური მედიის მზარდი როლის გათვალისწინება და მათი აქტივობების შესაბამისად დაგეგმვა შემდგომი განვითარებისა და წინსვლისთვის.

ძირითადი საძიებო სიტყვები: სოციალური, მედია, მარკეტინგი, ურთიერთობები, გავლენა.

Abstract

Social media is one of the most characteristic and unique phenomena of the modern world. Nowadays, it is almost impossible to imagine daily communications of people without interactions on social media. This fastest method of information exchange is equally important to human and business relationships. The analysis of these relationships and opportunities given by them to small companies were the subject of this thesis.

To better understand business interactions, we explored international research done in this field. To find out how important social media is for marketing activities planning and affecting customers' decisions, we analyzed different empirical and statistical data for global and Georgian markets. Social media influence on small sized businesses was studied by means of surveys conducted amongst selected coffee shops and customers in general.

Our research results gave us an opportunity to show that social media platforms are indeed actively used and represent one of the better opportunities to influence customers. Despite the

growing interest in this field, lots of companies are lacking knowledge about the possibilities of proper social media activities implementation. Georgian companies are no exclusion. Effective management of relationships with target audiences empowers companies to increase awareness, strengthen brand image, understand the customer behavior and interests better and become more successful.

In the ever-changing and highly competitive modern market conditions, it is essential for companies to understand an increasing role of social media and to plan their activities accordingly for future growth and development.

Key Words: Social, media, marketing, relationships, influence.