

in the country support the economical development, establishment of e-companies, improved labor productivity and reduced unemployment, and bring social-economic benefit to the society.

Digital eco-system is a driving force of transformations, innovations and new prospects. It is a stimulus for the e-market development and is the response to the economical political challenges of the country.

Today, the potential of e-economics, value of e-resources and benefit of e-market and e-commerce are not realized in Georgia.

The study paper was developed based on the marketing study results of the regions of Georgia.

The article considers e-business environment, e-consumers' behavior and consumers' approach to e-services. The paper also considers e-environment in Georgia and challenges and prospects for development of e-business environment in Georgia.

The conclusion gives the recommendations for the development of e-business environment in the country.

რეზიუმე

ციფრული გარემოს ეკონომიკური განზომილება ფართოა და რესურსებით მდიდარი. ქვეყანაში, ციფრული პროცესები ხელს უწყობს ეკონომიკის განვითარებას, ინტერნეტ-კომპანიების წარმოქმნას, სამუშაო ძალის პროდუქტიულობის ზრდას, უმუშევრობის შემცირებას და საზოგადოებას უზრუნველყოფს სოციალ-ეკონომიკური სარგებლით.

ციფრულ ეკონომიკაში ტრანსფორმაციის, ინოვაციებისა და ახალი შესაძლებლობების გამოძრავებელი ძალაა. იგი სტიმულირებს ციფრული ბაზრის განვითარებას და წარმოადგენს ქვეყნის ეკონომიკური პოლიტიკის გამოწვევების პასუხს.

დღეს, ქვეყანაში აუთვისებელია ციფრული ეკონომიკის პოტენციალი, ინტერნეტ-რესურსების ფასეულობა, ინტერნეტ-ბაზრისა და ელექტრონული კომერციის სარგებელი.

კვლევითი ნაშრომი აგებულია საქართლოს რეგიონების მარკეტინგული კვლევის შედეგებზე.

სტატიაში წარმოდგენილია ელექტრონული ბიზნეს გარემო, ინტერნეტ-მომხმარებელთა ქცევა, ელექტრონული მომსახურებისადმი მომხმარებელთა დამოკიდებულება. განხილულია საქართველოს ციფრული გარემო, წარმოდგენილია ელექტრონული ბიზნეს გარემოს გამოწვევები და განვითარების პერსპექტივები საქართველოში.

საკვანძო სიტყვები: ელექტრონული ბიზნესი, ინტერნეტიზაცია, ციფრული პროცესები, ინტერნეტ-ბაზარი

ელექტრონული ბიზნესის გლობალური გარემო. გლობალურ სამყაროში, ციფრული პროცესების შედეგად ფორმირებული იქნა ახალი ბიზნეს მოდელები, განხორციელდა ბაზრების კონსოლიდაცია, ბიზნეს გარემოს მდგრადობას, ციფრული ეკონომიკის შექმნას, ბიზნესისა და ვაჭრობის ფასილიტაციას, ბიზნესის დინამიზმს, კონკურენტუნარიანობის ამაღლებას და სხვა [1].

გლობალური გარემოს ერთ-ერთი მამოძრავებელია ციფრული და ინტერნეტიზაციის პროცესი.

ციფრული პროცესი წარმოადგენს ევოლუციის ახალ ეტაპს. ციფრული პროცესების გენერირებით გარდაიქმნა მსოფლიო ბაზრები, ინიცირებული იქნა ეკონომიკების რესტრუქტურისა, წარმოებული იქნა ინდუსტრიული ტრანსფორმაცია და ფორმირებული იქნა ერთიანი გლობალური პლატფორმა. ამ პროცესების ზეგავლენით ურთიერთდაკავშირებული გახდა ეკონომიკა და ტექნოლოგია [2].

ციფრული პროცესები მიმართულია სოციალური ტრანსფორმაციის, საზოგადოების აღქმის, აზროვნების, დემოკრატიის, ინფორმაციული კლიმატის ფორმირების, მთავრობის მმართველობითი საქმიანობის, პროცესების, ქვეყნის ეკონომიკური კეთილდღეობის გაუმჯობესებასა და ზრდაზე.

ინტერნეტიზაცია არის ინტერნეტ-ტექნოლოგიების ათვისების, გავრცელებისა და დაწერვის პროცესი. ინტერნეტიზაცია არის ახალი სიტყვა, რომელიც აღწერს მსოფლიო ქსელის ტრანსფორმაციის შესაძლებლობას. იგი ორმა გავლენას ახდენს ტექნოლოგიურ ცვლილებებზე და ინოვაციებზე გლობალურ ეკონომიკაში და ადამიანური საქმიანობის ყველა ასპექტში [3].

ინტერნეტიზაციის პროცესი ხელს უწყობს ელექტრონული მთავრობის აპლიკაციების ფართო გავრცელებასა და ათვისებას, ტელეკომუნიკაციის ინფრასტრუქტურაში ინვესტიციების ზრდას, სახელმწიფო მართვის გარდაქმნას, მოქალაქეების მომსახურების განვითარებას [4].

ინტერნეტიზაცია, გლობალურ მასშტაბში წარმოდგენილია ცივილიზაციის განვითარების პრინციპულად ახალი, მატერიალური და სულიერი განვითარების სტადიებით [5].

ინტერნეტის უზარმაზარ პოტენციალს კარგად ხედავს ნოვატორი ბიზნესი. 2003 წელს 10-დან 4 კომპანიას ჰქონდა ფართოზოლოვან კავშირთან წვდომა (EU15), 2009 წელს კი 10-დან 9 კომპანიას. 2011 წელს OECD წევრი ქვეყნების კომპანიათა ძირითადი ნაწილი ჩართული იყო ინტერნეტში. OECD წევრი ქვეყნების კომპანიათა 95% იყენებდა ინტერნეტს, ხოლო EU25-ის ქვეყნების 94,3%-ს აქვს ინტერნეტთან წვდომა [6].

ინტერნეტის განვითარების ფონზე, 2015 წლის დასაწყისში პლანეტის ინტერნეტ-მომხმარებელთა რაოდენობამ შეადგინა 3,1 მლრდ, ხოლო საქართველოში 2,2 მლნ [7].

გლობალური ინტერნეტ-ეკონომიკა 20 ტრლნ დოლარის მოცულობისაა, სადაც განვითარებადი ქვეყნების ინტერნეტ-ეკონომიკის ზრდის ტემპი 12-25% შეადგენს. მსოფლიო ეკონომიკური ფორუმის მონაცემებით G-20 ქვეყნების ინტერნეტზე-დაფუძნებული ეკონომიკის მოცულობა წლიურად 10%-ით იზრდება. გაეროს ანგარიშით, G-20 ეკონომიკა ქმნის გლობალური მშპ-ს 90%-ს და წარმოადგენს მსოფლიო მოსახლეობის 2/3-ს.

კვლევითი კომპანიის IDC-ს ანგარიშის თანახმად, მსოფლიო ელექტრონული კომერციის მოცულობა, B2B და B2C ტრანსაქციის ჩათვლით შეადგენს 16 ტრლნ დოლარს (2013წ). საფრანგეთის ტექნოლოგიების კვლევის ფირმა IDate შეფასებით, ციფრული პროდუქტის/მომსახურების გლობალური ბაზარი 4.4 ტრლნ დოლარს შეადგენს (2013), რაც მთლიანი გაყიდვების 13.8%-ია [8].

მსოფლიოში, უნიკალური IP მისამართით ინტერნეტში ჩართულია 2.5 მლრდ ტექნოლოგიური მოწყობილობა (2009 წ). მათ უმრავლესობას მობილური ტელეფონი და პერსონალური კომპიუტერი წარმოადგენს. ასეთი პროცესი ქმნის ახალ ეკონომიკას, სადაც Gartner-ის პროგნოზით 2020 წელს ინტერნეტში ჩართული იქნება 30 მლრდ ტექნოლოგიური მოწყობილობა და შეიქმნება 1,9 ტრლნ დოლარი [9].

ელექტრონული ბიზნეს გარემო საქართველოში

დღეს, საქართველოს ელექტრონული ბიზნეს გარემო შედგება ნებისმიერი ფენის, განათლების დონის, შეხედულებისა თუ ფასეულობის მქონე პირებისაგან. ელექტრონული ვაჭრობისადმი ინტერესი აქვს სქეს-ასაკობრივი

სტრუქტურის ყველა წარმომადგენელს. მართალია საქართველოს ინტერნეტ-ბაზრის ძირითადი სეგმენტი ახალგაზრდა თაობაა, თუმცა ინტერნეტის სარგებლობის სურვილი და გამოყენების მისწრაფება ყველა თაობაში მაღალია. ზოგადად, ინტერნეტ-გარემო თავისუფალია, ქვეყანაში ადვილია ბიზნეს საიტების შექმნა, ელექტრონული პროდუქტების წარმოება და გასაღება.

სახელმწიფო ძირითად პრიორიტეტს წარმოადგენს ინტერნეტიზაცია და ინტერნეტთან წვდომა. ამ მიზნით, “ქართუ ფონდის” ფინანსური მხარაჭერით (120 მლნ ლარი) მაღალ სიჩქარიანი ინტერნეტ ინფრასტრუქტურის განვითარების პროექტი, ხელმოწერილია კონსალტინგური კომპანია “Detecon-სა” (Deutsche Telekom group-ის წევრი) და სსიპ ინოვაციების და ტექნოლოგიების სააგენტოს შორის. პროექტის მიზანია 1963 (სოფელი ან დაბა, სადაც ცხოვრობს 200 ადამიანზე მეტი) დასახლებული პუნქტის ინტერნეტით მოცვა და თანამედროვე ინტერნეტ-სერვისებით უზრუნველყოფა [10]. განხორციელებული სამუშაო პროცესი მოიცავს 7 ფაზას: მოთხოვნის ანალიზს, ქსელის დიზაინს, ღირებულების შეფასებას, განხორციელების დაგეგმვას, ეკონომიკური მოდელირებას, სატენდერო დოკუმენტაციის მომზადებასა და შეფასების კრიტერიუმების განსაზღვრა-შეფასებას [11].

მსოფლიო ეკონომიკური ფორუმის ანგარიშით, საქართველო: ქსელური მზადყოფნის ინდექსით იმყოფება 60-ე ადგილზე; ICT-თან დაკავშირებული კანონებით (ე-კომერცია, ინტერნეტ-მომხმარებელთა დაცვა, და სხვა) იმყოფება 68-ე ადგილზე; ინტელექტუალური საკუთრების დაცვით 105-ე ადგილზე; მთავრობის მიერ მაღალტექნოლოგიური პროდუქციის შესყიდვებით 69-ე ადგილზე; ინტერნეტ-მომხმარებელთა რაოდენობით 80-ე ადგილზე; ოჯახებში ინტერნეტის ფლობით 76-ე ადგილზე, ხოლო პერსონალური კომპიუტერის ფლობით 77-ე ადგილზე; სოციალური ქსელის მოხმარებით 47-ე ადგილზე; B2B ბიზნეს სექტორის მიერ ინტერნეტ-მოხმარებით 73 ადგილზე; ICT მოხმარებითა და სამთავრობო ეფექტურობით 26-ე ადგილზე [12].

აღსანიშნავია, რომ UNCTAD-ის შეფასებით, საქართველო, ელექტრონული კომერციის განვითარების ინდექსით იმყოფება 56-ე ადგილზე (B2C ე-კომერციის განვითარების ინდექსის სიდიდე არის 55). ინტერნეტ-ბაზარზე ონლაინ

მყიდველთა რაოდენობა მოსახლეობის 7,4%-ს შეადგენს (მოსალოდნელი სიდიდე), თუმცა ფაქტობრივი სიდიდე მხოლოდ 1%-ია [13].

მთლიანობაში საქართველო ელექტრონული მთავრობის განვითარებით შეფასებულია მაღალ დონეზე (UN, 2014). საქართველოს ციფრული ეკონომიკის ფრაგმენტული სტატისტიკური მონაცემების ფონზე, შეიძლება აღვნიშნოთ ელექტრონული კომუნიკაციების მზარდი შემოსავლები (1,073 მლნ), სატელეკომუნიკაციო საცალო შემოსავლის სოლიდური წილი მთლიან შიდა პროდუქტში (2,87%) [14].

საქართველოში, ჩავატარეთ მარკეტინგული კვლევა (2014 წელს), რომელიც მიზნად ისახავდა საქართველოს ელექტრონული ბიზნეს გარემოს შესწავლას (კვლევის შედეგად საქართველოს რეგიონებში გამოიკითხა 1600 რესპონდენტი) [15].

ჩატარებული მარკეტინგული კვლევით დადგინდა ელექტრონული ბიზნეს გარემოსადმი მომხმარებელთა დამოკიდებულება. კვლევის შედეგებმა ელექტრონული ბიზნეს გარემოს შეფასების შესაძლებლობა მოგვცა.

კვლევის შედეგების თანახმად, საქართველოს ინტერნეტ-ბაზარზე ქართველი რესპონდენტთა 44,7%-ში პოპულარობით სარგებლობს ინფორმაციული მომსახურება, მომხმარებლების 37,3% ინტერესდება საგანმანათლებლო მომსახურებით, გამოიკითხულთა 34,3% იყენებს საძიებო სისტემებს, ინტერნეტ-მომხმარებლების 17,9% აქტიურად მოიხმარს ფინანსურ მომსახურებას, კვლევაში მონაწილე პირთა 11,5% უპირატესობას ანიჭებს ონლაინ ტურისტულ მომსახურებას. ასევე, რესპონდენტებში პოპულარობით სარგებლობს ონლაინ მომსახურების სხვა სახეებიც.

ელექტრონული ბაზრის კვლევისას დადგინდა, რომ ინტერნეტ-მომხმარებელთა მესამედი ელექტრონული ბიზნეს-მომსახურებას ირჩევს ხელსაყრელობის გამო, გამოიკითხულთა მეოთხედი უპირატესობას ანიჭებს მომხმარებლის საჭიროებებზე ორიენტირებულ ორგანიზაციებს, კვლევაში მონაწილე პირთა 19,4%-ის არჩევანს განაპირობებს დაბალი ფასი. ასევე, მომხმარებელთა მიერ ინტერნეტ-ორგანიზაციებს შერჩევის ძირითად ფაქტორს წარმოადგენს: ეფექტური საინფორმაციო პოლიტიკა, მომსახურების მრავალფეროვნება, ძიებისა და ყიდვის მცირე დრო, გამყიდველთან სწრაფი ინტერაქტიულობა, მოქნილი ფასწარმოქმნის პოლიტიკა, დამარწმუნებელი ზეგავლენისაგან თავის არიდება.

არსებითია, რომ ელექტრონულ ბიზნეს გარემოში, ციფრული კონტენტი, სამომხმარებლო ინტერნეტ-ალქმის მამოძრავებელი ძალაა. იგი ინტერნეტ-ბაზრის უმსხვილეს სექტორს წარმოადგენს.

რესპონდენტთა დამოკიდებულებით, ელექტრონული ბიზნეს მომსახურების შერჩევისას მნიშვნელოვანია ინტერნეტ-კომპანიის იმიჯი, მომსახურების ღირებულება, მიწოდების ფასი და ვადები, პირადი წყაროების რეკომენდაციები.

დღეს, ბიზნეს სექტორის ინტეგრალური ნაწილია ონლაინ მედია (ციფრული მედია). საქართველოს ონლაინ მედიის გარემო წარმოადგენს მრავალფეროვანი სახეებითა და მედია მატარებლებით. ქვეყანაში ონლაინ მედიის სახეების მოხმარების კვლევისას დადგინდა, რომ რესპონდენტთა ნახევარი სიახლეების მიღებისათვის იყენებს Facebook-სა და Twitter-ს, გამოიკითხულთა მეოთხედი უპირატესობას ანიჭებს ინტერნეტ-ტელევიზიას. ასევე, მომხმარებელთა სოლიდური ნაწილი სიახლეების მიღებისას ორიენტირებულია ონლაინ ჟურნალებზე, ბლოგებზე, მულტიმედიის გაზიარების სერვისზე, wiki-ს სტანდარტზე, ინტერნეტ-რადიოზე.

ელექტრონული ინდივიდუალიზმის ეპოქაში, Facebook გამოიყენება პროტესტის დაგეგმვისთვის, Twitter კოორდინაციისთვის, მრავალფეროვანი დიალოგისთვის, პროტესტის ინსტრუქციისთვის, სოლიდარობის ასახვისთვის, YouTube იმისათვის, რომ მსოფლიო გაეცნოს მოვლენებსა და პროცესებს, ხოლო ბლოგი – ონლაინ აქტივობისა და მოვლენების აღწერისთვის, სიახლეების კომენტირებისა და საკითხების უფრო თავისუფალი ანალიზისთვის [16].

კვლევები ადასტურებს, რომ ბიზნეს საქმიანობის ძლიერ ფუნდამენტს ქმნის სოციალური ქსელის განვითარებაზე ფოკუსირება, რომლის მეშვეობით ინტერნეტ-მომხმარებლებსა და ბიზნეს ორგანიზაციების ურთიერთქმედების პროცესები განიხილება, როგორც ტექნოლოგიური, ეკონომიკური, სოციალური არტეფაქტი, რომელიც აგებულია გარკვეულ ვითარებაში და ასახავს კომპანიის მიზნებსა და მართულებებს.

მარკეტინგული კვლევის ფარგლებში დადგინდა რესპონდენტთა ონლაინ აქტივობის საშუალო ხარჯი, რომელიც დაახლოებით 300 ლარამდეა. ეს განპირობებულია, როგორც სოციალ-ეკონომიკური ფაქტორებით, ისე ინტერნეტ-ბაზრის სუსტი განვითარებით, საქარ-

თველოს ინტერნეტ-პროდუქტების სიმცირით, დაბალი ინტერნეტ-აქტივობით და საგადასახადო მოსაკრებლის სიდიდით.

შეჯამება. ელექტრონული მთავრობის ეკონომიური განზომილება ფართოა და რესურსებით მდიდარი. შესაბამისად, საქართველოში ელექტრონული მთავრობის სისტემაზე ფოკუსირება ხელს შეუწყობს ეკონომიკის განვითარებას და საზოგადოებას უზრუნველყოფს სოციალ-ეკონომიკური სარგებლით. მისი განვითარებით ფუნდამენტურად შეიცვლება ეკონომიკური ლანდშაფტი, მოხდება ადმინისტრაციული შესაძლებლობების გაუმჯობესება, ეკონომიკის ზრდა, სამუშაო ძალის პროდუქტიულობის ზრდა და უმუშევრობის შემცირება.

ინტერნეტიზაცია განხილული უნდა იქნას ქართული საზოგადოების საერთაშორისო ცხოვრების ის ეტაპი, რომლის შემდეგ ეტაპზე ადგილი აქვს ინფორმაციული კულტურის, რელიგიის, მუსიკის, მეცნიერების, განათლებისა და ხალხის ცხოვრების დაახლოებას. შედეგად სამეცნიერო და ტექნოლოგიური საზოგადოების სფეროს მიღწევები იმოძრავებს ინტელექტუალური და ციფრული რევოლუციისკენ.

ინტერნეტ-ბაზრის განვითარების დაბალი ტემპი, ელექტრონული კომერციის სუსტი ზრდა, ICT-ს ინფრასტრუქტურის მოდერნიზების საჭიროება, ინტერნეტ-კომპანიების წარმოქმნის სტიმულირების არარსებობა შესაბამისობაშია ინტერნეტ-მოხმარებელთა აქტივობასთან, მშპ-ში ციფრული ეკონომიკის წილის ზრდასთან, დასაქმებასთან, ინტერნეტ-ბაზრიდან მიღებულ შემოსავლებთან, ელექტრონული მთავრობის მომსახურების სისტემის მისანვდომობასა და მოხმარებასთან.

ჯეროვანი ყურადღება არ ექცევა ინტერნეტ-ბაზრის პოტენციალს, არ ხდება ელექტრონული კომერციის პროცესების განვითარების ხელშემწყობი ღონისძიებების გატარება, არ ხდება ინტერნეტ-ბაზრისა და ელექტრონული კომერციის სამართლებრივი რეგულირება; სახელმწიფოს მიერ არ ტარდება ინტერნეტ-კომპანიების წარმოქმნის ხელშემწყობი ღონისძიებების გატარება. ბიზნეს სექტორი ინტერნეტს ძირითადად იყენებს, როგორც დამატებით არხს. ჯამში, სახელმწიფოს ნებ-სივრცე უფრო განვითარებულია, ვიდრე კორპორაციული სექტორის web-სივრცე;

მძლავრი სახელმწიფო ინსტიტუტების მიუხედავად, ქვეყანაში, არ მოიპოვება ინფორმაცია საქართველოს ციფრული ეკონომიკის მოცულობის შესახებ, ინტერნეტ-კომპანიების

ბრუნვის, გამოშვებული პროდუქციის მოცულობის, ინტერნეტის მომსახურებით დაკავებული ორგანიზაციების რაოდენობის შესახებ. სევე, ინფორმაცია არ არსებობს ისეთ უმნიშვნელოვანეს სტატისტიკაზე, როგორიცაა ელექტრონული ბიზნესის წილი მშპ-ში, ინტერნეტ-კომპანიებში დასაქმებული ადამიანების რაოდენობა, შემოსავლები, ელექტრონული ბიზნესის განვითარების მაჩვენებლები.

არსებული ინფორმაციული ვაკუუმის პირობებში, საქართველოს ელექტრონული ბიზნეს გარემოს განვითარების ზუსტი პროგნოზების გაკეთება რთულია. თუმცა, ინტერნეტ-ბაზრის კვლევა ინფორმაციული დეფიციტის შევსების მნიშვნელოვანი ცდაა.

ხაზგასასმელია, რომ ქვეყანაში ინტერაქტიული ურთიერთქმედების საერთო აღიარებული სტანდარტების არქონით, ქვეყანაში ელექტრონული ბიზნესის პასუხისმგებლობა (ასევე ელექტრონული მთავრობის) ეყრდნობა მხოლოდ ეთიკურ სტანდარტებს, რაც წინააღმდეგობაში არ მოდის იურიდიულ პასუხისმგებლობასთან. შესაბამისად, მოქალაქეების ინტერესების გათვალისწინება სოციალური პასუხისმგებლობის ვალდებულების ნაცვლად ძირითად შემთხვევაში, „ბიზნესის სურვილსა და კომუნიკაციაზე“ დამოკიდებული.

დაბოლოს, საქართველოს ელექტრონული ბიზნეს გარემოს კვლევის შეჯამების საფუძველზე მნიშვნელოვანია აღინიშნოს შემდეგი:

- საქართველოს ინტერნეტის მომსახურების ბაზრის კვლევით, ინტერნეტ-ბაზრის მაღალია თბილისში, ხოლო რეგიონებში – დაბალი. თბილისის ინტერნეტ-ბაზარი შეიძლება განხილული იქნას, როგორც მაღალი სიჩქარის ინტერნეტ-მომსახურების სივრცე, კონკურენტუნარიანი ინტერნეტ-ბაზარი, ინტერნეტ-პროვაიდერების საქმიანობის „სარფიანი ადგილი“, მოთხოვნისუნარიანი ბაზარი, რენტაბელური და მსყიდველობითუნარიანი გარემო. თბილისის ინტერნეტ-მომხმარებლებისათვის ფართოა ინტერნეტ-პროვაიდერებისა და ინტერნეტ-მომსახურების სპექტრი. რაც შეეხება საქართველოს დანარჩენ 7 რეგიონს, ის შეიძლება დახასიათდეს, როგორც არაკონკურენტული ინტერნეტ-გარემო, დაბალი სიჩქარის (ზოგიერთ რეგიონში აღნიშნულია ინტერნეტის საშუალო სიჩქარე) ინტერნეტ-მომსახურების ბაზარი, ინტერნეტ-პროვაიდერების მიერ სემეტების/რაიონების ექსკლუზიური ფლო-

- ბა, სატელეფონო სადგურების შეფერხებით მუშაობა, მოუწესრიგებელი საკაბელო მეურნეობა, დაუსაბუთებელი გათიშვები, შეზღუდვები ინტერნეტ-კავშირში. ძემო-აღნიშნული აისახება ინტერნეტ-მომხმარებელთა დაკმაყოფილებასა და ლოიალობაზე. აღნიშნული პრობლემები ელექტრონული ბიზნესის განვითარებას მნიშვნელოვნად აფერხებს;
- კვლევამ ცხადყო, რომ საქართველოს ინტერნეტ-ბაზარზე, რესპონდენტებში პოპულარობით სარგებლობს ინფორმაციული, საგანმანათლებლო, ონლაინ ტურისტული, ფინანსური მომსახურება. ასევე ინტერნეტ-მომხმარებელები აქტიურად მოიხმარს საძიებო სისტემებს, ონლაინ თამაშებს, ონლაინ აპლიკაციებს, ელექტრონულ ბირჟასა და მომსახურების სხვა სახეებს;
 - ინტერნეტ-ბაზრის კვლევით დადგინდა, რომ სამომხმარებლო ქცევასა და მოტივაციაზე გავლენას ახდენს მომსახურების მიღების ხელსაყრელობა, დაბალი ფასი, მომსახურების ფართო სპექტრი, ძიებისა და ყიდვის მცირე დრო. ქართული საზოგადოება განსაკუთრებულ ყურადღებას ამახვილებს იმ ინტერნეტ-კომპანიებზე, რომელიც ორიენტირებულია მომხმარებლის საჭიროებებზე, აქვს ეფექტური საინფორმაციო პოლიტიკა, ანონიმურობის დაცვის პოლიტიკა, მოქნილი ფასწარმოქმნის პოლიტიკა, მოხმარებელთან აქვს სწრაფი ინტერაქტიული კავშირი, მომხმარებელი არიდებულია ემოციური/დამარწმუნებელი ზეგავლენისაგან;
 - არსებითია აღინიშნოს, რომ ქართველი რესპონდენტები ინტერნეტ-კომპანიების შერჩევისას განსაკუთრებულ ყურადღებას ამახვილებენ კომპანიის იმიჯსა და პოპულარობაზე, ასევე აქცენტს აკეთებენ მომსახურების ღირებულების, მიწოდების ფასისა და ვადების, პირადი წყაროების (მეგობრების/ოჯახის) რეკომენდაციაზე. მიღებული შედეგები აჩვენებს, რომ ელექტრონული ბიზნეს მომსახურების შერჩევისას მნიშვნელობა ენიჭება ინტერნეტ-კომპანიების თანამშრომელთა პროფესიონალიზმს, პროდუქტი და მომსახურების ასორტიმენტის მრავალფეროვნებას, ნებსაიტის სახესა და დიზაინს, ფასწარმოქმნის პოლიტიკას და სხვა;
 - ქართული საზოგადოების მიერ ონლაინ მედია შეფასებულია, როგორც ობიექტური, ხარისხიანი, მართალი, ზუსტი, სწრაფი სიახლის მასობრივი ინფორმაციის საშუალება. ონლაინ ბაზარზე რესპონდენტები ინფორმირებისა და სიახლეების მიღებისათვის ძირითადად ამჯობინებენ facebook-ს, Twitter-ს, ინტერნეტ-ტელევიზიას, ონლაინ ჟურნალებს, ბლოგებს და სხვა.
 - სამწუხაროა, რომ ინტერნეტ-ვაჭრობის ეკონომიურობის, ეფექტურობისა და ხელსაყრელობის მიუხედავად, საშუალო სტატისტიკური მომხმარებლის მიერ ონლაინ მომსახურების მიღებაზე განეული საშუალო ხარჯი შეადგენს მხოლოდ 50-300 ლარს;
 - ქართული ელექტრონული ბიზნესის განვითარება საჭიროებს ტელეკომუნიკაციის მოდერნიზებულ ინფრასტრუქტურას (განსაკუთრებით რეგიონებში), ინსტიტუციური წვდომისა და სოციალ-ეკონომიკური პრობლემების მოგვარებას. მნიშვნელოვანია ოჯახებისათვის ინტერნეტ-წვდომისა და კომპიუტერის ფლობის საკითხები;
 - საქართველოს ძირითადი პრიორიტეტი უნდა იყოს არამხოლოდ, ინტერნეტიზაცია, არამედ კომპიუტერიზაცია, ბიზნესპროცესების რეინჟინინგი, მართვის სფეროს ტრანსფორმაცია და ადმინისტრაციული კულტურის ხელშეწყობი ღონისძიებების გატარება;
 - დაბოლოს, საქართველოს ელექტრონული ბიზნეს გარემოს განვითარებისათვის აუცილებელია გატარდეს ღონისძიებები ინტერნეტ-ნიგნიერების ზრდის, ეკონომიკური მდგომარეობის ამაღლების, ინტერნეტ-კომპანიებისა და ქართულენოვანი კონტენტის სტიმულირების მიმართულებით. ასევე, უნდა გაიზარდოს ინფორმაციულობა, ინტერნეტ-მომხმარებელთა სეგმენტი, ინტერნეტ-მარკეტინგის ინსტრუმენტების გამოყენება, შემუშავდეს ეფექტური საგარანტიო მექანიზმები, გაუმჯობესდეს ინტერნეტ-მაღაზიების დიზაინი, განხორციელდეს ინტერნეტ-ბაზრის სამთავრობო სუბსიდირება/ხელშეწყობა;
 - ჯამში, კვლევისა და რეკომენდაციების შედეგი იქნება ინტერნეტ-კომპანიების წარმოქმნა, დასაქმების ზრდა, უმუშევრობის შემცირება, საქართველოს ეკონომიკაში ციფრული ეკონომიკის წილის ზრდა (5-20%), ბიუჯეტის ზრდა, საზოგადოების

სოციალ-ეკონომიკური კეთილდღეობის
ზრდა.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. United Nations E-Government Survey 2014. E-Government for the Future we Want. Department of Economic and Social Affairs. United Nations New York, 2014. <http://unpan3.un.org>
2. Abuladze R, Kvaratskhelia N. Economic Environment of Georgia & Digitization. 2014 IMRA-Kean International Conference: "Globalization and the Convergence of Creativity, Innovation and Entrepreneurship. International Management Research Academy (IMRA), Kean University, New Jersey, United States of America. 29-31 May, 2014.
3. Constantine E. Passaris. Internetization and the New Global Economy of the 21st Century. Global Information Technology. , IGI Global. Copying or distributing in print or electronic forms without written permission of IGI Global is prohibited. <http://www.irma-international.org/viewtitle/112749/>
4. http://unpan3.un.org/egovkb/Portals/egovkb/Documents/un/2014-Survey/E-Gov_Complete_Survey-2014.pdf
5. www.unesco.org/webworld/.../paper_28.rtf
6. <http://www.oecd.org/>
7. <http://www.internetworldstats.com/stats3.htm>
8. www.ida.gov.sg
9. <http://www.gartner.com/technology/home.jsp>
10. <http://cbw.ge/economy/georgia-prepares-for-global-internetization/>
11. <http://news.ge/ge/news/story/148428-sayoveltao-maghalsichqariani-internetizatsiis-proeqti-fondi-qartus-finansuri-mkhardacherit-gankhortsieldeba>
12. World Economic Forum . INSEAD . The Global Information Technology Report 2015. ICTs for Inclusive Growth. 2015. <http://www3.weforum.org>
13. United Nations Conference on Trade and Development, Information Economy Report 2015. <http://www.unctad.org/>
14. <http://gncc.ge/uploads/other/1/1344.pdf>
15. აბულაძე რ. საქართველოს ელექტრონული მთავრობის განვითარების მარკეტინგული კვლევა. მონოგრაფია. გამომცემლობა „უნივერსალი“, თბილისი, 2014. პ. 352.
16. აბულაძე რ. ელექტრონული მთავრობა (ხელისუფლება, ბიზნესი, საზოგადოება, ტექნოლოგია). სახელმძღვანელო. გამომცემლობა „უნივერსალი“, თბ., 2013. გვ. 433.

აუდიტის დაგეგმვა და რეგულირება

ტარიელ კიკვაძე — ტექნიკის აკადემიური დოქტორი,
სტუ-ს პროფესორი
ირინე ფარსელაშვილი — ბიზნესის
ადმინისტრირების დოქტორი

სტატიაში „აუდიტის დაგეგმვა და რეგულირება“ გაანალიზებულია აუდიტორული შემოწმების ზოგადი სტრატეგიის შემუშავებისა და დეტალური პროგრამის შედგენის საკითხები. მოყვანილია განსახორციელებელი აუცილებელი

ბელი აუდიტორული პროცედურების ჩამონათვალი.

აუდიტორული შემოწმება უნდა პასუხობდეს საყოველთაოდ მიღებულ სტანდარტებს, უნდა სრულდებოდეს ეფექტურად, კლიენტის მიერ