

ჭკვიანი სახლი – მოთხოვნა - მიწოდების დისბალანსი და გამოწვევები  
საქართველოში

უზანგი ეპიტაშვილი

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

მენეჯმენტი

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: სოფიო ლებანიძე, ასოცირებული პროფესორი

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, 2021

## განაცხადი

„როგორც წარდგენილი ნაშრომის ავტორი, ვაცხადებ, რომ ნაშრომი წარმოადგენს ჩემს ორიგინალურ ნამუშევარს და არ შეიცავს სხვა ავტორების მიერ აქამდე გამოქვეყნებულ, გამოსაქვეყნებლად მიღებულ ან დასაცავად წარდგენილ მასალებს, რომლებიც ნაშრომში არ არის მოხსენიებული ან ციტირებული სათანადო წესების შესაბამისად. ნაშრომის ზოგიერთი ნაწილი დაიწერა და წარდგენილი იყო როგორც სიმულაციური ნაშრომი, აკადემიური წერის კურსებზე ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის ბიზნეს სკოლაში (იანვარი, 2021)“.

უშანგი ეპიტაშვილი

03/07/2021 \_\_\_\_\_

## აბსტრაქტი

**შესავალი:** „ჭკვიანი სახლი“ - პოზიცია თანამედროვე სამყაროში და მისი როლი საქართველოში. ბუნებრივია, მსოფლიოში მიმდინარე ტრენდები საქართველოსთვისაც აქტუალურია. კვლევის მიზანია, დადგინდეს, რა ბარიერები ექმნება საქართველოში „ჭკვიანი სახლის“ განვითარებას.

**მეთოდოლოგია:** კვლევის მიზნის მისაღწევად გამოყენებული იქნა კვლევის თვისებრივი და რაოდენობრივი მეთოდები, სიღრმისეული ინტერვიუებისა და ონლაინ გამოკითხვის სახით. რაოდენობრივი კვლევის შედეგები წარმოდგენილია ცხრილებისა და დიაგრამების სახით. ონლაინ გამოკითხვა განხორციელდა 60 რესპოდენტთან, რომლებიც მიმდინარე ეტაპზე არიან სამუშაოს მაძიებლები ან დასაქმებულები. თვისებრივი კვლევა ჩატარდა ოთხი ბიზნეს საქტორის წარმომადგენელთან: გაყიდვების მენეჯერთან, სამშენებლო დეველოპერული კომპანიის წარმომადგენელთან, პროექტის მენეჯერთან და ჭკვიანი სახლის პროდუქტის წარმოებელთან. კითხვარების შემუშავდა ნაშრომის ავტორთა მიერ. მონაცემთა შესაგროვებლად გამოყენებული იყო მიზნობრივი და ხელმისაწვდომი შერჩევის მეთოდები.

**შედეგები, ინტერპრეტაცია:** კვლევამ აჩვენა, რომ მომხმარებელთა დამოკიდებულება ჭკვიანი სახლის პროდუქტთან მიმართებაში საკმაოდ აბსტრაქტულია/ბუნდოვანია. მოცემული, ინფორმაციის გათვალისწინებით, ქართულ კომპანიებს შეუძლიათ გამოიყენონ, ასევე გაითვალისწინონ, თუ რა ძირითად ფაქტორებს მოიაზრებს ჭკვიანი სახლის მოთხოვნა-მიწოდების დისბალანსი, რათა აღნიშნული პროდუქცია და სერვისი ქართულ ბაზარზე ინტეგრირდეს.

**ძირითადი საძიებო სიტყვები:** ჭკვიანი სახლი, საქართველო, Smart Home, სახლის ავტომატიზაცია.

## Abstract

**Introduction:** "Smart House" position in the modern world and its role in Georgia. Naturally, the current trends in the world are also relevant for Georgia. The aim of the research is to determine the barriers to the development of a "smart home" in Georgia.

**Methodology:** Qualitative and quantitative research methods were used to achieve the purpose of the research, in the form of in-depth interviews and online surveys. Quantitative survey results are presented in the form of tables and diagrams. An online survey was conducted with 60 respondents who are currently job seekers or employees. Qualitative research was conducted with a representative of four business sectors: a sales manager, a representative of a construction and development company, a project manager and a smart home product manufacturer. Questionnaires were developed by the authors of the paper. Targeted and accessible sampling methods were used to collect data.

**Results, Interpretation:** Research has shown that consumer attitudes towards smart home products are quite abstract / vague. Given this information, Georgian companies can use, as well as take into account the main factors considered by the demand-supply imbalance of smart home, in order to integrate these products and services in the Georgian market.

**Keywords:** Smart House, Georgia, Smart Home, Home Automation.