

ელექტრონული კომერციის განვითარების პერსპექტივები საქართველოში

თეიმურაზ გვეტაძე

აკაკი წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტი,

მონვეული სპეციალისტი

აუდიტის, მპს „აუდიტ ენდ კონსალტინგ გრუპ“

აბსტრაქტი

შესავალი და მიზანი: აღნიშნული სტატია ეძღვნება ელექტრონული კომერციის განვითარების ტენდენციებს და პერსპექტივებს საქართველოში. მეცნიერულტექნიკური პროგრესის ფარგლებში ინტერნეტი, როგორც ელექტრონული კომერციის ერთ-ერთი მთავარი ტექნოლოგია, არამხოლოდ მნიშვნელოვანი რესურსია ჩვენი ყოველდღიური ყოფის, არამედ სხვადასხვა საქმიანობის მართვის ძირითად იარაღს წარმოადგენს, რამაც აისახა დროისა და მატერიალური დანახარჯების ეკონომიაზე. აქვე განხილულია ელექტრონული კომერციის ზოგადი პრინციპები და თავისებურებები, მათ შორის ელექტრონული კომერციისა და ელექტრონული ბიზნესის არსი და პრინციპები, ელექტრონული კომერციის მიმართულებები და ელექტრონული კომერციის ორგანიზაციის მოდელები. შესწავლილია ელექტრონული ტექნოლოგიების გამოყენება მსოფლიო კომერციაში, მათ შორის ელექტრონული კომერციის განვითარების ტენდენციები მსოფლიო ბიზნესში და ელექტრონული ტექნოლოგიების გამოყენების როგორც დადებითი, ისე უარყოფითი მხარეები. გამოკვლეულია საქართველოში ელექტრონული კომერციის მიმდინარე ტენდენციები და განსაზღვრულია მისი განვითარების შესაძლო პერსპექტივები.

კვლევის მეთოდოლოგია: კვლევისას გამოყენებული იქნა, როგორც თვისობრივი, ისე რაოდენობრივი მეთოდები. კერძოდ, შესწავლილი იქნა საქართველოში ელექტრონული ბიზნესის განვითარების სამომავლო პერსპექტივები, მასთან დაკავშირებული პრობლემები, ელექტრონული ბიზნესის ადგილისა და როლის გამოკვეთა საერთაშორისო ბიზნესის განვითარებაში, ინტერნეტ-ბაზრის განვითარების ტენდენციების შესწავლა და მომხმარებელთა მოთხოვნილებების გამოვლენა, რომელშიც გათვალისწინებული იქნება დარგის ეკონომიკური შინაარსი და მისი გავლენა ქვეყნის ეკონომიკაზე.

შედეგები და გამოყენება: ელექტრონული კომერცია ჯერ კიდევ განვითარების ეტაპზეა საქართველოში. 2020 წლის დასაწყისში, მაშინ როდესაც კოვიდ პანდემია გამწვავდა, დაწესდა მრავალი შეზღუდვა და დაიკეტა სავაჭრო ობიექტები, ხალხმა ონლაინ სივრცეს მიმართა საკუთარი საქმიანობის გასაგრძელებლად. რომ არა მუშაობის გაგრძელების ეს ხერხი, ბიზნესსა და ეკონომიკასაც სერიოზული საფრთხე დაემუქრებოდა. საზოგადოებაც უბრალოდ ვერ იარსებებდა. სწორედ ონლაინ სივრცის და

ელექტრონული კომერციის დახმარებით მენარმეებმა შეძლეს საკუთარი საქმიანობის გაგრძელება დისტანციურად. დანამდვილებით შეიძლება ითქვას, რომ პანდემიამ ხელი შეუწყო ელექტრონული კომერციის განვითარებას საქართველოში მართლაც განხორციელდა. ამას ადასტურებს კვლევის შედეგები, როცა 33% მდე საზოგადოების ნაწილი მიმართავს ელექტრონულ ვაჭრობას, ხოლო 42% ზე მეტი - იყენებს შერეული ვაჭრობის ტიპს. ეს ნიშნული მაშინვე ბელია იმისა, რომ ტრადიციულ ვაჭრობას ნელნელა ელექტრონული ანაცვლებს და სწორედ ამ პროცესში მნიშვნელოვანი წვლილი პანდემიას მიუძღვის. ვფიქრობ, პანდემიის პერიოდში, იმისთვის რომ ხალხი ელექტრონულ კომერციაზე გადასულიყო წინ დიდი ნაბიჯები გადაიდგა. ონლაინ გაყიდვების მზარდმა მაჩვენებელმა სწორედ კოვიდის დროს მიაღწია, ეს ტენდენცია მზარდია და დიდი მომავალი აქვს. სავარაუდოა რომ უახლოეს რამდენიმე წლინაღმ კიდევ უფრო განვითარდება ონლაინ მარკეტინგი და ელექტრონული კომერციით კმაყოფილების დონეც მკვეთრად გაიზრდება.

დასკვნა: დასკვნის სახით შეიძლება ითქვას, რომ საქართველოში ელექტრონული ბაზრის ჩამოყალიბებამ, საინფორმაციო საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების შექმნამ, ინფორმაციული სისტემებისა და ტექნოლოგიების დამკვიდრებამ, პოსტკომუნიკურ ქვეყნებში მიმდინარე მოვლენათა გამო, ძალიან დაიგვიანა. ამიტომ, განვითარების დონით, ქართული ელექტრონული ბაზარი მსოფლიო მასშტაბებს მკვეთრად ჩამორჩება, მაგრამ მარკეტინგული კვლევების საფუძველზე ბაზრის ფორმირების აუცილებლობა უკვე არსებობს. ქართული ელექტრონული ბაზარი განვითარების საწყის მდგომარეობაშია. საქართველოს ელექტრონული ბაზრის სხვადასხვა აქტუალური საკითხები, ჩემიზრით, კვლავაც საჭიროებენ სათანადო მეცნიერულ შესწავლას, შესაბამისი დასკვნების გაკეთებას და რეკომენდაციების შემუშავებას.

საკვანძო სიტყვები: პანდემია, კორონავირუსი, ელექტრონული ბიზნესი, ელექტრონული ტექნოლოგიები.

ABSTRACT

Introduction and aim: This article is dedicated to the development trends and perspectives of e-commerce in Georgia. In the framework of scientific and technical progress, the Internet, as one of the main technologies of electronic commerce, is not only an

important resource for our daily existence, but also a basic tool for managing various activities, which has also reflected the economy of time and material costs. General principles and features of e-commerce are discussed here, including the essence and principles of e-commerce and e-business, directions of e-commerce and models of e-commerce organization. The use of electronic technologies in world commerce is studied, including trends in the development of electronic commerce in world business and both the advantages and disadvantages of using electronic technologies. The current trends of e-commerce in Georgia are investigated and the possible perspectives of its development are determined.

Research methodology: Both qualitative and quantitative methods were used in the research. In particular, the future prospects of e-business development in Georgia, problems related to it, outlining the place and role of e-business in the development of international business, the study of Internet market development trends and the detection of consumer needs were studied, in which the economic content of the field and its impact on the country's economy will be taken into account.

Results and implications: Electronic commerce is still in the development stage in Georgia. In early 2020, as the Covid pandemic intensified, many restrictions were imposed and businesses closed, people turned to the online space to continue their business. If it were not for this way of continuing to work, both business and the economy would be in serious danger. Society simply could not exist. It is with the help of online space and e-commerce that entrepreneurs were able to continue their activities remotely. It can be said for sure that the pandemic helped the development of e-commerce in Georgia. This is confirmed by the results of the research, when up to 33% of the public uses e-commerce, and more than 42% - uses the type of mixed commerce. This benchmark is a sign that traditional trade is slowly being replaced by electronic trade, and it is in this process that the pandemic will make a significant contribution. I think during the pandemic, great steps have been taken to get people to switch to e-commerce. The increasing rate of online sales has reached the time of covid, this trend is growing and has a great future. It is likely that in the next few years, online marketing will further develop and the level of satisfaction with e-commerce will increase dramatically.

Conclusion: In conclusion, it can be said that the formation of the electronic market, the creation of information communication technologies, the establishment of information systems and technologies in Georgia, due to the current events in the post-communist countries, was very late. Therefore, according to the level of development, the Georgian electronic market is significantly behind the world scale, but there is al-

ready a need to form the market based on marketing research. The Georgian electronic market is in the initial stage of development. In my opinion, various topical issues of the electronic market of Georgia still require proper scientific study, making appropriate conclusions and developing recommendations.

Keywords: Pandemic, coronavirus, electronic business, electronic technologies.

* * * *

საქართველოში ელექტრონული ვაჭრობა განვითარების ეტაპზეა. დიდი გავლენა იქონია კოვიდ ვირუსმაც. ერთ-ერთი რაზეც დადებითად აისახა კოვიდ პანდემია, შეიძლება ითქვას, ელექტრონული ვაჭრობის სფეროა. ონლაინ ვაჭრობის გაყიდვები საგრძნობლად გაიზარდა 2021 წლის დასაწყისში. ფაქტობრივად, რომ არა ელექტრონული მარკეტინგი და ელექტრონული კომერცია, ამ პანდემიის დროს, დიდი საფრთხის წინაშე დადგებოდა ჩვენი ქვეყნის ეკონომიკაც და ზოგადად ნებისმიერი ინდივიდის ცხოვრება.

ქართული კომპანიებისათვის დაწესებული შეზღუდვების პირობებში, ადგილობრივ მომხმარებლებს შესაძლებლობა ჰქონდათ, დადგენილებით აკრძალული პროდუქცია ისეთი უცხოური ვებგვერდებიდან შეეძინათ, როგორებიც Amazon-ი, Ebay და Alibaba-ა. ამან გამოიწვია ის, რომ თანხები, რომლებიც ადგილობრივი კომპანიების ანგარიშზე უნდა ჩარიცხულიყო, უცხოეთში გადამისამართდა, როდესაც განვითარებულ ქვეყნებში, იმისთვის, რომ ნახალი-სებული ყოფილიყო ონლაინ ვაჭრობა კომპანიებმა მყიდველებს სხვადასხვა აქციები შესთავაზეს, რაც დღემდე პოპულარობით სარგებლობს: მაგ., პროდუქციის სხვადასხვა ფასი, ონლაინ შეძენისას მომხმარებელს სთავაზობენ ფასდაკლებას, რაც იწვევს მათი მოტივაციის ამაღლებას, რომ ონლაინ შეიძინონ ნივთი. აღნიშნული პრაქტიკა, დღემდე აქტუალურია ამერიკაში. ამიტომ, მომხმარებელს, როდესაც საშუალება აქვს სახლიდან გაუსვლელად შედარებით იაფად შეიძინოს ნივთი და იცის, რომ საჭიროების შემთხვევაში არც პრობლემა ამ შეექმნება მის უკან დაბრუნებაში, რა თქმა უნდა უპირატესობას ანიჭებს ონლაინ შოპინგს. განვითარებულ ქვეყნებში ასევე მაღალ დონეზეა ნდობის ხარისხი მომხმარებელსა და კომპანიას შორის, ეს კი რა თქმა უნდა ამარტივებს მათ შორის ბიზნეს ურთიერთობების ჩამოყალიბებას. შეზღუდვებით გამოწვეული ზარალი საკმაოდ დიდ თანხებთანაა დაკავშირებული. ამ ყველაფრის მიუხედავად, ინტერნეტით ვაჭრობას საქართველოში საკმაოდ კარგი პერსპექტივა აქვს. ელექტრონულ კომერციაში მსხვილი კომპანიების დაინტერესება ცალსახად მეტყველებს იმაზე, რომ ეს დარგი არის განვითარებადი და მზარდი. მსოფლიოში საცალო ვაჭრობის დაახლოებით, 20%-ს შეადგენს ელექტრონული კომერცია, საქართველოში ეს მაჩვენებელი 2

%-ს არ აღემატება. ჩინეთის მსგავსად, სადაც 2003 წელს, ვირუსის გავრცელების გამო მომხმარებლის იზოლაციამ ხელი შეუწყო ბაზარზე ელექტრონული კომერციის როლის ზრდას, საქართველოს აქვს უნიკალური შესაძლებლობა, გამოიყენოს Covid-19-ის გამოწვევა, როგორც შესაძლებლობა ქვეყანაში ელექტრონული კომერციის განვითარების. ელექტრონული კომერციის განვითარება გამოიწვევს ისეთ აუცილებელ პროცესებს როგორიცაა სამუშაო ადგილების შექმნა, მენარმეებისთვის გასაღების ბაზრების მოძიება გამარტივდება ეს კი საშუალებას მისცემს ადგილობრივი წარმოების განვითარებას. როგორც ირკვევა, ამჟამად საქართველოში 300-ზე მეტი დიდი და მცირე ონლაინმაღაზია ფუნქციონირებს. ათასებს აჭარბებს იმ თვითადასაქმებულთა რაოდენობა, რომლებიც სხვადასხვა ონლაინპლატფორმის მეშვეობით დამოუკიდებლად ვაჭრობენ გამონეროლი ან საკუთარი ხელი დამზადებული პროდუქციით.

ქართველი მომხმარებლები ეჩვევიან ნივთების უცხოური პლატფორმებიდან გამონერასაც, რა თქმა უნდა ეს დადებითობის განმსაზღვრელია და წინ გადადგმული ნაბიჯია, მაგრამ ზოგჯერ ამის გაკეთება სირთულეებთანაა დაკავშირებული. მაგალითისთვის: იბეიდან გამონეროლი ნივთების ნაწილი პირდაპირი რეისით საქართველოში არ ჩამოდის, ამიტომაც ჩვენს მოსახლეობას ხშირად უწევს შუამავალ გადამზიდ საიტებზე რეგისტრაცია და მათთან დახმარების თხოვნა. ისინი თანხმდებიან იმაზე რომ ნივთი ჯერ ამერიკის საწყობში მივიდეს და შემდეგ საქართველოში გამოიგზავნოს. მსგავსი პროცედურები უხერხულ სიტუაციებს ქმნის და დროშიც წელავს პროცესს. ამიტომაც შეიძლება ითქვას რომ იბეიდან გამონერა გარკვეულ რისკულეებთანაა დაკავშირებული საქართველოს მომხმარებლებისთვის. ამ საიტზე მომხმარებელს ხშირად უწევს ყველა გამონეროლი ნივთის დეკლარირება და ხშირად PayPal-ის საფულის გახსნაც. მათთვის ვინც პირველად იწერს ნივთს უცხოეთიდან, კერძოდ კი იბეის საიტიდან პროცესი ცოტა დამაბნეველია და რამდენიმე ტრანზაქციის შესრულებასაც მოითხოვს. რა თქმა უნდა ეს გარკვეულ დროსთანაა დაკავშირებული და შესაბამისად ქართველ მომხმარებელს აღარ უჩნდება იბეიდან ნივთის გამონერის სურვილი. სწორედ ამიტომ საქართველოს მოსახლეობისთვის შეიქმნა მისი ოფიციალური პარტნიორი EBG.GE, რომელიც იბეის ზუსტი ანალოგია, აქედან გამონერა არის უმარტივესი და ყოველგვარი სირთულეების გარეშე შეიძლება მისი მოხმარება. ელექტრონული კომუნიკაციის პლატფორმებში ერთ ერთი ყველაზე დიდი ქართული ონლაინ მაღაზიაა EBG.GE, სადაც წარმოდგენილია EBAY.COM-ზე განთავსებული ყველა პროდუქტი. ფაქტიურად იესაა Ebay-ს ქართული ანალოგი და ოფიციალური პარტნიორი. აქ წარმოდგენილია 920 მილიონზე არჩევის გაკეთება იმავე ფასად რაც მთავარ უცხოურ საიტზე. ასევე აღსანიშნავია საქართველოში ელექტრონული გაყიდვების ერთ-ერთი უზარმაზარ ონლაინ პლატფორმა

MY.GE-ზე, რომელიც უკვე ბრენდის სახელით არის ცნობილი და საზოგადოების ძალიან დიდმა ნაწილმა იცის ამ პლატფორმის შესახებ. პანდემიის პერიოდში MY.GE-მ დიდი რეფორმები ჩაატარა და სრულად განაახლა საკუთარი საიტი ეს კიდევ უფრო გაამარტივებს ონლაინ ვაჭრობის პროცესს. მთავარი მიზანი იყო ის, რომ ქართველ მომხმარებელს ჰქონოდა შესაძლებლობა არსებულ ბაზარზე ესარგებლა საერთაშორისო სტანდარტების ვებგვერდით, სადაც მყიდველი და გამყიდველი მინიმალური დანახარჯით, დროის მოკლე მონაკვეთში, შეძლებდა კომუნიკაციას და სასურველ შედეგი მიეღო. აღსანიშნავია, რომ კრიზისული დროის დასაწყისშივე MY.GE-მ გააძვირულა მაღაზიები და ერთ სივრცეში მოაქცია, რათა საზოგადოებას მარტივად ჰქონოდა წვდომა მათზე. აქ განთავსებულ 300-ზე მეტ მაღაზიას აქვს საკუთარი ვები, სადაც მომხმარებელს შეუძლია გადავიდეს, დაათვალიეროს და შეიძინოს მისთვის სასურველი ნივთი. პლატფორმის მიმზიდველობა კიდევ უფრო გამოიხატება იმაში, რომ ფასდაკლებები, კატეგორიები, და მომხმარებლის მიერ გაკეთებული შეფასებები, კომენტარები დასაწყისშივე გამოჩნდება, რაც დროის დაზოგვის დიდი წინაპირობაა. საქართველოში არსებობს კომპანიები, რომელიც ანხორციელებენ მომსახურების სერვისს, მათ მრავალ კომპანიასთან აქვთ ხელშეკრულება გაფორმებული და შეკვეთები მიაქვთ მომხმარებელისთვის ხელსაყრელ ადგილას. ამ კომპანიებიდან ერთ-ერთია გლოვოს საკურიერო მომსახურება. გლოვო არის პლატფორმა, რომელიც აკავშირებს ობიექტებს, თავისუფალ კონტრაქტორ კურიერებს და მომხმარებლებს. ამ კომპანიამ შექმნა აპლიკაცია, როგორც ანდროიდისთვის ასევე აიოს მომხმარებლებისთვის. ამ აპლიკაციის საშუალებით შეგვიძლია მივიღოთ სასურველი პროდუქტი ჩვენთვის სასურველი ადგილას სასურველი დროის მონაკვეთში.

როგორც ცნობილია, საქართველოში მალე ელექტრონული კომერციის აკადემია ამოქმედდება. ინიციატორი – ელექტრონული კომერციის ასოციაცია, ხოლო მხარდამჭერი თიბისი და USAID-ის ეკონომიკური უსაფრთხოების პროგრამაა. აკადემიის მიზანი ელკომერციის მიმართულებით საჭირო კადრების გაზრდაა, რომლებიც შემდეგ მიკრო-, მცირე და საშუალო ბიზნესს ელექტრონული კომერციის განვითარებაში დაეხმარებიან.

როგორც ელექტრონული კომერციის ასოციაციის დამფუძნებელი, ამირან შეროზია აღნიშნავს: „ელკომერციის განვითარება განსაკუთრებით დიდი გამოწვევაა მცირე ზომის კომპანიებისთვისა. კვალიფიციური კადრების ნაკლებობის გამო, გადაწყვეტიტ, შეგვექმნა სასწავლო პროგრამა, რომელიც დაინტერესებულ მხარეებს შესაბამისი განათლების მიღების შესაძლებლობას მისცემდა“.

არ იქნება გასაკვირი, თუ ვიტყვით, რომ ელკომერციის ბაზარი მსოფლიოში ბოლო წლებში განსაკუთრებით მზარდია. ზრდის ტემპი მომდევნო წლებშიც შენარჩუნდება და, სხვადასხვა პროგნოზით, 2028

ნლისთვის ამ ბაზრის ზომა გლობალურად 25.65 ტრილიონ დოლარს მიაღწევს. განვითარებული სამყაროსგან განსხვავებით, ელექტრონული კომერციის ზრდა საქართველოში ბევრ გამოწვევას უკავშირდება. სწორედ მათ შორის სახელდება შესაბამისი კვალიფიციური კადრების დეფიციტიც, რაც კოვიდპანდემიის დროს განსაკუთრებით გამოიკვეთა, როდესაც ქვეყანაში გაიზარდა იმ კომპანიების რაოდენობა, რომლებმაც თავიანთი პროდუქტისა და სერვისის გაყიდვა არა მხოლოდ ფიზიკურ მაღაზიებში, არამედ ონლაინაც გადაწყვიტეს. აკადემია 4-თვიან ინტენსიურ პროფესიული მომზადების პროგრამას დამწყები ელექტრონული კომერციის მენეჯერებისათვის ითვალისწინებს. პროგრამა მოიცავს 14-კვირიან სასწავლო ციკლს, რომელიც წელიწადში ორჯერ განხორციელდება. თითო სასწავლო ციკლის ფარგლებში 25 სტუდენტი, მათ შორის, ხუთი სტუდენტი – ახალგაზრდები, სპეციალური საჭიროების მქონე პირები, რომლებიც მიიღებენ დაფინანსებას, თეორიული და პრაქტიკული მენტორობის პროგრამის ფარგლებში გაეცნობიან და დაეუფლებიან ელექტრონული კომერციის ფუნდამენტურ ასპექტებს, თეორიულ მოდელებს, მართვის მექანიზმებს და გზებს და, ზოგადად, ციფრული ეკოსისტემის შესახებ ცოდნას მიიღებენ. ელექტრონული კომერციის ასოციაციაში მიიჩნევენ, რომ აკადემია მომავლისთვის ბაზარს უფრო მეტად მოამზადებს. მით უფრო მაშინ, როდესაც, სხვადასხვა პროგნოზის მიხედვით, ეს სექტორი საქართველოშიც მნიშვნელოვნად გაიზრდება. პროექტის ფარგლებში დაგეგმილია ელკომერციის აკადემიისათვის ბაზრის საჭიროებებზე მორგებული სასწავლო პროგრამის შედგენა, პარტნიორი აკადემიური, კერძო და საჯარო ორგანიზაციების მოძიება, და, რაც მთავარია, ონლაინ სასწავლო პლატფორმის შექმნა. კურიკულუმის განვითარების პროცესში USAID-ის ეკონომიკური უსაფრთხოების პროგრამა აქტიურად იქნება ჩართული. აკადემიის დამფუძნებლებმა უზრუნველყვეს ისიც, რომ ელექტრონული კომერციის სწავლებაზე ხელმისაწვდომობა ყოფილიყო ყველასათვის, ამიტომაც აკადემია წარმოდგენილი იქნება როგორც ფიზიკურ სივრცეში, ისე ონლაინ სასწავლო მოდულებით. ონლაინპლატფორმაზე კი განთავსდება ელკომერციის მიმართულებით საგანმანათლებლო მოდულები, როგორც ელკომერციის აკადემიის, ისე სხვა მესამე მხარეთა მიერ.

დასკვნა

დასკვნის სახით შეიძლება ითქვას, რომ მსოფლიოში ძალზე მაღალი სისწრაფით ვითარდება ელექტრონული კომერციის სხვადასხვა მიმართულება, როგორცაა: ონლაინგაყიდვები, ინტერნეტ-რეკლამები, ინტერნეტ-მაღაზიები, მარკეტინგული ონლაინკვლევები, საბანკო სფეროს ელექტრონული საგადახდო სისტემები და ბევრი სხვ.; მსოფლიო ბაზარზე ყოველწლიურად მაღალი ტემპებით იზრდება ელექტრონული ვაჭრობისა (მათ შორის ქსელური ვაჭრობისა) და კომერციის წილი. მიუხედავად იმისა, რომ ელექტრონულ კომერციას გააჩნია უამრავი და ძალზე მნიშვნელოვანი დადებითი მხარეები, მას, ასევე, ახასიათებს ძალზე მნიშვნელოვანი ნაკლოვანებებიც, რაც აუცილებლად გასათვალისწინებელია. როგორც მსოფლიოში, ისე საქართველოში ელექტრონული ტექნოლოგიები ძალზე მაღალი ინტენსივობით გამოიყენება ბიზნესსაქმიანობის ისეთ სფეროებში, როგორიცაა:

- ❖ ვაჭრობა;
- ❖ ტურიზმი;
- ❖ საბანკო საქმე და სხვა.

მომხმარებლის გადმოსახედიდან ელექტრონული კომერცია საკმაოდ პერსპექტიული მიმართულებაა როგორც მთელი მსოფლიოსთვის, ისე საქართველოსთვის. მომხმარებლისთვის ელექტრონული კომერციის ძირითადი ღირსება არის დროისა და ძალისხმევების დაზოგვა, ასევე, სასურველი ნივთის ან მომსახურეობის უფრო სწრაფად, უფრო დაბალი ფასით და უკეთესი ხარისხით მიღების შესაძლებლობა, ვიდრე ფიზიკურ მაღაზიაში. ელექტრონული კომერციისა და ელექტრონული ბიზნესის დანყება საკმაოდ მწირ კაპიტალდაბანდებას მოითხოვს და, ფაქტობრივად, ყველასათვის ხელმისაწვდომია.

ისეთი ქვეყნისთვის, როგორც საქართველოა, მისი მწირი ეკონომიკური რესურსიდან გამომდინარე, ინტერნეტეკონომიკის გზით შესაძლებელია მიღწეულ იქნას სოციალური განვითარება, ეკონომიკური სტაბილურობა, გახსნილი სავაჭრო ურთიერთობები და ა.შ. გამომდინარე იქიდან, რომ საქართველოს მეზობელ ქვეყნებში ელექტრონული კომერცია არც ისე კარგადაა განვითარებული, ქვეყანას შესაძლებლობა აქვს გახდეს რეგიონული ცენტრი. იმისათვის რომ საქართველოში ელექტრონული კომერციის ბაზარი უფრო სწრაფად განვითარდეს, საჭიროა გარკვეული საკანონმდებლო ბარიერების მოხსნა.

გამოყენებული ლიტერატურა

1. <https://gtu.ge/book/e>
2. [http://www.globalgamingexpo.com/;](http://www.globalgamingexpo.com/)
3. [https://forbes.ge/galt-thagartma-saqarthvelos-eleqtronuli-komertsiis-seqtorze-kvleva-gamoaveqhna/;](https://forbes.ge/galt-thagartma-saqarthvelos-eleqtronuli-komertsiis-seqtorze-kvleva-gamoaveqhna/)
4. <http://www.egovernment-monitor.de/startseite.html;>
5. <http://www.economy.ge>
6. <https://forbes.ge/saqarthveloshi-eleqtronuli-komertsiis-pirveli-akademia-ikhsneba/>
7. https://static.tbccapital.ge/uploads/files/files_ad7c1eb4_May14,2020-EffectofCOVID-19onBusinessEnvironment-.pdf?v=1