

Monthly report

DIGITAL

ECOSYSTEM DIGEST

January 2023

აღაქტრომუნდი კომარსიონს ადგიდომბრნივი

ომბხმარაბდები 2022 წადს და ბაზრის

ომცუნდომის ვრომონომბები 2023 წდისთვიის



ბიზნესისა და
ტექნოლოგიების
უნივერსიტეტი



ჩა 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, როგორიცაა სტარტაპები ციფრულ ბიზნესში, ელექტრონული კომერციის 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.

2023 წლის იანვრის გამოცემის ავტორები არიან BTU-ს აფილირებული აკადემიური პერსონალი - ცოტნე ჟღენტი და ვახტანგ ჩქარეული. იანვრის გამოცემა არის ერთგვარი განვითარება 2022 წლის სექტემბრის გამოცემის, თუმცა ამჯერად მოიცავს ელექტრონული კომერციის მომხმარებლების ანალიზს უკანასკნელი 2022 წლისთვისაც. აგრეთვე, იანვრის გამოცემაში განხილულია ელექტრონული კომერციის ბაზრის მოცულობის საპროგნოზო მაჩვენებლები 2023 წლისთვის.



ელექტრონული კომერციის მომხმარებელი

ელექტრონული კომერციის მომხმარებელთა* რაოდენობა საქართველოში (ათასი)

570K	2022	+15%
494K	2021	+5%
472K	2020	+8%
436K	2019	

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

+31% +134K მომხმარებელი 2019 - 2022 წლებში

ელექტრონული კომერცია არ შემოიფარგლა პანდემიის მოკლევადიანი ეფექტით და აგრძელებს გაფართოებას

2022 წელს, ელექტრონული კომერციის მომხმარებელთა რაოდენობა იმაზე სწრაფად გაიზარდა, ვიდრე წინა 2 პანდემიურ წელში. შესაბამისად, პირველად გადააჭარბა ნახევარ მილიონიან ნიშნულს და მიაღწია ინტერნეტმომხმარებელთა 23.8%-ს.

ყოველი მეოთხე ინტერნეტმომხმარებელი იყენებს ელექტრონულ კომერციას



ედექტრონული კომერციის მომხმარებელთა გენდერული განაწილება

მომხმარებელთა რაოდენობის ზრდა 2019-2022

♀ +45.7%

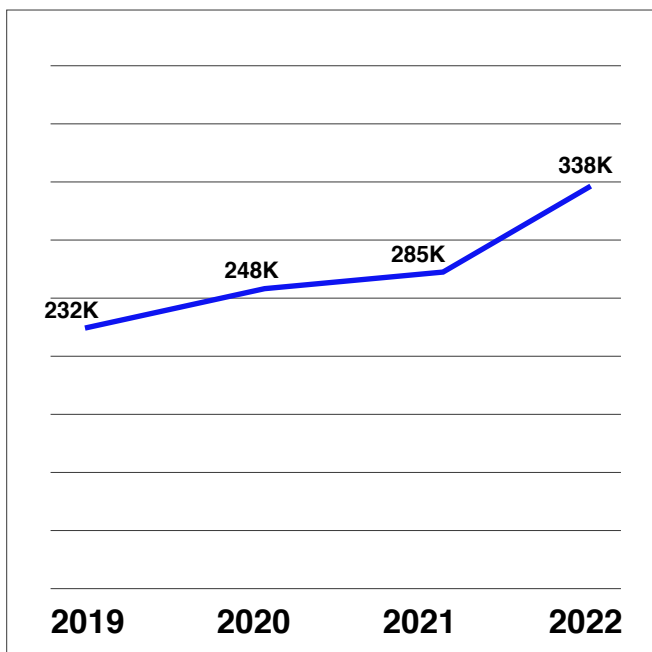
♂ +13.5%

ქალ მომხმარებელთა რაოდენობა სტაბილურად მზარდია

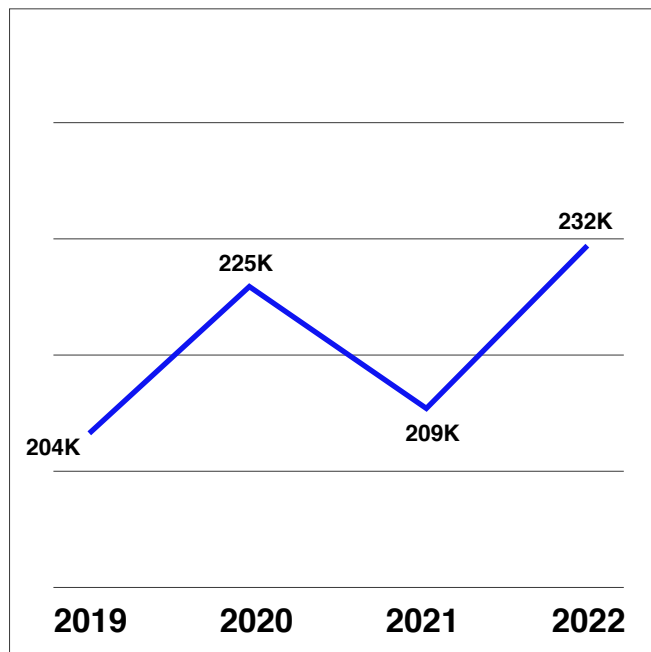
ქალ მომხმარებელთა რიცხვი 2019-2022 წლებში 45.7%-ით გაიზარდა. ანალოგიურ პერიოდში, კაც მომხმარებელთა რიცხვი მხოლოდ 13.7%-ით გაიზარდა. შესამჩნევია, კაც მომხმარებლებში მოკლევადიანი მატება პანდემიურ 2020-2021 წლებში.

მომხმარებელთა ზრდის დინამიკა 2019-2022

ქალები



კაცები



ელექტრონული კომერციის მომხმარებელთა გენდერული განაწილება

გენდერული განაწილება 2022 წელს

♀ 338K - 59.4%

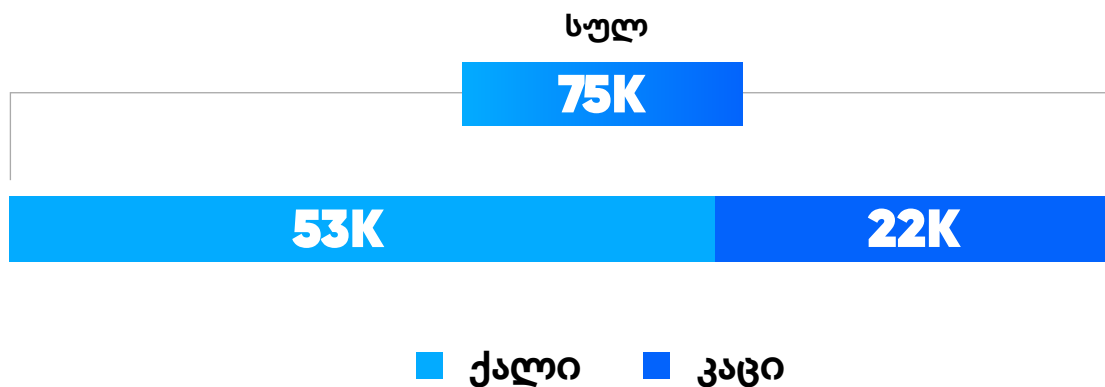
♂ 232K - 40.6%

ყოველი 10 მომხმარებელიდან 6 ქალია



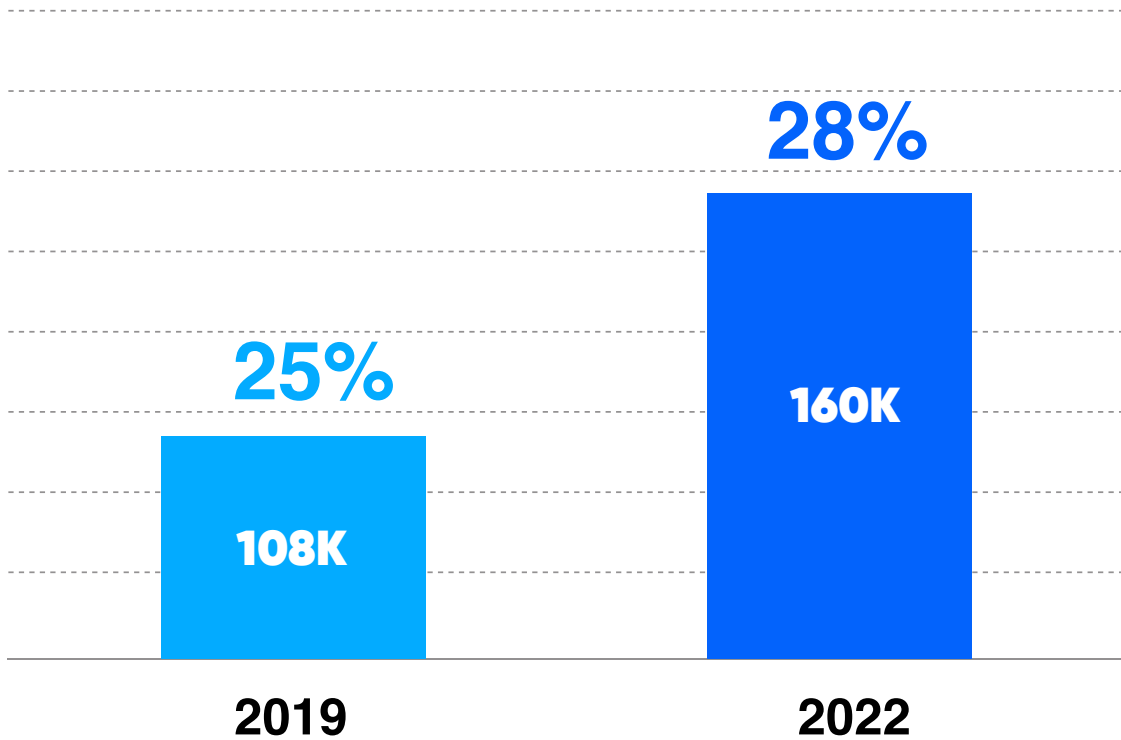
ელექტრონულ კომერციის მომხმარებელთა სტრუქტურაში ქალები მეტად არიან წარმოდგენილი და მათი რაოდენობა/წილი ასევე უფრო სწრაფად მზარდია. 2022 წელს ბაზარი გაიზარდა 75 ათასი მომხმარებლით, რომელთაგან დაახლოებით 70% ქალი იყო. უშუალოდ ქალ ინტერნეტმომხმარებელთა 22.9% იყენებს ელექტრონულ კომერციას.

ახალი მომხმარებლები 2022 წელს



ედექტრონული კომერციის აქტიური მომხმარებლები

ელექტრონული კომერციის აქტიური* მომხმარებლები 2022 წელს



* მომხმარებლები რომელთაც 3 თვეში მინიმუმ 3-ჯერ შეიძინეს/შეუკვეთეს საქონელი ან მომსახურება ინტერნეტის მეშვეობით. მონაცემები დამრგვალებულია.

უფრო მეტი ადამიანი იყენებს ელექტრონულ კომერციას და უფრო მაღალი სიხშირით

აქტიურ მომხმარებელთა რიცხვი 2019-2022 წლებში გაიზარდა და მათ შორის გაიზარდა მათი წილი მთლიან მომხმარებლებში 25%-დან 28%-მდე.

ედექტრონული კომერციის მომხმარებლები – ასაკობრივი სტრუქტურა

ასაკობრივი განაწილება 2022 წელს

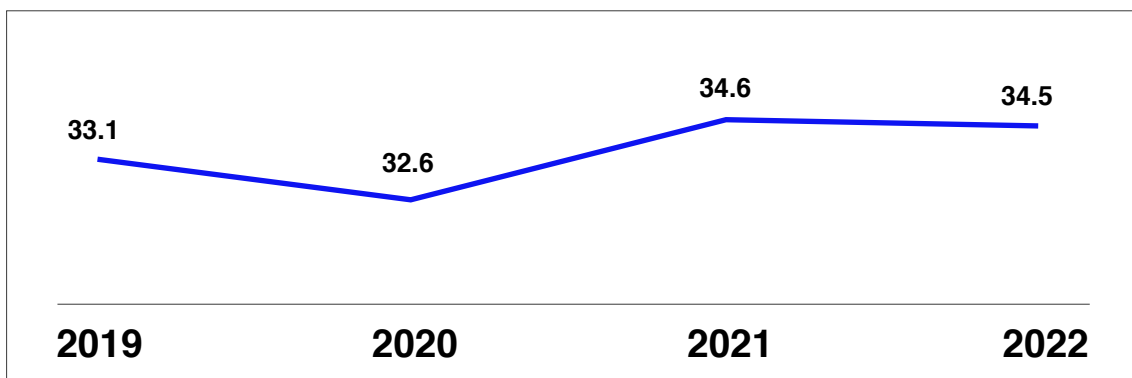
15-29	244K	42.9%
30-59	293K	51.4%
60+	33K	5.7%

მომხმარებელთა სტრუქტურა უფრო ინკლუზიური ხდება ასაკობრივი ნიშნით

2019 წელს, 15-29 ასაკის მომხმარებლები შეადგენდნენ თითქმის ბაზრის ნახევარს (48.8%). მიუხედავად ამ ასაკის მომხმარებლების რაოდენობის ზრდისა, 2022 წელს მათი წილი 42.9%-მდე შემცირებული. ეს განპირობებულია სხვა ასაკობრივ ჯგუფებში ელექტრონული კომერციის გამოყენების სიხშირის სწრაფი მატებით.

შესაბამისად, ელექტრონული კომერციის მომხმარებლის საშუალო ასაკიც ზრდის ტენდენციით გამოირჩევა.

მომხმარებლის საშუალო ასაკის დინამიკა

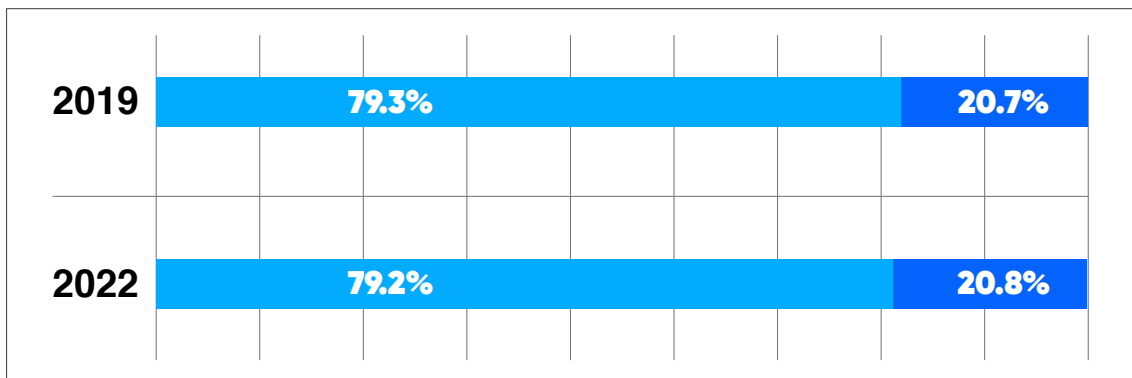


ედექრონუდი კოქარსიის მოხმარებლები - მანანდიბა ქადაქ-სოფლის მიხედვით

განაწილება ქადაქ-სოფლის მიხედვით 2022 წელს

ქადაქი	452K
სოფელი	118K

ბაზრის ნაწილი



■ ქადაქი ■ სოფელი

ბაზრის სტრუქტურა ქადაქ-სოფლის ჭრილში ნაკლებად იცვლება

მომხმარებელთა რაოდენობა სწრაფად იზრდება როგორც ქადაქში ისე სოფელში, თუმცა მათი პროპორცია უცვლელი დარჩა 2019-2022 წლებში.

ედექტრონული კომერციის მომხმარებლები - მიზნები

რა პროდუქტს ყიდულობენ ელექტრონული კომერციის მომხმარებლები?

238K



ტანსაცმელი
და სპორტული საქონელი

196K



სურსათი, მზა საკვები და
ყოველდღიური მომხმარებლის
პროდუქტები

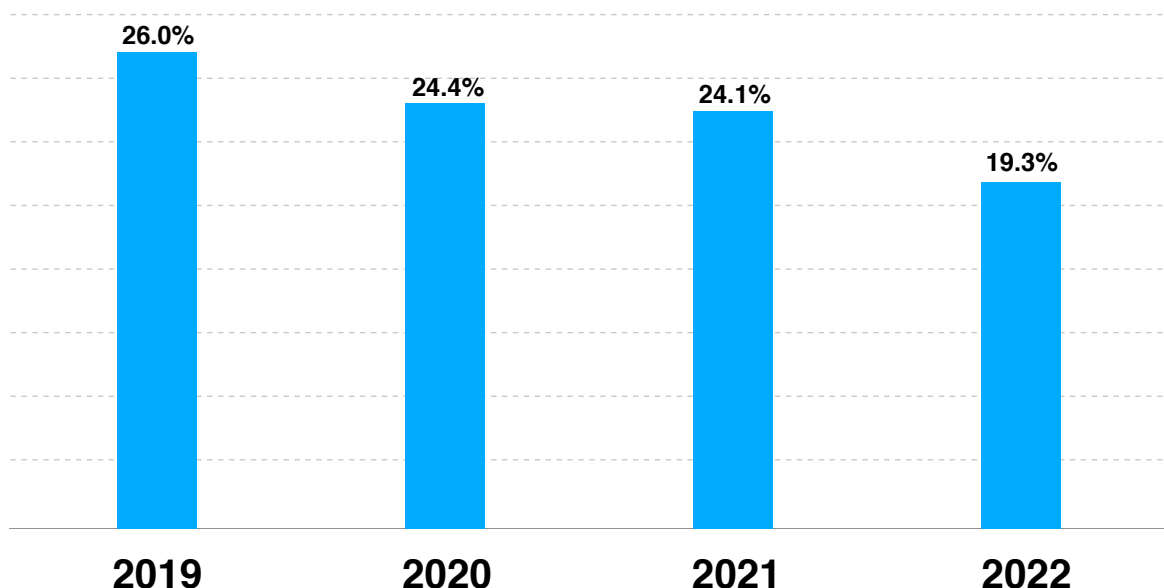
168K



საოჯახო საქონელი
(ავეჯი, სათამაშოები და ა.შ)

ყოველი მეხუთე მომხმარებელი, მხოლოდ ისევ ტანსაცმლის საყიდლად იყენებს ელექტრონულ კომერციას

მომხმარებელთა წილი, რომლებიც მხოლოდ ტანსაცმელს ყიდულობენ ელექტრონულად



ედეტრონული კომერციის ბაზრების მოცულობა 2023 წლისთვის

რა მოცულობის იქნება ელექტრონული კომერციის ბაზარი 2023 წელს საქართველოში?(მლნ. აშშ დოლარი)

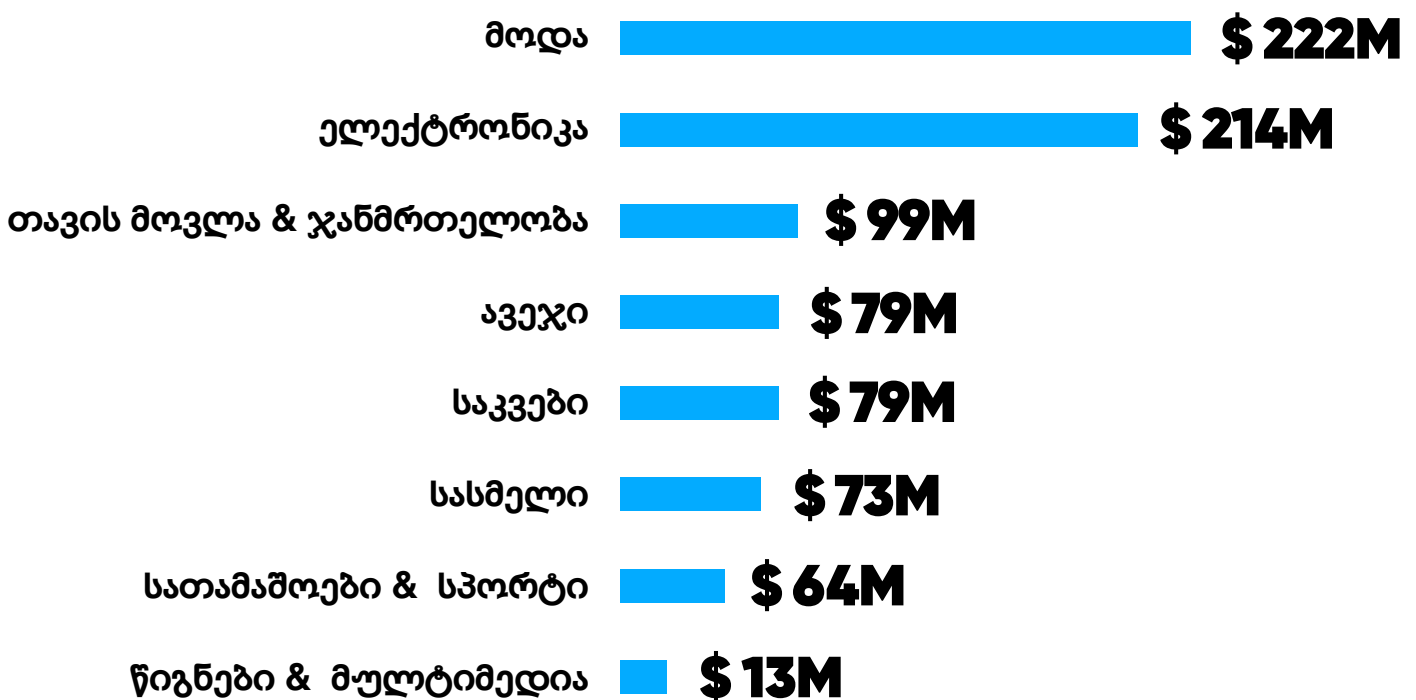
\$844 M



32.8%-იანი ზრდა 2022 წელთან შედარებით

2023 წლისთვის, ივარაუდება რომ ელექტრონული კომერცია შესამჩნევად გაფართოვდება საქართველოში და ყველაზე მსხვილი ბაზრები წარმოდგენილი იქნება მოდის და ელექტრონიკის ინდუსტრიიდან.

ცალკეული ინდუსტრიები ელექტრონული კომერციაში 2023 წელს
(მლნ. აშშ დოლარი)



DIGITAL **ECOSYSTEM DIGEST**

