

ონლაინ ვაჭრობის განვითარება საქართველოში

ნინო ბადაშვილი

საბა ვასაძე

ლევან თარაშვილი

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

სამაგისტრო პროგრამა „ბიზნესის ადმინისტრირება, მენეჯმენტი“

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: ზურაბ ჭიაბერაშვილი

სრული პროფესორი

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, 2017

განაცხადი

„როგორც წარდგენილი სადისერტაციო 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.“

ნინო ბადაშვილი

საბა ვასაძე

ლევან თარაშვილი

26.06.2017

აბსტრაქტი

სამაგისტრო ნაშრომი წარმოდგენილია თემაზე „ონლაინ ვაჭრობის განვითარება საქართველოში“. ნაშრომში წარმოდგენილია მსოფლიოში ონლაინ ბიზნესის განვითარების ტენდენციები. უნდა აღინიშნოს, რომ მსოფლიო განვითარებული ქვეყნების ეკონომიკის ზრდა განპირობებულია არა მარტო კომპიუტერების რაოდენობის ზრდით, არამედ მათი ქსელში გაერთიანებით. ასეთი გაერთიანება კარდინალურად გარდაქმნის ეკონომიკურ, პოლიტიკურ და სოციალურ ურთიერთობებს. ყოველივე აქედან გამომდინარე, ონლაინ ვაჭრობის საქმიანობის ხარისხობრივად ახალი ტექნოლოგიებს წარმოადგენს, რომლებიც საშუალებას აძლევს კომპანიებს მიაღწიონ კონკურენტულ უპირატესობას კლიენტების მომსახურების გაუმჯობესების და პარტნიორებთან ბიზნეს ურთიერთობების ოპტიმიზაციის ხარჯზე.

ნაშრომის ძირითად ნაწილს წარმოადგენს ონლაინ ვაჭრობის განვითარებას საქართველოში. შედეგად წარმოდგენილია, ქართული ონლაინ მაღაზიების კლასიფიკაცია, ტიპები, თავისებურებები. კვლევისას გამოყენებული იქნა რაოდენობრივი მეთოდები. კერძოდ, შესწავლილი იქნა ონლაინ ბიზნესის განვითარების წინაპირობები და საქართველოში ონლაინ ვაჭრობის დღევანდელი რეალობა. გამოკითხვის მეთოდებით განისაზღვრა ონლაინ ვაჭრობის სუბიექტები და ობიექტები, სუბიექტების კმაყოფილება აღნიშნული სფეროს შემოსავლიანობით და ა.შ. აგრეთვე, ნაშრომი გამოიკვეთა ქართული ონლაინ მაღაზიების განვითარების პრობლემები. ნაშრომზე მუშაობისას გამოიკვეთა ჰიპოთეზა – მომხმარებლის ფსიქოლოგიური ბარიერის არსებობა. უნდობლობა და ტექნიკური ხარვეზი, რაც პირველმა და მეორე რაოდენობრივმა კვლევამ აჩვენა. მესამე რაოდენობრივმა კვლევამ დაგვიდასტურა ჰიპოთეზა, რომ მომხმარებელი ფსიქოლოგიური გარემოს გადალახვის შემდგომ აქტიურად ერთვება ონლაინ ვაჭრობაში და ხშირ შემთხვევაში იძენს „ლოიალური“ მომხმარებლის სტატუსს.

ძირითადი საძიებო სიტყვები: ონლაინ ბიზნესი, ონლაინ მაღაზია, ონლაინ ვაჭრობის არსებობა და განვითარების პრობლემები.