



**ციფრული აბრეშუმის გზის განვითარების პერსპექტივები და გამოწვევები
საქართველოსთვის**

**ელენე ნანიტაშვილი
გივი ნუცუბიძე**

**წარდგენილია - ბიზნესის ადმინისტრირების მაგისტრის აკადემიური ხარისხის
მოსაპოვებლად მენეჯმენტში**

ხელმძღვანელი: დავით გონდაური, ასოცირებული პროფესორი

**ბიზნესისა და ტექნოლოგიების უნივერსიტეტი
თბილისი, 2019**

განაცხადი

როგორც ავტორი, ვაცხადებ, რომ ნაშრომი წარმოადგენს ჩემს ორიგინალურ ნამუშევარს, ხოლო სხვა ავტორების მიერ შექმნილი მასალები არის მოხსენებული ან ციტირებული სათანადო წესების შესაბამისად.

სახელი, გვარი, ხელმოწერა

ელენე ნანიტაშვილი

გივი ნუცუბიძე

თარიღი

აბსტრაქტი

სამაგისტრო ნაშრომი ეძღვნება ციფრული აბრეშუმის გზის განვითარების პერსპექტივებსა და გამოწვევებს საქართველოსთვის. შესავალში დასაბუთებულია პრობლემის აქტუალობა და კვლევის მნიშვნელობა, კვლევის მიზანი და საკვლევი საკითხები, ნაშრომის პრაქტიკული მნიშვნელობა და მეცნიერული სიახლე.

ნაშრომის პირველი განყოფილება არის ლიტერატურის მიმოხილვა, სადაც ნაჩვენებია ინტერნეტის როლი თანამედროვე ეპოქაში და მისი მნიშვნელობა ბიზნესის განვითარების კუთხით. ავტორთა აზრით, მარკეტინგული მიზნების განხორციელებისთვის ინტერნეტ რეკლამა არის უმთავრესი კომპონენტი და ეს უკანასკნელი წარმოდგენელი იქნებოდა ინტერნეტის გარეშე. ნაშრომებში იკვეთება ის ფაქტი რომ ინტერნეტი იქცა წარმატების მიღწევის მნიშვნელოვან ფაქტორად. იგი გამოიყენება ცნობადობის შექმნისთვის, მის ასამაღლებლად და საბოლოო კლიენტამდე სწორი ინფორმაციის მისაწოდებლად. ავტორები თანხმდებიან, რომ ვაჭრობის უკეთ განვითარებისთვის მნიშვნელოვანია რომ ინტერნეტი იყოს ხელმისაწვდომი, სწრაფი, საიმედო და იაფი. მისი გამოყენება უნდა იყოს შეზღუდვების გარეშე, იმისთვის რომ მოხდეს მოხმარების გაზრდა. გაანალიზებულია ის ფაქტი რომ სანფორმაციო ტექნოლოგიებმა გააერთიანა მთელი პლანეტა და ხელი შეუწყო როგორც ადამიანების დამეგობრებას, ასევე მათ ბიზნეს ურთიერთობების მაღალ დონეზე აყვანას.

სამაგისტრო ნაშრომის შემდეგი განყოფილება - შედეგები და მათი განსჯა მოიცავს შემდეგ ქვეთავებს: ციფრული აბრეშუმის გზა - ერთიანი ციფრული ბაზრის ფორმირებისთვის ძირითადი გზები და საშუალებები: ჩინეთის ინიციატივა და შესაძლებლობები საქართველოსათვის; საქართველოს ციფრული ტრანსფორმაციის ძირითადი მიმართულებები - ახალი ტექნოლოგიები და მათი გავლენა ეკონომიკის ტრადიციულ სექტორებზე. ეროვნული ტექნოლოგიების განვითარებაში აღნიშნული ტენდენციების ჩართვა ხელს შეუწყობს ქართული კომპანიების თანაბარ კონკურენტულ მდგომარეობას მსოფლიო ბაზარზე, მაშინ როდესაც ბევრ სხვა ქვეყანაში აქტიურად ვითარდება ციფრული ეკონომიკის მსგავსი სფეროები საკუთარი საზღვრების

ფარგლებში. ციფრული აბრეშუმის გზა - ერთიანი ციფრული პლატფორმა ეკონომიკის ზრდის ხელშეწყობისთვის. აბრეშუმის გზის ერთიანი ციფრული ბაზრის არსებობა, უზრუნველყოფს ციფრული საქონლის, მომსახურებისა და კაპიტალის თავისუფალ გადაადგილებას, გაზრდის ეკონომიკურ აქტივობებს და საფუძველს დაუდებს ახალი სტარტაპებისა და ლაბორატორიების შექმნას. ასევე, შექმნის დამატებით სამუშაო ადგილებს და ხელს შეუწყობს ინოვაციური ტექნოლოგიების დანერგვას.

კვლევაში გაკეთებულია დაშვება ელექტრომანქანების წარმოებაზე საქართველოში, რაც ზემოთაღნიშნული ციფრული პლატფორმის შედეგად მოხდება მათი რეალიზება როგორც აბრეშუმის გზის დერეფნის, ასევე რეგიონის ზოგიერთ ქვეყანაში.

ელექტრომანქანების ქარხნის აშენება და შემდგომში მათი რეალიზება ციფრული აბრეშუმის გზის პლატფორმით, საშუალებას მისცემს საქართველოს გაზარდოს მთლიანი შიდა პროდუქტი, შეამციროს სავაჭრო ბალანსის დეფიციტი, გაზარდოს პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები. კვლევის შედეგები ჩამოყალიბებულია დასკვნების სახით.

ძირითადი საძიებო სიტყვები: ციფრული აბრეშუმის გზა, ციფრული ტექნოლოგიები, ციფრული ვაჭრობა, საქართველოს ეკონომიკა

Abstract

Master's thesis is dedicated to the digital Silk Road development prospects and challenges for Georgia. The introduction includes justification of the importance of the problem and the research, research objectives, its scientific significance and innovation.

The first section of the work is a review of literature, which shows the role of the internet in the modern era and its importance in terms of business development. According to the authors, internet advertising is the main component for achieving marketing goals, and the latter would be unimaginable without the internet. The work demonstrates that internet has become an important factor for success. It is used to create awareness, to raise it, and deliver the right information to the final client. The authors agree that for the better development of trade, internet should be accessible, fast, reliable and cheap. It should be used without restrictions to increase consumption. The work highlights the fact that the information technologies have integrated the entire planet and facilitated both people's friendship and their business relationships at high level.

The next section of the Master's Thesis - Results and Discussion - includes the following subchapters: Digital Silk Road - the main ways and means for forming a unified digital market: China's initiative and opportunities for Georgia; Main directions of digital transformation of Georgia - new technologies and their impact on the traditional sectors of economy. The involvement of these trends in the development of national technologies will contribute to the equal competitive position of Georgian companies in the world market, while many other countries are actively developing similar fields of digital economy within their borders. Digital Silk Road - Unified Digital Platform for Promoting Economic Growth. The existence of a unified digital market of Silk Road will ensure free movement of digital goods, services and capital, will increase economic activity and create new startups and laboratories. It will also create additional jobs and promote innovation technologies.

The study provides a hypothesis of producing electric cars in Georgia, which will be realized as a result of the above-mentioned digital platform and will be sold within the countries of the Silk Road Corridor and other regions. Building an electric power plant and then selling the cars

through the digital silk road platform will enable Georgia to increase GDP, reduce trade balance deficit, increase foreign direct investment. The results of the research are formulated as conclusion.

Key Words: Digital Silk Road, Digital Technologies, Digital Trade, Georgian Economy

სარჩევი

ცხრილების, გრაფიკებისა და სხვა ილუსტრაციების ჩამონათვალი	I
აბრევიატურების ჩამონათვალი	II
შესავალი	1
პრობლემის აქტუალობა და კვლევის მნიშვნელობა.....	1
კვლევის მიზანი და საკვლევ საკითხები.....	3
ნაშრომის პრაქტიკული მნიშვნელობა.....	4
თავი 1. სამეცნიერო ლიტერატურის მიმოხილვა.....	5
თავი 2. მეთოდოლოგია.....	23
2.1. კვლევის ტიპი	23
2.2. კვლევის მეთოდი და მისი რელევანტურობა.....	23
2.3. კვლევის პროცედურა.....	24
თავი 3. კვლევის შედეგები.....	25
3.1. ციფრული აბრეშუმის გზა - ერთიანი ციფრული ბაზრის ფორმირებისთვის ძირითადი გზები და საშუალებები: ჩინეთის ინიციატივა და შესაძლებლობები საქართველოსათვის ..	25
3.2. საქართველოს ციფრული ტრანსფორმაციის ძირითადი მიმართულებები - ახალი ტექნოლოგიები და მათი გავლენა ეკონომიკის ტრადიციულ სექტორებზე.....	30
თავი 4. შედეგების ინტერპრეტაცია / დისკუსია	41
4.1. ციფრული აბრეშუმის გზა - ერთიანი ციფრული პლატფორმა ეკონომიკის ზრდის ხელშეწყობისთვის	41
4.2. პროექტისათვის საჭირო ფინანსური ნაკადების მოკლე აღწერა და დაშვებები	47
4.3. ელექტრომანქანების პროექტის განხორციელების შედეგად მიღებული სავარაუდო საფინანსო-ეკონომიკური სარგებელი და შედეგები.....	51
თავი 5. დასკვნები და რეკომენდაციები.....	53
ბიბლიოგრაფია	54

ცხრილების, გრაფიკებისა და სხვა ილუსტრაციების ჩამონათვალი

ცხრილი 1. ბლუმბერგის ახალი ენერჯის ფინანსირება: 2040 წლისთვის ელექტრომობილების გაყიდვები	44
ცხრილი 2. ელექტროავტომობილის სამოქმედო ხარჯები.....	49
ცხრილი 3. დიზელის ძრავიანი ავტომობილის სამოქმედო ხარჯები.....	50
ცხრილი 4. ბენზინის ძრავიანი ავტომობილის სამოქმედო ხარჯები.....	50
ცხრილი 5. პროექტისათვის საჭირო ინვესტიციები.....	51
ცხრილი 6. პროექტის განხორციელების შედეგად მიღებული ფინანსური ეფექტები.....	51
ცხრილი 7. პროექტის განხორციელების შედეგად მიღებული ეკონომიკური ეფექტები.....	52

აბრევიატურების ჩამონათვალი

EVA - დამატებული ეკონომიკური ღირებულება

NPV - წმინდა დისკონტირებული ფულადი ნაკადები

IRR - უკუგების შიდა ნორმა

ICT - საინფორმაციო-საკომუნიკაციო ტექნოლოგიები

შესავალი

პრობლემის აქტუალობა და კვლევის მნიშვნელობა

საუკეთესო ერებმა, რიგითმა ადამიანებმა თუ სახელმწიფოებმა ისტორიის მანძილზე უამრავი გენიალური რამ აღმოაჩინეს და გამოიგონეს, მაგრამ მათგან რამდენიმე განსაკუთრებით გამორჩეულია, რადგან ამით კაცობრიობას შემდგომი განვითარების ახალი ჰორიზონტი გაეხსნა. ასეთ მიღწევას განეკუთვნება საინფორმაციო ტექნოლოგიები როგორცაა მეტყველება, დამწერლობა, მათემატიკური სიმბოლოები თუ წიგნის ბეჭდვის ტექნიკის შემუშავება, რომელიც სხვადასხვა ფორმით დაკავშირებულია ინფორმაციის/ცოდნის მიღება, შენახვასა თუ გადაცემასთან. მთელ ცოცხალ სამყაროში, ამ უნარების განვითარებამ ადამიანი გამოარჩია და გახადა იგი Homo Sapiens - გონიერ ადამიანად. კაცთა მოდგმისთვის, მხოლოდ წიგნების გავრცელება არ აღმოჩნდა ინფორმაციის გაცვლის ბოლო წერტილი. XX საუკუნის 70-იან წლებში პერსონალური კომპიუტერის წარმოების შემდგომ, ადამიანებმა შექმნეს უნიკალური სისტემა ინტერნეტის სახით, რომელმაც/მან შეცვალა მსოფლიო ეკონომიკური პროცესები, ადამიანთა შორის დამოკიდებულება, საქმიანი გარემო, დააჩქარა გლობალიზაციის პროცესები და გახდა საზოგადოებრივი პროგრესის მამოძრავებელი ძალა. ელექტრონულმა ბაზარმა მოახდინა მსოფლიო ეკონომიკის რეორგანიზაცია, შექმნა ახალი სოციალური, ეკონომიკური და პოლიტიკური ტენდენციები, მოიტანა მსოფლიო წესრიგი, ახალი დოქტრინები, ჩამოაყალიბა თანამედროვე საზოგადოება და ცივილიზაცია, რომლებმაც, საბოლოო ჯამში, კაცობრიობის პროგრესი და მსოფლიო ქვეყნების განვითარება განაპირობეს. საინფორმაციო და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების სწრაფმა განვითარებამ თითქმის ყველა სფეროს ტრანსფორმაცია გამოიწვია. ახალი შესაძლებლობების წარმოქმნამ ზოგიერი დარგის არსებობა ციფრული ტექნოლოგიების გარეშე უკვე წარმოუდგენელი გახადა.

ინტერნეტის ქსელის შექმნამ და სწრაფმა განვითარებამ, ინფორმაციული ტექნოლოგიების, სისტემების და მათი ურთიერთქმედებების სრულყოფამ განაპირობა ახალი მიმართულების - ელექტრონული ბიზნესის წარმოქმნა. ბიზნეს საქმიანობა

ინტერნეტში გაცილებით ეფექტურია ტრადიციულ საქმიანობასთან შედარებით. კომპანიისთვის ბიზნესის წარმოება ინტერნეტში წარმოადგენს საქმიანი აქტივობის ნაწილის გადატანას ელექტრონულ ქსელში, ე.ი. კომპანია იყენებს რა ბიზნესის ტრადიციულ ხერხებს ელექტრონული ბიზნესის მეშვეობით ამატებს მათ ვირტუალურ შესაძლებლობებს. ელექტრონული ბიზნესის უმთავრესი მიმართულებაა ელექტრონული მაღაზიები, რომლებიც მნიშვნელოვანწილად განსაზღვრავენ მის განვითარებას და ზრდის დინამიკას (რამიშვილი ი. & აბულაძე თ., 2015).

საინფორმაციო-საკომუნიკაციო ტექნოლოგიის გამოყენება წარმოადგენს მთავარ საშუალებას მთავრობის, ეკონომიკისა და საზოგადოების ფუნდამენტალური მოდერნიზაციისთვის. იგი გავლენას ახდენს ეკონომიკის ყველა ასპექტზე და არ შემოიფარგლება მხოლოდ რამდენიმე სექტორით. თანამედროვე ტექნოლოგიები წინსვლის საშუალებას აძლევს სოფლის მეურნეობის, ტურიზმის, ტრანსპორტის, ლოგისტიკის, საერთაშორისო ვაჭრობის, საბანკო, წარმოებისა და სხვა სფეროებში მომუშავე ადამიანებს. ხდება პროცესების ხელახლა დაგეგმვა, ახალი მეთოდების გამოყენება და უკეთესი გადაწყვეტილებების მიღება უფრო სანდო ინფორმაციაზე დაყრდნობით. ბიზნესპროცესების ეფექტურად და ეფექტიანად, მოქნილად მართვა შესაძლებელი ხდება ინფორმაციის უკეთესი და უფრო სწრაფი დინებისა და საკომუნიკაციო საშუალებების მეშვეობით.

განვითარების პროცესში მყოფი ქვეყნისთვის საინფორმაციო-საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების დანერგვა გარდაუვალი და აუცილებელია, ვინაიდან მათი გამოყენება ხელს უწყობს სხვადასხვა სექტორის კონკურენტუნარიანობის ამაღლებას. რთული სათქმელია, რამდენად მიჰყვება საქართველო თანამედროვე ეკონომიკურ ტენდენციებს, თუმცა დაზუსტებით შეიძლება ითქვას, რომ ციფრული ეკონომიკა ქვეყნების ფინანსური კრიზისიდან გამოყვანის თანამედროვე, უძლიერესი ინსტრუმენტია. ელექტრონული კომერციის, ორგანიზაციული პროცესების კომპიუტერიზებული მართვისა და ციფრული ინფრასტრუქტურის ზრდის ტემპი მსოფლიოში ძალიან სწრაფია, ის ეკონომიკური განვითარების ერთ-ერთი მთავარი სტიმულატორია. მცირე და საშუალო ზომის საწარმოების განვითარება, ციფრული ეკონომიკის პრინციპზე

დაყრდნობით, ზრდის ბიზნესსექტორში დასაქმებულთა რაოდენობას. ამ სტიმულატორს ძალუმს ეკონომიკური ზრდის ტემპის ამაღლება და ახალი სამუშაო ადგილების უმოკლეს დროში შექმნა.

ციფრული „აბრეშუმის გზა“ საქართველოს შესაძლებლობას მისცემს, განავითაროს ეკონომიკა, ვაჭრობა, დაამყაროს ახალი კავშირები, უკეთ წარმოაჩინოს საინვესტიციო და ტურისტული პოტენციალი. ციფრული აბრეშუმის გზის შექმნით, საქართველო დაიბრუნებს და განავითარებს თავის ისტორიულ ფუნქციას - იყოს ევროპისა და აზიის დამაკავშირებელი ცენტრი და რაც ყველაზე მნიშვნელოვანია ვაჭრობის ელექტრონულ ტექნოლოგიებში რეგიონის მთავარი მოთამაშე გახდეს.

კვლევის მიზანი და საკვლევი საკითხები

პროდუქციისა და მომსახურების გაციფრულება მნიშვნელოვანი ფაქტორია ეკონომიკური ზრდისა და ჯანსაღი კონკურენტული გარემოს შექმნისთვის, ასევე, როგორც კერძო, ისე საჯარო სექტორის განვითარებისთვის. კვლევის მთავარი მიზანია რეგიონში ვაჭრობის ელექტრონული ტექნოლოგიებით საქართველოს პოტენციალის შესწავლა, რაც ხელს შეუწყობს მის ეკონომიკურ ზრდასა და განვითარებას.

კვლევის მიზნიდან გამომდინარე, დასმულია შემდეგი ძირითადი ამოცანები:

1. ერთიანი ციფრული ბაზრის ფორმირებისთვის ძირითადი გზები და საშუალებების წარმოჩენა
2. საქართველოს ციფრული ტრანსფორმაციის ძირითადი მიმართულებების ჩამოყალიბება - ახალი ტექნოლოგიები და მათი გავლენა ეკონომიკის ტრადიციულ სექტორებზე, მათ შორის:
 - სოფლის მეურნეობის ციფრული ტრანსფორმაცია.
 - ელექტრონული კომერცია.
 - ციფრული ტრანსფორმაცია ტელეკომუნიკაციებში.
 - ტრანსპორტისა და ლოგისტიკის ციფრული ტრანსფორმაცია.
 - ფინანსური მომსახურების სფერო ტრანსფორმაცია.
3. ციფრული აბრეშუმის გზა - ერთიანი ციფრული პლატფორმა ეკონომიკის ზრდის ხელშეწყობისთვის;

4. საერთაშორისო ტექნოლოგიური კონსორციუმის შეიქმნა, რომელიც შეძლებს რეგიონისა და აბრეშუმის გზის ქვეყნების ციფრულ ვაჭრობაში ჩართვას;
5. ციფრული ვაჭრობის განვითარებისათვის, საწყის ეტაპზე, საქართველოში ელექტრომანქანების წარმოება - ქარხნის აშენება, რომელთა რეალიზებაც ზემოთაღნიშნული ციფრული პლატფორმის შედეგად მოხდება, როგორც აბრეშუმის გზის დერეფნის, ასევე რეგიონის ზოგიერთ ქვეყანაში.

კვლევა წარმოადგენს სიახლეს საქართველოს ეკონომიკისთვის და შესაბამისობაშია გლობალური ეკონომიკის გამოწვევებთან მიმართებაში, როგორცაა ტრადიციული დარგების ციფრულ ეკონომიკაზე გადაყვანა, ციფრული სავაჭრო პლატფორმის შექმნა აბრეშუმის გზის ქვეყნებთან და საქართველოს ჩართვა ციფრულ ვაჭრობაში.

ნაშრომის პრაქტიკული მნიშვნელობა

- ნაშრომი დაეხმრება სახელისუფლებო სტრუქტურებსა და ექსპერტებს ქვეყნის ციფრული ეკონომიკის პოლიტიკის შემუშავებაში.
- ნაშრომის დასკვნები და ძირითადი მიგნებები შეიძლება წარმოადგენდეს საფუძველს სხვადასხვა ადმინისტრაციული დონის გადაწყვეტილებების მიღებისათვის კვლევის მასალები დაეხმარება სახელმწიფო და უწყებრივ დაწესებულებებს ქვეყნის ეკონომიკური განვითარების გზების შემდგომი განსაზღვრისათვის.
- ჩვენს მიერ მიღებული შედეგები შეიძლება გამოყენებული იქნას სხვა ქვეყნებისა და რეგიონების ციფრული ეკონომიკის სისტემების დაწვრილებითი კვლევისთვის, მათი შედარებითი ანალიზის, კლასიფიკაციისა და რანჟირებისათვის.
- მასალის გამოყენება შესაძლებელია სასწავლო პროცესში სწავლების საბაკალავრო და სამაგისტრო საფეხურზე.

თავი 1. სამეცნიერო ლიტერატურის მიმოხილვა

მსოფლიოში ელექტრონული ბიზნესის განვითარების ტენდენციები აქტუალურია. მათი აზრით ელექტრონული ბიზნესის უმთავრესი მიმართულებაა ელექტრონული მაღაზიები, რომლებიც მნიშვნელოვანწილად განსაზღვრავენ მის განვითარებას და ზრდის დინამიკას. ამასთან ერთად მოცემულია ქართული ელექტრონული მაღაზიების კლასიფიკაცია საქონლისა და მომსახურების სახეობების მიხედვით, განხილულია ქართული ელექტრონული მაღაზიების განვითარების პრობლემები (რამიშვილი ი. და აბულაძე თ., 2015).

აღნიშნული სტატიის მიხედვით ელექტრონული ბიზნესის წილი საქართველოს ეკონომიკაში უმნიშვნელოა, შეიძლება ითქვას რომ საქართველოში ელექტრონული ბიზნესი ჯერ კიდევ განვითარების საწყის სტადიაშია. სამწუხაროდ მის განვითარებას სათანადო ყურადღება არ ეთმობა არც სამთავრობო სტრუქტურების და არც ბიზნეს სექტორის მხრიდან. პრაქტიკულად ქართულ სინამდვილეში არ არსებობს ცნობილი ელექტრონული ბიზნესის განხორციელებული პროექტები. აღსანიშნავია, რომ ელექტრონული მაღაზიების განვითარება საქართველოში ვლინდება თავისი პრობლემატურობის ნიშნების მიხედვით, როცა მსოფლიოს განვითარებულ ქვეყნებში, კერძოდ ამერიკის შეერთებულ შტატებში და ევროკავშირში ის ვლინდება გამოცდილების დაგროვების და მიღწევების ანალიზის კონტექსტში. საქართველოში აუცილებელია ელექტრონული მაღაზიების პოპულარიზაცია, უკვე არსებული ინტერნეტ მაღაზიების სტრატეგიის შეცვლა და ქართველი ონლაინ მომხმარებლების ნდობის მოპოვება. საჭიროა ელექტრონული მაღაზიების ინტენსიური განვითარება და მსოფლიო ტენდენციების და წამყვანი გამოცდილების სწრაფი გაზიარება და დანერგვა საქართველოს სინამდვილეში. ძალზე მნიშვნელოვანია საზღვარგარეთული ინვესტიციების მოზიდვა ქართულ ელექტრონული მაღაზიების პროექტებში (რამიშვილი ი. და აბულაძე თ., 2015).

ქართულ მარკეტინგულ სივრცეში ინტერნეტ რეკლამის შესაძლებლობების განხილვა და სამომავლო პერსპექტივაში მისი განვითარების ანალიზი მნიშვნელოვანია. ავტორის აზრით თანამედროვე ბაზრებზე მარკეტინგული მიზნების განხორციელების პროცესში

ინტერნეტ რეკლამა არა უბრალოდ ეფექტური, არამედ ერთ-ერთი უმთავრესი კომპონენტია. მიუხედავად ამისა ქართულ კომპანიებს ჯერ კიდევ საკმაოდ მცირე დოზით აქვთ ათვისებული ინტერნეტ რეკლამის რესურსები და პოტენციალი, განსხვავებით ამერიკული და ევროპული კომპანიებისგან. მისი დასკვნებით ქართულ ბაზარზე ინტერნეტ რეკლამის სხვადასხვა ტიპების სხვადასხვა მასშტაბით პრაქტიკაში დანერგვის დინამიკა მზარდია, თუმცა ჯერ კიდევ დიდია ის თავისუფალი ნიშა, რისი შევსების შემთხვევაში, შესაძლოა, ქართულ ბაზარზე რადიკალურად შეიცვალოს მიდგომები პროდუქტისა თუ მომსახურების მხარდაჭერის საქმეში. განსაკუთრებით იმ რეალობის გათვალისწინებით, რომ მარკეტინგი არის სწრაფად ცვალებადი და მუდმივი სიახლეების მატარებელი საქმიანობის სფერო. ამიტომ, ის კომპანიები, რომლებიც მოახერხებენ მუდმივად ცვალებად გარემოსთან ადაპტაციას და არსებულ რეალობასთან თავიანთი საქმიანობის ეფექტურად მორგებას, მოიპოვებენ მნიშვნელოვან კონკურენტულ უპირატესობას. ავტორის აზრით დღეისათვის უკვე მოძველებულ მიდგომად შეიძლება ჩაითვალოს ინტერნეტ მარკეტინგისა და „ტრადიციული“ მარკეტინგის ერთმანეთისგან გამიჯვრა (აბაშიძე ირ., 2016).

ინტეგრირებული მარკეტინგული კომინიკაციების უმნიშვნელოვანეს კომპონენტსაც ინტერნეტი წარმოადგენს. იმისათვის, რომ ქართულმა კომპანიებმა უფრო მეტი კომერციული სარგებელი ნახონ ინტერნეტ რეკლამისგან, პირველ რიგში საჭიროა თავად კომპანიებს გააჩნდეთ სურვილი უფრო მეტი კომუნიკაცია იქონიონ აუდიტორიასთან ინტერნეტ არხების საშუალებით. დღეისათვის რეკლამის მომხმარებელი ტელეაუდიტორია გაცილებით უფრო მეტი დოზითაა, ვიდრე ინტერნეტ აუდიტორია. მიუხედავად იმისა, რომ ინტერნეტის მომხმარებელთა რიცხვიც დიდია. ამ შემთხვევაში, რეკლამის ახლებურად მიწოდებამ შესაძლოა გამოიწვიოს მოთხოვნის მოდიფიცირებაც და მომხმარებელშიც უფრო მეტი მზაობა გაჩნდეს ინტერნეტ რეკლამით განხორციელებულ კომუნიკაციაზე. საკითხის შესაჯამებლად საჭიროა რამდენიმე ასპექტის ხასგასმა: ქართულმა კომპანიებმა უფრო ნათლად უნდა დაინახონ პოტენციალი ინტერნეტ რეკლამაში და უფრო მეტი რესურსები გამოყოფონ ამ მიმართულებით; კომპანიებმა ინტერნეტ რეკლამა უნდა განიხილონ კონკურენტული

უპირატესობის მოპოვების საშუალებად, სანამ ინტერნეტ რეკლამა ჯერ კიდევ არ არის ქართულ მარკეტინგულ სივრცეში მასობრივად დამკვიდრებული ინსტრუმენტი; ინტერნეტ რეკლამის დანერგვის პროცესში გადაწყვეტილებები ინდა იყოს დაფუძნებული მაქსიმალურ კომპეტენციაზე; დაგეგმვა უნდა მოხდეს მიმდინარე მუდმივ ცვლილებებზე თვალ-ყურის დევნებით და მათი გათვალისწინებით (აბაშიძე ირ., 2016). ამასთან ერთად მნიშვნელოვანია XXI საუკუნეში ინვესტიციები კიბერ-უსაფრთხოების მიმართულებით.

ნუგზარ თოდუას და რატი აბულაძის სახელმძღვანელოში (2011) განხილულია ინტერნეტის როლი თანამედროვე ბიზნესში, ინტერნეტ-მარკეტინგის სისტემები და გამოყენების თავისებურებები, ინტერნეტ-მარკეტინგის გარემო, მარკეტინგული კვლევის მეთოდები ინტერნეტში, სასაქონლო, ფასების, დისტრიბუციის და კომუნიკაციის პოლიტიკის თავისებურებები ინტერნეტ-მარკეტინგში, ინტერნეტ-მარკეტინგის სამართლებრივი და ეთიკური საკითხები, ინტერნეტ-ბაზრის განვითარების ტენდენციები თანამედროვე ეტაპზე. განკუთვნილია სახელმძღვანელოდ უმაღლესი სასწავლებლების ბიზნესის ადმინისტრირების სპეციალობის სტუდენტებისათვის. იგი აგრეთვე დაეხმარება მარკეტინგის მენეჯერებს პრაქტიკულ საქმიანობაში.

გიორგი მუსხელიშვილის სადისერტაციო ნაშრომის (2010) მიხედვით მიღებული მეცნიერული სიახლეები შეიძლება შემდეგნაირად ჩამოყალიბდეს: თბილისის განვითარების ისტორიული და საბჭოთა პერიოდების რეტროსპექტიული ანალიზის შედეგად მოცემულია სავაჭრო ქსელის ფორმირების ეტაპები, განხილულია ქალაქთგეგმარებითი, არქიტექტურულ-სივრცობრივი პრობლემები; თბილისის ვაჭრობისა და მომსახურების ქსელის პოსტსაბჭოთა პერიოდის ფორმირების თავისებურებები და ჩამოყალიბებულია განვითარების ტენდენციები.

ნაშრომში გაანალიზებულია როგორც საბჭოთა, ისე პოსტსაბჭოთა პერიოდის ვაჭრობისა და მომსახურების ქსელის პროექტირებისა და მშენებლობის არსებული მასალები, ამ საკითხებზე გამოქვეყნებული შრომები, ბოლო პერიოდის საკონკურსო-საპროექტო წინადადებები, უცხოეთის გამოცდილება. მნიშვნელოვანი ადგილი ეთმობა

ძირითად საკვლევ მიმართულებას, პოსტსაბჭოთა 19 წლიან პერიოდის სავაჭრო ქსელს და მასთან დაკავშირებულ მთელ რიგ ურბანულ საკითხებს, მათ შორის ერთ-ერთ ყველაზე მწვავეს - ქალაქში ავტოტრანსპორტის მოძრაობის ორგანიზაციას. კვლევაზე დაყრდნობით გამოვლენილია აღნიშნული პერიოდების მსხვილი სავაჭრო ობიექტების ქალაქის სტრუქტურაში განთავსების პრობლემები, მათი გამომწვევი მიზეზები, ჩამოყალიბებულია თბილისში ვაჭრობისა და მომსახურების ქსელის განვითარების ძირითადი მიმართულებები და ტენდენციები (მუსხელიშვილი გ., 2010).

ნაშრომის ისტორიულმა ანალიზმა გამოავლინა თბილისში ვაჭრობის განვითარების ძირითადი ქალაქგეგმარებითი არეალები, აღწერილ იქნა ამ პერიოდში არსებული სავაჭრო ობიექტები, შესრულდა თბილისის ისტორიული სავაჭრო ქსელის მოდელირება თანამედროვე ქუჩათა ქსელზე, რაც ამ უბნების რეაბილიტაციის შემთხვევაში განვითარებადი საფეხმავლო სავაჭრო ქსელის ჩამოყალიბების საშუალებას იძლევა. გამოიკვეთა ისტორიულად ჩამოყალიბებული რაიონების სავაჭრო ქსელის განვითარებაში მემკვიდრეობითობის მექანიზმის მოქმედება. გამოვლინდა საბჭოთა პერიოდში არსებული სავაჭრო და მომსახურების ქსელის ფორმირების ხისტი, მოუქნელი და სიცოცხლის უუნარო საფეხურებრივი სისტემა (მუსხელიშვილი გ., 2010).

ასევე კომპლექსურად იქნა შესწავლილი თბილისში პოსტსაბჭოთა პერიოდის (1990-2009 წწ.) ვაჭრობისა და მომსახურების ქსელის ფორმირების პროცესი; დადგინდა ამ პერიოდის ქალაქისა და სავაჭრო ქსელის განვითარების ორი ეტაპი. განსაზღვრული იქნა ტენდენციები, რომლებმაც თითოეულ ეტაპზე მნიშვნელოვანი გავლენა მოახდინეს სავაჭრო ობიექტების ფორმირებაზე. ამასთან ერთად განისაზღვრა პოსტსაბჭოთა პერიოდის სხვადასხვა სიდიდის სავაჭრო ობიექტების განვითარების პრიორიტეტული მიმართულებები: ქალაქის ცენტრში არსებული სავაჭრო ობიექტების (ბაზრობების) გათანამედროვეება, მაღაზიათა სავაჭრო ქსელის ფორმირება ცენტრალურ და მიმდებარე ქუჩებზე, საფეხმავლო სავაჭრო ქსელის ფრაგმენტული წარმონაქმნები, სტიქიური ვაჭრობის მოწესრიგების, საგარეუბნო ბაზრობების ფუნქციონირების გაჯანსაღების პრაქტიკა. გამოიკვეთა მსხვილი სავაჭრო ობიექტების თანამედროვე ტიპები, რომლებიც განსაკუთრებულ ზეგავლენას ახდენენ ქ. თბილისის სავაჭრო ქსელისა და შესაბამისად

ქალაქის სტრუქტურის ფორმირებაზე, ასევე მათი განვითარების ტენდენციებზე (მუსხელიშვილი გ., 2010).

ბერიძის სადისერტაციო ნაშრომში (2018) მრავალი თეორიული და პრაქტიკული მასალის გაანალიზების საფუძველზე ნაჩვენებია, რომ დღეს ინტერნეტი იქცა წარმატების მიღწევის მნიშვნელოვან ფაქტორად. ინტერნეტი შეიძლება გამოყენებულ იქნას ცნობადობის შექმნისთვის, ინფორმაციის მიწოდებისათვის, პროდუქტის საჩვენებლად და თუ მომხმარებელი მოითხოვს, ინტერაქტიული დიალოგის უზრუნველყოფისთვის. ამდენად, ინტერნეტი ურთიერთობის დამყარების საშუალებას აძლევს ბიზნესს მომავალ მომხმარებელთან. ავტორის აზრით ინტერნეტი უადვილებს მცირე, სპეციალიზებულ კომპანიებს ქსელურ სტრუქტურებში თანამშრომლობას, რომლის მეშვეობითაც მომხმარებელს დედამიწის ნებისმიერ წერტილში მიეწოდება იაფი, მაგრამ დიდი ფასეულობის მქონე მომსახურება. ინტერნეტი მნიშვნელოვანწილად უწყობს ხელს პატარა კომპანიების გაჩენასა და ზრდას, რადგან საშუალებას აძლევს ცალკეულ ადამიანთა ჯგუფებს, დაკავდნენ ბიზნესით ისე, რომ ამისთვის არ გაიღონ მნიშვნელოვანი რესურსები (განსაკუთრებით ფიზიკური აქტივები).

ავტორი ამტკიცებს, რომ ინტერნეტ ვაჭრობის უკეთ განვითარებისთვის მნიშვნელოვანია პირველ რიგში ინტერნეტი იყოს ხელმისაწვდომი, სწრაფი, საიმედო და იაფი. მისი გამოყენება შესაძლებელი უნდა იყოს შეზღუდვების გარეშე, რათა მოხდეს მოხმარების ზრდა. განსაკუთრებით ფართოდ უნდა იყოს ხელმისაწვდომი ინტერნეტი ბიზნესისთვის, თითქმის ყველა მოსახლისთვის, განსაკუთრებით სოფლის დასახლებებში, რაც ასევე წარმოადგენს ელექტრონული სერვისების მიწოდების მაღალი ხარისხის მიღწევის წინაპირობას (ბერიძე ნ., 2018).

ასევე ნათლად ჩანს, რომ ინტერნეტ მარკეტინგის როლი ძალიან დიდია მცირე ბიზნესის წარმატებაში. მცირე ბიზნესით დაკავებულ საწარმოებს მრავალ უპირატესობას სთავაზობს. ინტერნეტის გამოყენების შედეგად მცირე ბიზნესის სტრატეგიის კუთხით წარმოქმნილია რამდენიმე განსაკუთრებით მნიშვნელოვანი ასპექტი თუ რატომ არის მომგებიანი მათთვის კომერცია ინტერნეტის მეშვეობით. ინტერნეტმა წარმოშვა უამრავი საბაზრო შესაძლებლობა არსებული და პოტენციური

ბიზნესისთვის. ამჟამად ნებისმიერ ადამიანს ან ადამიანთა ჯგუფს შეუძლია შექმნას საკუთარი ვებ-გვერდი და დაიწყოს ბიზნესი ინტერნეტის მეშვეობით. ინტერნეტი პატარა კომპანიებისთვის შეუდარებლად იოლი და ოპერატიული საშუალებაა ბაზარზე შესაღწევად, რომელიც გაყიდვების ისეთი ტემპებით გაზრდის საშუალებას იძლევა, რაც უახლოეს წარსულში წარმოუდგენელიც კი იყო. ვაჭრობენ რა ინტერნეტის მეშვეობით, დღეს უკვე პატარა კომპანიებსაც შეუძლიათ, გახდნენ გლობალურები ან, უკიდურეს შემთხვევაში, გავიდნენ იმ ქვეყნების ბაზარზე, რომელიც მათი საბაზო სახელმწიფოდან მოშორებით იმყოფება (ბერიძე ნ., 2018).

ავტორის აზრით კომპანიების წარმატებული საქმიანობისთვის რეალური ფაქტებისა და სტატისტიკის ანალიზები ძალზედ მნიშვნელოვანია. განსაკუთრებული ყურადღება უნდა მიექცეს საერთაშორისო სტატისტიკას და ანალიზს. ასევე ქართულმა კომპანიებმა უნდა გაითვალისწინონ ტენდენციები, რომლებიც გამოვლენილია კვლევების საფუძველზე. ბოლო დროისათვის განსაკუთრებით პოპულარობით სარგებლობს სოციალური მედია სივრცის გამოყენება პროდუქტისა და სერვისის სტიმულირებისათვის. ქართულ კომპანიებს აქვთ საშუალება იხელმძღვანელონ კვლევის შედეგებით, რომელიც მოიცავს სოციალური მედია საშუალებების რეიტინგს მომხმარებლებში მათი პოპულარულობის მიხედვით და გაატარონ შესაბამისი მარკეტინგული ღონისძიებები, აირჩიონ მაღალრეიტინგული მედია საშუალება თავიანთი საქონლისა თუ მომსახურების სტიმულირების მიზნით (ბერიძე ნ., 2018).

ნაშრომში ნათლად ჩანს, რომ კომპანიისთვის სასურველი შედეგის მოსატანად საჭიროა წარმატებული ონლაინ მარკეტინგული სტრატეგიის შემუშავება. ინტერნეტ მარკეტინგის სტრატეგიის დადგენა/შერჩევას მნიშვნელოვანია მათი კარგად ცოდნა და ის თუ რა შესაძლებლობებს გვთავაზობს ისინი. სწორი ინტერნეტ მარკეტინგის სტრატეგიის გარეშე ინტერნეტ მარკეტინგის დანერგვა და განვითარება შეუძლებელი იქნება. კონკურენტუნარიანი სტრატეგია პირველ რიგში დაკავშირებულია იმასთან, თუ როგორ უნდა გამოიყენოს ბიზნესმა რესურსები რომელიც გააჩნია, ბაზარზე დაცვითი პოზიციური უპირატესობების მიღწევისა და მხარდაჭერისთვის. კონკურენტუნარი-ანი მარკეტინგული სტრატეგია ფოკუსირებული უნდა იყოს იმაზე, თუ როგორ უნდა

განათავსოს ბიზნესმა მის საკუთრებაში არსებული რესურსები, რათა უზრუნველყოს კონკურენტული პოზიციური უპირატესობის მიღწევა და შენარჩუნება ბაზარზე. ბაზარზე კონკურენტული პოზიციური უპირატესობის მიღწევისა და შენარჩუნების უზრუნველყოფისთვის მარკეტინგული სტრატეგიის მამოძრავებელი ძალებისა და შედეგების განალიზებისათვის, საჭიროა კომპანიებმა იხელმძღვანელონ ინტერნეტში ინტეგრირების კონცეპტუალური მოდელით, რომელიც საშუალებას მისცემს კომპანიებს განსაზღვრონ მარკეტინგული სტრატეგიის მამოძრავებელი ძალები და შედეგები კონკურენციის კონტექსტში (ბერიძე ნ., 2018).

საქართველოში ელექტრონული ბაზრის განვითარების ტენდენციების გამოვლენის მიზნით დისერტაციაში ჩატარებულია მარკეტინგული კვლევები, რომელთა შესრულების პროცესში მიღებულია შემდეგი ძირითადი შედეგები, დასკვნები და რეკომენდაციები:

1. ელექტრონული ბაზარი და მისი გამოყენების ტექნოლოგიები, რომელმაც ჩანასახშივე ჰპოვა თავისი პრაგმატულობა და პრევალირება, თანამედროვე ბიზნესის მამოძრავებელი ძალაა. იგი შესაძლებლობას აძლევს ადამიანებს, გეოგრაფიული მანძი-ლის მიუხედავად, მისდიონ გლობალიზაციის პროცესებს. ამიტომ მისი პრიორიტეტული გამოყენება ქართული ბიზნესის და მთლიანად ჩვენი ქვეყნის განვითარების აუცილებელი პირობაა.
2. საქართველოში, ისევე როგორც მთელ მსოფლიოში, მომავალი ეკუთვნის მხოლოდ იმ კომპანიებს, რომლებიც ცვალებად ეკონომიკურ გარემოსთან მოახდენენ ადაპტირებას. ასეთ გარემოს კი წარმოადგენს ელექტრონული ბიზნესი, ხოლო ადაპტირების ინსტრუმენტს – ელექტრონული მარკეტინგი.
3. დისერტაციაში შესწავლილია ელექტრონული მარკეტინგის გამოყენების თავისებურებები და გამოყენების პრობლემები. სხვადასხვა ლიტერატურული მასალების შესწავლის საფუძველზე ჩამოყალიბებულია ის ღონისძიებები, რომლებიც საჭიროა განხორციელდეს ელექტრონულ ბაზარზე მარკეტინგული გადაწყვეტილებების მისაღებად.

4. დისერტაციაში ნაჩვენებია, რომ მარკეტინგული კომუნიკაციების სრულყოფა წარმოადგენს საქართველოს ელექტრონული ბაზრის განვითარების საშუალებას. აქვე დახასიათებულია აქტიური კომუნიკაციის სხვადასხვა სახეები ელექტრონულ მარკეტინგში. გამოთქმულია მოსაზრება, რომ საქართველოში ელექტრონულ ბაზარზე წარმატებით ვითარდება მარკეტინგული კომუნიკაციის სისტემა, თუმცა, ქართული ვებ-სივრცე არაკონკურენტუნარიანია და საჭიროებს მარკეტინგული ღონისძიებების გატარებას.

5. საქართველოს ელექტრონულ ბაზარზე მარკეტინგული ღონისძიებების გატარების მნიშვნელოვან ინსტრუმენტად ნაშრომში მიჩნეულია კონკურენტუნარიანი ვებ-საიტების შემუშავება, რომელმაც უნდა უზრუნველყოს ქართული კომპანიების იმიჯის ფორმირება და მიზნობრივი აუდიტორიის ფორმირება.

6. ელექტრონული ბაზრის შესახებ ინფორმაციის მიღების, მყიდველთა სამომხმარებლო უპირატესობების გამოვლენის, კონკურენტების შეფასებისა და მარკეტინგული პოლიტიკის შემუშავების ეფექტურ საშუალებას წარმოადგენს საქართველოს ინტერნეტ-ბაზარზე მარკეტინგული კვლევების ჩატარება. დისერტაციაში ჩამოყალიბებულია ინტერნეტის მეშვეობით მარკეტინგული კვლევების ღირსებები და ნაკლოვანებები, რომელთა საფუძველზეც გაკეთებულია დასკვნები საქართველოს

7. დისერტაციაში შესწავლილია კომპიუტერის მსოფლიო ბაზარი, ნაჩვენებია პერსონალური კომპიუტერების მიწოდება მსოფლიო რეგიონების, სამომხმარებლო და კორპორაციული სექტორების, აგრეთვე ძირითადი მომწოდებელი კომპანიების მიხედვით.

8. ნაშრომში შესწავლილია ინტერნეტ-პროვაიდერების მსოფლიო ბაზარი, აქვე მოცემულია ქვეყნების მიხედვით მსოფლიოში პოპულარული ინტერნეტ-პროვაიდერებისა და მსოფლიოს განვითარებულ ქვეყნებში ინტერნეტ-პროვაიდერთა რეიტინგები. დახასიათებულია აგრეთვე ტელეკომუნიკაციების მსოფლიო ბაზარზე არსებული ინტერნეტ-მომსახურების გარემო.

9. დისერტაციაში გაანალიზებულია ქვეყნების რეიტინგი პირველი რიგის დომენებისა და დომენ სახეების მიხედვით, აგრეთვე მსოფლიოში ინტერნეტ-საიტების ზრდის დინამიკა და პოპულარული ვებ-გვერდების რეიტინგი მომხმარებელთა რაოდენობის გათვალისწინებით. განსაკუთრებული ყურადღება გამახვილებულია მსოფლიო ინტერნეტ-ბაზარზე არსებული მომხმარებლების შესწავლაზე. აქვე მოცემულია ინტერნეტ-მომხმარებელთა რაოდენობა ქვეყნების მიხედვით, გაანალიზებულია ინტერნეტში დაშვების DML ბაზრის მსოფლიო მონაცემები კონტინენტებისა და ცალკეული ქვეყნების მიხედვით.

10. სხვადასხვა კვლევითი სააგენტოს მონაცემთა საფუძველზე ნაშრომში გაანალიზებულია მსოფლიოს ინტერნეტ-მომხმარებელთა რაოდენობის ცვლილების დინამიკა კონტინენტებისა და ცალკეული ქვეყნების მიხედვით. ნაჩვენებია, რომ ინტერნეტ-მომხმარებელთა რაოდენობაში ლიდერია ევროპა და აზია, ხოლო მოსახლეობის საერთო რაოდენობასთან მიმართებით ყველაზე მეტი მომხმარებელი ჰყავს ჩრდილოეთ ამერიკას. ინტერნეტ-მომხმარებელთა საკმაოდ დაბალი

11. მსოფლიო ელექტრონულ ბაზარზე ინტერნეტში ინფორმაციასთან დაშვების თვალსაზრისით წამყვანი პოზიცია უჭირავს ინგლისურ ენას. იგია ინფორმაციული ტექნოლოგიების გამოყენების, კომპიუტერთან და ინტერნეტთან ურთიერთობის, ინფორმაციის მოძიების მთავარი საშუალება. სხვადასხვა კვლევითი სამსახურების მიერ გამოქვეყნებული ინფორმაციების საფუძველზე ნაშრომში ნაჩვენებია მსოფლიო ელექტრონულ ბაზარზე გავრცელებული ძირითადი ენების ხვედრითი წილი მათი გამოყენებისა და მომხმარებელთა საერთო რაოდენობასთან მიმართებით.

12. დისერტაციაში გაანალიზებულია მსოფლიოში ელექტრონული კომერციის ზრდის ტემპები და ელექტრონული კომერციის შემოსავლები კონტინენტების, ცალკეული ქვეყნების, სამომხმარებლო და ბიზნეს-სექტორების მიხედვით. მასში დომინირებული ადგილი უჭირავს ჩრდილოეთ ამერიკას (ძირითადად აშშ-ს), ხოლო ევროპის ქვეყნებიდან დიდ ბრიტანეთს, საფრანგეთს და გერმანიას. მსოფლიო ბაზარზე სწრაფი ტემპებით იზრდება იმ კომპანიებისა და მომხმარებლების რაოდენობა, რომლებიც ელექტრონული ვაჭრობით სარგებლობენ.

13. საქართველოში, ინფორმაციული ტექნოლოგიების განვითარებასთან ერთად, კომპანიებს სულ უფრო მეტად სჭირდებათ ინვესტირება, საქმიანი აქტივობის შენარჩუნება, მუდმივი ურთიერთობა ამ დარგის სპეციალისტებთან და ორგანიზაციებთან. ამიტომ საჭიროა ჩვენს ქვეყანაში მიზნობრივი სახელმწიფო პროგრამებით ელექტრონული მარკეტინგის სპეციალისტების დეფიციტის აღმოფხვრა, კვალიფიკაციის გაზრდა, მათი მომსახურების ხარისხის ამაღლებაზე მიზანმიმართული ძალისხმევა.

14. განვითარებულ ქვეყნებში ინფორმაციული ტექნოლოგიები მეტად ფასეული ობიექტია, ტექნოლოგიების ახალმა მიღწევებმა და საკომუნიკაციო გარემოს სრულყოფამ განაპირობა მრავალი ქვეყნის ეკონომიკური და სოციალური განვითარება. ახალმა ინფორმაციულმა ტექნოლოგიებმა და მის საფუძველზე წარმოქმნილმა ელექტრონულმა ბაზარმა მესამე ათასწლეულში დომინირებული ინდუსტრიული ეკონომიკა რადიკალურად შეცვალა ეკონომიკის ახალი სახით, როგორცაა ინფორმაციული, ანუ ქსელური ეკონომიკა. მსოფლიოში ინფორმაციულმა ტექნოლოგიებმა შექმნეს ეკონომიკური და სოციალურ-კულტურული განვითარების საუკეთესო პირობები. მართალია, საქართველოში ინფორმაციული ტექნოლოგიების დანერგვის დონე არც ისე მაღალია, მაგრამ განვითარების უზრუნველსაყოფად აუცილებელია მსოფლიო გამოცდილების გათვალისწინება, შესაბამისად ინფრასტრუქტურის შექმნა და მის საფუძველზე ქსელური ეკონომიკის განვითარება. ამიტომ ჩვენს ქვეყანაში მნიშვნელოვანი ყურადღება უნდა მიექცეს კომპიუტერიზაციას და ინტერნეტიზაციას, საზოგადოების ინფორმატიზაციას, მოსახლეობის ინფორმაციულ საზოგადოებად ჩამოყალიბებას, ინფორმაციული ტექნოლოგიების, როგორც სტრატეგიული მიმართულების, დაუფლებას. სწორედ საინფორმაციო-საკომუნიკაციო ტექნოლოგიები და მათ საფუძველზე ჩამოყალიბებული ცივილიზებული ინტერნეტ-ბაზრის არსებობა უნდა გახდეს ჩვენი ქვეყნის თითოეული

15. დისერტაციაში ნაჩვენებია, რომ საქართველოში საკომუნიკაციო დარგის შემოსავლები ბოლო წლებში მნიშვნელოვნად იზრდება, ასევე მატულობს ინტერნეტ-

ბაზარზე მოქმედი პროვაიდერების შემოსავლები და ქართული პორტალების დარეგისტრირებული დომენების რაოდენობა.

16. ინტერნეტ-ბაზრის მარკეტინგული კვლევით დადგინდა, რომ საქართველოში ყველაზე მეტად პოპულარულია DSL ტექნოლოგია, რომლის გავრცელების მასშტაბები სწრაფი ტემპებით იზრდება. ქართველი მომხმარებლების უმეტესობა (ძირითადად, თბილისის მოსახლეობა) კმაყოფილია არსებული ინტერნეტ-კავშირით, რაც ქვეყანაში ინტერნეტ-მომსახურების განვითარების დადებით ტენდენციებზე მიუთითებს. ამასთან, უნდა აღინიშნოს ის ფაქტი, რომ რეგიონებში მდგომარეობა ამ მხრივ არც თუ ისე სახარბიელოა, მოუწესრიგებელია კავშირგაბმულობის მუშაობა, რაც აფერხებს ინტერნეტ-ბაზრის განვითარებას მთელი ქვეყნის მასშტაბით. ამ უთანასწორობის დაძლევის მიზნით საჭიროა განხორციელდეს ისეთი სახელმწიფოებრივი პოლიტიკა, როგორცაა, სატელეკომუნიკაციო ინფრასტრუქტურისა და მომსახურების ყველასათვის ხელმისაწვდომობა, რათა ქვეყნის თითოეული კუთხე, რეგიონი, რაიონი თუ სოფელი და, შესაბამისად, თითოეული მოქალაქე თანაბრად განვითარდეს. ამისათვის კი უნდა შეიქმნას პროფესიული სკოლები, სადაც შესაძლებელი იქნება საინფორმაციო ტექნოლოგიებისა და ელექტრონული ბიზნესის შესწავლა და, საერთოდ, ინფორმაციული კულტურის დაუფლება. თავის მხრივ, საინფორმაციო საკომუნიკაციო სექტორი განაპირობებს ჩვენი ქვეყნის განვითარებას და გლობალიზაციის პროცესებში ჩართვას.

17. ქართულ ინტერნეტ-ბაზარზე მომხმარებლების მიერ გამოყენებული ენებიდან პრიორიტეტულია ინგლისური, ქართული და რუსული. მათ წილად მოდის ქართულ ინტერნეტ-ბაზარზე გამოყენებული ენების 96 %, სადაც თითოეულის ხვედრითი წილი მთლიანობაში ძალზე მაღალია. ქართველი მომხმარებლები ყველაზე მეტად სარგებლობენ ამერიკული საფოსტო სერვერით www.yahoo.com, შემდეგ მოდის ქართული საფოსტო სერვერი www.posta.ge და რუსული საფოსტო სერვერი www.mail.ru. შედარებით ნაკლები პოპულარობით სარგებლობს www.rambler.ru, www.hotmail.com და www.yandex.ru .

18. საქართველოში საკმაოდ სწრაფად ვითარდება ქართული ვებ-გვერდების ბაზარი, რომელიც თანდათანობით იხვეწება, ხდება ინფორმაციული და პოპულარული. ქართველი მომხმარებლების ნახევარზე მეტი იცნობს ქართულ ვებ-გვერდებს, რომელთაგან პოპულარულია www.avoe.ge, www.gol.ge, www.posta.ge, www.internet.ge, ქართველ მომხმარებლებში ყველაზე მაღალი მოთხოვნით სარგებლობს საძიებელი სერვერები, გასართობი საიტები, საფოსტო და კორპორაციული სერვერები, ხოლო საგანმანათლებლო, სამთავრობო, მუსიკალურ-რი, სპორტული და საინფორმაციო საიტების წილი უმნიშვნელოა. ქართული ინტერნეტ-საიტების ძირითადი პრობლემაა პოპულარობის უქონლობა, მშობლიურ ენაზე ნაკლები ინფორმაციულობა, განახლება, ნაკლები რეკლამა, ორიგინალური დიზაინი, სტრუქტურის გაფართოება, დინამიკური მენიუ და ფლემ-ანიმაციები.

19. ქართველი მომხმარებლები კომპიუტერს ძირითადად იყენებენ სამუშაო ადგილზე, სახლში და სასწავლო დაწესებულებებში. საკმაოდ მცირეა იმ მომხმარებელთა რაოდენობა, რომლებიც მიმართავენ ინტერნეტ-კაფისა და ბიბლიოთეკების მომსახურებას, მიუხედავად იმისა, რომ ასეთ ადგილებში კომპიუტერთან მუშაობა შედარებით იაფი და ზოგან უფასოცაა.

20. ქართველი მომხმარებლების უმრავლესობა ყოველდღიურ საქმიანობაში სულ უფრო ხშირად იყენებს ინტერნეტს, ფლობს და აქტიურად სარგებლობს პროგრამული პროდუქტებით, განსაკუთრებულ ყურადღებას უთმობს დიზაინს და მხატვრულ (კომპიუტერულ) გრაფიკას (საუბარია საინფორმაციო, საძიებო, სავაჭრო და სხვა საიტების დახვეწაზე), ელექტრონული სისტემის დამუშავებით ახდენს მონაცემთა ბაზებთან ურთიერთობას, ბეჭდავს, აგრეთვე აქტიურად ერთობა ინტერნეტით, უსმენს და უყურებს აუდიო და ვიდეო ფილმებს

21. მომხმარებლები დღეღამის მნიშვნელოვან ნაწილს ატარებენ კომპიუტერთან, თუმცა, მთლიანობაში, კომპიუტერის მოხმარების საშუალო მაჩვენებელი ჩვენში დაბალია. საქართველოში ელექტრონული ბიზნესის განვითარება კი მოითხოვს კომპიუტერის მომხმარებელთა ფართო აუდიტორიას, რისთვისაც საჭიროა სწორი მარკეტინგული ღონისძიებების გატარება.

22. მოსახლეობის კომპიუტერული ტექნოლოგიით სწავლებისა და კომპიუტერული უნარ-ჩვევების ჩამოყალიბებისთვის საჭიროა გატარდეს ფართომასშტაბიანი ღონისძიებები. უნდა განხორციელდეს ე.წ. სოციალური პროექტები დაბალშემოსავლიანი მოსახლეობის კომპიუტერიზაციისა და ინტერნეტიზაციის მიზნით. კომპიუტერული ტექნიკა და ინტერნეტ-მომსახურება ხელმისაწვდომი უნდა იყოს ყველასათვის. მეტი ყურადღება უნდა გამახვილდეს რეგიონებში უმაღლეს ინტერნეტის და, შესაბამისად, ელექტრონული ტექნოლოგიების გავრცელებაზე.

23. კვლევიდან გამომდინარე ინტერნეტის ტიპური ქართველი მომხმარებლის პროტრეტი (ჰიბრიდი) შემდეგნაირად გამოიყურება: უმეტეს შემთხვევაში მდებარეობს სქესის ადამიანი, საშუალოდ 24 წლის, საშუალოზე მაღალი შემოსავლით, უმაღლესი განათლების დონით, ინტერნეტში მუშაობისას იყენებს ინგლისურს და ქართულს, ინტერნეტით სარგებლობაზე თვეში ხარჯავს 70 ლარს, ინტერნეტში მუშაობს ძირითადად სახლიდან, ყოველდღიურად 1-2 საათი, 2 წელზე მეტია სარგებლობს ინტერნეტ-ტექნოლოგიებით, რომელსაც ახორციელებს ციფრული სააბონენტო კავშირის არხით. გამოყენების მოტივს წარმოადგენს ელექტრონული ფოსტის მიღება/გაგზავნა, ინფორმაციის ძიება, გართობა/გაცნობა/ონლაინ ურთიერთობები, აუდიო/ვიდეო ფილმების გადმოტვირთვა/ნახვა (აბულაძე რ., 2008).

ავტორის თქმით თანამედროვე ინფორმაციულმა ტექნოლოგიებმა გააერთიანა და დააკავშირა მთელი პლანეტა, ხელი შეუწყო ადამიანების გაცნობა-დამეგობრებას, საქმიანი კავშირების განვითარებას, სამეცნიერო პოტენციალის რეალიზებას და ერებს შორის პოლიტიკური ურთიერთობების მოგვარებას. მისი მეშვეობით შესაძლებელი გახდა ფინანსური კაპიტალის, საწარმოო და შრომითი რესურსების, აგრეთვე ინფორმაციის მიმოქცევა მსოფლიო მასშტაბით დროის უმცირეს მონაკვეთში. სწორედ ელექტრონული ტექნოლოგიები, უწინარეს ყოვლისა, კი ინტერნეტი, როგორც გლობალური ქსელი და ურთიერთდაკავშირებული კომპიუტერების ერთიანობა, გახდა კაცობრიობის განვითარების საფუძველი, რომელმაც შეცვალა მსოფლიოს ხალხთა

ცხოვრება, ურთიერთობა და, შესაბამისად, ბიზნესიც. საზოგადოების კომპიუტერიზაცია და ინტერნეტიზაცია იქცა სტრატეგიულ რესურსად, რომელიც განსაზღვრავს ქვეყნების განვითარებას. ინფორმაციის გარეშე შეუძლებელი გახდა ცოცხალი მატერიის არსებობა და განვითარება (აბულაძე რ., 2008).

ნაშრომში შესწავლილია ინტერნეტ-ბაზრის როლი, ნაჩვენებია ინტერნეტ-მომხმარებელთა, პროვაიდერთა და საიტების, ელექტრონული ვაჭრობის ზრდის დინამიკა მსოფლიო ბაზარზე. ჩატარებული მარკეტინგული კვლევის შედეგად გამოვლენილია საქართველოს ინტერნეტ-ბაზრის სპეციფიკა, ქართველი ინტერნეტ-მომხმარებელთა ქცევის თავისებურებანი და დადგენილია განვითარების ძირითადი ტენდენციები. კვლევის საფუძველზე გაკეთებულია დასკვნა, რომ საქართველოს ინტერნეტ-ბაზრის განვითარების ტენდენციები საკმაოდ მაღალია და ხელს შეუწყობენ მსოფლიო ეკონომიკურ პროცესებში ქვეყნის ჩართვას (აბულაძე რ., 2008).

ციფრული აქტივების მქონე კომპანიები ფლობენ კონკურენტულ უპირატესობას. ახლო მომავალში კომპანიების კონკურენტუნარიანობა აუცილებლად განისაზღვრება მათი დიგიტალიზაციის დონით. ნათლად ჩანს, რომ აუცილებელია უცხოური გამოცდილების შესწავლა და მათი მორგება დღევანდელ რეალობაზე. სამომხმარებლო ბაზრებზე ციფრული ტექნოლოგიების დანერგვა ახდენს ხარჯების ოპტიმიზაციას, ხელს უწყობს ოპტიმალური პროდუქციის შექმნას, რომელიც აკმაყოფილებს მომხმარებელთა მოთხოვნებს, უზრუნველყოფს გამჭირვალობის ზრდას. ციფრული ბაზარი ქმნის კონკურენტულ ფასს და შესაბამისად მომხმარებლებს შეუძლიათ დაელოდონ მათთვის მომგებიან შემოთავაზებებს. ზოგიერთი ინოვაციური კომპანიები მომხმარებლებს სთავაზობენ უფასო პროდუქტებს და მომსახურებებს, რომლებიც ადრე ფასიანი იყო, მაგალითად ნავიგაცია (Babkin A. & Chistyakova O., 2017).

ეკონომიკური და პოლიტიკური რეალობების ურთიერთკავშირი ტექნოლოგიურ ინოვაციებთან განხილულია, რომელიც იწვევს ციფრული ეკონომიკის სწრაფ განვითარებას. ავტორების თქმით ეს ზრდა ყველაზე უფრო მეტად გამოხატული არის განვითარებად ქვეყნებში. ციფრული ეკონომიკის განვითარების სტრატეგია კერძო ბიზნესის ხელით უნდა შეიქმნას; მთავრობის როლი არის ამ ზრდის მართვა;

საზოგადოების როლი კი ციფრული ეკონომიკის ანალიზი. განხილული და გაანალიზებულია ციფრული ეკონომიკის სხვადასხვა განმარტებები მისი დროში განვითარების თვალსაზრისით. ნათლად ჩანს, რომ მის ფუძეს წარმოადგენს IT სექტორი, თუმცა ციფრული ეკონომიკის საზღვრები შემოფარგლული არ არის. ავტორისეული განმარტებები განსხვავდება სხვებისგან იმით რომ ისინი განიხილავენ ციფრული ტექნოლოგიების გაფართოების პროცესს ეკონომიკაში ჩაშლილად. მრავალ ფაქტორზე დაყრდნობით, ავტორები ამტკიცებენ რომ ციფრული ეკონომიკა მთლიანი შიდა პროდუქტის დაახლოებით 5%-ს შეადგენს და ამასთან ერთად გლობალური შრომის ბაზრის 3%-ია (Bukht R. & Heeks R., 2017).

კვარაცხელიას სამაგისტრო ნაშრომში (2017) საუბარია თანამედროვე ტექნოლოგიების გავლენაზე სამუზეუმო ცხოვრებაში. თუმცაღა ავტორის აზრით რთული იქნებოდა ესაუბრა მხოლოდ ტექნოლოგიებზე, მის დადებით მხარეზე, იმ პრობლემების მიმართ ყურადღების გამახვილების გარეშე რაც დღესდღეისობით საქართველოს მუზეუმებში გვხვდება. მით უფრო არ დაეკონკრეტებინა ის ნაკლოვანებები, რისი მოგვარებაც ძალუმს თანამედროვე ციფრული ტექნოლოგიების შეტანას მუზეუმებში.

ნაშრომის შინაარსი ძირითადად ეფუძნება როგორც საქართველოს ისე მსოფლიო მუზეუმების ქეისებს და რეკომენდაციებს. ქეისებში წარმოდგენილია მუზეუმების დღევანდელი მდგომარეობა, რა პროგრამები აქვთ და რა თანამედროვე ტექნოლოგიებს ფლობენ. რამოდენიმე საქართველოს მუზეუმი არჩეულ იქნა ამავე პრინციპით, რომ მათ გადადგეს ახალი ნაბიჯები და ახალი სიტყვა თქვეს. მაგ: ხალხური და გამოყენებითი ხელოვნების სახელმწიფო მუზეუმის პროექტი აუდიო გიდ-ტურთან დაკავშირებით და ხელოვნების სასახლის უდიდესი ნაბიჯი, გუგლის კულტურული ინსტიტუტის, გუგლის ციფრული მემკვიდრეობის ნაწილად გახდომა (კვარაცხელია თ., 2017).

ნაშრომის მიზანი იყო შექმნილიყო ისეთი ტექსტი, რომელშიც აღნიშნული იქნებოდა პრობლემები, ყველა მინუსი, რომელშიც მუზეუმებისთვის თავმოყრილი იქნებოდა რჩევები, მსოფლიო მუზეუმების მაგალითები და მათი გამოცდილების გაზიარება საქართველოს მუზეუმებისთვის. არჩეულ იქნა ეროვნული მუზეუმი და აბრეშუმის

სახელმწიფო მუზეუმი და თითოეული ქეისი შეიცავს საკუთარ რეკომენდაციას. აბრეშუმის სახელმწიფო მუზეუმის შესახებ უფრო ვრცელი სახის ინფორმაციაა წარმოდგენილი, მასზე აქცენტი გაკეთდა იმ მიზეზით, რომ იგი არის პატარა მუზეუმი, არ ჰყავს სპონსორები, რათქმაუნდა თანამედროვე ტექნოლოგიებს არ იყენებს. ამიტომ ავტორმა საინტერესოდ ჩათვალა, მსგავსი მუზეუმის ქეისისთვის პროექტის სახეც მიეცა და მისი სიცოცხლიუნარიანობის გზები მოეძებნა და წარედგინა. ნაშრომში, წარმოდგენილია სპონსორობის საკითხი. იქიდან გამომდინარე, რომ სპონსორის მოძიება, მისთვის ორგანიზაციის შესაძლებლობების, ღირებულებების გაცნობა წარმოადგენს პრობლემას ისევ და ისევ არაკვალიფიცირებული კადრების გამო, რომელიც ასევე დიდ პრობლემას წარმოადგენს კულტურის ორგანიზაციებში, ამიტომ შემუშავდა რეკომენდაციების სახით რჩევების სია (კვარაცხელია თ., 2017).

ტურიზმის ინდუსტრია წარმოადგენს გლობალურ მოვლენას, რომლისთვისაც დამახასიათებელია სწრაფი განვითარება, გაფართოება და დივერსიფიკაცია. იგი ეკონომიკის მნიშვნელოვანი სექტორია, რომელიც ხელს უწყობს მოსახლეობის კეთილდღეობის ზრდას, სიღარიბის შემცირებას, დასაქმების ზრდას, ინვესტიციების მოზიდვას და იძლევა პირდაპირ და არაპირდაპირ ეკონომიკურ სარგებელს (წოწორია თ., 2016). ავტორი ქართული ტურისტული ინდუსტრიის ანალიზის საფუძველზე აკეთებს დასკვნებს:

- ტურიზმი მნიშვნელოვანი ბერკეტია ქვეყნის ეკონომიკური ზრდისათვის;
- საქართველოში ამ სექტორის განვითარებამ შეიძლება მნიშვნელოვანი სტიმული მისცეს ეკონომიკის სხვა დარგების განვითარებას;
- საინფორმაციო ტექნოლოგიების გამოყენება ტურიზმში ბიზნესის ეფექტური წარმართვის საშუალებას იძლევა. ახალი ონლაინ ტექნოლოგიების შემუშავება და მათი დანერგვა ტურიზმში იწვევს ტურისტული ნაკადების მკვეთრ ზრდას;
- ქართულმა ბიზნესმა ინტერნეტ-სივრცეში უნდა მოახდინოს სრული ინტეგრირება, აითვისოს ინტერნეტ-მარკეტინგის ინსტრუმენტები, ტურისტული პროდუქტების ეფექტურად წარდგენისა და რეალიზების არხები. განავითაროს ვებ-საიტი, სოციალური მედიის ტექნოლოგიები, ტურისტული ონლაინ

აპლიკაციები, შეიმუშაოს ონლაინ გაყიდვისა და გაყიდვის შემდგომი მომსახურების ფორმები, შექმნას ონლაინ-გიდის მომსახურება;

- ინტერნეტ-ტურისტული კომპანიების საქმიანობა გაგებული უნდა იქნას, როგორც კომუნიკაციის, კლიენტებთან და მიმწოდებლებთან ურთიერთქმედების, მომხმარებლების მოთხოვნილებების დაკმაყოფილებისა და ბიზნეს საქმიანობის სპექტრი;
- კომპანიების ონლაინ ტურისტული მომსახურება უნდა განხორციელდეს ელექტრონული მთავრობის პლატფორმით, ინტერნეტ-მარკეტინგის ინსტრუმენტების გამოყენებით;
- ქართული ონლაინ ტურიზმის განვითარებისათვის საჭიროა პროგრამები და ინიციატივები, როგორც ინტერნეტ-ბიზნეს საქმიანობის სტიმულირების ინსტრუმენტები;
- კომპანიების მხრიდან საჭიროა სწორი მარკეტინგული კამპანია, ამასთანავე მომხმარებლის სანდოობის გაზრდა მომსახურების ხარისხის გაუმჯობესებით;
- ქვეყანაში ონლაინ ტურიზმის განვითარებისათვის საჭიროა ინტერნეტ-წიგნიერების ზრდა, ტელეკომუნიკაციის მისაწვდომი ინფრასტრუქტურის გაუმჯობესება, მოსახლეობის კომპიუტერიზაციისა და ინტერნეტიზაციის გაფართოება, მობილური ონლაინ აპლიკაციების განვითარება;
- ინტერნეტ-ბაზრის განვითარება, მათ შორის ონლაინ ტურიზმის განვითარება საჭიროებს სტრატეგიული დაგეგმვისა და მართვის ახალ პარადიგმას, როგორცაა ელექტრონული მთავრობის განვითარების სტრატეგია (წოწორია თ., 2016).

შეჯამების სახით შეგვიძლია ვთქვათ, რომ ნაშრომების უმეტესობაში ნათლად და ხაზგასმით არის ნაჩვენები ინტერნეტის როლი თანამედროვე ეპოქაში და მისი მნიშვნელობა ბიზნესის განვითარების კუთხით. ირაკლი აბაშიძის, რატი აბულაძის, და ნათია ბერიძის ნაშრომებში აღნიშნული ფაქტი მნიშვნელოვნად იკვეთება და მისი როლი უდიდესი მნიშვნელობის მატარებელია. ავტორების აზრით მარკეტინგული მიზნების განხორციელებისთვის ინტერნეტ რეკლამა არის უმთავრესი კომპონენტი და

ეს უკანასკნელი წარმოდგენელი იქნებოდა ინტერნეტის გარეშე. ნაშრომებში იკვეთება ის ფაქტი რომ ინტერნეტი იქცა წარმატების მიღწევის მნიშვნელოვან ფაქტორად. იგი გამოიყენება ცნობადობის შექმნისთვის, მის ასამაღლებლად და საბოლოო კლიენტამდე სწორი ინფორმაციის მისაწოდებლად.

ზემოთ განხილულ ნაშრომებში ავტორები თანხმდებიან, რომ ვაჭრობის უკეთ განვითარებისთვის მნიშვნელოვანია რომ ინტერნეტი იყოს ხელმისაწვდომი, სწრაფი, საიმედო და იაფი. მისი გამოყენება უნდა იყოს შეზღუდვების გარეშე, იმისთვის რომ მოხდეს მოხმარების გაზრდა. გაანალიზებულია ის ფაქტი რომ სანფორმაციო ტექნოლოგიებმა გააერთიანა მთელი პლანეტა და ხელი შეუწყო როგორც ადამიანების დამეგობრებას, ასევე მათ ბიზნეს ურთიერთობების მაღალ დონეზე აყვანას.

თავი 2. მეთოდოლოგია

2.1. კვლევის ტიპი

კვლევის ამოცანების გადასაჭრელად გამოვიყენეთ რაოდენობრივი კვლევის მეთოდები. სოციალურ მეცნიერებებში მიმდინარე მარკეტინგული კვლევები სწორედ რაოდენობრივი კვლევის მეთოდების გამოყენებით ხორციელდება (წულაძე ლ., 2008).

2.2. კვლევის მეთოდი და მისი რელევანტურობა

კვლევის მეთოდებიდან მონაცემთა დამუშავებისთვის შევარჩიეთ ეფექტური და შედეგზე ორიენტირებული მეთოდები, რომელიც როგორც თეორიული ისე პრაქტიკული გამოყენებისაა.

1. დამატებული ეკონომიკური ღირებულება (EVA) წარმოადგენს კომპანიის ფინანსურ საქმიანობას, რომელიც დამოკიდებულია ნარჩენი სიმდიდრის საფუძველზე, რომელიც გამოითვლება მისი საოპერაციო მოგებიდან კაპიტალის ღირებულების გამოქვითვაზე, რომელიც გადახდილია გადასახადებზე ფულადი სახსრებით. EVA ასევე შეიძლება მოხსენიებული იყოს, როგორც ეკონომიკური მოგება, რადგან იგი ცდილობს დაიჭიროს ნამდვილი ეკონომიკური მოგება კომპანია.

EVA-ის გამოთვლისას გამოიყენება შემდეგი ფორმულა:

დამატებული ეკონომიკური ღირებულება = დაბეგვრის შემდეგ წმინდა საოპერაციო მოგება - ინვესტირებული კაპიტალი X საშუალო შეწონილი კაპიტალის ღირებულება

2. წმინდა დისკონტირებული ფულადი ნაკადები (NPV) არის განსხვავება ფულადი სახსრების მიმდინარე ღირებულებისა და ფულადი სახსრების ამჟამინდელი ღირებულება დროის განმავლობაში. NPV გამოიყენება კაპიტალური ბიუჯეტირებისა და საინვესტიციო დაგეგმარებისთვის, რათა გაანალიზდეს საინვესტიციო პროექტების მომგებიანობის ანალიზი.

NPV-ის გამოთვლისას გამოიყენება შემდეგი ფორმულა:

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{R_t}{(1+i)^t}$$

სადაც, R_t = წმინდა ფულადი სახსრების შემოდინება - გადინება t პერიოდში; i = დისკონტის განაკვეთი ან უკუგება, რომელიც შესაძლებელია მიღებულ იქნეს ალტერნატიულ ინვესტიციაში; t = დროის პერიოდი.

3. უკუგების შიდა ნორმა (IRR) არის მეტრული გამოყენებული კაპიტალური ბიუჯეტიდან, რათა დადგინდეს პოტენციური ინვესტიციების მომგებიანობის შეფასება. უკუგების შიდა ნორმა არის ფასდაკლების განაკვეთი, რაც წმინდა მიმდინარე ღირებულება (NPV) ყველა ფულადი ნაკადების კონკრეტული პროექტის ტოლი ნულოვანი. IRR კალკულაცია დამოკიდებულია იგივე ფორმულაზე, როგორც NPV აკეთებს. მნიშვნელოვანია, რომ ბიზნესი გაეცნოს IRR-ს სამომავლო ზრდისა და გაფართოების გეგმას.

IRR- ის გამოთვლისას გამოიყენება შემდეგი ფორმულა:

$$IRR = NPV = \sum_{t=1}^T \frac{C_t}{(1+r)^t} - C_0 = 0$$

სადაც, C_t = წმინდა ფულადი შემოსავლები t პერიოდში; C_0 = მთლიანი საინვესტიციო ხარჯი; r = დისკონტის განაკვეთი; t = დროის პერიოდი.

2.3. კვლევის პროცედურა

კვლევის სრულფასოვნად ჩასატარებლად შემდეგი ეტაპები დავგეგმეთ და განვახორციელეთ: 1. მონაცემთა შეგროვება; 2. შეგროვებული მონაცემების დამუშავება; 3. მათემატიკური მოდელირება; 4. შედეგების ანალიზი. ძირითადი მონაცემები აღებულია ინტერნეტ საიტებიდან და დამუშავებულია საკვლევო თემის შესახებ არსებული ხელმისაწვდომი წიგნები, სადოქტორო და სამაგისტრო კვლევები, სტატიები.

თავი 3. კვლევის შედეგები

3.1. ციფრული აბრეშუმის გზა - ერთიანი ციფრული ბაზრის ფორმირებისთვის ძირითადი გზები და საშუალებები: ჩინეთის ინიციატივა და შესაძლებლობები საქართველოსათვის

თანამედროვე ეტაპზე, როდესაც აშშ-სა და ჩინეთს შორის სავაჭრო „ომი“ ახალი ეტაპზე გადადის, ამავდროულად, ერთ-ერთ ყველაზე მოწინავე იდეად ყალიბდება ციფრული აბრეშუმის გზის პროექტი, რომელშიც პრაქტიკულად შესაძლებელია გაერთიანდეს ევრაზიის ეკონომიკური და სავაჭრო სივრცე.

საქართველოზე გამავალი ციფრული აბრეშუმის გზა მისი სულისკვეთებით შეესაბამება მრეწველობის 4.0 პრინციპებს და ჩინეთის სახალხო რესპუბლიკის სახელმწიფო პროგრამას "დამზადებულია ჩინეთში - 2025", რომლის ფარგლებშიც დაგეგმილია სამრეწველო ავტომატიზაციისა და ტექნოლოგიური მოდერნიზაციის ხარისხობრივი ზრდა. "ციფრული აბრეშუმის გზა" გახდა ჩინეთის ერთ-ერთი პრიორიტეტი, რომელიც მიზნად ისახავს წარმოების ხარჯების შემცირებას, ჩინური პროდუქციის გლობალური კონკურენტუნარიანობის გაუმჯობესებას და ინიციატივაში მონაწილე ქვეყნების ვაჭრობის ზრდას. ეს მიზნები მიღწეული იქნება ციფრული ეკონომიკის, ხელოვნური ინტელექტის, დრუბლოვანი ტექნოლოგიების, ინტერნეტის, დიდი მონაცემთა ტექნოლოგიების, სატელიტური ნავიგაციის სისტემის, ულტრაბგერითი ინტერნეტის პლუს და ა.შ. (Geissbauer R., et al., 2014).

ციფრული ტექნოლოგიების შედწვევის ზრდა ვაჭრობის სფეროში გუმინ არ დაწყებულა. მსოფლიოში ცნობილი ჩინური ციფრული პლათფორმები ალიბა, Taobao და Aliexpress-ის ფართოდ არიან წარმოდგენილი. ამასთან, აღნიშნულ ციფრული აბრეშუმის გზის დერეფანში 2025 წლისთვის არსებობს ვარაუდი, რომ დამატებით ციფრული ვაჭრობის საშუალებით 200 მილიარდი დოლარის ოდენობით გაიზრდება დერეფნის ქვეყნებს შორის ვაჭრობა, რაც შესაძლებელია მხოლოდ ახალი დრაივერების განხორციელებით, როგორცაა სავაჭრო ინფრასტრუქტურის ხარისხობრივი განვითარება.

ჩინეთის ციფრული ეკონომიკა 2016 წელს 18.9%-ით (3.4 ტრილიონი დოლარი) გაიზარდა, რაც მთლიანი შიდა პროდუქტის 30.3%-ია. ჩინური ტექნოლოგიების გიგანტების მიღწევები, როგორცაა ალიბაბა, ჰუაი და ZTE, საშუალებას მისცემს ჩინეთს "ციფრული სამყაროს" სისტემის შექმნა ახალი აბრეშუმის გზის ყველა მარშრუტის გასწვრივ განახორციელოს.

უპირველეს ყოვლისა, ეს ჩინეთის ელექტრონული კომერციის განვითარებაა, რომელიც, ჩინეთის კომერციის სამინისტროს თანახმად, უკვე ვაჭრობს ონლაინ კომერციის გლობალური ბაზრის დაახლოებით 40%-ს. ციფრული ტექნოლოგიების ლიდერი, ყველაზე მსხვილი ჩინური კომპანია "ალიბაბა ჯგუფი" ინიციატივით შეიქმნა მსოფლიო ელექტრონულ სავაჭრო პლატფორმა eWTP, რომელიც ხელს შეუწყობს საშუალო და მცირე საწარმოებს განვითარდეს აბრეშუმის მთელ გზაზე. ეს კომპანიები იმპორტისა და ექსპორტის პროცედურების გამარტივებაზე. "ციფრული აბრეშუმის გზის" კიდევ ერთი წამყვანი მოთამაშე ჩინური B2B პლატფორმა "DHgate", რომლის მთავარი მიზანია ელექტრონული კომერციის გამარტივება და რამდენიმე განვითარებადი ქვეყნის ციფრულ ბიზნესში ჩართვა. კომპანია ასევე ახორციელებს საზღვარგარეთ ვაჭრობის ტრენინგს თურქეთისა და საქართველოს სხვადასხვა უნივერსიტეტებში, რომლებიც SREB-ის ფარგლებში თანამშრომლობის ფარგლებში ხორციელდება (2017 China Cross-Border E-Commerce (Export B2B) Report).

ელექტრონული კომერციის განვითარებაში მნიშვნელოვან როლს ასრულებს აბრეშუმის დერეფნის ზონაში ციფრული თავისუფალი სავაჭრო ზონების შექმნა, რომლებიც ხელს უწყობენ საბაჟო რეგულირების რეჟიმის გამარტივებას და ჩინეთის ბაზარზე შესვლისას უცხოური ფირმების ბარიერების შემცირებას. საქონლის შემენა და შენახვა შესაძლებელი გახდება ჩინეთში უცხოელი პირის რეგისტრაციის გარეშე ან საბანკო ანგარიშის გახსნის გარეშე. ასევე, ელექტრონული კომერციის ხელშეწყობა, საგრძნობლად ამცირებს ექსპორტის საბაჟო გადასახადებს, რამაც ინტერნეტ-ვაჭრობა უფრო მომგებიანი გახადა, ვიდრე ჩვეულებრივი. ელექტრონული კომერცია ასევე სარგებლობს საქონლის რეგისტრაციისთვის სავალდებულო პროცედურების გამარტივებით, რისთვისაც PRC-ს გენერალური ადმინისტრაცია ხარისხის კონტროლის,

ინსპექციისა და კარანტინების ხარჯებს ტრადიციულ ვაჭრობაში პროცედურების გათვალისწინებით 12-18 თვის ნაცვლად 4-დან 6 კვირამდე ხარჯავს. ციფრული თავისუფალი ვაჭრობის ზონები მოიცავს ფინანსური და ლოგისტიკური მომსახურების ჩამონათვალს, რომელიც საშუალებას მისცემს მყიდველს ნებისმიერი რეგიონიდან აბრეშუმის გზის მარშუტი გაიაროს ჩინეთიდან 5 დღის განმავლობაში.

მნიშვნელოვანია, რომ "ციფრული აბრეშუმის გზის" მშენებლობა პირდაპირ უკავშირდება საზღვარგარეთ ფართომასშტაბიან ინვესტიციებს, როგორც წესი, საერთაშორისო მონაცემთა ცენტრების მშენებლობას და ლოგისტიკური ინფრასტრუქტურის განვითარებას (ტერმინალები, ჰაბები, სადისტრიბუციო ცენტრები). ჩინეთის საინვესტიციო პროექტების მიმღები ქვეყნები გარე ეფექტიანად ისარგებლებენ, მათ შორის წარმოიქმნება ელექტროენერჯის მოხმარებისა და დასაქმების ზრდა. ინფრასტრუქტურის განვითარება და ლოგისტიკა, "ჰკვიანი ქალაქების" და სამეცნიერო პარკების წარმოქმნა, აგრეთვე საინფორმაციო და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების დანერგვა, აბრეშუმის გზის ქვეყნების საერთო ეკონომიკური განვითარება. მაგალითად, ჟურნალ "ეკონომისტის" ანალიტიკურ ჯგუფის მიერ ჩატარებული კვლევის თანახმად, ჩინეთის ტელეკომმა ჩინური კომპანია ნეპალის, ბანგლადეშსა და პაკისტანში კომუნიკაციების განხორციელებაში მნიშვნელოვანი დახმარება გაუწია, ხოლო მალაიზიაში მონაცემთა ცენტრების ქსელი შეიქმნა 60,000 ახალი სამუშაო ადგილი (Khan et. al., 2015).

თუმცა, "ციფრული აბრეშუმის გზის" ფარგლებში არც უცხოური ინვესტიციების რისკები არ არის გამორიცხული. ზოგიერთ ქვეყანაში პოლიტიკური არასტაბილურობა და უსაფრთხოების პრობლემები SREB-ის ინვესტიციების მუდმივ საფრთხეს უქმნის, რაც ძვირი ტექნოლოგიების დაფინანსებას არასტაბილურ რეგიონებში ართულებს. ამის განხორციელება საჭიროებს დამატებით უსაფრთხოების ხარჯებს პროექტის დაფარვის გარეშე. პრობლემები, რომლებიც ფინანსურ ოპერაციებში გადანაწილებას, განსაკუთრებით სამხრეთ აზიაში, ჩინეთის ინვესტიციების მნიშვნელოვან პროპორციას უკავშირდება, შეიძლება გამოიწვიოს ინვესტიციებზე დაფუძნებული თანხები და შეუსაბამობები თავდაპირველად დაგეგმილი შედეგებით. მაღალკვალიფიციური

პერსონალის ნაკლებობა ასევე ქმნის ტექნოლოგიების წარმატებული განხორციელებისა და გამოყენების ბარიერებს.

თუმცა, ცენტრალური აზიის ქვეყნების ტრადიციულად მაღალი რისკისა და სამხრეთ აზიის ეკონომიკის არასტაბილურობის ფონზე, საქართველოს ბაზარი, როგორც ჩანს, მომგებიანი და სანდო გზაა ციფრული აბრეშუმის გზის მარშრუტებისთვის. საინვესტიციო კლიმატის განვითარებაში საქართველომ დიდი წინგადადგმული ნაბიჯი განახორციელა, რის შედეგადაც 2019 წელს Doing Business rating-ში საკმაოდ დაწინაურდა - 83,28/100-დან. საქართველო უსწრებს ისეთ ქვეყნებს, როგორებიცაა: აზერბაიჯანი (78,64/100), ბელარუსი (75,77/100), სომხეთი (75,37/100), რეგიონის საშუალო (ევროპა და ცენტრალური აზია - 72,34/100), ბულგარეთი (71,24/100). საქართველოს ბაზარზე, ენერგეტიკის დაბალი ღირებულება და ხელსაყრელი გეოგრაფიული პოზიცია დამატებითი არგუმენტებია ციფრული აბრეშუმის გზის პროექტში საქართველოს აქტიური მონაწილეობის სასარგებლოდ (Doing Business 2019 Indicators).

ჩინეთის საფინანსო, ტექნოლოგიური და ინტელექტუალური რესურსები მიზნად ისახავს მსოფლიო ბაზარზე ჩინური პროდუქციის კონკურენტუნარიანობის გაუმჯობესებას და მათი ეკონომიკური პოზიციების განმტკიცებას შეერთებულ შტატებთან დაპირისპირებაში, რომელშიც აბრეშუმის გზის ქვეყნები ბარიკადების ერთ მხარეს არიან. "ციფრული აბრეშუმის გზის პროექტი" ჩინეთის თანამედროვე იარაღია და ახალი სამრეწველო რევოლუციის ლოგიკური გაგრძელება და ეროვნული სტრატეგიის "დამზადებულია ჩინეთში - 2025" (ჩინური მრეწველობა 4.0) ჩინეთის ექვივალენტის განხორციელება, რომლის წარმატებით განხორციელება ჩინეთს საშუალებას მისცემს "ინოვაციური" ძალაუფლებას. ჩინეთის მიერ ამ პროექტის განხორციელება ახალ შესაძლებლობებს მისცემს საქართველოს, პირველ რიგში ორმხრივი ვაჭრობისა და ინვესტიციების შესახებ.

ერთიანი ციფრული ბაზრის არსებობა ციფრული საქონლის, მომსახურებისა და კაპიტალის თავისუფალ გადაადგილებას უზრუნველყოფს. ერთიანი ციფრული ბაზარი ინდივიდებსა და ბიზნესმენებს, განურჩევლად მათი ეროვნებისა და საცხოვრებელი

ადგილისა, პოტენციურ ეკონომიკურ პარტნიორებზე წვდომისა და, თავისუფალი კონკურენციის, მომხმარებელთა და პერსონალურ მონაცემთა დაცვის პირობებში ონლაინ აქტიურობის განხორციელების საშუალებას მიცემს.

აბრეშუმის ახალი დიდი გზის პროექტის ერთიანი ციფრული ბაზრის შექმნის ინიციატივა, რომელიც განვითარებისთვის ხელის შეწყობას ემსახურება, ძირითადად ოთხ მიმართულებას ითვალისწინებს:

- სავაჭრო პარტნიორების შესახებ ერთიანი საინფორმაციო ბაზის შექმნა;
- საქონელსა და მომსახურებაზე ციფრული ხელმისაწვდომობის გაზრდა;
- სავაჭრო პარტნიორების ეკონომიკური აქტივობების სტიმულირება.
- ვაჭრობის ციფრული ტექნოლოგიების დანერგვის სტიმულირება.

ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, ერთიანი ციფრული ბაზრის შექმნისათვის, აბრეშუმის ახალი დიდი გზის პროექტის მონაწილე ქვეყნებთან ერთად, უნდა შეიქმნას ერთიანი ელექტრონული სავაჭრო პლატფორმა, რომელიც მწარმოებლებისა და მომწოდებლებისთვის ეკონომიკური გააქტიურობის ერთიანი არხის ფორმირებისა და სადისტრიბუციო ქსელის გაფართოების საუკეთესო საშუალება იქნება. ამ გზით მეწარმეებს ონლაინ მაღაზიის შექმნისა და თავიანთი ქვეყნისა და აბრეშუმის გზის მონაწილე ქვეყნების მიმწოდებლების დირექტორიის განთავსების შესაძლებლობა ექნებათ.

ასეთი სავაჭრო პლატფორმის შექმნა ეკონომიკის ზრდისათვის ერთ-ერთი ხელისშემწყობი ფაქტორი იქნება, კერძოდ:

1. პოტენციური სავაჭრო პარტნიორების შესახებ ინფორმაციის მოძიებას მნიშვნელოვნად გაამარტივებს.
2. სავაჭრო ბრუნვას გაამარტივებს და ამასთან ერთად გაზრდის. გარდა ამისა, ხელს შეუწყობს საქონლის ექსპორტს.
3. ციფრული კავშირი უზრუნველყოფს უფრო ეფექტურ მიწოდების ჯაჭვს ლოგისტიკის, სატრანსპორტო, ენერგეტიკისა და სატელეკომუნიკაციო ინფრასტრუქტურის, სავაჭრო მარშრუტებისა და დერეფნების დაახლოებისა და ინტეგრირების გზით.

4. მაღალი სიმძლავრის ციფრული კავშირი აბრეშუმის გზის ქვეყნების ეკონომიკის ზრდისა და განვითარების უზრუნველსაყოფად, უფრო ეფექტურ და მაღალკონკურენტულ ცოდნაზე დაფუძნებულ ეკონომიკაზე გადასვლას ხელს შეუწყობს.

3.2. საქართველოს ციფრული ტრანსფორმაციის ძირითადი მიმართულებები - ახალი ტექნოლოგიები და მათი გავლენა ეკონომიკის ტრადიციულ სექტორებზე

ციფრული ინოვაციები ვიწრო თვალსაზრისით მიუთითებს ახალი ან მნიშვნელოვნად გაუმჯობესებული ICT პროდუქტის (პროდუქტის ან მომსახურების) დანერგვას, ანუ ინოვაციური საინფორმაციო ტექნოლოგიების პროდუქტებს; უფრო ფართო მასშტაბით, ICT-ის გამოყენება ხდება ახალი ან მნიშვნელოვნად გაუმჯობესებული პროდუქტის, პროცესის, მარკეტინგის მეთოდის ან ორგანიზაციული მეთოდის დანერგვის მიზნით.

ტექნოლოგიური ტენდენციები და მრეწველობის ციფრული ტრანსფორმაცია:

- აღჭურვილობისა და საწარმოო ხაზების ინტელექტუალური (კვანტური) სენსორების მასიური შემოღება (საწარმოო ინტერნეტის ტექნოლოგიები);
- რობოტიკა ტექნოლოგიების წარმოებასა და შემდგომი მათ მასობრივ დანერგვაზე გადასვლა;
- ინფორმაციის შენახვისა და საკუთარი შესაძლებლობების გაანგარიშების მიზნით რესურსების განაწილება ("დრუბლოვანი ტექნოლოგიები");
- საბოლოო ავტომატიზაცია და წარმოებისა და მენეჯმენტის პროცესების ინტეგრირება ერთ საინფორმაციო სისტემაში ("აპარატიდან აპარატში");
- სავალდებულო ციფრული ტექნიკური დოკუმენტაციისა და ელექტრონული დოკუმენტის მიმოქცევაში გადასვლა ("უხარისხო" ტექნოლოგიები);
- ტექნოლოგიური პროცესების, ობიექტების, პროდუქტების ციფრული მოდელირება (საინჟინრო პროგრამული უზრუნველყოფის გამოყენება);
- საყოფაცხოვრებო და მრეწველობის პროცესების მონიტორინგის, კონტროლისა და მართვისათვის მობილური ტექნოლოგიების გამოყენება;

- საწარმოო ანალიტიკური ტექნოლოგიების განვითარება;
- ინტერნეტის საშუალებით სამრეწველო პროდუქციის გაყიდვაზე გადასვლა;
- მასობრივი ინდივიდუალური წარმოება (საქონლის გამოყოფა არ შეამცირებს ხარჯებს დანამატი ტექნოლოგიების გამოყენების გამო);
- მომსახურების ბიზნეს მოდელი;
- მომსახურების პროგნოზირება;
- ხარისხის პროგნოზირება;
- რესურსების გაზიარება;
- სწრაფი რეაგირება;
- ციფრული სამუშაო ადგილი;
- 100% გადამუშავება და განკარგვა;

ეროვნული ტექნოლოგიების განვითარებაში აღნიშნული ტენდენციების ჩართვა ხელს შეუწყობს ქართული კომპანიების თანაბარ კონკურენტულ მდგომარეობას მსოფლიო ბაზარზე, მაშინ როდესაც ბევრ სხვა ქვეყანაში აქტიურად ვითარდება ციფრული ეკონომიკის მსგავსი სფეროები საკუთარი საზღვრების ფარგლებში.

3.2.1. სოფლის მეურნეობის ციფრული ტრანსფორმაცია

სურსათისა და ბიოლოგიური უსაფრთხოების სფეროში გლობალური გამოწვევების თავიდან ასაცილებლად კაცობრიობა საჭიროებს ახალი ტიპის სოფლის მეურნეობას, რომელიც შეესაბამება წრიული (ნარჩენების გარეშე) ეკონომიკის მოდელს და მდგრადი განვითარების პრინციპებს. ახალ ეკონომიკურ მოდელსა და "ინტელექტუალური" სოფლის მეურნეობის, როგორც მისი განუყოფელი კომპონენტისთვის გადაცემული საკითხები მოცემულია წამყვან საერთაშორისო ორგანიზაციებსა და ეროვნულ მთავრობებზე.

"ინტელექტუალური" სოფლის მეურნეობა ეფუძნება ავტომატური გადაწყვეტილების მიღების სისტემების, ინტეგრირებული ავტომატიზაციისა და წარმოების რობოტიზაციის, აგრეთვე ეკოსისტემის დიზაინსა და მოდელირების ტექნოლოგიების გამოყენებას. იგი მოიცავს გარე რესურსების გამოყენებას (საწვავი, სასუქები და

აგროქიმიკატები), ხოლო ადგილობრივი წარმოების ფაქტორების მაქსიმალურად გამოყენებას (განახლებადი ენერჯის წყაროები, ბიოსაწვავი, ორგანული სასუქები და ა.შ.)

"ინტელექტუალური" სოფლის მეურნეობის პერსპექტიული ტექნოლოგიები უზრუნველყოფს ეფექტური, ეკოლოგიურად სუფთა მავნე ორგანიზმების კონტროლს, ნიადაგის და მიწისქვეშა წყლების სასარგებლო თვისებების აღდგენას და შენარჩუნებას, აგრეთვე ორგანული სოფლის მეურნეობის სერტიფიცირების მოთხოვნებთან შესაბამისობაში მოქცეულ ინტეგრირებულ მონიტორინგს. ამ ტექნოლოგიებს შორისაა: ბიოპროტეინები ინტეგრირებული მავნე ორგანიზმების, ნანობიტექნოლოგიური წყლის და ნიადაგის რემედიაციის, სოფლის მეურნეობის პროდუქციის კონტროლის ინტეგრირებული სისტემებისა და ა.შ. (Brandon et. al., 2017).

3.2.2 ელექტრონული კომერცია

ელექტრონული კომერცია წარმოადგენს ციფრული ეკონომიკის მნიშვნელოვან ინსტიტუტს, რომელიც მოიცავს ვაჭრობის სფეროში განვითარებული სამართლებრივი ურთიერთობების მზარდ რაოდენობას და მთელ რიგ ურთიერთობებს - მომხმარებელთა პირდაპირი ურთიერთქმედების (C2C), მომხმარებელთა ურთიერთქმედების (B2C) ურთიერთქმედება, მეწარმეებს შორის ურთიერთქმედება (B2B), ბიზნესისა და ხელისუფლების ურთიერთქმედება ელექტრონული ფორმით (B2G) და ა.შ.

UNCTAD-ის მონაცემებით, 2015 წელს გლობალური ელექტრონული ვაჭრობის ბრუნვა 22.1 ტრილიონ დოლარს შეადგენდა, რაც 2013 წელთან შედარებით 38%-ით გაიზარდა. ეს მონაცემები არა მარტო ელექტრონული კომერციის სწრაფ ზრდას მიუთითებს, ასევე მკვლევარებს მიაჩნიათ, რომ ეკონომიკა, რომელიც აღნიშნულ ეკონომიკური ურთიერთობების ახალ სისტემაში ვერ შევა, მომდევნო წლებში, ასეთი ქვეყნების ეკონომიკის ზრდა მნიშვნელოვნად იქნება შენელებული.

ელექტრონულ ვაჭრობის მაჩვენებლები ასახავს მსოფლიო ბაზრის მიერ აღიარებულ ელექტრონული კომერციის პოზიტიურ ეკონომიკურ ეფექტს, რაც მნიშვნელოვნად ამცირებს ვაჭრობის ღირებულებას, გადაჭრის მეწარმეების არახელსაყრელ

გეოგრაფიულ მდგომარეობასთან დაკავშირებულ პრობლემებს და ქმნის ხელსაყრელ პირობებს კლიენტებს შორის პირდაპირი ხელშეკრულების გაფორმების მიზნით, რაც ხელს შეუწყობს ბაზარზე ახალი მონაწილეების გაჩენას და, საბოლოო ჯამში, უზრუნველყოფს ქვეყნის მთლიანი შიდა პროდუქტის ზრდას.

სახელმწიფოს სტრატეგიული ამოცანა უნდა იყოს B2B, B2G და B2C სექტორში ექსპორტის მხარდასაჭერად სპეციალური ტექნიკური და ორგანიზაციული ღონისძიებების გატარების ზომების შემუშავება. ელექტრონული სავაჭრო პლატფორმების, უფლებებისა და მოვალეობების და ელექტრონული კომერციის, საგადასახადო, ელექტრონული გადახდების, ელექტრონულ დოკუმენტურ მიმოქცევაში მონაწილეთა ლეგიტიმური ინტერესების დაცვის გზების შესახებ ცალკე რეგულირების ფორმირება, საბაჟო პროცედურების იმპორტი და ექსპორტი; ამ სფეროში საერთაშორისო დიალოგის განვითარება ვაჭრობისა და ეკონომიკური თანამშრომლობის პარიტეტის პირობების უზრუნველსაყოფად. ელექტრონული და მსოფლიო ეკონომიკის განვითარებაში ელექტრონული კომერციის როლი, თავის მხრივ, მოითხოვს საქართველოში ელექტრონული კომერციის განვითარების შეფასების სტატისტიკური მაჩვენებლებისა და შესაბამისი გაანგარიშებისა და ანალიზის მეთოდების შემუშავებას (Nanehkaran, Y. A., 2013).

3.2.3. ციფრული ტრანსფორმაცია ტელეკომუნიკაციებში

ციფრული ეკონომიკის განვითარებასთან ერთად, იზრდება მოთხოვნა ციფრულ ინფრასტრუქტურაზე, რომელიც ციფრულ კომუნიკაციებზეა დაფუძნებული, გამრავლდება. მომხმარებლები ითხოვენ არა იმდენად კავშირი, როგორც ელექტრონული პლატფორმის სხვადასხვა პლატფორმის, მომსახურების და მომსახურების ხელმისაწვდომობას. "მომხმარებლის" კონცეფცია დრამატულად იცვლება, რადგან ციფრული ტრანსფორმაციის პირობებში არა მარტო ადამიანები ამ კატეგორიაში იყოფებიან, არამედ ინტერნეტის წარმომადგენლებსაც (დაკავშირებულ მოწყობილობას), რომელთა რიცხვი უკვე აღემატება ხალხთა რაოდენობას და მალე უკვე გადააჭარბებს მასშტაბებს. ამდენად, საუბარია კომუნიკაციისა და კავშირგაბმულობის

დატვირთვის შესახებ და მათი შესაძლებლობები, რომლებიც არსებობს იმაზე მეტს, ვიდრე არსებულთა რიცხვი (World Economic Forum 2017).

კომუნიკაციის სისტემების განვითარება და საკომუნიკაციო ხარჯების შემცირება ასევე უნდა იყოს დრავირი ინტერნეტის განვითარებისათვის. კომუნიკაციისა და სატელეკომუნიკაციო სისტემების გაუმჯობესების მომდევნო ეტაპი უნდა იყოს ყველა არსებული გლობალური პოზიციონირების სისტემების ინტეგრირებული მობილური საკომუნიკაციო სისტემების შექმნა GPS, გალილეო, კომპასი, GLONASS, თანამგზავრული საკომუნიკაციო სისტემებით, რომლებიც უზრუნველყოფენ გლობალურ გაშუქებას, ჭკვიანი სახლის სისტემებს, ჭკვიანი ქალაქის სისტემებს, ინოვაციური ტექნოლოგიების სრული მხარდაჭერა ელექტროენერჯის წარმოებისა და კონსერვაციის სფეროში (World Economic Forum 2017).

3.2.4. ტრანსპორტისა და ლოგისტიკის ციფრული ტრანსფორმაცია

ეკონომიკაში ინფორმაციული ნაკადები ფორმირდება მონაწილეთა საქმიანობიდან, რომელთაგან თითოეულს თავიანთი მიზანი გააჩნია და თუ ისინი შეძლებენ შეთანხმებულ საქმიანობას, ყველა ერთად მიიღებს მოგებას (სინერჯის ეფექტი). ექსპერტების შეფასებით ლოგისტიკურ ინფორმაციულ სისტემებზე, მთლიანი ლოგისტიკური ხარჯების 10–20% მოდის (ხაჟომია დ., 2015). ფასები აპარატულ უზრუნველყოფაზე სწრაფად მცირდება, ამათგან განსხვავებით ახალი კომპიუტერული შესაძლებლობისაკენ მიმართება იზრდება. მწარმოებლურობის რაოდენობრივმა ცვლილებებმა და კომპიუტერის მეხსიერების ზრდამ, ხარისხობრივი ცვლილებების პოტენციალი წარმოშვა – მაკროეკონომიკური პროცესების კომპლექსური იმიტაციური მოდელირების კოორდინაციის და ოპტიმიზაციის მიზნით. ეკონომიკური ინფორმაციული სივრცის გამჭვირვალობა, შესაძლებლობას იძლევა რეგიონებზე და მთლიანობაში აამაღლოს ინვესტიციური მიმზიდველობა.

ტრანსპორტისა და ლოგისტიკის ციფრული ტრანსფორმაციისთვის სასურველია განხორციელდეს (ხაჟომია დ., 2015):

- რეგიონებზე მაკროლოგისტიკური პროცესების და მწარმოებლური ხასიათის საქმიანობის ამაღლების მიზნით უნდა შეიქმნას ლოგისტიკური პროცესების საინფორმაციო უზრუნველყოფის სისტემა, რომელიც შედგება გეოინფორმაციული და ერთიანი სატრანსპორტო-საინფორმაციო ლოჯისტიკური ქვესისტემებისაგან;
- ჩამოყალიბდეს რეგიონული სატრანსპორტო ლოჯისტიკური ცენტრები;
- სამეწარმეო საქმიანობის ეფექტიანობის გასაუმჯობესებლად, მნიშვნელოვანია მონიტორინგის ორგანიზაციული სრულყოფა, რომელიც უზრუნველყოფს სხვადასხვა ღონისძიებების სისტემატურ დაკვირვებას და კონტროლს;
- შეიქმნას რეგიონების სოციალურ-ეკონომიკური მონიტორინგის სისტემა, რომელიც ხელს შეუწყობს სოციალურ-ეკონომიკური მდგომარეობის ობიექტურ შეფასებას უფრო ზუსტი ინდიკატორებით;
- შეიქმნას რეგიონებში ინფორმაციულ-ინვესტიციური ცენტრები, რომლის შექმნაშიც მიზანშეწონილია საქართველოს სავაჭრო-სამრეწველი პალატის მონაწილეობა, აგრეთვე მიზანშეწონილია მისი მონაწილეობა ინვესტიციური პროექტების ექსპერტიზაში; შეიქმნას რეგიონული ინვესტიციური რუკების მეთოდური ბაზა, რომელიც გამოიყენება რეგიონულ ინვესტიციურ პროგრამებში;
- შეიქმნას რეგიონებში მმართველი ორგანოების ინფორმაციული სისტემა (მოის);
- საინფორმაციო ტექნოლოგიების გამოყენებით შესაძლებელია საინფორმაციო ბაზის გლობალიზაცია, რაც საშუალებას მისცემს ფირმებსა და ტრანსნაციონალურ კორპორაციებს უფრო დიდი მასშტაბით განახორციელონ საქმიანობა.

3.2.5. ფინანსური მომსახურების სფერო

თანამედროვე ეტაპზე სწრაფი ტემპით ვითარდება ფინანსური მომსახურების სფერო, რაც, ამავე დროს, წამახალისებელია შესაბამისი ინდუსტრიის ტექნოლოგიური განვითარებისათვის. საფინანსო ტექნოლოგიების სფერო გულისხმობს ინოვაციური ტექნოლოგიების გამოყენებას ფინანსურ მომსახურებასთან დაკავშირებით. ფინანსური

ტექნოლოგიების დარგში ძირითადი სეგმენტებია: გადასახადები და გადარიცხვები, აქტივების მართვა, ფინანსური ბაზარი, ბლოკჩეინი.

დღესდღეობით ბიზნესი და ტექნოლოგიური ინოვაციები მჭიდროდ არის დაკავშირებული ერთმანეთთან და, ამდენად, ბიზნესის ტექნოლოგიური უზრუნველყოფის საჭიროება სწრაფად იზრდება. ბოლო მსოფლიო ფინანსურმა კრიზისმა უფრო გაართულა ბიზნეს სექტორის დაფინანსების პროცესი. ამ ფონზე, ფინტექის გამოყენების მეშვეობით, საფინანსო სექტორი ხასიათდებოდა სხვადასხვა უპირატესობებით, ინოვაციური გზების ძიებით, ბიზნესის ზრდის შესაძლებლობებით, საკრედიტო რისკების შეფასებისა და ბიზნესის დაკრედიტების უზრუნველყოფის ალტერნატიული გზებით (აბულაძე რ., 2016).

ფინტექი გამოირჩევა შემდეგი თვისებებით: იგი არის ტექნოლოგიური ინოვაცია და ხასიათდება სისწრაფით, სიმარტივით, მოქნილობით და კომფორტულობით, რაც გავლენას ახდენს ფინანსური სერვისის ზრდა-განვითარებაზე; მისი მეშვეობით ოფისიდან გაუსვლელად შესაძლებელია ფინანსურ რესურსებზე წვდომა და მათი მართვა. აღსანიშნავია, რომ ფინტექის ძირითადი ბენეფიციარები მცირე და საშუალო ბიზნესია. მისი ბაზარი მოიცავს დაკრედიტებას, ვაჭრობას, საფინანსო სფეროს ელექტრონულ კომერციას, საფინანსო სფეროს ონლაინ ვაჭრობას, საფინანსო სფეროს ონლაინ მიწოდების ქსელის მართვას. სპეციალისტების აზრით, უახლოეს 10 წლის მანძილზე ფინანსური მომსახურების სფეროში დასაქმებული დაახლოებით 800 ათასი ადამიანი დაკარგავს სამსახურს ახალი ტექნოლოგიების დანერგვის შედეგად. თუმცა, თანამედროვე ფინანსური ტექნოლოგიების დანერგვის პროცესი შეუქცევადი და აუცილებელია (Sorkin Andrew R., 2016).

მეტი ინოვაცია საბოლოოდ ნიშნავს მეტ ეფექტურ, ახალ პროდუქტს და სერვისს, რომელიც უკეთესად პასუხობს მომხმარებელთა მოთხოვნებს, ამარტივებს და უფრო კომფორტულს ხდის ადამიანების ურთიერთობას ბანკთან. ინოვაციები ასევე ხელს უწყობს კომპანიას გააიფოს და მეტად ხელმისაწვდომი გახადოს უკვე არსებული სერვისები (თიბისი ბანკი მეტი ინოვაციის ძიებაში, 2016). საქართველოში მოღვაწე კომპანიები და სახელმწიფო სტრუქტურები განვითარების იმ ეტაპზე იმყოფებიან,

როდესაც აუცილებელი ხდება უახლესი ტექნოლოგიების დანერგვა და არსებულის გაფართოება. ამ პროცესში მენეჯმენტი მრავალი რთული ამოცანის წინაშე დგას: საჭიროა სწორი სტრატეგიის დასახვა, სწორი სისტემების შერჩევა, ინვესტიციების მოზიდვა, მათი ეფექტიანი დაბანდება, ახალი სისტემების დანერგვის პროექტების მართვა და ა.შ. (კაკულია ე. & თოფჩიშვილი მ., 2017).

საქართველოსთვის, როგორც განვითარებადი ქვეყნისთვის, განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია ფინანსური ტექნოლოგიების შემდგომი დანერგვა და მუდმივი განვითარება. ცნობილია, რომ მსოფლიოში არსებობენ ბანკები, რომლებიც მთლიანად ონლაინ რეჟიმში მუშაობენ. იმისათვის, რომ შევძლოთ მათთან თანამშრომლობა და პარტნიორული ურთიერთობების დამყარება, საჭიროა ფეხი ავუწყოთ ამ მიმართულებით მსოფლიოში მიმდინარე თანამედროვე ტენდენციებს (ჭელიძე მ. & თოფჩიშვილი მ., 2018).

გამომდინარე ზემოაღნიშნულიდან, საქართველოს ელექტრონული სტრატეგიის ხედვა და მისია შემდეგი სახით შეიძლება ჩამოყალიბდეს „ელექტრონული საქართველოს სტრატეგია და სამოქმედო გეგმაში 2014-2018“:

ხედვა - ელექტრონული საქართველოს ხედვა გულისხმობს უფრო ეფექტურ და ეფექტიან საჯარო სექტორს, რომელიც უზრუნველყოფს ინტეგრირებულ, უსაფრთხო და მაღალი ხარისხის ელექტრონული სერვისების შემოთავაზებას. ამ სერვისების გაუმჯობესებული გამოყენება და პროცესებში მონაწილეობა ხელს უწყობს ინფორმაციულ-საკომუნიკაციო ტექნოლოგიებზე ორიენტირებულ, მდგრად ეკონომიკურ ზრდას.

მისია - საქართველოს ელექტრონული სტრატეგიის მისიაა:

- უზრუნველყოს ერთი ფანჯრის პრინციპით მოქმედი, უსაფრთხო და ეფექტიანი ელექტრონული სერვისების ხელმისაწვდომობა მოქალაქეებისთვის, ბიზნესისა და არასამთავრობო სექტორისთვის, სანდო ინფრასტრუქტურის გამოყენებით.
- წაახალისოს მოქალაქეებისა და ბიზნესის მიერ ელექტრონული სერვისების მოთხოვნისა და მოხმარების ზრდის პროცესი, მაღალი ხარისხის, ეფექტური, ეფექტიანი, სანდო და უსაფრთხო სერვისების მიწოდების გზით.

- ხელი შეუწყოს აღნიშნულ სფეროში საჭირო უნარ-ჩვევების მქონე სამოქალაქო საზოგადოებისა და კერძო სექტორის ჩართვას ინოვაციებში და ელექტრონული სერვისების განვითარებას ღია და გამჭვირვალე გარემოში.
- შექმნას მდგრადი ურთიერთთავსებადობის საფუძველი უსაფრთხო და სანდო წყაროებისთვის, რათა შესაძლებელი გახდეს ინფორმაციის გაცვლა, ინფორმაციული სისტემებისა და ტექნოლოგიების გაზიარება სახელმწიფო სააგენტოებში, ადგილობრივ თვითმმართველობებში, მუნიციპალიტეტებსა და კერძო ორგანიზაციებში.
- ხელი შეუწყოს კონკურენტულ და ინოვაციურ ბიზნესგარემოს; მეწარმეობის განვითარებას და პარტნიორობას სამოქალაქო საზოგადოებაში, ისევე, როგორც საჯარო და კერძო სექტორების აქტივობებს ინფორმაციულსაკომუნიკაციო ტექნოლოგიების სფეროში.
- შექმნას ეფექტური ინფორმაციული უსაფრთხოებისა და კონფიდენციალურობის პოლიტიკა, რომელიც უზრუნველყოფს ინფორმაციული და კიბერთავდასხმებისგან დაცვას.

აქვე აღსანიშნავია, რომ ევროკავშირი ხელს უწყობს ციფრული საზოგადოების განვითარებას აღმოსავლეთ პარტნიორობის ქვეყნებში. ევროკავშირის ახალი პრიორიტეტები 2020 წლამდე (EAP e-partnership FACTSHEET, #eapdigital, 2015):

- უკეთესი ციფრული გარემო სატელეკომუნიკაციო წესები, მათ შორის საერთო როუმინგის სივრცე ინოვაციების მხარდაჭერა და სტარტაპები საინფორმაციო ტექნოლოგიების კვლევა ციფრული უნარები;
- ელექტრონული სერვისების ძირითადი ელემენტებით უზრუნველყოფა ელექტრონული იდენტიფიკაცია მაღალსიჩქარიანი ინტერნეტი კიბერ უსაფრთხოება;
- მოქალაქეებისა და ბიზნესმენებისთვის ელექტრონული სერვისების განვითარება ელექტრონული ვაჭრობა, ელექტრონული საბაჟო, ელექტრონული კომერცია, ელექტრონული ლოჯისტიკა ელექტრონული დემოკრატიის აპლიკაციები მთავრობებისთვის ელექტრონული ჯანდაცვა.

ციფრული საზოგადოების განვითარების თვალსაზრისით ევროკოვშირის ძირითადი აქცენტები აღმოსავლეთ პარტნიორობის ქვეყნებში იქნება:

1. სომხეთში, აზერბაიჯანში, ბელორუსში, საქართველოში, მოლდოვას რესპუბლიკასა და უკრაინაში როუმინგის ტარიფების შემცირება;
2. მაღალსიჩქარიანი ფართოზოლოვანი ინტერნეტის განვითარება, რაც ხელს შეუწყობს ეკონომიკისა და ელექტრონული სერვისების განვითარებას ბიზნესისა და მოქალაქეებისთვის.
3. უფრო მეტი სამუშაო ადგილების შექმნა ახალ ციფრულ ინდუსტრიებში.

რეგიონული მასშტაბით სხვადასხვა ქვეყნის მაგალითები:

- საქართველო - ელექტრონული დემოკრატიისა და ინფორმაციული უსაფრთხოების გამოცდილების გაზიარება ელექტრონული მმართველობის ხელშეწყობისა და მოქალაქეთა ელექტრონული სერვისების განვითარებისათვის
- ბელორუსი - ავტომატური ვიდეო-კონტროლის სისტემების დანერგვა „ნოვია ჰუტა-ნოვი იარილოვიჩი“ საზღვარზე
- მოლდოვა - საკომუნიკაციო ქსელების გაუმჯობესება და საზღვრის მართვის ელექტრონული სისტემების განვითარება
- უკრაინა - ფინანსური სექტორისთვის ახალი ინტეგრირებული ონლაინ სისტემების უზრუნველყოფა და ადგილობრივი ხელისუფლებისათვის ელექტრონული მმართველობის გადაწყვეტების შეთავაზება
- აზერბაიჯანი - საჯარო სექტორისათვის სხვადასხვა ელექტრონული სერვისების განვითარება, ელექტრონულ კომერციაზე აქცენტით
- სომხეთი - ელექტრონული საგადასახადო დეკლარაციის, ელექტრონული სამოქალაქო რეესტრის, ელექტრონული პოლიციის, ელექტრონული ნოტარიუსის, ელექტრონული პენიტენციალური სისტემის, ელექტრონული მოქალაქისა და ელექტრონული დოკუმენტაციის მართვის სისტემების განვითარება
- ექვს პარტნიორ ქვეყანას შორის მაღალსიჩქარიანი ციფრული კავშირების გაუმჯობესება.

- ევროკავშირის აღნიშნული პროექტი უზრუნველყოფს გლობალური კვლევების ხელმისაწვდომობას ორ მილიონამდე ადგილობრივი მეცნიერის, სტუდენტის და აკადემიურ პერსონალისთვის 700-ზე მეტ დაწესებულებაში.
- ევროკავშირის ახალი EU4Digital პროგრამა (12 მილიონი ევრო) ორიენტირებული იქნება როუმინგის ჰარმონიზაციაზე, მაღალსიჩქარიანი ფართო დიაპაზონის მქონე ინტერნეტის ხელშეწყობაზე ეკონომიკის გასაძლიერებლად და ელექტრონული მომსახურების გასაფართოებლად, ასევე სამუშაო ადგილების შექმნაზე ციფრულ ინდუსტრიაში.
- ახალი პროგრამა (7 მილიონი ევრო) აღმოსავლეთ პარტნიორობის ქვეყნების კიბერ-სიცოცხლისუნარიანობის გასაძლიერებლად ორ სფეროში: კიბერდანაშაული და კიბერუსაფრთხოება.

თავი 4. შედეგების ინტერპრეტაცია / დისკუსია

4.1. ციფრული აბრეშუმის გზა - ერთიანი ციფრული პლატფორმა ეკონომიკის ზრდის ხელშეწყობისთვის

მსოფლიო ეკონომიკაში მიმდინარე პროცესები, სავაჭრო ურთიერთობების დარეგულირების მცდელობები და ახალი სატრანზიტო-სატრანსპორტო დერეფნების შექმნა ბევრად უფრო აადვილებს საქონლისა და მომსახურების მიმოქცევას და ხელს უწყობს ეკონომიკური კავშირების გაღრმავებას. გლობალური მასშტაბით მიმდინარე მეოთხე ინდუსტრიული (ციფრული) რევოლუცია ქმნის ახალ შესაძლებლობებს, რაც მოითხოვს გარემოსთან სწრაფ ადაპტირებას. საქართველოსთვის პრიორიტეტულად რჩება ცენტრალური აზიის ქვეყნებთან სავაჭრო-ეკონომიკურ, სატრანსპორტო და ენერგეტიკულ, ასევე სამართლებრივ სფეროებში მჭიდრო თანამშრომლობა საქონლის, მომსახურებისა და კაპიტალის თავისუფალი გადაადგილების უზრუნველყოფისთვის. განსაკუთრებული ყურადღება მიექცევა სატრანსპორტო/სატრანზიტო და ინფრასტრუქტურული შესაძლებლობების ზრდას და არსებული პოტენციალის მაქსიმალურ გამოყენებას. ასევე, მუშაობა გაგრძელდება ჰუმანიტარული და კულტურული კავშირების განმტკიცებისა და ამ კუთხით საქართველოს წარმოჩენის მიზნით. უაღრესად მნიშვნელოვანია ჩინეთის სახალხო რესპუბლიკასთან ტრადიციულად მეგობრული ურთიერთობების კიდევ უფრო გაღრმავება და თანამშრომლობის არსებული პოტენციალის მაქსიმალური გამოყენება. განსაკუთრებული ყურადღება მიექცევა სავაჭრო-ეკონომიკურ და სატრანსპორტო-სატრანზიტო მიმართულებით თანამშრომლობის განვითარებასა და თავისუფალი ვაჭრობის შესაძლებლობების სრულად გამოყენებას (2019-2022 წლების საქართველოს საგარეო პოლიტიკის სტრატეგია).

სულ უფრო მზარდი ონლაინ-ვაჭრობა არა მხოლოდ მომხმარებლების, არამედ ბიზნესმენების ინტერესთა სფეროშიც მეტ ადგილს იკავებს. საქართველოსათვის სტრატეგიულად მნიშვნელოვანია, განავითაროს ელექტრონული კომერცია, რათა დაეხმაროს მეწარმეებს, უფრო ეფექტურად გაყიდონ თავიანთი პროდუქცია. საკვლევი

თემის ამოცანასწორედ ასეთი სავაჭრო პლატფორმის (კონსორციუმის) შექმნა, რომელიც თავს მოუყრის ყველა სახის პროდუქციას, რომელიც იწარმოება საქართველოში ან შემოდის უცხოეთიდან. მომხმარებელს კი შეეძლება კომფორტი, რომ სახლიდან გაუსვლელად შეიძინონ მისთვის სასურველი ნივთი.

ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, 2018 წელს საქართველოს მთავრობამ მუშაობა დაიწყო უმნიშვნელოვანეს პროექტზე, რომელიც ითვალისწინებს აბრეშუმის გზის ერთიან ციფრულ ბაზართან ჰარმონიზებას.

პროექტის მიზანია, საქართველომ, როგორც თანამედროვე აბრეშუმის გზის ეპიცენტრში მდებარე სახელმწიფომ, დააჩქაროს ქვეყნის განვითარება ციფრული მიმართულებით, რათა საქართველო გახდეს ვაჭრობის ელექტრონულ ტექნოლოგიებში რეგიონის ლიდერი და მთავარი მოთამაშე ქვეყანა.

აბრეშუმის გზის ერთიანი ციფრული ბაზრის არსებობა, უზრუნველყოფს ციფრული საქონლის, მომსახურებისა და კაპიტალის თავისუფალ გადაადგილებას, გაზრდის ეკონომიკურ აქტივობებს და საფუძველს დაუდებს ახალი სტარტაპებისა და ლაბორატორიების შექმნას. ასევე, შექმნის დამატებით სამუშაო ადგილებს და ხელს შეუწყობს ინოვაციური ტექნოლოგიების დანერგვას.

პროექტის განხორციელებისთვის უახლოეს პერიოდში, შეიქმნება საერთაშორისო ტექნოლოგიური კონსორციუმი წამყვანი ტექნოლოგიური კომპანიების მონაწილეობით და დაიწყება ტექნოლოგიური პლატფორმის შექმნა, რომელიც რეგიონული მასშტაბით, პროექტში მონაწილე ქვეყნებს ერთმანეთთან დააკავშირებს.

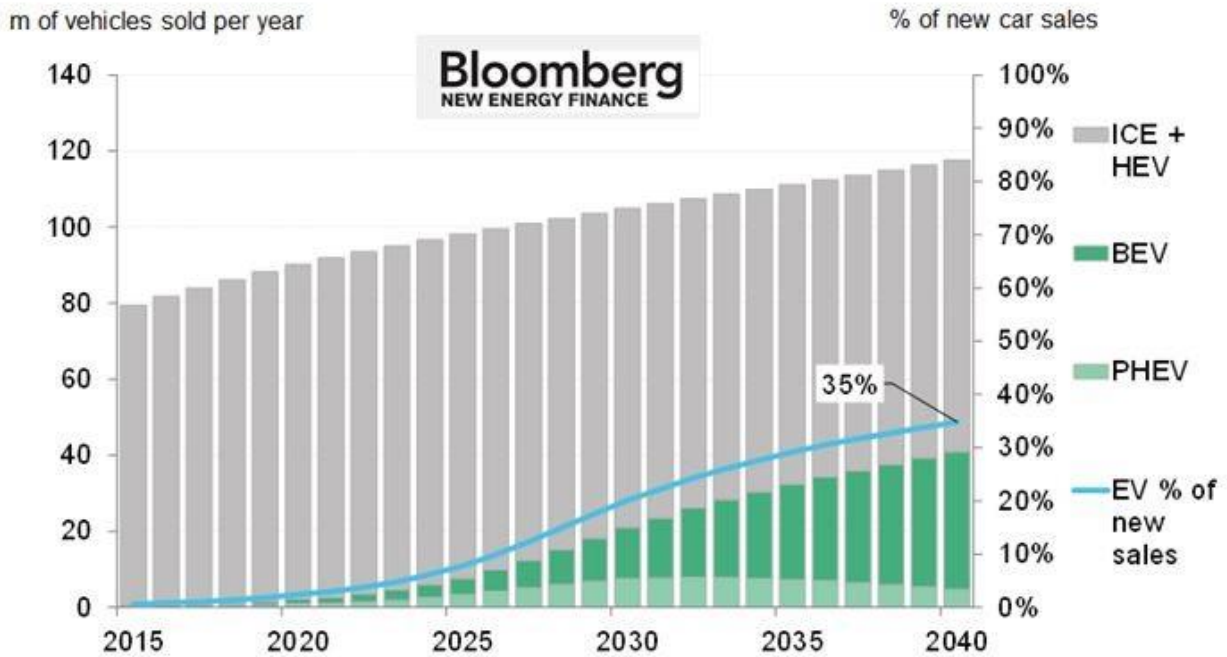
საკვლევი თემის იდეას ასევე ამყარებს და რელევანტურს ხდის საქართველოს მთავრობის კიდევ ერთი გადაწყვეტილება, რომელიც ეხება ქუთაისში ელექტრომობილების ქარხნის მშენებლობას. 2019 წელს საქართველოს პრემიერ-მინისტრმა განაცხადა, რომ ეს კიდევ ერთი დასტური იქნება იმისა, რომ საქართველოს აქვს პოტენციალი, მსოფლიო რუკაზე დაიმკვიდროს ადგილი, როგორც მაღალტექნოლოგიური პროდუქციის მწარმოებელმა ქვეყანამ. რამდენიმე თვის წინ, როდესაც მე ამაზე ვსაუბრობდი, ბევრი ამას სკეპტიკურად უყურებდა. ჩვენი თვალით რეალურ ცხოვრებაში, უახლოეს მომავალში დავინახავთ, რომ საქართველო გახდება

მაღალტექნოლოგიური პროდუქციის მწარმოებელი ქვეყანა. გვაქვს უნიკალური საინვესტიციო პირობები. იცით, რომ საქართველო მეექვსე ადგილზეა მსოფლიოში ბიზნესის კეთების თვალსაზრისით. გვაქვს ძალიან მნიშვნელოვანი სხვა უპირატესობები, მაგრამ ეს არ არის საკმარისი, უნდა მოვახერხოთ და მოვახდინოთ საქართველოს ინტეგრირება გლობალურ ეკონომიკაში ყველაზე ეფექტური მეთოდებით.

მთავრობის აღნიშნული ინიციატივები რელევანტურს ხდის საკვლევი თემის იდეას, რომ შეიქმნას საერთაშორისო ტექნოლოგიური კონსორციუმი, რომელიც შეძლებს რეგიონისა და აბრეშუმის გზის ქვეყნების ციფრულ ვაჭრობაში ჩართვას. საწყის ეტაპზე, კვლევაში გაკეთებულია დაშვება ელექტრომანქანების წარმოებაზე საქართველოში, რაც ზემოთაღნიშნული ციფრული პლატფორმის შედეგად მოხდება მათი რეალიზება როგორც აბრეშუმის გზის დერეფნის, ასევე რეგიონის ზოგიერთ ქვეყანაში.

ელექტრომანქანების ქარხნის აშენება და შემდგომში მათი რეალიზება ციფრული აბრეშუმის გზის პლატფორმით, საშუალებას მისცემს საქართველოს გაზარდოს მთლიანი შიდა პროდუქტი, შეამციროს სავაჭრო ბალანსის დეფიციტი, გაზარდოს პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები.

Bloomberg New Energy Finance-ის თანახმად, 2040 წლისთვის მსოფლიოს ავტომობილების ჯამური გაყიდვების 35% იქნება ელექტრო ავტომობილები. ეს კი იძლევა ვარაუდის საშუალებას, რომ საქართველოში წარმოებულ ელექტრომანქანებზე სამომავლოდ იქნება მოთხოვნა როგორც რეგიონის, ასევე აბრეშუმის გზის სარტყელის ქვეყნებში.



ცხრილი 1. ბლუმბერგის ახალი ენერჯის ფინანსირება: 2040 წლისთვის ელექტრომობილების გაყიდვები

საწარმოს გახსნა გვაძლევს მასშტაბურ და საკმაოდ გრძელვადიან ეკონომიკურ ეფექტიანობას. ეფექტიანობა შეგვიძლია გამოვყოთ კონკრეტულ საკითხებად: დასაქმებული ადამიანების რაოდენობა, ლარის გამყარება, მთლიანი შიდა პროდუქტის ზრდა, პირდაპირი უცხოური ინვესტიცია, ეკონომიკური სტაბილურობა (თუ შევხედავთ პროექტის სასიცოცხლო ციკლის კუთხით, რაც გულისხმობს 50 წელს), მწვანე ეკონომიკა და უცხოური ინვესტიციების მოტივაცია და მათი მოზიდვა.

- პროექტის შედეგად დასაქმებული ადამიანები

ავტონდუსტრიაში საშუალოდ მსგავსი პროექტების წამოწყების ეტაპზე ჩვენ ნათელი მაგელათიები გვაქვს დასაქმებული სამუშაო ძალისა. უშუალოდ კომპანია Nissan-ის მაგალითზე შეგვიძლია ვთქვათ, რომ საშუალოდ დასაქმებულ ადამიანთა რაოდენობა მსგავსი საწარმოების გახსნისას შეადგენს 3,500-5,500. საქართველოს მაგალითზე, პროექტის განხორციელებადობიდან გამომდინარე საწარმოში საშუალოდ შესაძლოა 1000 ადამიანის დასაქმება. ეს რიცხვი საკმაოდ საგულისხმოა საქართველოს ეკონომიკური მდგომარეობისათვის, რაც გულისხმობს 241,600 (2015 წლის სტატისტიკა)

უმუშევარ ადამიანს. ჩვენ ამ რიცხვს თუ შევამცირებთ ჩვენგან მოცემული რიცხვით, რაც გულისხმობს უმუშევარი ადამიანების რაოდენობის შემცირებას 0,4%- ით.

- მთლიანი ეროვნული პროდუქტი

ქვეყნის საერთო ეკონომიკური მდგომარეობის ზრდის ერთ-ერთი რეალური გზა არის, მთლიანი ეროვნული პროდუქტის რაოდენობის ზრდა, რაც ამ შემთხვევაში პირდაპირი უცხოური ინვესტიციით მოხერხდება. უცხოური ინვესტიის საფუძველზე შეიქმნება საქართველოში პროდუქტი, რომელიც საერთო სარგებელს მოგვცემს და ასევე ეს პროდუქტი იქნება ორიენტირებული სატრანსპორტო საშუალებების იმპორტის შემცირებაზე და მათი საქართველოდან ექსპორტზე.

- ლარის გამყარება & ეკონომიკური სტაბილურობა

ეს ორი გარემოება აუცილებლად ერთმანეთთან კოლერაციაშია და შეგვიძლია ვთქვათ, რომ სწორედ ზემოთ მოცემული ორი გარემოების საფუძველზე შესრულდება ეს ფაქტი, რადგან ვიცით, რომ უცხოური ინვესტიციების, მოზიდვა და მთლიანი ეროვნული პროდუქტის ზრდა პირდაპირ ამყარებს ჩვენ ეროვნულ ვალუტას და ასევე ქმნის საერთო ეკონომიკურ სტაბილურ გარემოს სახელმწიფოში, რაც ასევე მამოტივირებელი იქნება სამომავლო უცხოური ინვესტიციებისათვის.

- მწვანე ეკონომიკა

გაერთიანებული ერების ორგანიზაციის ფარგლებში არსებული გარემოს პროგრამის თანახმად, მწვანე ეკონომიკა ადამიანების კეთილდღეობისა და სოციალური თანასწორობის მთავარი შედეგია, როდესაც მნიშვნელოვნად მცირდება გარემო რისკები და ეკოლოგიური დანაკლისები.

ბიზნესისა და ეკონომიკის ცენტრის მიერ შემუშავებულ დოკუმენტში „მწვანე ეკონომიკის მნიშვნელობა თანამედროვე პირობებში“ ვრცლად არის განხილული მისი მნიშვნელობა. აღნიშნული კვლევაში თანახმად, მწვანე ეკონომიკა არის ეკონომიკური განვითარების ის მოდელი, რომელიც დამყარებულია მდგრად განვითარებასა და ეკოლოგიური ეკონომიკის ცოდნაზე. ის ეკონომიკის სხვა დარგებისაგან იმით განსხვავდება, რომ პირდაპირ აფასებს ქვეყნის ბუნებრივ კაპიტალს, რომელსაც აქვს ეკონომიკური ღირებულება. მწვანე ეკონომიკა ქმნის მწვანე სამუშაო ადგილებს,

უზრუნველყოფს რეალურ, მდგრად ეკონომიკურ განვითარებას და ამცირებს გარემოს დაბინძურებას, გლობალურ დათბობას, გარემოს დეგრადაციას და აფერხებს რესურსების გამოლევის საშიშროებას. მწვანე ეკონომიკა სტიმულს აძლევს და მოტივაციას უქმნის ბიზნესს, აწარმოოს მწვანე პროდუქტი და მომსახურება.

მწვანე ეკონომიკა სახელმწიფო და კერძო სექტორს ერთმანეთისაგან არ მიჯნავს. იგი ცდილობს მოძებნოს ეკონომიკური გადაწყვეტილების პოზიტიური ალტერნატივა. მწვანე ეკონომიკის მთავარი რეგულატორი არა სახელმწიფო ან კერძო ბიზნესია, არამედ საზოგადოება, რომელიც ირჩევს და თავად მართავს მას. საქართველოში ელექტრომობილების აღნიშნული პროექტის განხორციელება ხელს შეუწყობს ეკონომიკურ გაჯანსაღებას და ზრდას და ამავდროულად გამოიწვევს სამუშაო ადგილების შექმნას, სოციალური უთანასწორობისა და გარემო გამოწვევების აღმოფხვრას (მწვანე ეკონომიკის მნიშვნელობა თანამედროვე პირობებში, 2017).

ქვემოთ მოცემულია "მწვანე ეკონომიკის" განხორციელების წარმატებული მაგალითები განვითარებად ქვეყნებში:

- განახლებადი ენერჯია ჩინეთში. ჩინეთში წარმატებულად ხორციელდება განახლებადი ენერჯიის წყაროების მოძიება. ამ სფეროში მნიშვნელოვანი მოცულობის ინვესტიციები იქნა მიმართული. გეგმის თანახმად, ჩინეთის მთავრობა იმედოვნებს, რომ 2020 წლისათვის ძირითადი ენერჯიის დაახლოებით 16 პროცენტს სწორედ რომ განახლებადი წყაროებიდან აწარმოებს.
- ორგანული სოფლის მეურნეობა უგანდაში. უგანდაში მნიშვნელოვანი ნაბიჯები გადაიდგა სოფლის მეურნეობის წარმოების ორგანული ფერმერული მეურნეობით ჩანაცვლების მიზნით, რაც ძალზედ მომგებიანია როგორც ქვეყნის ეკონომიკისათვის, ასევე საზოგადოებისა და გარემოსათვის. კოდექს ალიმენტარიუსის თანახმად, ორგანული სოფლის მეურნეობა ერთიანი წარმოების ისეთი მართვის სისტემაა, რომელიც უზრუნველყოფს და ზრდის ეკოსისტემის სიჯანსაღეს, რაც მოიცავს ბიომრავალფეროვნებას, ბიო ციკლებსა და ბიოლოგიურ აქტიურობას. ის უარყოფს სინთეტიკური მასალების გამოყენებას, როგორცაა

შხამ-ქიმიკატები, პესტიციდები და სასუქები. უნდა ითქვას, რომ უგანდა ყველაზე მცირე რაოდენობის სასუქს მოიხმარს მსოფლიოში.

- ეკოლოგიურად სუფთა ინფრასტრუქტურა ინდოეთში. ინდოეთის ურბანული განვითარების სამინისტროს მიერ ხორციელდება სპეციალური პროგრამა, რომელიც გამიზნულია ეკოლოგიურად სუფთა ინფრასტრუქტურის შექმნასა და გაუმჯობესებაზე.
- ტყეების მართვა ნეპალში. აღსანიშნავია, რომ ნეპალის ტერიტორიის (ხმელეთის) დაახლოებით 40%-ს ტყეები მოიცავს. ქვეყანაში შექმნილია სატყეო მეურნეობის სპეციალური ჯგუფი, რომელიც მართავს და თვალყურს ადევნებს სატყეო რესურსებს.
- მზის ენერჯია ტუნისში. ქვეყნის დამოკიდებულება გაზსა და ნავთობზე რომ შემცირებულიყო, ტუნისის მთავრობამ მნიშვნელოვანი ნაბიჯები გადადგა განახლებადი ენერჯის გასავითარებლად. შეიქმნა ენერჯის მართვის ეროვნული ფონდი, რომლის მთავარ მიზანს განახლებადი ენერჯის ტექნოლოგიების შემუშავება და ეფექტურობის გაზრდა წარმოადგენს.
- ორგანული მეურნეობა კუბაში. ამერიკის შეერთებულ შტატებსა და კუბას შორის არსებული ემბარგოს შედეგად კუბაში ნავთობის, პესტიციტებისა და სასუქების ნაკლებობაა. ამიტომაც მეურნეობები თავად ზრუნავენ საკუთარ პროდუქციაზე.

4.2. პროექტისათვის საჭირო ფინანსური ნაკადების მოკლე აღწერა და დაშვებები

პროექტი შეეხება ინიციატივას გავხსნათ საქართველოში ავტომობილების მწარმოებელი კომპანია Nissan-ის წარმოება, კონკრეტულად ელექტრო ავტომობილის Nissan Leaf -ის საწარმო ქარხანა. პროექტის სასიცოცხლო ციკლი მოიცავს დაახლოებით 50 წელს, პროექტის ძირითადი ბენეფითია როგორც ინვესტორის მხრიდან, გრძელვადიანი საკმაოდ რეალური უკუგება, ხოლო ინვესტურებული მხარის ბენეფითებს ვხედავთ საერთო მაკროეკონომიკური გარემოს ეფექტიანობას.

პროექტის სარეალიზაციოდ, საჭიროა მიწა სადაც განთავსდება საწარმო. წინანსწარი მოკვლევით, პროექტი საჭიროებს 31,9 ჰექტარს (319000 კვადრატულ მეტრს).

თვალსაჩინო რომ იყოს ჩვენგან მოყვანილი რიცხვი, ჩვენ შეგვიძლია ვთქვათ, რომ ეს რიცხვი პირდაპირ პროპორციულია ჩვენი მიზნების, საჭიროებისა (20,000 წარმოებული მანქანა წელიწადში) და ბრიტანეთში ანალოგიური განხორციელებული პროექტის, რომელიც გულისხმობს 799 ჰა მიწას (500,238 წარმოებული ავტომობილი წელიწადში).

საქართველოში განსახორციელებელი პროექტის სავარაუდო საინვესტიციო თანხა მხოლოდ მიწის შესყიდვისთვის, კონკრეტულად სამტრედიის ტერიტორიაზე შეადგენს 2,555,584 დოლარს, რაც ნიშნავს 8\$ ერთ კვადრატულ მეტრზე. შემდეგ ეტაპს შეადგენს საწარმოსთვის საჭირო შენობის აშენება, რომელიც მთლიანად გულისხმობს საჭირო დანადგარებისა და ძირითადი საშუალებების სივრცულ უზრუნველყოფას, ასევე საჭირო იქნება მარაგებისათვის ფართი. მოცემული პირობების შესასრულებლად საჭირო ინვესტიცია არის 3,870,000 დოლარი.

არსებულ საწარმოში საჭირო სამუშაო ძალა, როგორც ადმინისტრაციული ასევე წარმოების პროცესში ჩართული პირებისა, შეადგენს საშუალოდ 1000 ადამიანს, რომლებიც საწარმოში არსებულ რობოტებთან და სხვა დანადგარებთან კოლაბორაციაში შექმნიან საშუალოდ 10-12 მანქანას საათში. ეს რიცხვი მიგვიყვანს ზუსტად იმ შედეგამდე, რასაც პროექტი მიზნად ისახავს - შექმნას 20,000 ელექტრო ავტომობილი წელიწადში. სამუშაო ძალის საშუალო ხელფასი 1000 კაცზე, საორენტაციოდ იქნება 1100\$.

პროექტის საწყისი ეტაპის საინვესტიციო ღირებულება არის 6,425,584 დოლარი, რაც მოიცავს, როგორც აღინიშნა საწარმოსთვის საჭირო მიწის შესყიდვასა და საწარმოს აშენებას. ძირითად საშუალებებზე საინვესტიციო კაპიტალი არის 45,484,301 დოლარი. საწყის ეტაპზე, რადგან აღნიშნული პროექტი საქართველოში პირველად ინერგება და მისი მართვის პრაქტიკული გამოცდილება ჯერ არ გაგვაჩნია, პროექტის საოპერაციო ხარჯების სტრუქტურა და ძირითადი ფინანსური ნაკადების ურთიერთდამოკიდებულება შემუშავებულია Nissan Motor Corporation-ის წლიური ანგარიშიდან. მაგალითად, თუ ჩვენ ვთვლით, რომ საქართველოში წარმოებული მანქანის გასაყიდი ფასი უნდა იყოს 20000 აშშ დოლარი, მაშინ Nissan Motor Corporation ფინანსური უწყისიდან მოგება-ზარალის მუხლის თანახმად რეალიზებული

პროდუქციის თვითღირებულება შეადგენს გასაყიდი ფასის 80%-ს, რასაც ვიყენებთ კიდევ გათვლებში. ანუ ჩვენი პროექტის შემთხვევაში რეალიზებული პროდუქციის თვითღირებულება იქნება $20000 \cdot 80\% = 16000$ აშშ დოლარს.

პროექტის დასაწყისისათვის ასევე ვიღებთ დაშვებას ისე, რომ ელექტრომანქანების წარმოებისათვის საჭირო მარაგებ-ნაწილების 90% იქნება იმპორტირებული (რადგან საქართველოში აღნიშნული მარაგ-ნაწილების წარმოება არ არის), ხოლო რეალიზებული პროდუქციის თვითღირებულებისათვის საჭირო მარაგ-ნაწილების 10% აღებული იქნება ადგილობრივი ბაზრიდან, ხოლო შემდგომ წლებში აღნიშნული მარაგების იმპორტის შემცირების მზარდი ტენდენციით.

ქვემოთ ცხრილებში მოცემულია ელექტროავტომობილების და ბენზინის ძრავიანი ავტომობილის ეკონომიურობა და სამოქმედო ხარჯები.

გარბენი, კმ	ელექტროენერჯის					საექსპლუატაციო ხარჯები, US\$/წელი	მთლიანი ხარჯი, US\$
	ხვედრითი ხარჯი, კვტსთ/კმ	წლიური ხარჯი, კვტსთ	ტარიფი		ღირებულება, US\$/წელი		
			ლარი/კვტსთ	US\$/კვტსთ			
20,000	0.2125	4,250	0.18		464	480	944

ცხრილი 2. ელექტროავტომობილის სამოქმედო ხარჯები

გარბენი, კმ	დიზელის					საექსპლუატაციო	მთლიანი ხარჯი, US\$
	ხვედრითი ხარჯი, ლიტრი/კმ	წლიური ხარჯი, ლიტრი	ტარიფი		ღირებულება, US\$/წელი	ხარჯები, US\$/წელი	
			ლარი/ლიტრი	US\$/ლიტრი			
20,000	0.059	1,180	2.2		1.573	960	2,533

ცხრილი 3. დიზელის ძრავიანი ავტომობილის სამოქმედო ხარჯები

გარბენი, კმ	ბენზინის					საექსპლუატაციო	მთლიანი ხარჯი, US\$
	ხვედრითი ხარჯი, ლიტრი/კმ	წლიური ხარჯი, ლიტრი	ტარიფი		ღირებულება, US\$/წელი	ხარჯები, US\$/წელი	
			ლარი/ლიტრი	US\$/ლიტრი			
20,000	0.084	1,680	2.2		2,240	960	3,200

ცხრილი 4. ბენზინის ძრავიანი ავტომობილის სამოქმედო ხარჯები

4.3. ელექტრომანქანების პროექტის განხორციელების შედეგად მიღებული სავარაუდო საფინანსო-ეკონომიკური სარგებელი და შედეგები

ქვემოთ წარმოდგენილი ცხრილები იყოფა 3 ნაწილად: პროექტისათვის საჭირო ინვესტიციები, პროექტის განხორციელების შედეგად მიღებული ფინანსური ეფექტები და მესამე, პროექტის განხორციელების შედეგად მიღებული ეკონომიკური ეფექტები. პროექტის განხორციელებით საშუალოდ დასაქმდება 1000 ადამიანი.

ელექტრომანქანების პროექტის დასაწყებად საჭირო ინვესტიცია (აშშ დოლარი)	
მიწა	2,555,584
ძირითადი საშუალება	45,484,301
შენობა	3,870,000
კაპექსი სულ:	51,909,885

ცხრილი 5. პროექტისათვის საჭირო ინვესტიციები

პროექტის განხორციელების შედეგად მიღებული ფინანსური ეფექტები	
შემოსავლები ელექტრომანქანების რეალიზაციიდან	400,000,000
რეალიზებული პროდუქციის თვითღირებულება	321,587,646
Gross profit	78,412,354
საოპერაციო ხარჯები სულ:	50,338,471
წმინდა საოპერაციო ფულადი ნაკადები	29,060,968
წმინდა მიმდინარე ღირებულება - NPV	247,632,322
უკუგების ეფექტური განაკვეთი - IRR	56.08%
50 წლიანი EVA-ს საშუალო	19,855,294
50 წლიანი EVA-ს მიმდინარე ღირებულება	146,137,737

ცხრილი 6. პროექტის განხორციელების შედეგად მიღებული ფინანსური ეფექტები

პროექტის განხორციელების შედეგად მიღებული ეკონომიკური ეფექტები	
მთლიანი შიდა პროდუქტის ცვლილება (ზრდა) პროექტის განხორციელებით (შექმნილი დამატებული ღირებულების მოდელით)	0.09%
სავაჭრო ბალანსის დეფიციტის შემცირება (გაუმჯობესება)	2.14%
პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების ზრდა პროექტში განხორციელებული ინვესტიციის შედეგად	3.15%
სეივინგი იმპორტში 50 წელზე ქვეყანაში სხვადასხვა მარაგ-ნაწილების წარმოების შექმნით და განვითარებით (აბსოლუტური მნიშვნელობით):	7,428,674,630
სეივინგი იმპორტში 50 წელზე საშუალო-წლიური: (ქვეყანაში სხვადასხვა მარაგ-ნაწილების წარმოების შექმნით და განვითარებით)	148,573,493
იმპორტის სეივინგი მიმდინარე ღირებულება (PV) 50 წელზე: (ქვეყანაში სხვადასხვა მარაგ-ნაწილების წარმოების შექმნით და განვითარებით)	623,635,549
ქვეყნის ექსპორტი 2016 წელს:	2,113,000,000
ქვეყნის იმპორტი 2016 წელს:	7,287,000,000
ვაჭრობის სალდო	(5,174,000,000)
ქვეყნის ექსპორტში ავტომობილების წილი 2016 წელს:	166,927,000
ქვეყნის იმპორტში ავტომობილების წილი 2016 წელს:	335,202,000
იმპორტირებული ავტომობილების რაოდენობა 2016 წელს	95,708
მ.შ. რექსპორტირებული ავტომობილების რაოდენობა 2016 წელს	16,847
დაზოგილი საწვავი (ტონა)	85,800
დაზოგილი თანხა (დოლარი)	159,528

ცხრილი 7. პროექტის განხორციელების შედეგად მიღებული ეკონომიკური ეფექტები

თავი 5. დასკვნები და რეკომენდაციები

ციფრული აქტივების მფლობელი ქმნის კონკურენტულ უპირატესობას. ახლო მომავალში კომპანიების კონკურენტუნარიანობა განსაზღვრული იქნება მათი დიგიტალიზაციის დონით.

აუცილებელია უცხოური გამოცდილების შესწავლა და მას მოერგოს საქართველოს პირობები. მათ შორის ეფექტური ბიზნეს მოდელები, ტექნოლოგიები, პროცესები, მზა პროდუქციის მართვის ტექნიკა. გარდა ამისა, ბიზნეს სტრუქტურებში აუცილებელია შიდა კურსების განვითარება და კვლევა, ისევე როგორც ეს ხდება მაღალტექნოლოგიურ კომპანიებში.

ციფრული ეკონომიკა ცვლის მთელი ინდუსტრიის სახეს: სატელეკომუნიკაციო, პოლიგრაფიული, ტურისტული, სამგზავრო გადაყვანები და ა.შ. სამომხმარებლო ბაზრებზე ციფრული ტექნოლოგიების დანერგვა საშუალებას იძლევა შეამცირონ შეკვეთების გაფორმებასთან დაკავშირებული ხარჯები, ხელს უწყობს პროდუქციის ოპტიმალურ შერჩევას და მაქსიმალურად აკმაყოფილებს მომხმარებელთა მოთხოვნებს, უზრუნველყოფს გამჭვირვალობის ზრდას. ზოგიერთი ინოვაციური კომპანია გთავაზობთ უფასო პროდუქტებს და მომსახურებას, რომელზეც სხვა შემთხვევაში აუცილებელი იყო მომსახურების გადასახადის გადახდა, მაგალითად, GPS სერვისები, ნავიგაცია.

ბიბლიოგრაფია

1. 2017 China Cross-Border E-Commerce (Export B2B) Report. 2017. *DHGATE.COM, TSINGHUA, NELECT, CUFE, CCIER*
http://download.dhgate.com/files/2017_China_Cross-Border_E-Commerce_Report.pdf
2. Babkin A.V., Chistyakova O.V. 2017. Digital economy and its impact on the competitiveness of business structures. *Russian Journal of Entrepreneurship*, 18(24). doi: 10.18334/rj.18.24.38670.
3. Bloomberg New Energy Finance: Electric Vehicles To Be 35% Of Global New Car Sales By 2040. <https://insideevs.com/news/328687/bloomberg-new-energy-finance-electric-vehicles-to-be-35-of-global-new-car-sales-by-2040/>
4. Brandon Webber, Salama Ben, Barros Eduardo & Helle Jennifer. 2017. DIGITAL AGRICULTURE: IMPROVING ACCENTURE DIGITAL AGRICULTURE SERVICE AND CONNECTED CROP SOLUTION HELP THE AGRICULTURE ECOSYSTEM FULFILL ITS POTENTIAL PROFITABILITY. *Accenture Digital*.
https://www.accenture.com/_acnmedia/Accenture/Conversion-Assets/DotCom/Documents/Global/PDF/Digital_3/Accenture-Digital-Agriculture-Point-of-View.pdf
5. Bukht Rumana & Heeks Richard. 2017. Defining, Conceptualising and Measuring the Digital Economy. *The Development Informatics working paper series, Paper No. 68*.
6. Digital Transformation Initiative Telecommunications Industry. 2017. *World Economic Forum*.
<http://reports.weforum.org/digital-transformation/wp-content/blogs.dir/94/mp/files/pages/files/dti-telecommunications-industry-white-paper.pdf>
7. Doing Business 2019 Indicators. 2019. *World Bank Group*
<http://www.doingbusiness.org/content/dam/doingBusiness/country/g/georgia/GEO.pdf>
8. Geissbauer R., Schrauf S., Koch V. & Kuge S. 2014. Industry 4.0 – Opportunities and Challenges of the Industrial Internet. *PwC*.
<https://www.pwc.nl/en/assets/documents/pwc-industrie-4-0.pdf>

9. <https://www.investopedia.com/terms/e/eva.asp>
10. <https://www.investopedia.com/terms/i/irr.asp>
11. <https://www.investopedia.com/terms/n/npv.asp>
12. Khan Minhas Majeed, Ijaz Ahmad Rashid Malik Saira, Farwa Ume. 2015. China-Pakistan Economic Corridor. *The Institute of Strategic Studies Islamabad*.
[https://www.academia.edu/35835175/China-Pakistan Economic Corridor A Game Changer](https://www.academia.edu/35835175/China-Pakistan_Economic_Corridor_A_Game_Changer)
13. Nanekaran Yaser Ahangari. 2013. An Introduction To Electronic Commerce. *INTERNATIONAL JOURNAL OF SCIENTIFIC & TECHNOLOGY RESEARCH VOLUME 2, ISSUE 4*.
<http://www.ijstr.org/final-print/apr2013/An-Introduction-To-Electronic-Commerce.pdf>
14. NISSAN MOTOR CORPORATION ANNUAL REPORT 2016.
http://www.nissan-global.com/EN/DOCUMENT/PDF/AR/2016/AR16_E_All.pdf, p. 16.
15. აბაშიძე, ირაკლი. 2016. ინტერნეტ რეკლამის შესაძლებლობების მიმოხილვა ქართულ მარკეტინგულ სივრცეში. *ინოვაციური ეკონომიკა და მართვა*, #3, გვ. 23-28.
16. აბულაძე, რატი. 2008. ელექტრონული მარკეტინგის განვითარების პრობლემები და პერსპექტივები საქართველოში. *სადისერტაციო ნაშრომი. საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი*.
17. ბერიძე, ნათია. 2018. ინტერნეტ მარკეტინგის განვითარების თავისებურებები საქართველოში: პრობლემები და პერსპექტივები. *სადისერტაციო ნაშრომი. ბათუმის შოთა რუსთაველის სახელმწიფო უნივერსიტეტი*.
18. ელექტროავტომობილების როლი კლიმატის ცვლილების პრობლემის დაძლევაში. 2011. *საქართველოს გარემოს დაცვის სამინისტრო*.
<http://moe.gov.ge/res/images/file-manager/klimatis-sherbileb/eleqtroavtomobilebis.pdf>
19. თიბისი ბანკი მეტი ინოვაციის ძიებაში. 2016. Forbes Georgia.
<https://forbes.ge/news/1569/TBC-banki-meti-inovaciis-ZiebaSi>
20. თოდუა, ნუგზარ და აბულაძე, რატი. 2011. ინტერნეტ-მარკეტინგი. *გამომცემლობა „უნივერსალი“*.

21. კაკულია, ემზარ. და თოფჩიშვილი, მარინე. (2017). თანამედროვე ბიზნეს ტექნოლოგიები და მარკეტინგული გადაწყვეტილებები. მე-4 საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენცია „განვითარების ეკონომიკა და ინოვაციები: გამოწვევები, გადაწყვეტის გზები.“ კონფერენციის მასალების კრებული. გვ. 72-75.
22. კვარაცხელია, თათია. 2017. თანამედროვე ციფრული ტექნოლოგიები და საქართველოს მუზეუმები. სამაგისტრო ნაშრომი, ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი.
23. მუხიაშვილი, გიორგი. 2010. ქ. თბილისის ვაჭრობისა და მომსახურების ქსელის ფორმირება და განვითარების პერსპექტივები. სადისერტაციო ნაშრომი. საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი.
24. მწვანე ეკონომიკის მნიშვნელობა თანამედროვე პირობებში. 2017. ბიზნესისა და ეკონომიკის ცენტრი.
https://greenregion.weebly.com/uploads/1/4/7/8/14788292/green_economy.pdf
25. რამიშვილი, ინგა და აბულაძე, თამარ. 2015. ელექტრონული მაღაზიების განვითარების პრობლემები და პერსპექტივები საქართველოში.
<http://inso.ge/inso2015/wp-content/uploads/2015/07/1-inga-ramishvili.pdf>
26. 2019-2022 წლების საქართველოს საგარეო პოლიტიკის სტრატეგია. საქართველოს საგარეო საქმეთა სამინისტრო.
<http://www.mfa.gov.ge/getattachment/MainNav/ForeignPolicy/ForeignPolicyStrategy/2019-2022-clebis-saqartvelos-sagareo-politikis-strategia.pdf.aspx>
27. ქუთაისში ელექტრომობილების ქარხნის მშენებლობა რამდენიმე კვირაში დაიწყება. პირველი არხი.
<https://1tv.ge/news/qutaisshi-eleqtromobilebis-qarkhnis-mshenebloba-ramdenime-kvirashi-daiwyeba/>
28. ციფრული აბრეშუმის გზა - ერთიანი ციფრული პლატფორმა ეკონომიკის ზრდის ხელშეწყობისთვის. საქართველოს ფინანსთა სამინისტრო. <https://mof.ge/News/8357>
29. ციფრული საქართველო. ელექტრონული საქართველოს სტრატეგია და სამოქმედო გეგმა 2014-2018.

http://www.dea.gov.ge/uploads/eGeorgia%20Strategy%20FINAL_GEO.pdf

30. წოწორია, თამუნა. 2016. ონლაინ ტურიზმის განვითარების პრობლემები და პერსპექტივები საქართველოში. http://blog.turebi.ge/?page=detail&cat_id=18&id=7250
31. წულაძე ლია. 2008. რაოდენობრივი კვლევის მეთოდები სოციალურ მეცნიერებებში. *სოციალურ მეცნიერებათა ცენტრი*.
http://css.ge/files/Books/Books/raodenobrivi_kvlevis_meTodebis_saxelomzgv.pdf
32. ჭელიძე, მედეა და თოფჩიშვილი, მარინე. 2018. ფინანსური ტექნოლოგიების როლი საბანკო სექტორის განვითარებაში. *გლობალიზაცია და ბიზნესი. ISSN 2449-2396.#5, გვ. 246-248*
33. ხაჭომია, დავით. 2015. ლოგისტიკური პროცესების ინფორმაციულ-უზრუნველყოფი სისტემა. *საქართველოს საპატრიარქოს წმიდა ანდრია პირველწოდებულის სახელობის ქართული უნივერსიტეტი*