

ცირების სკოლა" დაკავშირებულია იმ ფაქტთან, რომ მისი მიმდევრები სტრატეგიის არჩევის უმნიშვნელოვან პრინციპებად ბაზარზე კომპანიის პოზიციონირებასთან მის შესაბამისობას მიიჩნევენ.

შემდეგი ექვსი სკოლა სტრატეგიის შემუშავების პროცესის კონკრეტულ ასპექტებს აქცევს უფრო მეტ ყურადღებას. ისინი ცდილობენ სტრატეგია ფირმის რეალურ ქცევას დაუკავშირონ და მისი მიმდევრები სტრატეგიას მომავლის წინასწარმეტყველების შედეგის რანგში განიხილავენ. ამდენად, მათთვის სტრატეგია დაკავშირებულია მენეჯერის გონებაში მიმდინარე პროცესებთან. უფრო თანამიმდევრულად აღნიშნული პოზიცია შემეცნებითი სკოლის მიმდევრების მიერ განიხილება. ამ სკოლამ თავის მეთოდოლოგიურ საფუძვლად კოგნიტური ფსიქოლოგია აირჩია და მასზე დაყრდნობით სტრატეგიის ცნობიერებაში შეღწევას ცდილობს [2, გვ. 23].

მომდევნო ოთხი სკოლის: „სწავლების“, „ხელისუფლების“, „ორგანიზაციული კულტურის“, „გარე გარემოს“ წარმომადგენლები ცდილობენ დაძლიონ გაურკვევლობა, რომელიც დაკავშირებულია ინდივიდის ქცევასთან. მაგალითად, „სწავლების“ სკოლის წარმომადგენლები თვლიან, რომ სტრატეგია ეტაპობრივად, ორგანიზაციის განვითარებისა და თვითშესწავლის კვალდაკვალ უნდა შემუშავდეს. „ხელისუფლების“ სკოლის წარმომადგენლები სტრატეგიას განიხილავენ როგორც ორგანიზაციის შიგნით, ან ორგანიზაციასა და გარე გარემოს კონფლიქტურ ჯგუფებს შორის მოლაპარაკებების პროცესს. „კულტურის“ სკოლის მიმდევართა შეხედულებით, სტრატეგია დამოკიდებულია ორგანიზაციის კულტურაზე, ხოლო მისი მომზადების პროცესი კოლექტიური საქმიანობაა. „გარე სამყაროს“ სკოლის თეორეტიკოსები თვლიან, რომ სტრატეგიის აგება რეალური პროცესია და ის უნდა განისაზღვრებოდეს, როგორც გარე გარემოში მიმდინარე ცვლილებებზე რეაქცია. სკოლა, რომელსაც გ. მინცბერგმა და სხვა მკვლევარებმა „კონფიგურაციის სკოლა“ უწოდეს, წინამორბედი სკოლების წინაშე მდგარი ამოცანების გაერთიანებას ცდილობს. კერძოდ, ეს ამოცანებია: სტრატეგიის შემუშავების პროცესი, მისი შინაარსი, ორგანიზაციული სტრუქტურა და მისი გარემო. აღნიშნული სკოლა ორგანიზაციული განვითარების პრინციპებსა და მეთოდებს ეფუძნება და სტრატეგიული ცვლილებების კანონზომიერებები გამოჰყავს; ამ სკოლის მიმ-

დევრების მიერ სტრატეგია განიხილება როგორც ტრანსფორმაციის პროცესი [3, გვ. 11].

უცხოელი და ქართველი მკვლევარების თეორიული მიგნებები ადასტურებს და პრაქტიკული გამოცდილება ცხადყოფს იმ გარემოებას, რომ სტრატეგია გადანაცვლებათა მიღების ლოგიკურად თანმიმდევრული ინტეგრირებული სქემაა.

ძირითადი ნაწილი

სტრატეგიის განსაზღვრა, როგორც წესი, დამოკიდებულია ეროვნული ეკონომიკური მოდელის ფორმირების სპეციფიკაზე, ისტორიულ ტრადიციებსა და კომპანიის მიზნების მიწვევის სტრატეგიული ინსტრუმენტების გამოყენების გამოცდილების არსებობაზე. მაგ., ა. ჩანდლერის, ა. სტიკლენდის და სხვა ავტორების თვალსაზრისით, მთავარ სტრატეგიულ ორიენტირად უნდა განისაზღვროს კომპანიის გრძელვადიანი მიზნები და მათი მიღწევის გზები, რაც არსებული რესურსების რაციონალურ გამოყენებას უნდა ეფუძნებოდეს [4]. ეთანხმებიან რა აღნიშნულ მეთოდოლოგიურ მიდგომას, მ. კოლენსო, მ. პორტერი, ტ. ბოგდანოვი და სხვები სტრატეგიის მთავარ მახასიათებლად კონკურენტული უპირატესობის მიღწევის აუცილებლობას მიიჩნევენ, რაც ბაზარზე კომპანიის პოზიციას უნდა მიაწინებდეს. [5]

მეცნიერთა ერთი ნაწილის, მაგ., ი. ანსოფი, გ. მინცბერგი, ჯ. კუინი, ს. გოშალი და სხვ. [6] თეორიულ კვლევებში აქცენტები გადატანილია კოორდინირებული გადანაცვლებების მიღებაზე, რაც, მათი აზრით, არსებითად განაპირობებს კომპანიის საქმიანობაზე ზემოქმედების მიმართულებას.

გასათვალისწინებელია ის გარემოება, რომ დღეს ბიზნესისთვის არსებობს ფართო საინფორმაციო გარემო, რომელიც, მმართველობითი გადანაცვლებების მიღების თვალსაზრისით, დიდწილად განმსაზღვრელი გახდა და არსებითად განაპირობებს დეტალურად შემუშავებული ინსტრუმენტების გამოყენებას, რომელთა დანერგვაც შლის საზღვრებს სტრატეგიული გეგმების შემუშავებასა და მათ განხორციელებას შორის. ამის საფუძველს ქმნის ცნობილი იტერაციული მმართველობითი ციკლი „დაგეგმე - აკეთე - შეამოწმე - მოახდინე ზემოქმედება“ (PDCA ანუ, Plan-Do-Check-Act).

PDCA ფართოდ გამოიყენება ხარისხის მართვაში, მიუხედავად იმისა, რომ მხოლოდ ტ. ჯექსონის მიერ შემოთავაზებული "HosinKanri" მოდელი (მართვა, კონტროლი, მენეჯმენტი)

აერთიანებს სტრატეგიასა და ტაქტიკას [7] რთული მმართველობითი ინფორმაციის მატრიცული წამოგდენის საფუძველზე, რაც საშუალებას იძლევა მისი შესაძლებლობები სისტემატურად და მთელი კომპანიის მასშტაბით იყოს რეალიზებული. ცნობილია, რომ მთელ რიგ უცხოურ და ქართულ კომპანიაში ეს ორი სფერო დამოუკიდებელი ცხოვრებით ცხოვრობენ.

"HosinKanri"-ის ეფექტიანობა მდგომარეობს იმაში, რომ აღნიშნული მეთოდის განხორციელების საფუძველია ე.წ. მართვის ვიზუალური ტექნიკა, როდესაც მთელი კორპორატიული სტრატეგია განთავსებულია A3 ფორმატის რამდენიმე ფურცელზე. ეს არის "სისტემა A3", რომელიც იყენებს ე.წ. ფასეულობათა შექმნის ნაკადების რუკა (Value Stream Maps).

გარდა ამისა, მრავალი მკვლევარი მიუთითებს იმის შესახებ, რომ სტრატეგიაზე საუბრისას, აუცილებელია გათვალისწინებულ იქნას ის ფაქტი, რომ, ერთის მხრივ, სტრატეგია არის დეტერმინირებული, ანუ კარგად დაგეგმილი და მეორეს მხრივ — სტოქასტური, ანუ, ყალიბდება შემთხვევითი ფაქტორების ზემოქმედებით. ასე, რომ სტრატეგიაში ამა თუ იმ კომპონენტის არსებობა დამოკიდებულია გარემოს არასტაბილურობის დონეზე [8, გვ. 86].

ამდენად, სტრატეგია — კომპანიის დაგეგმილი ქმედებებისა და ახალ სიტუაციისადმი ადაპტაციის, კონკურენტული უპირატესობის მოპოვების ახალი შესაძლებლობებისა და ახალი საფრთხეების განეიტრალებისათვის სწრაფი გადაწყვეტილებების კომბინაციაა.

სტრატეგია, როგორც კონცეფცია, ცნება გამოიყენება არა მარტო ბიზნესში, არამედ საქმიანობის ნებისმიერი სფეროში, მიუხედავად კომპანიის ზომისა და ეკონომიკური მახასიათებლებისა. სტრატეგია მხოლოდ წარმოდგენები კი არ არის იმის შესახებ, თუ როგორ უნდა მოიქცე კონკურენტის ან მტრის მიმართ, არამედ ის ორგანიზაციის ბუნების უფრო ფუნდამენტურ ასპექტებს, როგორც კოლექტიური აღქმისა და ქმედების ინსტრუმენტებს, ეხება. სწორად ჩამოყალიბებული სტრატეგია საშუალებას იძლევა ორგანიზაციის შეზღუდული რესურსები შიდა და გარე გარემოში მიმდინარე ცვლილებების გათვალისწინებით ყველაზე ეფექტური გზით იქნას განაწილებული და გამოყენებული.

სტრატეგია, როგორც გეგმა გულისხმობს, რომ ხელმძღვანელები არიან სრულიად თავი-

სუფალნი აირჩიონ მიზნის მიღწევის მიმართულება და გზა. პრაქტიკაში კი ორგანიზაციის შიგნით და გარეთ არის მრავალი ფაქტორი, რომლებიც ნაკლებად კონტროლირდება ხელმძღვანელობის მხრიდან. გარდა ამისა, რა თქმა უნდა, ყველაზე კარგად მოფიქრებული და შემუშავებული გეგმის შესრულებისას აუცილებლად ჩნდება გაუთვალისწინებელი გარემოებები. ამგვარად, თითქმის ყოველთვის, რეალური სტრატეგია თავისუფლად განსაზღვრის კი არა, ქმედებების იძულებითი თანმიმდევრობაა. თუმცა, უნდა აღინიშნოს, რომ სტრატეგიული მენეჯმენტისა და სტრატეგიის შემუშავების პრობლემების მრავალი მკვლევარი, სტრატეგიას განიხილავს, როგორც ერთგვარ პროცესს.

როგორც ლიტერატურის ანალიზი აჩვენებს, ზოგადად, სტრატეგიის შემუშავების პროცესი შედგება რიგი თანმიმდევრული ეტაპებისაგან. ზოგიერთი ავტორი სტრატეგიის შემუშავებას (სტრატეგია, როგორც პროცესი) სტრატეგიული მენეჯმენტის ეტაპებთან აიგივებს. მაგ., ვ. დიკანი, ა. დეინეკა და სხვები თვლიან, რომ სტრატეგიის შემუშავება არის „სტრატეგიული მენეჯმენტის მოდელი“; ა. სტიკლანდი და ა. ტომპსონი მას მიიჩნევენ „სტრატეგიული მენეჯმენტის ხუთ ამოცანად“ [1, გვ. 99]. ამასთან, თითოეული მკვლევარი სტრატეგიის შემუშავების პროცესში სხვადასხვა რაოდენობის ნაბიჯების აუცილებლობაზე მიუთითებს, თუმცა ზოგადი სქემა არ იცვლება და განზოგადებული სახით სტრატეგია, როგორც პროცესი არის ურთიერთდაკავშირებული მმართველობითი პროცესების (ფუნქციონირების სფეროს ანალიზი — მისიისა და მიზნების განსაზღვრა — სტრატეგიის რეალიზაცია — სტრატეგიის განხორციელების მონიტორინგი) დინამიური ერთობლიობა. ეს პროცესები ერთი მეორისგან ლოგიკურად გამომდინარეობს (ან მიჰყვება). თუმცა, არსებობს სტაბილური უკუკავშირი და, შესაბამისად, უკუგავლენაც თითოეული პროცესისა სხვებზე ან მათ მთლიანობაზე.

ყველა ბიზნესისთვის ერთიანი სტრატეგია არ არსებობს. თუნდაც ერთ დარგში ფუნქციონირებადი ყველა კომპანია უნიკალურია და მათი სტრატეგიის განსაზღვრაც ასევე ორიგინალურია. ეს გარემოება დაკავშირებულია კომპანიების პოზიციებზე, მისი პოტენციალზე, განვითარების დინამიკაზე, კონკურენტების ქცევაზე, პროდუქციის ან მომსახურების თავისებურებებზე, ეკონომიკის, სოციალური გა-

რემოს მდგომარეობასა და მრავალ სხვა ფაქტორზე.

სტრატეგიის შემუშავება რთული და მრავალმხრივი პროცესია და არ შეიძლება მისი დაყვანა რუტინულ სქემებსა და ალგორითმებად. ამავე დროს, არსებობს გარკვეული ფუნდამენტური წესები და ბიზნესის სტრატეგიის შემუშავების განზოგადებული მოდელები. იგულისხმება, რომ სტრატეგია რეალიზდება გარკვეული წესებითა და პროცედურებით. წესები ადგენენ ორგანიზაციაში საქმიანობის და ქცევის საზღვრებს, მიმართავენ მის ფუნქციონირებას სტრატეგიის განხორციელების მიმართულებით. პროცედურა, წესებისგან განსხვავებით, აღწერს ქმედებებს, რომლებიც კონკრეტულ სიტუაციაში უნდა იქნას გამოყენებული. სტრატეგიის შემუშავების წესები და პროცედურები შეიძლება მხოლოდ რეკომენდაციების სახით იქნას შეთავაზებული, რამდენადაც თითოეული კომპანია თავისებურად უდგება სტრატეგიული ალტერნატივების არჩევის პროცესს.

სტრატეგიამ უნდა უზრუნველყოს მდგრადი ეკონომიკური ზრდა და კომპანიის განვითარება, წარმოებული პროდუქციისა და განეული მომსახურების კონკურენტუნარიანობის ამაღლება.

ამავე დროს, ცნება „ზრდა“ და „განვითარება“ მიუხედავად იმისა, რომ ურთიერთდაკავშირებული ცნებებია, შესაძლებელია თავისი შინაარსით არ ემთხვეოდეს ერთმანეთს. წარმოების სფეროში, ისევე, როგორც ბუნებაში, კომპანიის განვითარებას არა მხოლოდ მისი ზრდისას, არამედ მისი საქმიანობის მასშტაბების უცვლელობის პირობებშიც ჰქონდეს ადგილი.

ზრდა, უპირატესად, კომპანიის ზომების გადიდება და წარმოების გაფართოებაა (პროდუქციის წარმოება, გაყიდვების მოცულობა, თანამშრომელთა რაოდენობა, და სხვ.). ეფექტური ეკონომიკური ზრდა მდგრად წანამძღვრებასა და წინაპირობებს ემყარება და სოციალური და ეკონომიკური განვითარების გრძელვადიანი სტრატეგიის შემადგენელი ნაწილია. განვითარება ნიშნავს თვისებრივ ცვლილებასა და ეკონომიკური სისტემის განახლებას, მის ყველა სტრუქტურულ ერთეულში აღჭურვილობის, ტექნიკისა და მუშაობის ორგანიზაციის ეფექტურობის გაუმჯობესებას, ასევე პროდუქციის ხარისხის გაუმჯობესებას.

მდგრადი სტაბილური განვითარება ეკონომიკური სისტემის ისეთი ტრანსფორმაციით

ხასიათდება, რომელიც ხელს უწყობს ეკონომიკური ზრდის უფრო მაღალი ტემპებით გრძელვადიან ზრდას. ამასთან, სისტემის შიდა სტრუქტურა ხდება მოქნილი და გარემოსთან ადვილად ადაპტირდები, თვით სისტემა კი, მიზნად ისახავს გაცილებით უკეთესი მომავლის ფორმირებას (ახალი ტექნოლოგიური წყობა, ახალი ბაზრები, ადამიანური კაპიტალის განვითარება და ა.შ.).

ამდენად, ჩვენს მიერ განხორციელებული ანალიზი საშუალებას გვაძლევს ჩამოვაყალიბოთ „სტრატეგიის“ განმარტება. სტრატეგია მიზანმიმართულად შექმნილი და მუდმივ კორექტირებას დაქვემდებარებული თანამიმდევრული მმართველობითი ქმედებაა, რომელიც იწვევს ეკონომიკური სისტემის გრძელვადიან თვისებრივ ცვლილებებს კონკურენტული უპირატესობის შექმნისა და გაძლიერების მეშვეობით.

ზემოთ მოყვანილი მეთოდოლოგიური მიდგომები მიუთითებს იმაზე, რომ დღეს არსებული ეკონომიკური ვითარება გაცილებით მაღალ მოთხოვნებს უყენებს სტრატეგიის შემუშავებისა და განხორციელების პროცესს.

დასკვნა

ორგანიზაციის განვითარების ორგანიზაციული, სამართლებრივი და ეკონომიკური მაჩვენებლების (პირობების) ერთობლიობა განსაზღვრავს ბიზნესის განვითარების სტრატეგიული პრიორიტეტებს, რომელთა შორის, ყველაზე ხშირად, სწორედ კონკურენტუნარიანობის მაღალი დონის მიღწევას ისახავენ მიზნად. კომპანიის სტრატეგიული საქმიანობის დივერსიფიკაცია მოწმობს საწარმოო საქმიანობის ალტერნატიული შერჩევის შესაძლებლობასა და სამენარმოო სუბიექტების ეკონომიკური ინტერესების მრავალფეროვნებაზე.

ამ მხრივ, პ. დრუკერის ბოლო კვლევები [9], რომლებიც კომპანიების მართვის თანამედროვე სისტემის შეფასებას ეხება, მიუთითებს, რომ XXI საუკუნის რეალობა არ იძლევა იმის საშუალებას, რომ გამოყენებულ იქნას ორგანიზაციების მართვის ერთ დროს მეტად ეფექტური გზები, და ახლა საჭიროა სტრატეგიის შემუშავებისადმი სრულიად ახალი მიდგომები და მენეჯმენტის ახალი პარადიგმა. მისი აზრით, ბიზნესის გარე ეკონომიკური გარემო, ისე როგორც არასდროს, წარმოშობს ალტერნატი-

ულ გამოწვევებსა და საფრთხეებს, რომელთა გათვალისწინება აუცილებელია ისეთი სტრატეგიული გადაწყვეტილებების შემუშავებისას, რომლებიც მიმართული იქნება კომპანიის მიერ ბიზნესსაქმიანობისათვის მომგებიანი პირობების მისაღწევად.

ამასთან, მენეჯმენტის თანამედროვე პარადიგმის პირობებში მნიშვნელოვანია შემდეგი გარემოებების მხედველობაში მიღება:

- ყოველ კონკრეტულ შემთხვევაში, ორგანიზაციული სტრუქტურა უნდა შეესაბამებოდეს გადასაწყვეტ ამოცანებს, და ის შეიძლება მეტად განსხვავებული იყოს თუნდაც ერთი და იგივე ორგანიზაციის სხვადასხვა განყოფილებებში;
- თანამშრომლები, ყველაზე ქვედა პოზიციებზეც კი, სულ უფრო ნაკლებად არიან „ქვეშევრდომები“ — ისინი უკვე „ცოდნის მუშაკები« (*«knowledge workers»*) არიან; შეუძლებელია მათი სამუშაოს სტანდარტიზება და ოპტიმიზება; მათი „შრომის პროცესი“ უხილავია, ჩვენ მხოლოდ მათი შრომის შედეგს ვხედავთ; ცოდნა და არა მონეობილობები ხდება ძირითადი საწარმოო ძალა და თანამშრომლები გაცილებით ნაკლებად დამოკიდებულნი არიან ორგანიზაციაზე, ვიდრე ორგანიზაცია მათზე;
- ტექნოლოგიური პროგრესის ახალი რეალობები, მენეჯმენტის ფუნდამენტური ცვლილები უნდა აისახოს იმაში, რომ კომპანიამ საკუთარი ტექნოლოგიები და საბოლოო მომხმარებლები უნდა განიხილოს არა როგორც ბიზნესის საფუძველი, არამედ როგორც შემზღუდველები. ამიტომ, ამჟამად კომპანიების სტრატეგია ეფუძნება იმის გაგებას, თუ რა არის კლიენტისათვის ფასეულობა, საკუთარი შემოსავლების გამოყენებისას რა არის მისი პრიორიტეტი და მიდრეკილებები;
- მენეჯმენტი სულ უფრო მეტად არის იძულებული გასცდეს ფორმალური უფლებამოსილებების საზღვრებს და მოიცვას მომხმარებლებისათვის ფასეულობათა ჯაჭვის შექმნის მთელი პროცესი;
- ნებისმიერი ორგანიზაციის საქმიანობის შედეგები უფრო მეტად გარე გარემოზეა დამოკიდებული, ვიდრე შიდა გარემოზე.

პ. დრუკერის „ახალი პარადიგმა“ არის სრულიად საპირისპირო ძველი შეხედულებებისა და ის წინმსწრები მმართველობითი გადაწყვეტილებების მოძებნის საშუალებას იძლევა,

რაც კომპანიის მიერ მიღებული სტრატეგიის განხორციელებას უზრუნველყოფს.

სტრატეგიის კონცეფციის დახასიათებისათვის თეორიული მიდგომების ანალიზი საშუალებას იძლევა, ბიზნესის განვითარების თანამედროვე პრაქტიკის შესაბამისად, მეთოდოლოგიურად დასაბუთდეს კომპანიის მრავალკრიტერიუმიანი მრავალდონიანი სტრატეგიული განვითარების ხედვით კვლევების ჩატარების აუცილებლობა. სწორედ ასეთი მიდგომა იძლევა საშუალებას ორგანიზაციის მართვის ყველა ამოცანა განაწილდეს მრავალდონიანი სისტემის მართვის სპეციალიზებულ ელემენტებად, რაც იწვევს მართვის პროცესზე დანახარჯების შემცირებას და იმ შეცდომების მინიმიზებას, რომლებიც კომპანიისთვის მნიშვნელოვანი დანაკარგების წყაროა.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. Баранова Н.А. Стратегия: концептуальные подходы к определению сущности. Ростов н/Д.: Изд-во ЮРИФ РАНХиГС, 2013.
2. Михайличенко А.А. Стратегия развития организации и управленческие проекты в ней.. Сборник научных трудов. 2010. Т. 11. № 1.
3. Шевченко Б.И., Шушьян А.А. Современные подходы к стратегии развития организации. Вестник экономической интеграции. 2013. № 7.
4. Chandler, Alfred D., Jr. Strategy and Structure: Chapters in the History of the American Industrial Enterprise, 1962; Томпсон А. А., Стрикленд А. Дж. III. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа. М.: Вильямс, 2008; Минцберг Г. Структура в кулаке: создание эффективной организации. Питер. 2006.
5. Портер М. Международная конкуренция. М.: Международные отношения, 2008; Коленсо М. Стратегия кайзен для успешных организационных перемен. М.: Инфра-М, 2005; Богданова Т.А., Градов А.П. Стратегия и тактика антикризисного управления фирмой, 2010.
6. Ансофф И. Стратегический менеджмент. Классическое издание; Пер. с англ. Под ред. А.Н. Петрова. СПб.; Питер, 2009; Минцберг Г., Куинн Дж. Б., Гошал С. Стратегический процесс. Питер, 2001
7. Джексон Т. Хосинканри: как заставить стратегию работать, 2008.
8. Пласкова Н. Стратегический анализ и его роль в обосновании стратегии развития организации. 2008. № 1.
9. Друкер П. Ф. Менеджмент. Вызовы XXI века. М. : Изд-во «Манн, Иванов и Фербер», 2012.

ინფორმაციული უსაფრთხოება საგანმანათლებლო დაწესებულებაში

დემურ სიჭინავა — თსუ-ს პროფესორი
თეიმურაზ გოგნაძე — ეკონომიკის აკადემიური დოქტორი,
თსუ-ს მთავარი სპეციალისტი
დავით სიჭინავა — სტუ-ს დოქტორანტი

რეზიუმე

სტატიაში დასმულია საკითხი საგანმანათლებლო დაწესებულებების ყველა სახის ინფორმაციული რესურსების დაცვის აუცილებლობის შესახებ. ჩამოყალიბებულია მოთხოვნები, რომელიც უნდა დააკმაყოფილოს საგანმანათლებლო დაწესებულებებში შექმნილმა ინფორმაციული უსაფრთხოების სისტემამ. განხილულია კომპიუტერული დანაშაულის სახეები და მათი აღმოფხვრის მეთოდები და საშუალებები. მოცემულია ინფორმაციის დაცვის ემელონირებული სისტემა თსუ-ის მაგალითზე. შემოთავაზებულია ინფორმაციული სისტემების დაცვის საიმედო და ეფექტური საშუალებები.

Informational Safety in Educational Institutions
Demur Sichinava
Ivane Javakhishvili State University, Professor
Teimuraz Gognadze
Economics academic doctor, TSU chief specialist
Davit Sichinava
PhD Student of GTU

Summary

In the article the issue of protection for the informational resources of all types in the educational institutions is considered. We have drawn up the requirements that the informational safety system must meet in the educational institutions. Shown are the computer crime types and the ways and methods of fighting them. We have shown the echeloned

system of information protection on the example of TSU. The safe and effective means for protection of information systems are offered.

მსოფლიოში ინტერნეტის მომხმარებელთა რაოდენობამ რამდენიმე მილიარდს გადააჭარბა. ამიტომ გლობალურ ქსელში ცირკულირებადი ინფორმაციული ნაკადების სრული გაკონტროლება ფაქტიურად შეუძლებელია. დღითიდღე იზრდება ინფორმაციის მოპარვის, გაყალბების, ფულადი საშუალებების არაკანონიერი გზით მითვისებისა და კონფიდენციალურ ინფორმაციასთან არასანქცირებული შეღწევის შემთხვევები.

ადამიანი-დამნაშავეები, რომლებმაც შეიძინეს გარკვეული ცოდნა ინფორმაციულ ტექნოლოგიებში, ინფორმაციის მითვისების მიზნით, ამოწმებენ რა თავიანთ პროფესიულ შესაძლებლობებს, არ ითვალისწინებენ დანაშაულის შედეგს. ხშირ შემთხვევაში ისინი ინფორმაციული ხულგნობით მოპოვებულ ინფორმაციას იყენებენ გართობის მიზნით. მაგალითად, ჰაკერები ადგენენ ვირუსულ პროგრამებს, რომელთა მოქმედება არღვევს მომხმარებლის პროგრამების მთლიანობას, მწყობრიდან გამოჰყავს პერსონალური კომპიუტერი ან მთლიანად გამოთვლითი ქსელი, რის შედეგადაც სა-