



საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური
საქსტატი

0180 თბილისი, ცოტნე დადიანის ქ. №30, ტელ: (995 32) 236 72 10/209,
ფაქსი: (995 32) 236 72 13
ელ-ფოსტა: info@geostat.ge. ვებ-გვერდი: www.geostat.ge

| | |
|--|--|
| საინფორმაციო-საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების გამოყენება საწარმოებში | კითხვარი № 05.2.12.1 (წლიური) დამტკიცებულია საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის საბჭოს 19.02.2019 №4 დადგენილებით |
|--|--|

* კითხვარი ივსება ნებისმიერი ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმის საწარმოზე, განურჩევლად ეკონომიკური საქმიანობის სახისა, საკუთრების ფორმისა და საწარმოს ზომისა, არა უგვიანეს მიმდინარე წლის **8 აპრილისა**.

* „ოფიციალური სტატისტიკის შესახებ“ საქართველოს კანონის 25-ე მუხლის მე-2 პუნქტის თანახმად მეწარმე სუბიექტი ვალდებულია საქსტატის წერილობითი მოთხოვნის (მათ შორის, ელექტრონული სახით) მიღების შემთხვევაში საქსტატს, საქსტატის მიერ დადგენილი ფორმით, მატერიალური ან ელექტრონული სახით, წარუდგინოს მის ხელთ არსებული ინფორმაცია, მათ შორის, კონფიდენციალური ინფორმაცია. კანონის თანახმად სტატისტიკურ გამოკვლევაში მონაწილეობა შერჩეული რესპონდენტისთვის სავალდებულოა (25-ე მუხლის მე-3 პუნქტი). **ინფორმაციის წარმოდგენლობის შემთხვევაში დაეკისრება პასუხისმგებლობა საქართველოს ადმინისტრაციულ სამართალდარღვევათა კოდექსით დადგენილი წესით (177¹² მუხლი).**

* ინდივიდუალური მონაცემები ითვლება კონფიდენციალურად და დაცულია „ოფიციალური სტატისტიკის შესახებ“ საქართველოს კანონის 34-ე მუხლით და „პერსონალურ მონაცემთა დაცვის შესახებ საქართველოს კანონით“.

* კითხვარი შეივსება **2025** წლის შედეგების საფუძველზე.

საიდენტიფიკაციო მონაცემები

| | |
|---|--|
| ინტერვიუერის სახელი, გვარი | |
| საწარმოს (ორგანიზაციის) სრული დასახელება | |
| გადასახადის გადამხდელის საიდენტიფიკაციო | |
| სტატისტიკური რეესტრის საიდენტიფიკაციო | |
| რესპონდენტის სახელი და გვარი | |
| რესპონდენტის ტელეფონის ნომერი | |
| ძირითადი ეკონომიკური საქმიანობის სახე | |
| 2025 წლის წლიური ბრუნვა, ლარი | |
| დასაქმებულთა საშუალო წლიური რაოდენობა 2025 წელს | |

ფაქტობრივი მისამართი

| | |
|------------------------|--|
| მუნიციპალიტეტი | |
| ქალაქი, დაბა, თემი | |
| სოფელი | |
| ქუჩა და სხვა მისამართი | |

| მოდული A. ინტერნეტთან წვდომა და გამოყენება | | | |
|--|---|-----------|-----------|
| შენიშვნა: ივსება ყველა საწარმოსთვის | | | |
| A1.1 | რამდენ თანამშრომელს აქვს თქვენს საწარმოში წვდომა ინტერნეტზე ბიზნეს მიზნებისთვის? <i>მოიცავს ფიქსირებულ და მობილურ ინტერნეტს.</i> (მოიცავს ყველა იმ თანამშრომელს, რომლებსაც ინტერნეტზე წვდომა აქვთ როგორც სამუშაო ადგილიდან ასევე სახლიდან (დისტანციურად), მაგ. ბულატერი, რომელიც დისტანციურად მუშაობს და იყენებს პირად ინტერნეტს) | რაოდენობა | / _____ / |
| A1.2 | თუ ზუსტი რაოდენობა არ იცით, გთხოვთ, მიუთითოთ, დასაქმებულთა საერთო რაოდენობიდან, ბიზნეს მიზნებისთვის ინტერნეტთან წვდომის მქონე თანამშრომელთა პროცენტული მაჩვენებელი. | პროცენტი | / _____ / |

თუ კითხვა ან A1.1-ში ან A1.2-ში დაფიქსირდა პასუხი „0“, გადადით F1 კითხვაზე, სხვა შემთხვევაში გააგრძელეთ ინტერვიუ;

| ფიქსირებულ ინტერნეტთან კავშირის გამოყენება ბიზნეს მიზნებისთვის | | | |
|--|---|---|--|
| A2 | იყენებს თუ არა თქვენი საწარმო ფიქსირებულ ინტერნეტთან კავშირის რომელიმე ტიპს? (მაგ., DSL კავშირი (ADSL, SDSL, VDSL), ოპტიკურ-ბოჭკოვანი ტექნოლოგია (FTTP), საკაბელო ტექნოლოგიები და ა.შ.) | დიახ 1 <input type="checkbox"/> გააგრძელეთ ინტერვიუ | არა 2 <input type="checkbox"/> გადადით შეკითხვაზე → A5 |
| A3 | როგორია ინტერნეტთან კავშირის ხელშეკრულებით გათვალისწინებული საშუალო სიჩქარე თქვენს საწარმოში? (დასაშვებია მხოლოდ ერთი პასუხი. რამდენიმე სხვადასხვა სიჩქარის ინტერნეტის ქონის შემთხვევაში, მიუთითეთ ყველაზე სწრაფის სიჩქარე) | | |
| A3.1 | 2 Mbit/წმ -ზე ნაკლები | 1 <input type="checkbox"/> | |
| A3.2 | 2 - 10 Mbit/წმ | 2 <input type="checkbox"/> | |
| A3.3 | 10 - 30 Mbit/წმ | 3 <input type="checkbox"/> | |
| A3.4 | 30 - 100 Mbit/წმ | 4 <input type="checkbox"/> | |
| A3.5 | 100 - 500 Mbit/წმ | 5 <input type="checkbox"/> | |
| A3.6 | 500 Mbit/წმ - 1 Gbit/წმ | 6 <input type="checkbox"/> | |
| A3.7 | არა ნაკლებ 1 Gbit/წმ | 7 <input type="checkbox"/> | |
| A4 | არის თუ არა ინტერნეტთან კავშირის სიჩქარე ჩვეულებრივ საკმარისი საწარმოს რეალური საჭიროებისთვის? | დიახ 1 <input type="checkbox"/> | არა 2 <input type="checkbox"/> |

| ინტერნეტთან მობილური კავშირის გამოყენება ბიზნეს მიზნებისთვის |
|---|
| ინტერნეტთან მობილური კავშირი ნიშნავს ბიზნეს მიზნებისთვის პორტატული საშუალებებით ინტერნეტთან დაკავშირებას, მობილური სატელეფონო ქსელის მეშვეობით. საწარმოები უზრუნველყოფენ თანამშრომლებს პორტატული მოწყობილობებით და ანაზღაურებენ ინტერნეტის სააბონენტო და გამოყენების ხარჯებს სრულად ან მინიმუმ გარკვეული ლიმიტით. |

| | | | |
|------|---|--|---|
| A5 | <p>უზრუნველყოფს თუ არა თქვენი საწარმო თანამშრომლებს პორტატული მოწყობილობებით, რომლებიც ინტერნეტთან მობილური კავშირის საშუალებას იძლევა მობილური სატელეფონო ქსელების გამოყენებით, საწარმოს მიზნებისთვის?</p> <p>(აქ იგულისხმება პორტატული კომპიუტერი ან სხვა მსგავსი მოწყობილობა - კერძოდ სმარტფონი) შენიშვნა: იგულისხმეთ ინტერნეტი მობილური ტელეფონის ქსელის (3G, 4G და ა.შ.) საშუალებით და აღნიშნეთ „არა“ იმ შემთხვევაში, თუ პორტატული მოწყობილობა უკავშირდება ინტერნეტს მხოლოდ ისეთი უსადენო ქსელით, როგორცაა, მაგ: Wi-Fi, უსადენო მოდემი და მისთ.</p> | <p>დიახ</p> <p>1 <input type="checkbox"/></p> <p>გააგრძელეთ ინტერვიუ</p> | <p>არა</p> <p>2 <input type="checkbox"/></p> <p>გადადით შკეითხვაზე → A7</p> |
| A6 | <p>რამდენი თანამშრომელი იყენებს საწარმოს მიერ უზრუნველყოფილ პორტატულ მოწყობილობებს, რომლებიც ინტერნეტთან მობილური კავშირის საშუალებას იძლევა მობილური სატელეფონო ქსელების გამოყენებით, საწარმოს მიზნებისთვის?</p> <p>(აქ იგულისხმება პორტატული კომპიუტერი ან სხვა მსგავსი მოწყობილობა - კერძოდ სმარტფონი)</p> | რაოდენობა | /____/ |
| A6.1 | <p>თუ ზუსტი რაოდენობა არ იცით, გთხოვთ, მიუთითოთ, დასაქმებულთა საერთო რაოდენობიდან ინტერნეტთან, საწარმოს კუთვნილი პორტატული მოწყობილობით, კავშირის მქონე თანამშრომელთა პროცენტული მაჩვენებელი.</p> | პროცენტი | /____/ |

| ვებ საიტის/ვებ გვერდის გამოყენება | | | |
|-----------------------------------|---|--|---|
| A7 | <p>თქვენს საწარმოს აქვს ვებ საიტი/ვებ გვერდი?</p> | <p>დიახ</p> <p>1 <input type="checkbox"/></p> <p>გააგრძელეთ ინტერვიუ</p> | <p>არა</p> <p>2 <input type="checkbox"/></p> <p>გადადით შკეითხვაზე → A9</p> |
| A8 | <p>აქვს ვებ საიტი/ვებ გვერდი ქვემოთ ჩამოთვლილთაგან რომელიმე?</p> | | |
| | | დიახ | არა |
| A8.1 | <p>საქონლის/მომსახურების აღწერა ან ინფორმაცია ფასებზე</p> | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> |
| A8.2 | <p>ონლაინ შეკვეთების ან ჯავშნის მიღების ფუნქცია (მაგ. საყიდლების კალათა)</p> | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> |
| A8.3 | <p>მომხმარებლებისათვის (გვერდის ვიზიტორებისათვის) საქონლის ან მომსახურების მორგების ან დიზაინის ცვლილების შესაძლებლობა ონლაინ</p> | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> |
| A8.4 | <p>განთავსებულ შეკვეთებზე თვალის დევნების ან სტატუსის მონიტორინგის შესაძლებლობა</p> | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> |
| A8.5 | <p>ვებ საიტზე პერსონალიზებული სარჩევი მუდმივი ან ხშირი ვიზიტორებისათვის</p> | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> |
| A8.6 | <p>მომხმარებელთა მხარდაჭერისთვის ჩატის სერვისი (ჩატბოტი, ვირტუალური აგენტი ან პირი, რომელიც პასუხობს მომხმარებლებს)</p> | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> |
| A8.7 | <p>გამოცხადებული ვაკანსიები</p> | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> |
| A8.8 | <p>ვებ გვერდი/ვებ საიტი ხელმისაწვდომია მინიმუმ ორ ენაზე</p> | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> |

| სოციალური მედიის გამოყენება | | | |
|--|---|------------|-----------|
| სოციალური მედიის გამოყენებელი საწარმო არის ისეთი საწარმო, რომელსაც გააჩნია ამა თუ იმ სახეობის სოციალური მედიის მოთხოვნებთან შესაბამისობაში მყოფი პროფილი, ანგარიში ან მომხმარებლის ლიცენზია. | | | |
| A9 | იყენებს თუ არა თქვენი საწარმო რომელიმე სოციალურ მედიას? (ე.ი. აქვს მომხმარებლის პროფილი ან ანგარიში) (მაგ., Facebook, LinkedIn, X (Twitter), Instagram, YouTube, Snapchat, Pinterest და ა.შ.) | დიახ 1□ | არა 2□ |

| მოდული B. ელექტრონული კომერცია | | | |
|---|--|------|-----|
| შენიშვნა: ივსება მხოლოდ ინტერნეტზე წვდომის მქონე საწარმოებისთვის (A1.1 ან A1.2>0) | | | |
| <p>ელექტრონული კომერციისას საქონლის/მომსახურების გაყიდვისთვის შეკვეთების მიღება ხდება სპეციალურად შეკვეთების მისაღებად შექმნილი ვებ საიტების, აპლიკაციების ან EDI ტიპის შეტყობინებების საშუალებით.</p> <p>გადახდა შეიძლება განხორციელდეს ონლაინ ან ოფლაინ რეჟიმში.</p> <p>შენიშვნა: ელექტრონული კომერცია არ მოიცავს სატელეფონო ზარებით ან ელექტრონული ფოსტით მიღებულ შეკვეთებს.</p> <p>გთხოვთ აღნიშნოთ ვებ და EDI ტიპის გაყიდვები ცალ-ცალკე. ისინი ერთმანეთისგან განსხვავდებიან შეკვეთის განთავსების მეთოდით:</p> <p>ვებ გაყიდვები: მომხმარებელი ათავსებს შეკვეთას ვებ საიტზე ან აპლიკაციის მეშვეობით;</p> <p>EDI ტიპის გაყიდვები: EDI ტიპის შეკვეთის შეტყობინება იქმნება მომხმარებლის ბიზნეს სისტემიდან.</p> <p>EDI ტიპის გაყიდვები არის EDI-ტიპის შეტყობინებებით (EDI ნიშნავს Electronic Data Interchange) განხორციელებული გაყიდვები, რაც გულისხმობს ბიზნეს ინფორმაციის ელექტრონულ გაცვლას სტანდარტიზებული ფორმატის გამოყენებით. ამ მეთოდს ყველაზე ხშირად იყენებენ ბიზნეს პარტნიორები. ამ პროცესში ერთი საწარმო (მომხმარებელი) უკავშირდება მეორე საწარმოს (მიმწოდებელს) ელექტრონულად სპეციალური პროგრამული უზრუნველყოფის საშუალებით და ათავსებს სასურველ შეკვეთას. EDI-ს მაგალითებია: GS1/EANCOM, GS1/XML, EDIFACT, XML/EDI და ა. შ.</p> | | | |
| საქონლის ან მომსახურების ვებ გაყიდვები | | | |
| <p>ვებ გაყიდვები მოიცავს თქვენი კლიენტების მიერ განთავსებულ შეკვეთებსა და ჯავშნებს შემდეგი საშუალებების მეშვეობით:</p> <ul style="list-style-type: none"> • თქვენი საწარმოს ვებ საიტები ან აპლიკაციები: <ul style="list-style-type: none"> ○ ინტერნეტ მაღაზია (ვებ-მაღაზია); ○ ვებ ფორმები; ○ ექსტრანეტი (ვებ-მაღაზია ან ვებ-ფორმები); ○ აპლიკაციები სერვისების დასაჯავშნად; ○ აპლიკაციები მობილური მოწყობილობებისთვის ან კომპიუტერებისთვის; • ელექტრონული კომერციის ბაზრის ვებ საიტები ან აპლიკაციები (გამოიყენება რამდენიმე საწარმოს მიერ საქონლის ან მომსახურების სავაჭროდ). | | | |
| B1 | 2025 წლის განმავლობაში, ჰქონდა თუ არა თქვენს საწარმოს საქონლის/მომსახურების ვებ გაყიდვები: | დიახ | არა |
| B1.1 | თქვენი საწარმოს ვებ საიტით ან აპლიკაციით? (ექსტრანეტის ჩათვლით) | 1□ | 2□ |

| | | | |
|---|---|------|------------|
| B1.2 | ელექტრონული კომერციის ბაზრის ვებ საიტებით ან აპლიკაციებით, რომლებსაც რამდენიმე სხვადასხვა საწარმო იყენებს საქონლის ან მომსახურების გაყიდვის მიზნით? | 1□ | 2□ |
| თუ B1.1 და B1.2 = „არა“, გადადით B9-ზე | | | |
| B2 | რა მოცულობის იყო თქვენი ვებ-გაყიდვები? (იხილეთ ვებ-გაყიდვების მითითებული განმარტება) (უპასუხეთ B2.1 ან B2.2) | | |
| B2.1 | რა მოცულობის იყო თქვენი საქონლისა და მომსახურების ვებ-გაყიდვები (დღგ-ის გარეშე), 2025 წელს? | ლარი | /____/ |
| B2.2 | თუ ზუსტი მოცულობა არ იცით, მაშინ: მთლიანი ბრუნვის რამდენი პროცენტია ვებ-გაყიდვებით მიღებული ბრუნვა, 2025 წელს? თუ ზუსტი პროცენტული მაჩვენებლების მითითება არ შეგიძლიათ, საკმარისი იქნება მიახლოებული პროცენტი. | % | /____/ |
| B3 კითხვაზე პასუხი უნდა გაეცეს მხოლოდ იმ შემთხვევაში, თუ B1.1 და B1.2 = "დიახ" | | | |
| B3 | როგორია 2025 წლის განმავლობაში ვებ საიტის მეშვეობით მიღებული ბრუნვის (დღგ-ის გარეშე) სტრუქტურა (პროცენტებში) ქვემოთ მოცემული ტიპების მიხედვით? (იგულისხმება თქვენ მიერ B2 კითხვაში ვებ-გაყიდვების მითითებული მოცულობა) თუ ზუსტი პროცენტული მაჩვენებლების მითითება არ შეგიძლიათ, საკმარისი იქნება მიახლოებული პროცენტი. | | |
| B3.1 | თქვენი საწარმოს ვებ საიტით ან აპლიკაციებით (ექსტრანეტის ჩათვლით) | % | /____/ |
| B3.2 | ელექტრონული კომერციის ბაზრის ვებსაიტებით ან აპლიკაციებით, რომლებსაც რამდენიმე სხვადასხვა საწარმო იყენებს საქონლის ან მომსახურების გაყიდვის მიზნით? | % | /____/ |
| B3.3 | სულ | % | 100 |
| B4 | რამდენი იყო ვებ-გაყიდვების ღირებულების პროცენტული განაწილება 2025 წელს, მომხმარებლის ტიპის მიხედვით: (იგულისხმება თქვენ მიერ B2 კითხვაში ვებ-გაყიდვების მითითებული მოცულობა) თუ ზუსტი პროცენტული მაჩვენებლების მითითება არ შეგიძლიათ, საკმარისი იქნება მიახლოებული პროცენტი | | |
| B4.1 | გაყიდვები კერძო მომხმარებლებზე (B2C) | | /____/ |
| B4.2 | გაყიდვები სხვა საწარმოებსა (B2B) და საჯარო სექტორზე (B2G) | | /____/ |
| B4.4 | სულ | | 100 |
| B5 | როგორი იყო ვებ-გაყიდვების ღირებულების პროცენტული განაწილება 2025 წელს, პროდუქტის ტიპის მიხედვით: (იგულისხმება თქვენ მიერ B2 კითხვაში ვებ-გაყიდვების მითითებული მოცულობა) | | |
| B5.1 | ფიზიკური საქონელი | | /____/ |
| B5.2 | ციფრული საქონელი ან მომსახურება (ციფრულად მიწოდებული) (მაგ. პროგრამული უზრუნველყოფა ან სხვა ციფრული კონტენტი ჩამოსატვირთი ფაილების ან სტრიმინგ-სერვისების სახით (მაგ. პროგრამული უზრუნველყოფის ლიცენზიები, ელექტრონული წიგნები, ელექტრონული გაზეთები, აპლიკაციები, ონლაინ კურსები/ვებინარები)) | | /____/ |
| B5.3 | მომსახურება, რომელიც არ არის ციფრულად მიწოდებული (მაგ. განთავსება/სასტუმრო მომსახურება, მგზავრობა, ტექნიკური მომსახურება ან სარემონტო სამუშაოები) | | /____/ |
| B5.4 | სულ | | 100 |

| | | | |
|--|---|-------------|------------|
| B6 | 2025 წლის განმავლობაში ჰქონდა თუ არა თქვენს საწარმოს ვებ გაყიდვები მომხმარებლებზე შემდეგი ქვეყნებიდან? | | |
| | | დიახ | არა |
| B6.1 | საქართველოდან | 1□ | 2□ |
| B6.2 | ევროკავშირის ქვეყნებიდან | 1□ | 2□ |
| B6.3 | დსთ-ის ქვეყნებიდან | 1□ | 2□ |
| B6.4 | აშშ-დან | 1□ | 2□ |
| B6.5 | სხვა ქვეყნებიდან | 1□ | 2□ |
| შემდეგ კითხვას (B7) უნდა გაეცეს პასუხი მხოლოდ იმ შემთხვევაში, თუ B6 კითხვაზე ზემოთ მოცემული შესაძლო პასუხებიდან მინიმუმ ორი პასუხი არის „დიახ“, წინააღმდეგ შემთხვევაში შეამოწმეთ შემდეგი ფილტრი ინსტრუქცია B8 კითხვის წინ | | | |

| | | | |
|---|---|-----------|--|
| B7 | როგორი იყო ვებ გაყიდვების ღირებულების პროცენტული გადანაწილება მომხმარებლებისთვის შემდეგი ქვეყნებიდან, 2025 წელს? (იგულისხმება თქვენ მიერ B2 კითხვაში ვებ-გაყიდვების მითითებული მოცულობა) თუ ზუსტი პროცენტული მაჩვენებლების მითითება არ შეგიძლიათ, საკმარისი იქნება მიახლოებული პროცენტი | | |
| B7.1 | საქართველოდან | / _____ / | |
| B7.2 | ევროკავშირის ქვეყნებიდან | / _____ / | |
| B7.3 | დსთ-ის ქვეყნებიდან | / _____ / | |
| B7.4 | აშშ-დან | / _____ / | |
| B7.5 | სხვა ქვეყნებიდან | / _____ / | |
| შემდეგ კითხვაზე (B8) უნდა გაეცეს პასუხი მხოლოდ იმ შემთხვევაში, თუ B6.2 = "დიახ" , წინააღმდეგ შემთხვევაში გადაადით B9-ზე. | | | |

| | | | |
|-------------|---|-------------|------------|
| B8 | რაც შეეხება ვებ გაყიდვებს ევროკავშირის ქვეყნებში: 2025 წლის განმავლობაში განიცდიდა თუ არა თქვენი საწარმო რომელიმე ქვემოთ ჩამოთვლილ სირთულეებს? | | |
| | | დიახ | არა |
| B8.1 | პროდუქციის ევროკავშირის ქვეყანაში გაგზავნის ან დაბრუნების მაღალი ხარჯები | 1□ | 2□ |
| B8.2 | ევროკავშირის ქვეყნებში გაყიდვისას მიღებული საჩივრებისა და დავების მოგვარებასთან დაკავშირებული სირთულეები | 1□ | 2□ |
| B8.3 | პროდუქტის ეტიკეტირების ადაპტირება ევროკავშირის ქვეყნებში გაყიდვებისთვის | 1□ | 2□ |
| B8.4 | უცხო ენის არცოდნა ევროკავშირის შესაბამისი ქვეყნ(ებ)ის მომხმარებლებთან საკომუნიკაციოდ | 1□ | 2□ |

| | | | |
|-------------|---|----|----|
| B8.5 | გაყიდვის შეზღუდვები თქვენი ბიზნეს პარტნიორ(ებ)ის მხრიდან ევროკავშირის ზოგიერთ ქვეყანაში | 1□ | 2□ |
| B8.6 | ევროკავშირის ქვეყნებში დღგ-ის სისტემასთან დაკავშირებული სირთულეები (მაგალითად, გაურკვეველობა დღგ-ის რეჟიმთან დაკავშირებით სხვადასხვა ქვეყანაში) | 1□ | 2□ |

| EDI-ტიპის გაყიდვები | | | |
|---|--|-------------------|-------------------------------------|
| შენიშვნა: ივსება მხოლოდ ინტერნეტზე წვდომის მქონე საწარმოებისთვის (A1.1 ან A1.2>0) | | | |
| <p>EDI-ტიპის გაყიდვები მოიცავს შეკვეთებს, განთავსებულს თქვენი მომხმარებლების მიერ EDI-ტიპის შეტყობინებების საშუალებით (EDI: მონაცემთა ელექტრონული გაცვლა), რაც გულისხმობს:</p> <ul style="list-style-type: none"> • შეკვეთა არის შეთანხმებულ ან სტანდარტულ ფორმატში, რომელიც განკუთვნილია ავტომატური დამუშავებისთვის; • EDI ტიპის შეკვეთის შეტყობინება იქმნება მომხმარებლის ბიზნეს სისტემიდან; • EDI მომსახურების პროვაიდერის მეშვეობით გადაცემულ შეკვეთებს; • სისტემის მიერ ავტომატურად გენერირებულ, მოთხოვნაზე დაფუძნებულ შეკვეთებს; • უშუალოდ თქვენს ERP სისტემაში მიღებულ შეკვეთებს. <p>EDI-ის მაგალითები: GS1/EANCOM, GS1/XML, GS1/UN/CEFACT XML, EDIFACT, XML/EDI (მაგ. UBL, Rosettanet), ინდივიდუალური მიმოწერით განხორციელებულის გარეშე.</p> | | | |
| | | დიახ | არა |
| B9 | 2025 წლის განმავლობაში მიიღო თუ არა თქვენმა საწარმომ EDI-შეტყობინებების მეშვეობით შეკვეთები? | 1□ | 2□ <i>გადადით შეკითხვაზე →C1</i> |
| B10 | რა მოცულობის იყო თქვენი საწარმოს EDI ტიპის გაყიდვებიდან მიღებული ბრუნვა? (გთხოვთ გაეცნოთ EDI ტიპის გაყიდვების ზემოთ მოცემულ განსაზღვრებას) გთხოვთ უპასუხოთ B10.1 ან B10.2 კითხვას | | |
| B10.1 | 2025 წლის განმავლობაში საწარმოში EDI-შეტყობინებების მეშვეობით მიღებული ბრუნვის მოცულობა (დღგ-ის გარეშე) | ლარი | /____/ |
| B10.2 | თუ ზუსტი მოცულობა არ იცით, მაშინ: მთლიანი ბრუნვის რამდენი პროცენტია EDI-შეტყობინებების მეშვეობით მიღებული ბრუნვის მოცულობა, 2025 წელს? თუ ზუსტი პროცენტული მაჩვენებლების მითითება არ შეგიძლიათ, საკმარისი იქნება მიახლოებული პროცენტი | % | /____/ |
| მოდული C. ინფორმაციის გაცვლა ელექტრონული სახით საწარმოს შიგნით | | | |
| შენიშვნა: ივსება მხოლოდ ინტერნეტზე წვდომის მქონე საწარმოებისთვის (A1.1 ან A1.2>0) | | | |
| <p>ERP (საწარმოს რესურსების დაგეგმვა) - ეს არის პროგრამული უზრუნველყოფა (პროგრამული პაკეტი), რომელიც უზრუნველყოფს საწარმოს რესურსების მართვას სხვადასხვა ფუნქციონალურ სფეროებს (ფინანსები, ბუღალტრული აღრიცხვა, დაგეგმვა, წარმოება, მარკეტინგი და ა.შ.) შორის, ინფორმაციის გაცვლის საფუძველზე.</p> <p>ERP პროგრამული უზრუნველყოფა შეიძლება იყოს მზა პროგრამული უზრუნველყოფა (მაგ.: SAP, ORACLE, Microsoft Dynamics AX, Microsoft Dynamics NAV, JD Edwards), მორგებული საწარმოს საჭიროებებზე ან დამოუკიდებლად შექმნილი პროგრამული უზრუნველყოფა.</p> | | | |
| C1 | იყენებს თქვენი საწარმო ERP პროგრამულ უზრუნველყოფას? | დიახ 1□ | არა 2□ |
| CRM (მომხმარებელთან ურთიერთობის მენეჯმენტი) პროგრამული უზრუნველყოფა არის პროგრამული პაკეტი, რომელიც უზრუნველყოფს მომხმარებლების შესახებ ინფორმაციის მართვას. | | | |

| | | | |
|---|---|-------------------|------------------|
| C2 | იყენებს თქვენი საწარმო CRM პროგრამულ უზრუნველყოფას? | დიახ 1□ | არა 2□ |
| <p>ბიზნეს ანალიტიკის (BI) პროგრამული უზრუნველყოფა მოიპოვებს და ანალიზებს მონაცემებს (მაგ. მონაცემთა საცავებიდან) შიდა IT სისტემებიდან და/ან გარე წყაროებიდან. ის წარმოადგენს ანალიტიკურ შედეგებს ანგარიშების, შეჯამებების, მონაცემთა პანელების (dashboards), გრაფიკების, დიაგრამებისა თუ რუკების სახით, რათა მომხმარებელს მიაწოდოს დეტალური ინფორმაცია გადაწყვეტილების მიღების ან სტრატეგიული დაგეგმვისთვის.</p> | | | |
| C3 | იყენებს თქვენი საწარმო ბიზნეს ანალიტიკის (BI) პროგრამულ უზრუნველყოფას? | დიახ 1□ | არა 2□ |

| მონაცემთა ანალიტიკა | | | |
|--|--|-------------------|--|
| <p>მონაცემთა ანალიტიკა გულისხმობს ტექნოლოგიების, მეთოდების ან პროგრამული ინსტრუმენტების გამოყენებას მონაცემთა გასაანალიზებლად, რათა აღმოაჩინოს კანონზომიერებები, ტენდენციები და სიღრმისეული ხედვები დასკვნების გამოსატანად, პროგნოზირებისა და უკეთესი გადაწყვეტილებების მისაღებად, რაც მიზნად ისახავს ეფექტიანობის გაუმჯობესებას (მაგ. წარმოების გაზრდა, ხარჯების შემცირება). მონაცემები შეიძლება მოპოვებული იყოს როგორც თქვენივე საწარმოს მონაცემთა წყაროებიდან, ასევე გარე წყაროებიდან (მაგ. მომწოდებლები, მომხმარებლები, სახელმწიფო უწყებები).</p> | | | |
| C4 | ახორციელებს თუ არა თქვენი საწარმო მონაცემთა ანალიტიკას საკუთარი თანამშრომლების მეშვეობით? (გთხოვთ, გაითვალისწინოთ როგორც შიდა, ისე გარე მონაცემთა წყაროები) | დიახ 1□ | არა 2□ <i>გადადით შეკითხვაზე → C6</i> |
| C5 | ახორციელებს თუ არა თქვენი საწარმო მონაცემთა ანალიტიკას შემდეგი წყაროებიდან მიღებული მონაცემების საფუძველზე? | დიახ | არა |
| C5.1 | მონაცემთა ანალიტიკა ტრანზაქციების ჩანაწერებიდან, როგორცაა გაყიდვების დეტალები და გადახდების რეესტრი (მაგ. საწარმოს რესურსების დაგეგმვის (ERP) სისტემიდან, საკუთარი ინტერნეტ-მაღაზიიდან) | 1□ | 2□ |
| C5.2 | მონაცემთა ანალიტიკა მომხმარებლების შესახებ არსებულ მონაცემებზე, როგორცაა ინფორმაცია შესყიდვების, ადგილმდებარეობის, მომხმარებლელთა უპირატესობების (არჩევანის), მათი მიმოხილვებისა და ძიებების შესახებ (მაგ. მომხმარებელთან ურთიერთობის მართვის (CRM) სისტემიდან ან საკუთარი ვებგვერდიდან) | 1□ | 2□ |
| C5.3 | მონაცემთა ანალიტიკა სოციალური მედიიდან მიღებულ მონაცემებზე, მათ შორის თქვენი საწარმოს სოციალური მედიის პროფილებიდან (მაგ. პერსონალური ინფორმაცია, კომენტარები, ვიდეო, აუდიო, გამოსახულებები) | 1□ | 2□ |
| C5.4 | მონაცემთა ანალიტიკა ვებ-მონაცემებზე (მაგ. საძიებო სისტემების ტენდენციები, ვებ-გვერდებიდან ინფორმაციის ავტომატური ჩამოტვირთვის (web scraping)* შედეგად მიღებული მონაცემები) *ვებგვერდებიდან მონაცემების მოსაპოვებლად სპეციალური კომპიუტერული პროგრამის გამოყენება. | 1□ | 2□ |
| C5.5 | მონაცემთა ანალიტიკა პორტატული მოწყობილობების ან სატრანსპორტო საშუალებების გამოყენების შედეგად მიღებულ გეოლოკაციურ მონაცემებზე (მაგ. პორტატული მოწყობილობები, რომლებიც იყენებენ მობილურ სატელეფონო ქსელებს, უსადენო კავშირებს ან GPS-ს) | 1□ | 2□ |

| | | | |
|------|--|------------|-----------|
| C5.6 | მონაცემთა ანალიტიკა „ჭკვიანი“ მოწყობილობებიდან ან სენსორებიდან მიღებულ მონაცემებზე (მაგ. მანქანებს შორის (M2M) კომუნიკაცია, დანადგარებში დამონტაჟებული სენსორები, საწარმოო სენსორები, ჭკვიანი მრიცხველები, რადიოსიხშირული იდენტიფიკაციის (RFID) იარაღები(თევები)) | 1□ | 2□ |
| C5.7 | მონაცემთა ანალიტიკა საჯარო უწყებების „ღია მონაცემებზე“ (მაგ. საწარმოთა საჯარო რეესტრები, მეტეოროლოგიური პირობები, ტოპოგრაფიული მონაცემები, სატრანსპორტო მონაცემები) | 1□ | 2□ |
| C5.8 | მონაცემთა ანალიტიკა თანამგზავრულ მონაცემებზე (მაგ. თანამგზავრული გამოსახულებები, ნავიგაციური სიგნალები, პოზიციონირების სიგნალები) <i>(გთხოვთ, გაითვალისწინოთ როგორც საწარმოს საკუთარი ინფრასტრუქტურებიდან, ისე გარე სერვისებიდან (მაგ. AWS Ground Station) მიღებული მონაცემები და გამორიცხოთ პორტატული მოწყობილობების ან GPS-ის მქონე სატრანსპორტო საშუალებების გეოლოკაციური მონაცემები).</i> | 1□ | 2□ |
| C6 | ახორციელებს თუ არა სხვა (გარე) საწარმო ან ორგანიზაცია მონაცემთა ანალიტიკას თქვენი საწარმოსთვის? <i>(გთხოვთ, გაითვალისწინოთ მონაცემთა ანალიტიკა როგორც შიდა, ისე გარე წყაროებზე დაყრდნობით)</i> | დიახ 1□ | არა 2□ |

| მოდული D. დრუბლოვანი გამოთვლების მომსახურებების გამოყენება | | | |
|---|---|------------|--|
| (ავსებს საწარმო ინტერნეტის წვდომით, ანუ თუ A1.1 ან A1.2> 0) | | | |
| <p>დრუბლოვანი გამოთვლები გულისხმობს ICT მომსახურებებს, რომლებიც გამოიყენება ინტერნეტის მეშვეობით პროგრამულ უზრუნველყოფაზე, გამოთვლით სიმძლავრეზე, საცავის (შენახვის) მოცულობაზე და ა.შ. წვდომისათვის, სადაც მომსახურებას აქვს ყველა შემდეგი მახასიათებელი:</p> <ul style="list-style-type: none"> • მოწოდებულია მომსახურების მომწოდებელთა სერვერებიდან; • შეიძლება მათი მარტივად გაზრდა ან შემცირება (მაგ., მომხმარებელთა რაოდენობის ან მეხსიერების მოცულობის ცვლილება და ა.შ.); • მომხმარებლის მიერ გამოიყენება მოთხოვნის შესაბამისად, სულ მცირე, საწყისი გამართვის შემდეგ (მომსახურების პროვაიდერთან პერსონალური კონტაქტის გარეშე); • არის ფასიანი (ანაზღაურება ხდება ან თითოეულ მომხმარებელზე, ან გამოყენებული მოცულობის მიხედვით, ან წინასწარი გადახდით). <p>დრუბლოვანი გამოთვლები შეიძლება მოიცავდეს კავშირებს ვირტუალური კერძო ქსელების (VPN) მეშვეობით.</p> | | | |
| D1 | იყენებს თუ არა თქვენი საწარმო რაიმე სახის დრუბლოვან გამოთვლით მომსახურებებს ინტერნეტის მეშვეობით? <i>(გთხოვთ ნახოთ დრუბლოვანი გამოთვლების განმარტება ზემოთ, გამორიცხეთ უფასო მომსახურება.)</i> | დიახ 1□ | არა 2□ <i>გადადით შეკითხვაზე →E1</i> |
| D2 | იყენებს თუ არა თქვენი საწარმო ქვემოთ ჩამოთვლილ დრუბლოვან გამოთვლით მომსახურებებს ინტერნეტის მეშვეობით? | დიახ | არა |
| D2.1 | ელ-ფოსტა (როგორც დრუბლოვანი მომსახურება) | 1□ | 2□ |

| | | | |
|--------------|--|--------------|----|
| D2.2 | საოფისე პროგრამები (მაგალითად, ტექსტური დამამუშავებლები, ელექტრონული ცხრილები და ა.შ.) (როგორც ღრუბლოვანი მომსახურება) | 1□ | 2□ |
| D2.3 | ფინანსური ან საბუღალტრო პროგრამები (როგორც ღრუბლოვანი მომსახურება) | 1□ | 2□ |
| D2.4 | საწარმოს რესურსების დაგეგმვის (ERP) პროგრამული უზრუნველყოფა (როგორც ღრუბლოვანი მომსახურება) | 1□ | 2□ |
| D2.5 | მომხმარებლებთან ურთიერთობის მენეჯმენტის (CRM) პროგრამული უზრუნველყოფა (როგორც ღრუბლოვანი მომსახურება) | 1□ | 2□ |
| D2.6 | ქსელური უსაფრთხოების პროგრამული უზრუნველყოფის პროგრამები (მაგ. ანტივირუსული პროგრამა, ქსელზე წვდომის კონტროლი) (როგორც ღრუბლოვანი მომსახურება) | 1□ | 2□ |
| D2.7 | საწარმოს მონაცემთა ბაზ(ებ)ის ჰოსტინგი (როგორც ღრუბლოვანი მომსახურება) | 1□ | 2□ |
| D2.8 | ფაილების შენახვა (როგორც ღრუბლოვანი მომსახურება) | 1□ | 2□ |
| D2.9 | გამოთვლითი სიმძლავრე საწარმოს საკუთარი პროგრამული უზრუნველყოფის გასაშვებად (როგორც ღრუბლოვანი მომსახურება) | 1□ | 2□ |
| D2.10 | კომპიუტერული პლატფორმა, რომელიც უზრუნველყოფს გარემოს პროგრამის შემუშავების, ტესტირების ან გამოყენებისთვის (მაგ., მრავალჯერადი გამოყენების პროგრამული მოდულები, პროგრამების ინტერფეისი (API)) (როგორც ღრუბლოვანი მომსახურება) | 1□ | 2□ |
| D3 | რა იყო საწარმოს მიერ 2025 წელს შესყიდული ღრუბლოვანი გამოთვლითი მომსახურებების (Cloud Computing) ჯამური ღირებულება? <i>(გთხოვთ, მიუთითოთ მხოლოდ ის თანხა, რომელიც გადაუხადეთ უშუალოდ სერვისის მომწოდებელს ან გამყიდველს. თუ თქვენმა საწარმომ აღნიშნული სერვისების შესყიდვა 2026 წელს დაიწყო, ჩაწერეთ ციფრი 0)</i> | /_____/ ლარი | |

მოდული E: ხელოვნური ინტელექტი

შენიშვნა: ივსება მხოლოდ ინტერნეტზე წვდომის მქონე საწარმოებისთვის (A1.1 ან A1.2>0)

ხელოვნური ინტელექტი მოიცავს სისტემებს, რომლებიც გარკვეული მიზნების (პროგნოზირება, რეკომენდაციების ან გადაწყვეტილებების მიღება და ა.შ.) საუკეთესო გზით მისაღწევად აგროვებს და/ან იყენებს მონაცემებს და ეყრდნობა შემდეგ ტექნოლოგიებს: **ტექსტის მაინინგი** (ტექსტის ინტელექტუალური ანალიზი, ინფორმაციის მოპოვება მაღალი ხარისხის ტექსტური დოკუმენტების კრებულებიდან), **კომპიუტერული ხედვა** (ოპტიკურ გამოსახულებათა მანქანური დამუშავება რობოტების და სხვა ავტომატიზებული სისტემების სივრცეში ორიენტაციის, მათ მიერ საგნების ამოცნობის და ა.შ. უზრუნველსაყოფად), **ხმის ამოცნობა** (სამეტყველო სიგნალის ციფრულ ინფორმაციად გარდაქმნა კომპიუტერული პროგრამის მიერ), **ბუნებრივი ენის დამუშავება** (ბუნებრივი/ადამიანისეული ენით გამოხატული ინფორმაციის კომპიუტერული ანალიზი კომპიუტერულ ლინგვისტიკაში და მისთ.), **მანქანური სწავლება** (კომპიუტერული პროგრამის უნარი, ისწავლოს/მოახდინოს საკუთარი ალგორითმების მოდიფიკაცია და ოპტიმიზაცია მის მიერ დამუშავებულ მონაცემებზე ან მიღებულ გამოცდილებაზე დაყრდნობით).

ხელოვნური ინტელექტის სისტემები შეიძლება იყოს:

ან მხოლოდ პროგრამულ უზრუნველყოფაზე დაფუძნებული, მაგალითად:

- ჩათბოტები და ვირტუალური ბიზნეს- ასისტენტები, რომლებიც დაფუძნებულია ბუნებრივი ენის დამუშავებაზე;
- კომპიუტერულ ხედვაზე დაფუძნებული სახის ამოცნობი სისტემები ან ხმის ამოცნობი სისტემები;
- მანქანური თარგმნის პროგრამული უზრუნველყოფა;
- მონაცემთა ანალიზი, რომელიც ემყარება მანქანურ სწავლებას და ა.შ.

ან მოწყობილობაში ჩაშენებული სისტემები, მაგალითად:

- ავტომატური რობოტები საწყობის ავტომატიზაციისა ან პროდუქციის აწყობის სამუშაოებისთვის;
- ავტომატური დრონები წარმოების მონიტორინგისთვის ან ამანათების დამუშავებისთვის და ა.შ.

| E1 | იყენებს თუ არა თქვენი საწარმო ხელოვნური ინტელექტის ქვემოთ ჩამოთვლილ ტექნოლოგიებს? | დიახ | არა |
|-------------|--|-----------------------------------|-----------------------------------|
| E1.1 | ტექნოლოგიები, რომლებიც ასრულებენ დაწერილი ტექსტის ანალიზს (ტექსტის მაინინგი) | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> |
| E1.2 | ტექნოლოგიები, რომლებიც ხმოვან (ბგერით) ინფორმაციას გარდაქმნიან ციფრულ ინფორმაციად (მანქანით წაკითხვად ფორმატში) (ხმის ამოცნობა) | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> |
| E1.3 | ტექნოლოგიები, რომლებიც აწარმოებენ დაწერილი ან ადამიანის წარმოთქმული ინფორმაციის კომპიუტერულ ანალიზს (ბუნებრივი ენის დამუშავება) | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> |
| E1.4 | ტექნოლოგიები, რომლებიც გამოსახულების საფუძველზე ახდენენ ობიექტების ან პირის იდენტიფიკაციას (სურათის ამოცნობი, ფოტომასალის დამუშავება) | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> |
| E1.5 | მანქანური სწავლება (მაგ. ღრმა სწავლება) მონაცემთა ანალიზისთვის | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> |
| E1.6 | ტექნოლოგიები, რომლებიც ავტომატურად მართავენ სხვადასხვა სამუშაო პროცესებს ან გამოიყენებენ გადაწყვეტილებების მიღების პროცესში (ხელოვნური ინტელექტის საფუძველზე შექმნილი ავტომატიზებული რობოტები) | 1 <input type="checkbox"/> | 2 <input type="checkbox"/> |

| | | | |
|---|--|----|----|
| E1.7 | ტექნოლოგიები, რომლებიც უზრუნველყოფენ მანქანების ფიზიკურ გადაადგილებას ავტონომიური გადაწყვეტილებების საფუძველზე, რომლებიც დაფუძნებულია შემოგარენის დაკვირვებაზე (ავტომატიზებული რობოტები, თვითმართვადი მანქანები, ავტომატიზებული დრონები) | 1□ | 2□ |
| E1.8 | ტექნოლოგიები, რომლებიც ქმნიან სურათებს, ვიდეოებს, ხმას/აუდიოს | 1□ | 2□ |
| თუ ყველა პასუხში დაფიქსირდა „არა“, მაშინ გადადით E4-ზე, წინააღმდეგ შემთხვევაში, გააგრძელოთ. | | | |

| | | | |
|-------------|--|-------------|------------|
| E2 | იყენებს თუ არა თქვენი საწარმო ხელოვნური ინტელექტის პროგრამულ უზრუნველყოფას ან სისტემებს შემდეგი მიზნებისთვის? | დიახ | არა |
| E2.1 | მარკეტინგისა და გაყიდვებისთვის , მაგალითად: -ჩათბოტები მომხმარებელთა დახმარებისთვის; -მომხმარებელთა პროფილის ანალიზი, ფასების ოპტიმიზაცია, პერსონალური მარკეტინგული შეთავაზებები, მანქანური სწავლების საფუძველზე ბაზრის ანალიზი და ა.შ. | 1□ | 2□ |
| E2.2 | წარმოების პროცესებისთვის , მაგალითად: -მანქანურ სწავლებაზე დაფუძნებული ტექნიკური მომსახურება, რომელიც გულისხმობს მოწყობილობებში სავარაუდო დეფექტების და ანომალიების აღმოჩენას მათ გამოვლენამდე, -ინსტრუმენტები პროდუქციის კლასიფიკაციისათვის ან პროდუქტების დეფექტის აღმოჩენა კომპიუტერული ხედვის საფუძველზე, -ავტონომიური დრონები წარმოების მონიტორინგისთვის, უსაფრთხოებისა და ინსპექტირებისთვის, -ავტონომიური რობოტების მიერ აწყობის სამუშაოები და ა.შ. | 1□ | 2□ |
| E2.3 | ბიზნეს ადმინისტრირების პროცესების ორგანიზებისთვის , მაგალითად: -მანქანურ სწავლებაზე და/ან ბუნებრივი ენის დამუშავებაზე დაფუძნებული ვირტუალური ბიზნეს-ასისტენტები, -ხმის ამომცნობზე დაფუძნებული ხმის ტექსტად გარდაქმნა, -მანქანურ სწავლებაზე დაფუძნებული ავტომატური დაგეგმვა ან გრაფიკის შედგენა -მანქანური თარგმნა და ა.შ. | 1□ | 2□ |
| E2.4 | ლოჯისტიკისთვის , მაგალითად: -ავტონომიური რობოტები საწყობში ნივთის აღება-შეფუთვისათვის (pick-and-pack solutions), - მარშრუტის ოპტიმიზირება მანქანურ სწავლებაზე დაყრდნობით, -ავტომატური რობოტები ამანათების გადაზიდვის, თვალყურის დევნების, განაწილებისა და დახარისხებისთვის, -ავტომატური დრონები ამანათების მიწოდებისათვის. | 1□ | 2□ |

| | | | |
|-------------|--|----|----|
| E2.5 | ICT უსაფრთხოებისთვის , მაგალითად: -სახის ამომცნობი მომხმარებელთა ავტორიზაციისთვის, -კიბერ შეტევების გამოვლენა და პრევენცია მანქანურ სწავლებაზე დაყრდნობით. | 1□ | 2□ |
| E2.6 | ბუღალტრული აღრიცხვის, კონტროლის ან ფინანსური მენეჯმენტისთვის , მაგალითად: - მანქანური სწავლება მონაცემთა ანალიზისთვის, რაც ხელს უწყობს ფინანსური გადაწყვეტილებების მიღებას, - ინვოისის (ზედნადების) დამუშავება მანქანური სწავლების საფუძველზე, - მანქანური სწავლება ან ბუნებრივი ენის დამუშავება, რომელიც გამოიყენება ბუღალტრული ამოცანების შესასრულებლად. | 1□ | 2□ |
| E2.7 | კვლევისა და განვითარებისთვის (R&D) ან ინოვაციური საქმიანობისთვის (ხელოვნური ინტელექტის შესახებ კვლევის გარდა) , მაგალითად: -მანქანური სწავლების საფუძველზე მონაცემთა ანალიზი კვლევების ჩასატარებლად, კვლევის ამოცანების მოგვარება და ახალი ან მნიშვნელოვნად გაუმჯობესებული საქონლის/მომსახურების შექმნა. | 1□ | 2□ |

| | | | |
|-------------|--|-------------|------------|
| E3 | რა გზით მიიღო თქვენმა საწარმომ ხელოვნური ინტელექტის პროგრამული უზრუნველყოფა ან სისტემები, რომლებსაც იყენებთ? | დიახ | არა |
| E3.1 | საწარმოს თანამშრომლებმა შექმნეს (მათ შორის, მშობელ ან შვილობილ საწარმოში დასაქმებულებმა) | 1□ | 2□ |
| E3.2 | კომერციული პროგრამული უზრუნველყოფა ან სისტემები მოდიფიცირებული იქნა საწარმოს თანამშრომლების (მათ შორის, მშობელ ან შვილობილ საწარმოში დასაქმებულთა) მიერ | 1□ | 2□ |
| E3.3 | ღია კოდის (open source) პროგრამული უზრუნველყოფა ან სისტემები, რომლებიც შეცვალეს საწარმოს თანამშრომლებმა (მათ შორის, მშობელ ან შვილობილ საწარმოში დასაქმებულებმა) | 1□ | 2□ |
| E3.4 | შეიძინეთ გამოსაყენებლად მზა კომერციული პროგრამული უზრუნველყოფა ან სისტემები (ისტების ჩათვლით, რომლებიც უკვე იყო ჩართული შეძენილ ელემენტში ან სისტემაში) | 1□ | 2□ |
| E3.5 | გარე მომწოდებლებთან გაფორმდა ხელშეკრულება პროგრამული უზრუნველყოფის შესამუშავებლად ან შესაცვლელად | 1□ | 2□ |

| | | | |
|--|--|-------------------|---|
| E4 და E5 კითხვები განკუთვნილია მათთვის, ვინც გასცა პასუხი „არა“ E1.1-E1.8 კითხვებს, ანუ მათთვის, ვინც არ იყენებდა ხელოვნური ინტელექტის ტექნოლოგიებს. | | | |
| E4 | თქვენს საწარმოს ჰქონდა თუ არა სურვილი გამოეყენებინა ხელოვნური ინტელექტის E1 კითხვაში ჩამოთვლილი ტექნოლოგიები? | დიახ 1□ | არა 2□ გადადით შეკითხვაზე → E6 |

| | | | |
|-------------|---|------|-----|
| E5 | რა არის მიზეზი თქვენი საწარმოსთვის E1 კითხვაში ჩამოთვლილი ხელოვნური ინტელექტის ტექნოლოგიების გამოყენებლობის? | დიახ | არა |
| E5.1 | ზედმეტად დიდ ხარჯებთანაა დაკავშირებული | 1□ | 2□ |
| E5.2 | საწარმოში სათანადო კვალიფიკაციის ნაკლებობაა | 1□ | 2□ |
| E5.3 | არსებულ მოწყობილობებთან, პროგრამულ უზრუნველყოფასა და სისტემებთან შეუსაბამობა | 1□ | 2□ |
| E5.4 | სირთულეები საჭირო მონაცემების ხარისხსა და ხელმისაწვდომობაში | 1□ | 2□ |
| E5.5 | შიში მონაცემთა დაცვისა და კონფიდენციალურობის დარღვევასთან დაკავშირებით | 1□ | 2□ |
| E5.6 | სამართლებრივი შედეგების მიმართ სიცხადის ნაკლებობა (მაგალითად, პასუხისმგებლობა ხელოვნური ინტელექტის გამოყენებით გამოწვეული ზიანის შემთხვევაში) | 1□ | 2□ |
| E5.7 | ეთიკური შეხედულებები | 1□ | 2□ |
| E5.8 | ხელოვნური ინტელექტის ტექნოლოგიები არ არის საჭირო საწარმოსთვის | 1□ | 2□ |

| | | | |
|-------------|---|------------|--|
| E6 | იყენებს თუ არა თქვენი საწარმო ამჟამად დიდ მონაცემთა (Big Data) ტექნოლოგიებს მონაცემთა დიდი ნაკრების დამუშავებისა და ანალიზისთვის? | დიახ 1□ | არა 2□ გადადით შეკითხვაზე → F1 |
| E6.1 | დადებითი პასუხის შემთხვევაში, გთხოვთ, მიუთითეთ თქვენ მიერ გამოყენებული შესაბამისი Big Data ტექნოლოგია (მაგ.: Microsoft BI, APACHE Hadoop, Spark, Cassandra, ZOHO Analytics, Cloudera და ა.შ.) | /_____/ | |

| მოდული F. ICT სპეციალისტები და უნარები | | | |
|---|--|------------|--|
| შენიშვნა: იგეგმება ყველა საწარმოსთვის | | | |
| F1 | არიან თუ არა თქვენს საწარმოში დასაქმებულები ICT სპეციალისტები? (ICT სპეციალისტები არიან დასაქმებული პირები, რომელთა მთავარი ფუნქცია არის ICT სამუშაოს შესრულება. მაგალითად, ICT სისტემების ან აპლიკაციების მართვა, პროგრამული უზრუნველყოფის შემუშავება, მონაცემთა ბაზების მართვა და ა.შ.) | დიახ 1□ | არა 2□ |
| F2 | 2025 წლის განმავლობაში, ჩაუტარდა თუ არა თქვენს საწარმოში დასაქმებულებს რაიმე სახის ტრენინგი ICT-სთან დაკავშირებული უნარების განსავითარებლად? | დიახ | არა |
| F2.1 | ტრენინგი უშუალოდ ICT სპეციალისტებისთვის (მონიშნეთ „არა“, თუ თქვენს საწარმოში არ იყვნენ დასაქმებულები ICT სპეციალისტები 2025 წლის განმავლობაში) | 1□ | 2□ |
| F2.2 | ტრენინგი სხვა დასაქმებული პირებისთვის | 1□ | 2□ |
| F3 | 2025 წლის განმავლობაში, თქვენმა საწარმომ დაიქირავა ან სცადა დაიქირავება ICT სპეციალისტების? | დიახ 1□ | არა 2□ გადადით შეკითხვაზე → F6 |

| | | | |
|------|--|------------|--|
| F4 | 2025 წლის განმავლობაში, თქვენს საწარმოს ჰქონდა თუ არა ვაკანსიები ICT სპეციალისტებისთვის, რომელთა შვესება იყო რთული? | დიახ 1□ | არა 2□ გადადით შეკითხვაზე → F6 |
| F5 | 2025 წლის განმავლობაში, ICT სპეციალისტების დაქირავებისას თქვენს საწარმოს ჰქონია თუ არა ქვემოთ ჩამოთვლილთაგან რომელიმე სახის სირთულე? | დიახ | არა |
| F5.1 | აპლიკანტთა რაოდენობის ნაკლებობა | 1□ | 2□ |
| F5.2 | აპლიკანტთა შესაბამისი ICT კვალიფიკაციის ნაკლებობა, რაც გამოწვეულია განათლების ან/და გადამზადების არასაკმარისი დონით | 1□ | 2□ |
| F5.3 | აპლიკანტთა შესაბამისი სამუშაო გამოცდილების ნაკლებობა | 1□ | 2□ |
| F5.4 | აპლიკანტებს ხელფასის უფრო მაღალი მოლოდინი ჰქონდათ | 1□ | 2□ |
| F5.5 | სხვა (გთხოვთ მიუთითოთ) | (_____) | |
| F6 | ვინ შეასრულა თქვენი საწარმოს ICT ფუნქციები 2025 წელს? (მაგ., ICT ინფრასტრუქტურის შენარჩუნება, საოფისე პროგრამული უზრუნველყოფის მხარდაჭერა, უსაფრთხოება და მონაცემთა დაცვა და ა.შ.) | დიახ | არა |
| F6.1 | საკუთარმა თანამშრომლებმა (მათ შორის, დედობილ ან შვილობილ საწარმოებში დასაქმებულებმა) | 1□ | 2□ |
| F6.2 | გარე მომწოდებელმა | 1□ | 2□ |

| მოდული G: ICT და გარემოს დაცვა შენიშვნა: ივსება ყველა საწარმოსთვის | | | |
|---|--|------------|-----------|
| G1 | <p>იყენებს თუ არა თქვენი საწარმო ICT სისტემებს ან გადაწყვეტებს საწარმოს მიერ ენერჯის მოხმარების შესამცირებლად?</p> <p>შესაძლო მაგალითებია:</p> <ul style="list-style-type: none"> ავტომატიზებული სისტემა, რომელიც ზრდის დანადგარების ენერგოეფექტურობას; ჰკვიანი თერმოსტატი ენერჯის მოხმარების მონიტორინგის, კონტროლისა და ოპტიმიზაციისთვის; განათების ჰკვიანი სისტემები; დისტანციური მონიტორინგის ან კონტროლის სისტემა ენერჯის მოხმარების სამართავად; სისტემები ანომალური მოხმარების, ძაბვის პიკური მაჩვენებლების ან სხვა შეუსაბამობების გამოსავლენად. <p><i>შენიშვნა: გთხოვთ, მხედველობაში არ მიიღოთ ICT აღჭურვილობის სტანდარტული პარამეტრები, მაგალითად: ძილის რეჟიმი (sleep mode), ეკრანის სიკაშკაშის შემცირება და სხვა მსგავსი ფუნქციები.</i></p> | დიახ 1□ | არა 2□ |

| | | | |
|----|---|------------------------------------|-----------------------------------|
| G2 | <p>იყენებს თუ არა თქვენი საწარმო ICT სისტემებს ან გადაწყვეტებს მასალების (მათ შორის სახარჯი მასალების) გამოყენების შესამცირებლად ან გადამუშავებული მასალების გამოყენების გასაზრდელად?</p> <p>შესაძლო მაგალითებია:</p> <ul style="list-style-type: none"> • კომპიუტერული დაპროექტების (CAD) სისტემები მასალების გამოყენების ოპტიმიზაციისთვის; • 3D ბეჭდვა მასალების ეფექტური გამოყენების მიზნით; • ავტომატური სორტირების სისტემები ნარჩენების უკეთესი განცალკევებისა და გადამუშავებისთვის; • წყლის მოხმარების შემცირების მიზნით ნაკადის სენსორის გამოყენება; • ERP სისტემები ზედმეტი მარაგების მინიმიზაციისა და მასალების დანაკარგების შესამცირებლად. <p><i>შენიშვნა: გთხოვთ, მხედველობაში არ მიიღოთ ქაღალდის მოხმარება (მაგალითად, ბეჭდვისთვის ან ასლის გადასაღებად)</i></p> | დიახ 1 <input type="checkbox"/> | არა 2 <input type="checkbox"/> |
|----|---|------------------------------------|-----------------------------------|

| | |
|-------------------------------|--|
| რესპონდენტის სახელი და გვარი | |
| რესპონდენტის ტელეფონის ნომერი | |

| | | |
|-----------------------------------|---------|---------|
| კითხვარის შევსებაზე დახარჯული დრო | სთ. ... | წთ. ... |
|-----------------------------------|---------|---------|

მადლობას გიხდით თანამშრომლობისათვის!