

Monthly report

DIGITAL

ECOSYSTEM DIGEST

October 2022

დეჯორმუნი კოდეციონი ამხმარებელი

თანსაცდის ინფორმაციი სარტოველი



**ბონესილი და
თანსაცდის
ინფორმაციი**

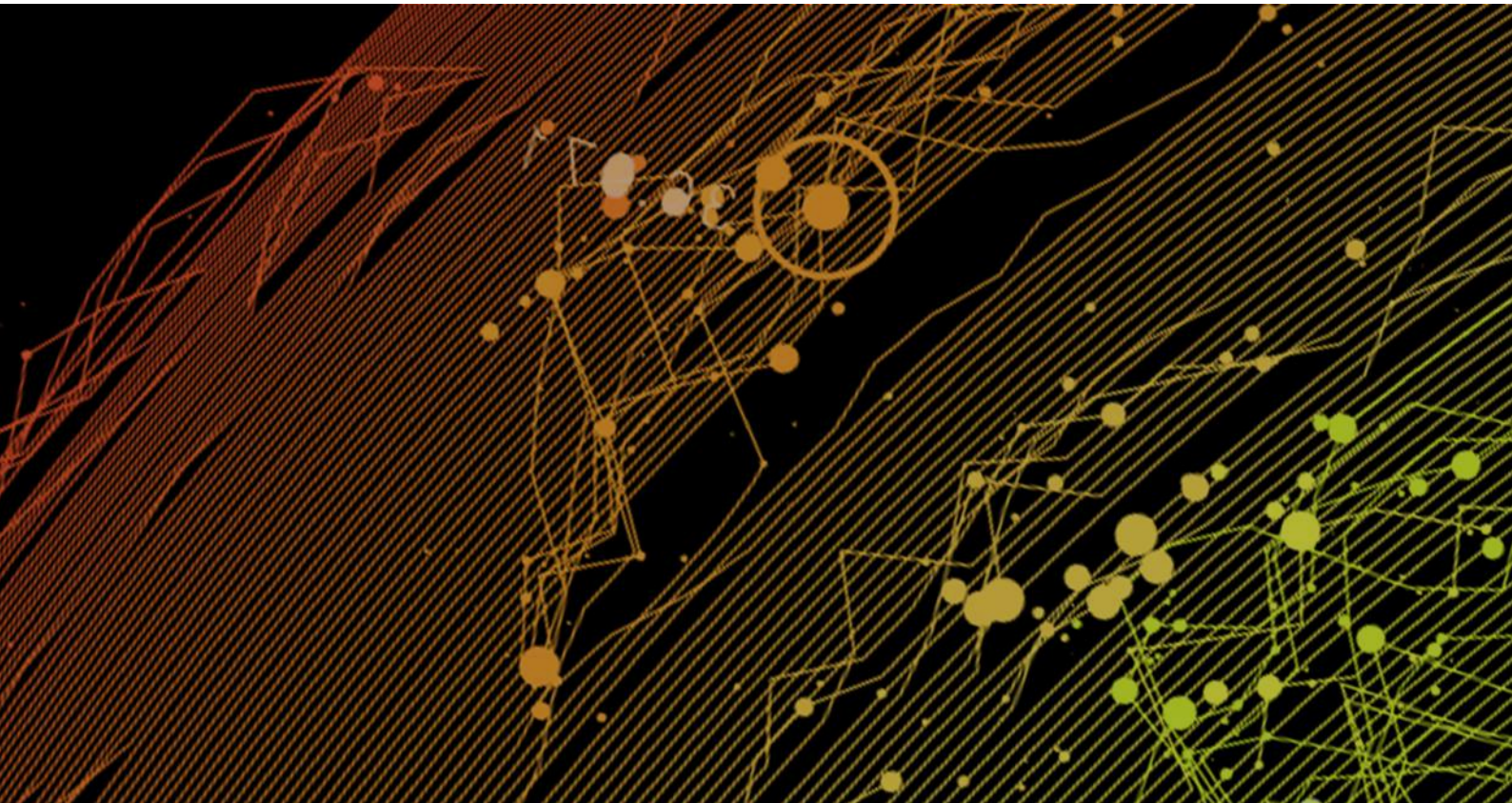
რად არის DIGITAL ECOSYSTEM DIGEST?

Digital Ecosystem Digest არის ყოველთვიური ელექტრონული კვლევითი ანგარიში, რომელიც გამოიცემა BTU-ს მეწარმეობისა და კვლევების ცენტრების ინიციატივით.

ანგარიში მიმოიხილავს მიმდინარე ტექნოლოგიურ და ინოვაციურ ტენდენციებს საქართველოს ციფრული ეკონომიკის სხვადასხვა სექტორში და ფარავს ისეთ თემებს, როგორცაა სტარტაპები ციფრულ ბიზნესში, ელექტრონული კომერცის ბაზრები, ციფრული პლატფორმები (B2B, B2C ან C2C), ფინტექ ტექნოლოგიები და ა.შ.

ანგარიშის მიზანია, როგორც არსებული ინფორმაციის კონსოლიდაცია, ასევე ახალი პრაქტიკული ცოდნის გენერირება ციფრული ეკონომიკის შესახებ.

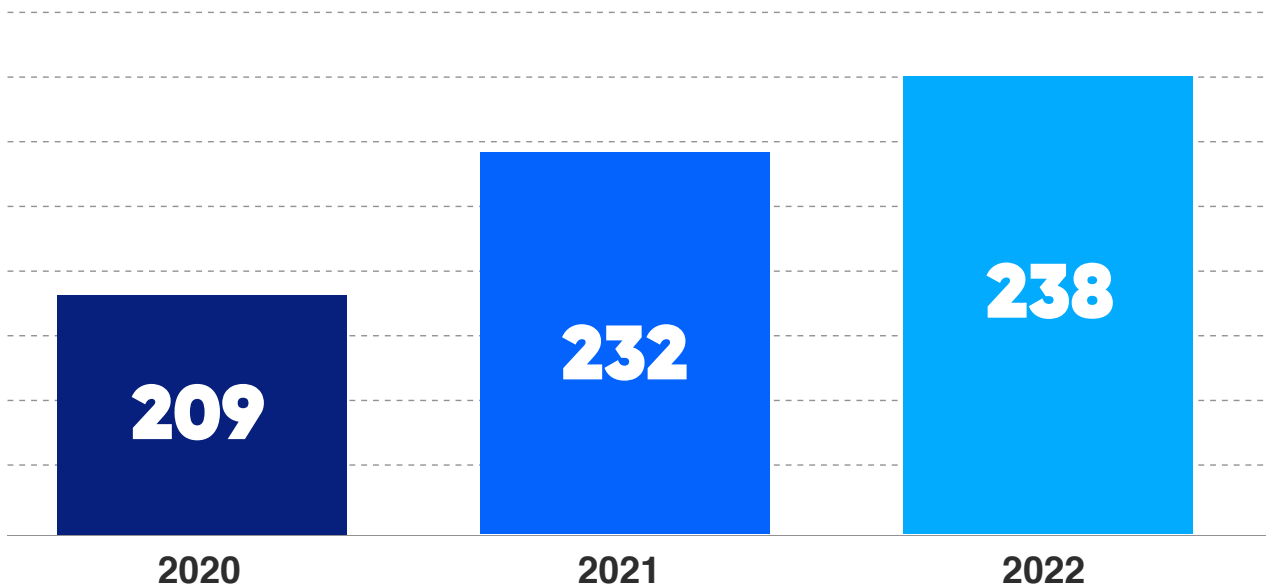
ყოველი თვის კვლევითი ანგარიშის თანაავტორები იქნებიან სხვადასხვა მკვლევარები. 2022 წლის ოქტომბრის გამოცემის ავტორები არიან BTU-ს აფილირებული აკადემიური პერსონალი - ცოტნე ჟღენტი და ვახტანგ ჩქარუელი.



ელექტრონული კომერციის მომხმარებელი ტანსაცმლის ინდუსტრიაში საქართველოში (2022 წელი)



დინამიკა წლების მიხედვით (ათასი მომხმარებელი)



საქართველოში, ელექტრონული კომერციის მომხმარებელთა* რაოდენობა ტანსაცმლის ინდუსტრიაში 2022 წელს გაიზარდა წინა წლებთან შედარებით. ბაზრის გაფართოება განპირობებულია ქალ მომხმარებელთა რაოდენობის ზრდის ხარჯზე.

*15 წლის და უფროსი ასაკის ადამიანები, რომელთაც პირადი მიზნებისთვის შეიძინეს/შეუკვეთეს ტანსაცმელი და/ან სპორტული საქონელი ინტერნეტის მეშვეობით (ბოლო 1 წლის მანძილზე).

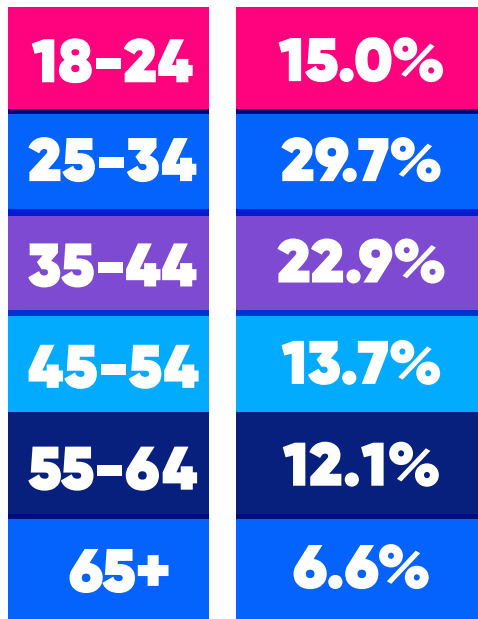
შენიშვნა: მონაცემები დამრგვალებულია.

უნიკალური ვიზიტორები თანსაცმლის აღმოჩენის ონლაინ ბაზარზე

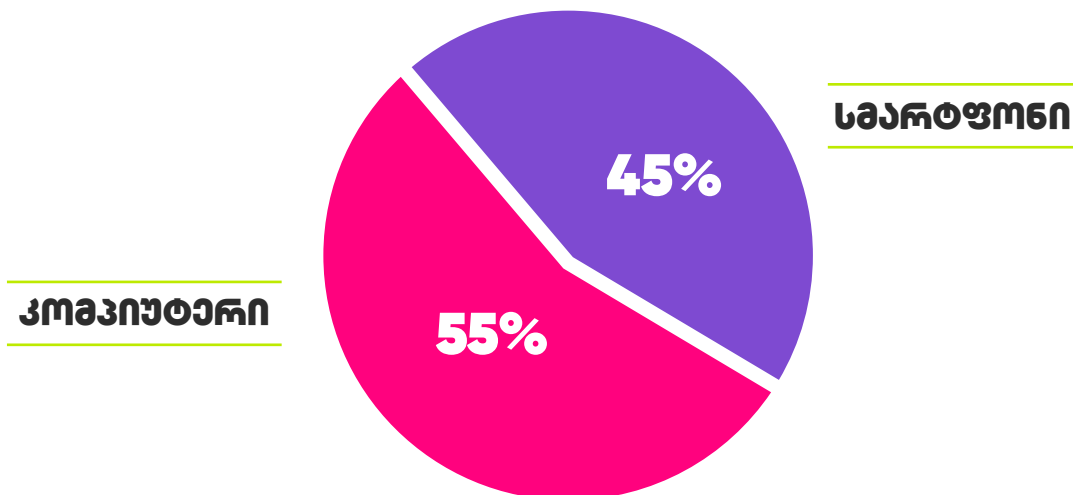
განაწილება გენდერულ ჭრილში



ასაკობრივი სტრუქტურა

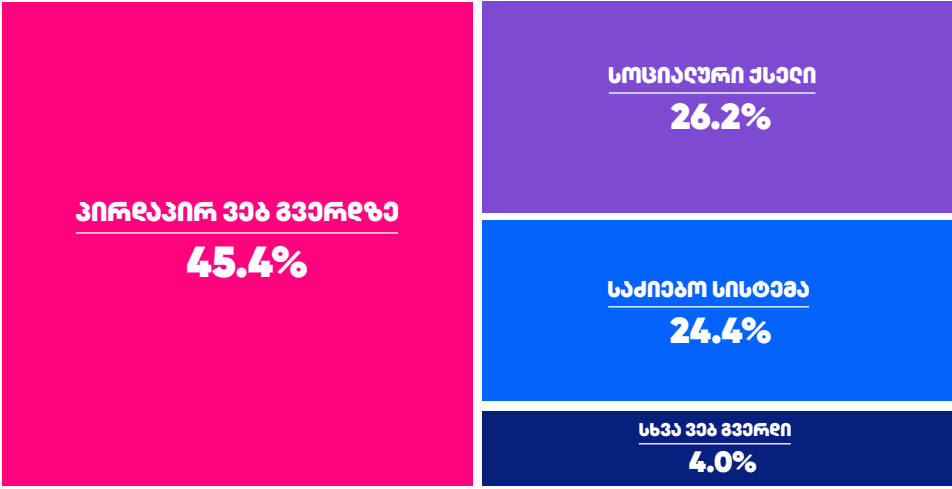


განაწილება მოწყობილობების მიხედვით



უნიკალური ვიზიტორები ტანსაცმლის ადგილობრივ ონლაინ ბაზარზე

საიდან მოდიან ვიზიტორები?

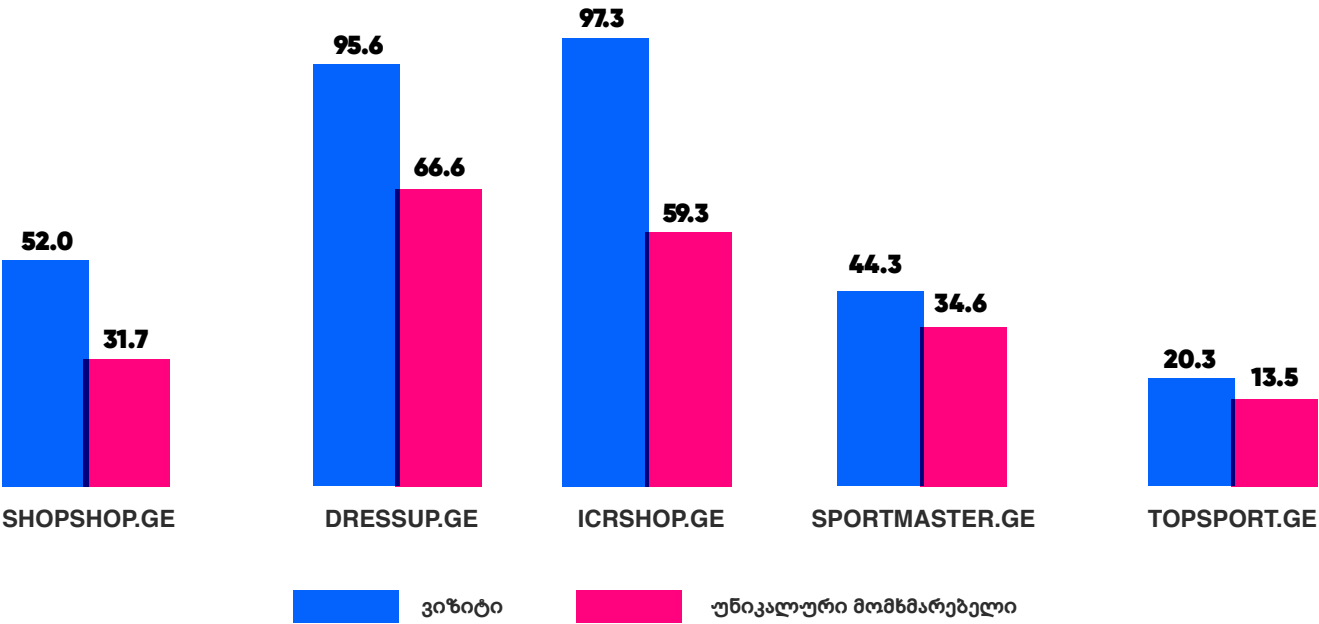


ადგილობრივი ტანსაცმლის ონლაინ მაღაზიების ვებ გვერდთა ვიზიტორების თითქმის 3/4-ს შეადგენენ ქალები, ხოლო ასაკობრივი კუთხით გამოირჩევიან ახალგაზრდა მომხმარებლები.

მიახლოებით, ყოველი მეოთხე ვიზიტორი ონლაინ მაღაზიაში შედის სოციალური ქსელების გავლით (ძირითადად Facebook).

ტანსაცმლის ბაზრის უჩრჩუდი ადგილობრივი ონლაინ მაღაზიები

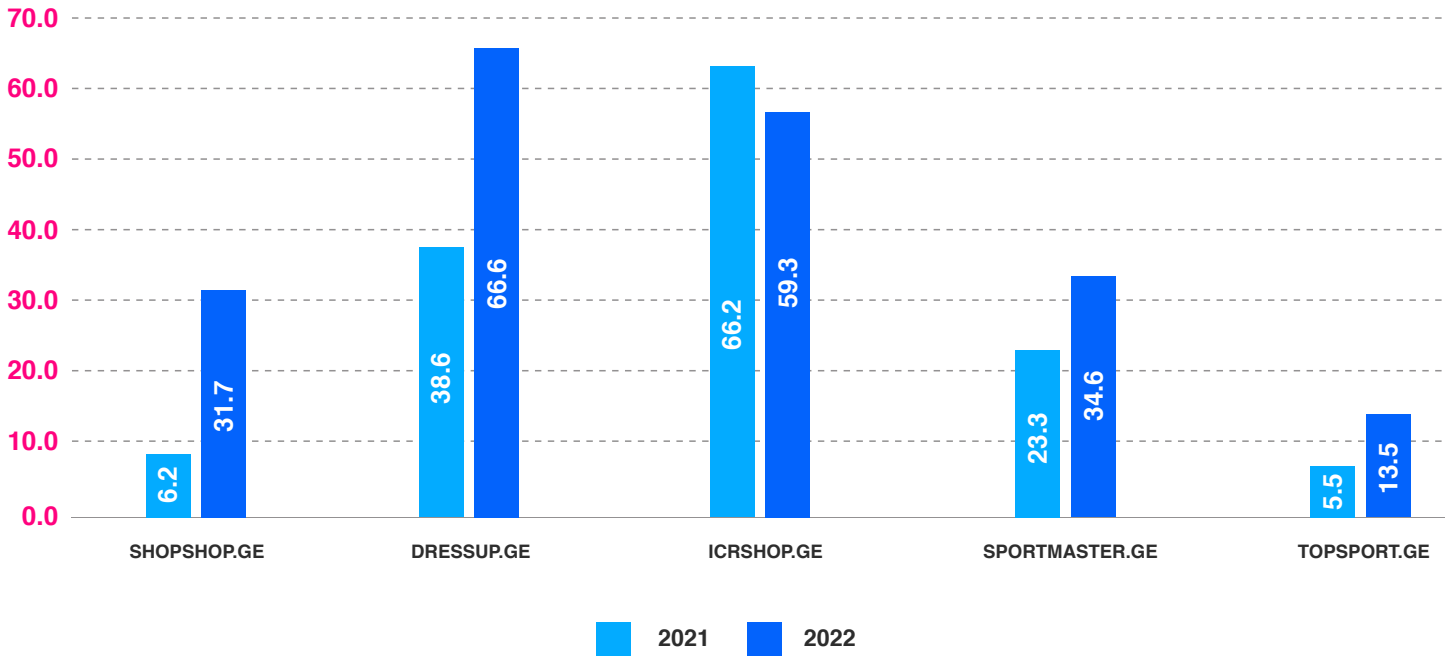
ვებგვერდზე ვიზიტები (ათასი), ივნისი-აგვისტო (2022)



მონაცემები გაანგარიშებულია ავტორების მიერ Semrush.com-ის სტატისტიკაზე დაყრდნობით. დაკვირვების პერიოდი: 2022 წლის ივნისი-აგვისტო. დაკვირვების ობიექტი: ადგილობრივი ონლაინ მაღაზიები, რომლებიც სავაჭროდ იყენებენ ვებ გვერდს, ადგილობრივ ვიზიტორთა მაღალი ტრაფიკით shopshop.ge, dressup.ge, icrshop.ge, sportmaster.ge, topsport.ge).

თანსაცმლის ბაზრის უნარჩუნდი აღმომოხრძვი ონდინ მალაზიები

ვებგვერდზე უნიკალური ვიზიტები (ათასი) ივნისი-აგვისტო (2021 vs 2022)



ვიზიტორების განაწილება გენდერულ ჭრილში

SHOPSHOP.GE

♀ 74.2% ♂ 25.8%

DRESSUP.GE

♀ 66.3% ♂ 33.7%

ICRSHOP.GE

♀ 67.4% ♂ 32.7%

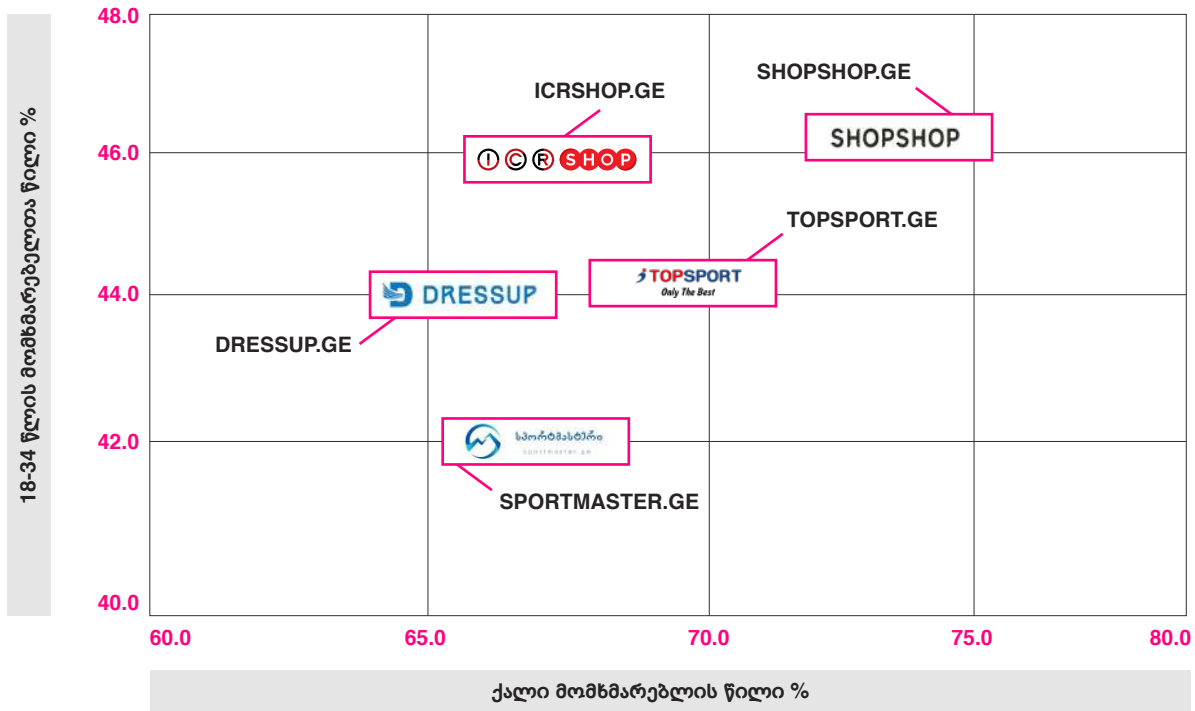
SPORTMASTER.GE

♀ 67.2% ♂ 32.8%

TOPSPORT.GE

♀ 68.8% ♂ 31.2%

თანსაცმლის ბაზრის შერჩეული აღმომხმარებელი ონლაინ მაღაზიები



ვიზიტორთა რა ნაწილი მოდის სოციალური ქსელიდან?

TOPSPORT.GE **8.9%**

SPORTMASTER.GE **2.9%**

ICRSHOP.GE **29.4%**

DRESSUP.GE **20.7%**

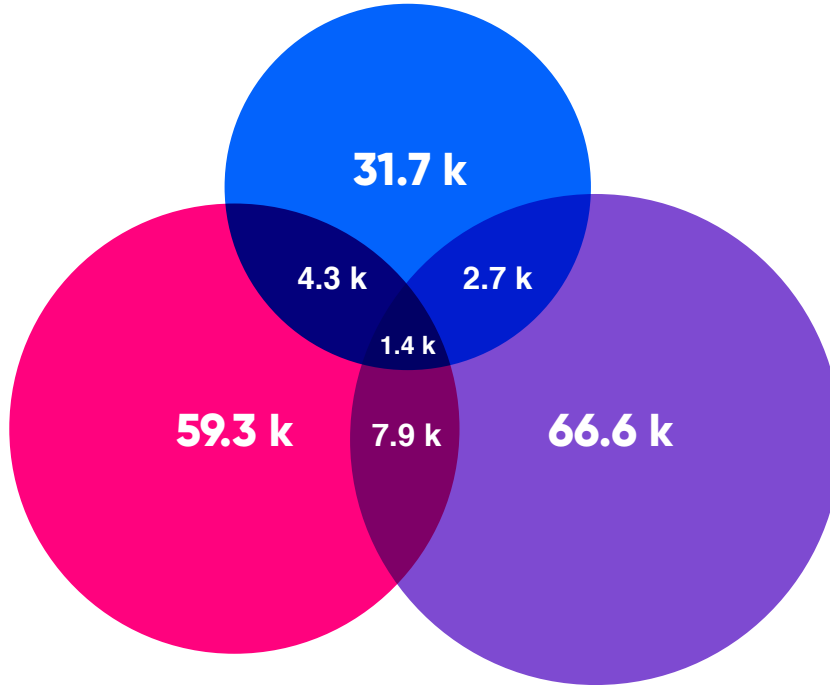
SHOPSHOP.GE **57.2%**

შერჩეულ მაღაზიებისთვის, 2022 წლის ზაფხულში წინა წელთან შედარებით უნიკალური ვიზიტორების რაოდენობა (ჯამურად) გაზრდილია 47%-ით. ვიზიტორთა ყველაზე სპეციფიკური დემოგრაფიული სეგმენტაციით გამოირჩევა shopshop.ge, სადაც ყველაზე მაღალია ახალგაზრდა და ქალი მომხმარებლის წილი. ასევე, shopshop.ge გამოირჩევა სოციალური ქსელიდან გადმოსული ვიზიტორების მაღალი წილით. სოციალური ქსელის როლი შედარებით დაბალია იმ მაღაზიებში, რომლებიც ძირითადად სპორტული ხასიათის პროდუქტს ყიდნიან.

კონკურენცია ტანსაცმლის ადგილობრივ ონლაინ ბაზარზე

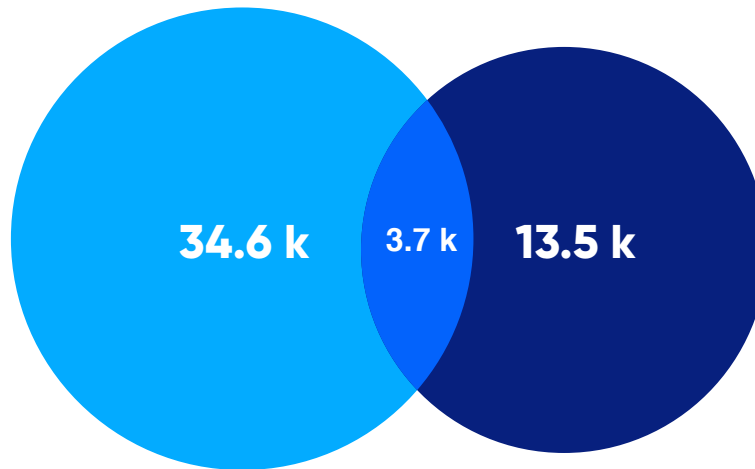
უნიკალური ვიზიტორების (ათასი) ბაზრის თანაკვეთა, ივნისი-აგვისტო (2022)

SHOPSHOP.GE VS DRESSUP.GE VS ICRSHOP.GE



ICRSHOP.GE SHOPSHOP.GE DRESSUP.GE

SPORTMASTER.GE VS TOPSPORT.GE



SPORTMASTER.GE TOPSPORT.GE

კონკურენცია ტანსაცმლის ადგილობრივ ონლაინ ბაზარზე

უნიკალური ვიზიტორების რა წილი იკვეთება ბაზრის მოთამაშეებს შორის?



პროცენტი გვაჩვენებს ვერტიკალურ სვეტში მოცემული მაღაზიის აუდიტორიის თანაკვეთის წილს თითოეულ მაღაზიასთან.

უნიკალური ვიზიტორების შესამჩნევი თანაკვეთაა სპორტული პროდუქტით მოვაჭრე მაღაზიებში. ასევე, ზომიერად მაღალია უშუალო კონკურენცია dressup.ge-ს და icrshop.ge-ს შორის, რომლებიც საკუთარი მომხმარებლის დაახლოებით 1/4-ს იყოფენ. მკვეთრად განსხვავებულია shopshop.ge-ის აუდიტორია დანარჩენი მოთამაშეებისგან და შესაბამისად, მისი მომხმარებლების შედარებით მცირე წილი სტუმრობდა სხვა ონლაინ მაღაზიებს. Semrush.com-ის ანალიტიკის მიხედვით, ბაზარზე (შერჩეული ამ ხუთი მოთამაშით) კონკურენტუნარიანობის მიღწევა მარტივია.

DIGITAL ECOSYSTEM DIGEST

BTU

ბიზნესისა და
ტექნოლოგიების
უნივერსიტეტი

