

თამაზ ბაქრაძე,

სტუ-ს სრული პროფესორი,

ეკონომიკურ მეცნიერებათა აკადემიკოსი

ანა ანანიაშვილი,

სტუ-ს დოქტორანტი

მსოფლიო გლობალური ქსელის, ანუ როგორც მას ხშირად უწოდებენ, „ქსელთა ქსელის“ - ინტერნეტის (ინტერნეტ) წარმოშობამ მნიშვნელოვანი ბიძგი მისცა საერთაშორისო სავაჭრო ურთიერთობების განვითარებას. ინტერნეტი მისი გავრცელების პირველ სტადიაზე არა მხოლოდ კომუნიკაციისათვის გამოიყენებოდა, არამედ, სავაჭრო კომპანიებს შეეძლოთ მისი მეშვეობით მარკეტინგის სტრატეგია უფრო დაეხვეწათ.

მოგვიანებით ინტერნეტმა მსოფლიო ბიზნესში მნიშვნელოვანი ცვლილებები შეიტანა და შეიძლება ითქვას, რომ იგი ძირითადად შეცვალა კიდეც. ინტერნეტ სერვისი, როგორც ფასიანი მომსახურების ერთ-ერთი ფორმა, თავად წარმოადგენდა კომერციულ საქმიანობას, მაგრამ ამავე დროს, იგი საშუალებას იძლეოდა მისი მომხმარებლისთვის - მისთვის საინტერესო ფართო თუ ვიწრო ეკონომიკური და კომერციული საქმიანობა თვით სისტემაში განეხორციელებინა.

ეკონომიკურ ურთიერთობათა ეს პროცესი გარკვეული თავისებურებებით ხასიათდება, რაც ძირითადად იმითაა გამოწვეული, რომ აღნიშნული ურთიერთობები ფაქტიურად მთლიანად ვირტუალურ ქსელში მიმდინარეობს. სწორედ ამიტომაც ბოლო დროს მსოფლიო კომპიუტერულ თუ ბიზნეს სრეებში აქტიურად გამოიყენება ისეთი ცნებები, როგორიცაა: „ინტერნეტ ეკონომიკა“ „ქსელური ვაჭრობა“, ე.წ. „ონლაინ ვაჭრობა“ და ა.შ., რომლის ძირითად პრინციპებსა და ეკონომიკურ მახასიათებლებს წარმოადგენენ: ა) ურთიერთობათა გლობალიზაცია; ბ) დეცენტრალიზაცია; გ) კიბერნეტიზაცია და ქსელური კავშირები; დ) ინოვაციური რეგულირების მეთოდების განვითარების მზარდი ტენდენცია; ე) ოპერაციითა მოხერხებულობა; ვ) დროის მაქსიმალური ეკონომია;

მე-20 საუკუნის დასასრულსა და ჩვენი საუკუნის დასაწყისში განსაკუთრებული განვითარება ჰპოვა ინტერნეტ ვაჭრობის ერთერთმა ფორმამ „ელექტრონული კომერცია“ (Electronic Commerce - „E-Commerce“). მისგან მიღებულმა შემოსავალმა მნიშვნელოვანი აღმასვლა მოუტანა შესაბამისი ქვეყნის ეკონომიკას. ევროკავშირის კომისიის მონაცემებით, ჯერ კიდევ 2000 წლისთვის ელექტრონული ვაჭრობიდან მიღებულმა შემოსავლებმა ევროკავშირის ტერიტორიაზე 200 მილიარდ ევროს გადააჭარბა. როგორც ექსპერტები ვარაუდობენ, აღნიშნული სახის ვაჭრობით მიღებული შემოსავლები 20-30 წლის შემდეგ

კოლოსალურ მასშტაბებს მიაღწევს. ელექტრონული კომერცია მარტივი გაგებით შეიძლება განვიხილოთ, როგორც საქონლისა და მომსახურების რეალიზაციის ღონისძიებების კომპლექსი კავშირის თანამედროვე ელექტრონული საშუალებების გამოყენებით. მაგრამ ასეთი დახასიათება არ იქნება საკმარისი, რადგანაც კავშირის მრავალრიცხოვანი ისეთი ელექტრონული საშუალებები როგორიცაა ტელეგრაფი, ტელეფონი, რადიო, ტელევიზია და კომპიუტერული ქსელები დიდხანია გამოიყენებოდა კომერციულ ურთიერთობებში, მაგრამ მათ არ გამოუწვევიათ პრინციპულად ახალი ცნების გამოჩენა. თანამედროვე კომერციას ტრადიციული ვაჭრობისაგან განასხვავებს ის, რომ ეს არაა უბრალოდ საქონელბრუნვა შესრულებული მწარმოებლების ან მომხმარებლების მიმდინარე მოთხოვნილებების დასაკმაყოფილებლად. ეს არის მთელი რიგი ღონისძიებების უწყვეტი კომპლექსი, რომელიც სრულდება კომერციული პროცესის სხვადასხვა ეტაპებზე:

- საქონელსა და მომსახურებაზე ბაზრის მოთხოვნილების კვლევა - მარკეტინგი
- საქონლისა და მომსახურების თვისებების მართვა - სანარმოო მენეჯმენტი
- საქონლისა და მომსახურების თვისებების შესახებ ბაზრის ინფორმირება - რეკლამა
- ბაზრის მომზადება საქონლისა და მომსახურების მოცემული თვისებების გამოსაყენებლად - პროპაგანდა
- საქონელსა და მომსახურებაზე შეკვეთების მიღება, დამუშავება და შესრულება - ვაჭრობის მენეჯმენტი
- საქონლის ნაკადისა და სასაწყობო მარაგის ოპტიმიზაცია - ლოგისტიკა
- კლიენტებთან და მომწოდებლებთან ანგარიშსწორება - ფინანსური მენეჯმენტი
- საგარანტიო (გაყიდვის შემდეგ) მომსახურება - თანხლება

მსოფლიოში ციფრული ეკონომიკის განვითარებასთან ერთად ფართოდ ვითარდება ელექტრონული კომერცია. ელექტრონულ კომერციაში მოისაზრება ინტერნეტ-ტექნოლოგია, რომელიც სხვადასხვა სახის პროდუქციის ინტერნეტრეალიზაციის საშუალებას იძლევა. დღესდღეობით, ელექტრონული კომერცია ბიზნესის ის მიმართულებაა, რომელსაც მსოფლიოს წამყვანი ბრენდები საკმაოდ შედეგიანად იყენებენ. ნებისმიერ ბრენდს გააჩნია ვებ-გვერდი, სადაც მომხმარებელს საკუთარი პროდუქციის კატა-

ლოგს სთავაზობს. ინტერნეტ-მაღაზიის წარმატებისთვის მნიშვნელოვანი დეტალია საგადასახადო სისტემა, რომელიც ონლაინ კლიენტისთვის მაქსიმალურად კომფორტული გამოსაყენებელი უნდა იყოს. გარდა ამისა, მომხმარებლის ნდობის მოპოვება ონლაინ ბიზნესის წარმატებისთვის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ფაქტორია, ხოლო ნდობის მოპოვება ხდება პროდუქციის მაღალი ხარისხისა და ბრენდის ცნობადობის შემთხვევაში. უმთავრესი ფაქტორი კი მთელ ამ პროცესში თანმიმდევრულობაა. ონლაინ მომხმარებელი ყოველთვის ანიჭებს უპირატესობას ისეთ ბიზნესს, რომელსაც ერთი გენერალური მიმართულება აქვს აღებული. ელექტრონული კომერციის და ონლაინ ბიზნესის წარმატებისთვის მნიშვნელოვანია სარეკლამო სტრატეგია, საინფორმაციო განცხადებები, პროდუქციის მაღალი ხარისხი. პუბლიკაციების სტილი, რომელიც ამ პროდუქციას თან ახლავს, მუდმივად განახლებადი უნდა იყოს. ასევე ონლაინ კლიენტის ნდობის მოპოვებისთვის საკმაოდ მნიშვნელოვანია მომსახურება და გარანტია. ის პროდუქცია, რომელსაც მომხმარებელს სთავაზობთ, აუცილებლად უნდა შეესაბამებოდეს პროდუქციის ხარისხსა და ფასს. გარდა ამისა, ონლაინ კლიენტის მისაზიდად არსებობს კონკრეტული სტრატეგია. მაგალითად, გარკვეული პერიოდის განმავლობაში ამა თუ იმ პროდუქციის სპეციალური ფასდაკლების სისტემით შეთავაზება, პოტენციური კლიენტებისთვის საცდელი პროდუქციის შეთავაზება, რათა მომხმარებელი დარწმუნდეს მის ხარისხსა და ღირებულების შესაბამისობაში, ამა თუ იმ პროდუქციის შესახებ დისკუსიის გამართვა და მომხმარებლების ცოდნის გაზიარება პოტენციური კლიენტებისთვის, ე.წ. საინფორმაციო ცხელი ხაზი, კითხვა-პასუხის რეჟიმი კონკრეტული პროდუქციის ირგვლივ, ონლაინ რეკლამის სწორად დაგეგმარება, გაყიდული პროდუქციის დროულად მიწოდება მომხმარებლისთვის და სხვა. უნდა ითქვას, რომ ელექტრონულ კომერციაში ონლაინ მომხმარებლის ნდობის მოპოვება ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი საკითხია ონლაინ ბიზნესის სწორად წარმართვისთვის. უკვე ითქვა, რომ ონლაინ ბიზნესის სწორად დაგეგმარებაში დიდ როლს თამაშობს ინტერნეტ რეკლამა. დღესდღეობით, სოციალური ქსელები, ფორუმები და ბლოგები ონლაინ რეკლამისთვის საუკეთესო რესურსია. სწორედ ამ ელემენტების გამოყენებით შესაძლებელია ონლაინ მომხმარებლის ფართო აუდიტორიის მიზიდვა.

ინტერნეტ მარკეტინგის სწორი სტრატეგიის შემუშავება ონლაინ ბიზნესის წარმატების ძირითადი განმსაზღვრელი ფაქტორია.

რეზიუმე

მსოფლიო გლობალური ქსელის, ანუ როგორც მას ხშირად უწოდებენ, „ქსელთა ქსელის“ - ინტერნეტის წარმოშობამ მნიშვნელოვანი ბიძგი მისცა საერთაშორისო სავაჭრო ურთიერთობების განვითარებას. ინტერნეტი მისი გავრცელების პირველ სტადიაზე არა მხოლოდ კომუნიკაციისათვის გამოიყენებოდა, არამედ, სავაჭრო კომპანიებს შეეძლოთ მისი მეშვეობით მარკეტინგის სტრატეგია უფრო დაეხვეწათ. მსოფლიოში ციფრული ეკონომიკის განვითარებასთან ერთად ფართოდ ვითარდება ელექტრონული კომერცია. თანამედროვე კომერციას ტრადიციული ვაჭრობისაგან განასხვავებს ის, რომ ეს არაა უბრალოდ საქონელბრუნვა შესრულებული მწარმოებლის ან მომხმარებლების მიმდინარე მოთხოვნილებების დასაკმაყოფილებლად. ელექტრონულ კომერციაში მოისაზრება ინტერნეტ-ტექნოლოგია, რომელიც სხვადასხვა სახის პროდუქციის ინტერნეტ რეალიზაციის საშუალებას იძლევა. დღესდღეობით, ელექტრონული კომერცია ბიზნესის ის მიმართულებაა, რომელსაც მსოფლიოს წამყვანი ბრენდები საკმაოდ შედეგიანად იყენებენ. ნებისმიერ ბრენდს გააჩნია ვებ-გვერდი, სადაც მომხმარებელს საკუთარი პროდუქციის კატალოგს სთავაზობს. ინტერნეტ-მაღაზიის წარმატებისთვის მნიშვნელოვანი დეტალია საგადასახადო სისტემა, რომელიც ონლაინ კლიენტისთვის მაქსიმალურად კომფორტული გამოსაყენებელი უნდა იყოს. გარდა ამისა, მომხმარებლის ნდობის მოპოვება ონლაინ ბიზნესის წარმატებისთვის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ფაქტორია, ხოლო ნდობის მოპოვება ხდება პროდუქციის მაღალი ხარისხისა და ბრენდის ცნობადობის შემთხვევაში ძალიან იოლია. ონლაინ ბიზნესის სწორად დაგეგმარებაში დიდ როლს თამაშობს ინტერნეტ რეკლამა. დღესდღეობით, სოციალური ქსელები, ფორუმები და ბლოგები ონლაინ რეკლამისთვის საუკეთესო რესურსია. სწორედ ამ ელემენტების გამოყენებით შესაძლებელია ონლაინ მომხმარებლის ფართო აუდიტორიის მიზიდვა.

*T.Bakradze
A. Ananiashvili*

Summary Importance of E-commerce development

Creation of Global Network System – Internet, is an important indicator of developed trading relations. On the second phase of development Internet was used not only for the communication purposes, It was used for renewal marketing strategy of companies. E-commerce was created and developed with the development process of “Digital Economy”. The mean difference between the E commerce and Traditional Trading activities is that E-commerce is not only used, for the purpose of Satisfaction the demand, beside Under the E-commerce it is meant Internet-Technologies, which provides the sale of several Products using the Internet. E-commerce is successfully used by the mean Brands of the World as Trading tool. They have their own web-sites and catalogs are available for customers. The most important theme is payment system, which must be comfortable and easily understandable for customers. Have a trust from customers it is very important in E commerce. Online advertisement has a great role in planning process of online business and modern social networks, forums are the best sources for clients to receive information about products offered.

სოციალური სფეროს პრობლემების დახასიათება და სოციალური კომპლექსის სახელმწიფო რეგულირების მოხილვა

ნაირა გალახვარიძე,
სტუ-ს ასოცირებული პროფესორი
ეკა ივანიშვილი,
სტუ-ს დოქტორანტი,

დემოკრატიული, სოციალური, სამართლებრივი სახელმწიფოს არსი განაპირობებს ძლიერი სოციალური პოლიტიკის გატარებას და მისი რეალიზაციის ქმედითი მექანიზმის გამოყენებას ადამიანების ცხოვრებისეული მოთხოვნილებების უფრო სრული დაკმაყოფილების, მათი ცხოვრების პირობებისა და ხარისხის გაუმჯობესების მიზნით. სოციალური პოლიტიკის ხასიათი და მიმართულება, ასევე მისი რეალიზაციის საშუალებები და ინსტრუმენტები წარმოიქმნება და ყალიბდება სოციალური სფეროს, როგორც რეგულირების ობიექტის თავისებურებების, მისი სირთულისა და მნიშვნელობის, ასევე დროის გარკვეულ პერიოდზე განვითარების მდგომარეობის გათვალისწინებით.

სოციალური სფერო - საზოგადოების ერთ-ერთი ძირითადი ქვესისტემაა, რთული, ინტეგრირებული ობიექტი, რომელიც მოითხოვს სწორ გაგებასა და წარმოდგენას. ხშირად სოციალურ სფეროს აიგივებენ მის ძალიან მნიშვნელოვან, მაგრამ მაინც შემადგენელ ნაწილთან - ეროვნული მეურნეობის არასანარმოო დარგების: განათლების, ჯანდაცვის, კულტურის, სოციალური უზრუნველყოფის დაწესებულებების ერთობლიობასთან. თუმცა, ეს თეორიულად გაუმართლებელია. აღნიშნული დარგების ერთობლიობა წარმოადგენს სოციალურ ინფრასტრუქტურას, რომლის ელემენტებიც არსებობს საზოგადოებრივი წარმოების სხვა სფეროებშიც. სოციალური სფეროს ცნება გაცილებით უფრო ფართოა.

სოციალური სფერო უკავშირდება ადამიანს, მის ცხოველქმედებას, მისი მრავალფეროვანი და სხვადასხვა მიმართულების ინტერესებისა და მოთხოვნილებების დაკმაყოფილებას. რა მხრიდანაც არ უნდა განვიხილოთ სოციალური სფერო, ის უკავშირდება ადამიანის მატერიალური, სულიერი, ინტელექტუალური მოთხოვნილებების დაკმაყოფილებას, რომლებიც ყოველთვის ურთიერთკავშირში არსებობენ.

ცხოვრებისეული მოთხოვნილებებისა და ინტერესების გარდა, ადამიანი ახდენს საკუთარი ცხოვრებისეული დანიშნულების რეალიზაციას, რაც განაპირობებს მისი გარემომცველი საგნების არსებობას, რომლებიც ასევე წარმოადგენენ სოციალური სფეროს შემადგენელს. შესაბამისად, სოციალური სფერო-ადამიანის სიცოცხლის უზრუნველყოფის მთელი სისტემაა მისი დაბადებიდან გარდაცვალებამდე. რაც უფრო ფართო და მრავალფეროვანია სოციალური სფერო, რაც უფრო მაღალია მისი განვითარების დონე, მით უფრო ფართო და მდიდარია ადამიანის ცხოვრებისეული მოთხოვნილებების ჩამოყალიბება-

სა და დაკმაყოფილების პირობები.

საზოგადოებაში ფასეულობებისა და ინტერესების ჩამოყალიბებული იერარქია, მოსახლეობის სიცოცხლის დონისა და ხარისხის მახასიათებლები განსაზღვრავენ საზოგადოების განვითარების დონეს ამა თუ იმ სახელმწიფოსა და მასში გაბატონებული მეურნეობის ტიპის ფარგლებში.

თუმცა, საზოგადოებრივი ცხოვრების სფეროებსა და მის შემადგენელს შორის საზღვრების გარკვეული ბუნდოვანება ინვესტს სოციალური სფეროს არაერთმნიშვნელოვან განმარტებას. გარდა ამისა, ადამიანის ცხოვრებისეული მოთხოვნილებების, ინტერესებისა და უნარების რეალიზაცია შემოიფარგლება საზოგადოებაში არსებული პირობებითა და შესაძლებლობებით. ამის გათვალისწინებით, სოციალურ სფეროს განიხილავენ, როგორც ამ სიტყვის ფართო, ასევე ვიწრო გაგებით. პირველ შემთხვევაში სოციალური სფერო ასახავს და მოიცავს ყოველივე იმას, რაც უკავშირდება ადამიანს, მის ცხოვრებას, მისი მრავალფეროვანი ცხოვრებისეული მოთხოვნილებებისა და ინტერესების დაკმაყოფილებას. მეორე შემთხვევაში, სოციალური სფერო ასახავს ადამიანების საქმიანობის, მისი ფორმებისა და სახეების იმ ერთობლიობას, რომელთა მეშვეობითაც ისინი აკმაყოფილებენ მატერიალურ და სულიერ მოთხოვნილებებს გარკვეულ პირობებში და დროის გარკვეულ მონაკვეთში.

მშობლიურ და უცხოურ ლიტერატურაში სოციალური სფეროს დახასიათებისთვის გამოიყენება სხვადასხვა ტერმინი, მაგალითად, "საზოგადოებრივი კეთილდღეობა", "ცხოვრების ხარისხი", "ცხოვრების დონე" და სხვა, რომელთაგან თითოეული გულისხმობს ურთიერთდაკავშირებული და ურთიერთგანპირობებული კომპონენტების კომპლექსს, რომლებიც განსაზღვრავენ მათ ძირითად შინაარსს. ხშირად გამოყენებული ტერმინი საზოგადოებრივი კეთილდღეობა - განიხილება, როგორც უფრო ფართო, ვიდრე უბრალოდ მატერიალური კეთილდღეობა. საზოგადოებრივი კეთილდღეობა მატერიალურ შემადგენელთან ერთად მოიცავს არამატერიალურ კომპონენტებსაც: პირადი ბედნიერება, სამუშაოთი, ყოფითი პირობებით, საზოგადოებაში საკუთარი ადგილით, ბავშვების აღზრდისა და განათლების შესაძლებლობებით კმაყოფილება და ა.შ.

ცხოვრების ხარისხი, ერთის მხრივ, ახასიათებს საზოგადოებრივი ცხოვრების სუბიექტს და ადამიანის მოთხოვნილებებს (სიცოცხლის ხანგრძლივობა, ფიზიკური და ფსიქიკური ჯანმრთელობის, განათლების, კულტურული და ინტელექტუალური პო-