

საქართველოში მომუშავე მცირე და საშუალო ბიზნესის გამოწვევები  
ონლიან გაყიდვების მიმართულებით

თამარი ჯავახიშვილი

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

პროგრამა: მენეჯმენტი

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: ირინე გურული, ასოცირებული პროფესორი

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, 2022

## განაცხადი

*„როგორც წარდგენილი სამაგისტრო 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.“*

**თამარი ჯავახიშვილი, 03.07.22**

## აბსტრაქტი

მცირე და საშუალო ბიზნესი (SME) ქვეყნის ეკონომიკის განვითარებაში მნიშვნელოვან როლს ასრულებს. სწორედ ამ ტიპის კომპანიები უზრუნველყოფენ კონკურენტუნარიანი ბიზნეს გარემოს ჩამოყალიბებას და ამასთანავე, დასაქმების პრობლემის მოგვარებაშიც დიდი წვლილი მიუძღვით. შეზღუდული რესურსების არსებობის პირობებში, ინტერნეტია დღევანდელ მსოფლიოში ის მნიშვნელოვანი ძალა, რომელიც მცირე და საშუალო ზომის საწარმოებს ეხმარება მინიმალური დანახარჯებით განვითარებასა და ზრდაში. თუმცა უაზარმაზარი პოტენციალის მიუხედავად, ჯერ კიდევ არ იყენებს ყველა კომპანია ელექტრონული კომერციის უსაზღვრო შესაძლებლობებს.

კვლევის მიზანს წარმოადგენდა ონლაინ გაყიდვების მიმართულებით საქართველოში მომუშავე მცირე და საშუალო ბიზნესის წინაშე არსებული პრობლემებისა და გამოწვევების კვლევა და ანალიზი, რათა დადგინდეს, თუ რა ფაქტორები უშლის ხელს კომპანიებს განვითარებაში. საკვლევი საკითხები მოიცავდა საქართველოში ელექტრონული კომერციის განვითარების ტენდენციების კვლევას ბოლო წლების განმავლობაში, Covid-19-ის პანდემიის გავლენის შეფასება მცირე და საშუალო ბიზნესსა და ელექტრონულ კომერციაზე და ონლაინ გაყიდვების მიმართულებით მომუშავე მცირე და საშუალო ზომის საწარმოების პრობლემებისა და გამოწვევების გამოკვლევა.

საკვლევ კითხვებზე პასუხების გასაცემად, ჩატარდა თვისობრივი კვლევა, კერძოდ ჩაღრმავებული ინტერვიუ. მონაცემების შესაგროვებლად ნახევრად სტრუქტურირებული კითხვარი იქნა გამოყენებული. კვლევაში მონაწილეობა მიიღო საქართველოში მომუშავე თოთხმეტი მცირე და საშუალო ბიზნესის წარმომადგენლებმა, რომლებმაც ისაუბრეს მათი შეხედულებებისა და კომპანიის გამოცდილებიდან გამომდინარე. ინტერვიუ იყოფოდა სამ ნაწილად. თავდაპირველად, რესპონდენტებმა ისაუბრეს ზოგადად მათი კომპანიის შესახებ და ამ ბიზნესში საკუთარ როლზე. შემდეგ განიხილეს Covid-19-ის პანდემიის მიერ გამოწვეული პრობლემები და ახალი შესაძლებლობები მათ მცირე და

საშუალო ბიზნესში. ხოლო ინტერვიუს ბოლო ნაწილში საუბარი შეეხო ელექტრონული კომერციის როლსა და იმ გამოწვევებს, რომელთა წინაშეც დგას დღეს ქართული ბიზნესი. დასკვნები აჩვენებს, რომ მოცემული სამაგისტრო ნაშრომის ფარგლებში ჩატარებული კვლევის შედეგები საქართველოს ბაზრის არსებული სტატისტიკური მონაცემების და უკვე ჩატარებული კვლევებისგან მიღებულ შედეგებს ადასტურებს. ბოლო წლებში, უფრო და უფრო განვითარდა ციფრული ბიზნესი ქართულ კომპანიებში, ამ ყველაფერში კი Covid-19–ის პანდემიამ მნიშვნელოვნად იმოქმედა. ის კომპანიები, რომლებიც ადრე არ იყენებდნენ ელექტრონულ პლატფორმებს მომხმარებლებთან კომუნიკაციისა თუ პროდუქციის რეალიზებისთვის, იძულებულნი გახდნენ განევიტარებინათ ეს სფერო, რადგან გარკვეული პერიოდულობით ის საცალო ობიექტები, სადაც ხდებოდა მათი პროდუქციის გაყიდვა, სახელმწიფოს მიერ დაწესებული შეზღუდვების გამო იკეტებოდა. ყველა ბიზნესმა ვერ შეძლო ფეხი აეწყო ამ ცვლილებებისთვის და მათმა გაყიდვებმა და შემოსავალმა მნიშვნელოვნად იკლო, თუმცა ზოგიერთმა საწარმომ ეს სიტუაცია თავის სასარგებლოდ გამოიყენა და ბაზარზე კონკურენტული უპირატესობაც მოიპოვა სხვა კომპანიებთან შედარებით, ციფრული არხების სწორად და აქტიურად მართვისა და განვითარების საშუალებით.

კვლევის შედეგად მიღებული პასუხები მნიშვნელოვანია, რათა მოცემულ საკითხებზე მუშაობითა და არსებული პრობლემების გამოსწორებაზე ზრუნვით, შესაძლებელია ბევრად უფრო წარმატებული გახდეს საქართველოში ელექტრონული კომერცია და მცირე და საშუალო ბიზნესიც მეტად განვითარდეს და გავიდეს გლობალურ ბაზარზე მინიმალური დანახარჯებით.

*საკვანძო სიტყვები:* მცირე და საშუალო ბიზნესი, ელექტრონული კომერცია, ციფრული ბიზნესი, Covid-19, ბიზნესის გამოწვევები და შესაძლებლობები.

## Abstract

Small and medium business (SME) plays an important role in the development of the country's economy. Just like these types of companies ensure the formation of a competitive business environment and, at the same time, make a great contribution to solving the employment problem. With limited resources, the Internet is an important force in today's world that helps small and medium-sized enterprises to develop and grow with minimal costs. However, despite the enormous potential, not all companies are yet taking advantage of the endless possibilities of e-commerce.

The purpose of the research was to research and analyze the problems and challenges faced by small and medium-sized businesses working in Georgia in the direction of online sales, in order to determine what factors prevent companies from developing. The research topics included researching the development trends of e-commerce in Georgia in recent years, assessing the impact of the Covid-19 pandemic on small and medium-sized businesses and e-commerce, and examining the problems and challenges of small and medium-sized enterprises working in the direction of online sales.

In order to provide answers to the research questions, a qualitative study, namely an in-depth interview, was conducted. A semi-structured questionnaire was used to collect data. Fourteen small and medium business representatives working in Georgia took part in the study, who spoke based on their views and company experience. The interview was divided into three parts. First, respondents talked about their company in general and their role in the business. Then they discussed the problems caused by the Covid-19 pandemic and new opportunities for their small and medium businesses. And in the last part of the interview, the conversation touched on the role of e-commerce and the challenges faced by Georgian businesses today.

The conclusions show that the results of the research conducted within the framework of this master's thesis confirm the results obtained from the existing statistical data of the Georgian

market and already conducted studies. In recent years, digital business has developed more and more in Georgian companies, and the Covid-19 pandemic has had a significant impact on all of this. Those companies that previously did not use electronic platforms to communicate with customers or sell their products were forced to develop this field, as the retail facilities where their products were sold were periodically closed due to restrictions imposed by the state. Not all businesses have been able to adapt to these changes and their sales and income have decreased significantly, although some enterprises have used this situation to their advantage and gained a competitive advantage in the market over other companies by properly and actively managing and developing digital channels.

The answers obtained as a result of the research are important, so that by working on the given issues and taking care to correct the existing problems, it is possible to become much more successful in Georgia, and small and medium-sized businesses can also develop more and enter the global market with minimal costs.

Keywords: SMEs, e-commerce, digital business, Covid-19, business challenges and opportunities.