

ციფრული მარკეტინგი და ბიზნესი

DOI - 10.36962/ecs105/3/2022-326

თამარ კილაძე,
სტუ, პროფესორი.
t.kiladze@gtu.ge

მანანა ქანთარია,
სტუ სტუდენტი.

რეზიუმე

ციფრულმა ტექნოლოგიებმა მნიშვნელოვანი ტრანსფორმაციები გამოიწვია ეკონომიკურ საქმიანობაში. ერთ-ერთი ასეთი სფეროა მარკეტინგი, რომელიც წარმოადგენს ნებისმიერი ბიზნესის მნიშვნელოვან ნაწილს. ციფრული ეკონომიკის ძირითად ტენდენციას წარმოადგენს ინფორმაციის სიმრავლე. მარკეტინგში ინტერნეტ ტექნოლოგიური მიღწევების აქტივობების გამოყენება იძლევა მომხმარებელისაგან უკუკავშირის მიღების საშუალებას, ასევე ხელს უწყობს კომპანიის პროდუქტების შესახებ ცნობიერების ამაღლებას, მათი პროდუქციის პოპულარიზაციას.

ინტერნეტ ტექნოლოგიური მიღწევების გამოყენება მარკეტინგული საქმიანობის განვითარების თანამედროვე პირობებში ფირმებს საშუალებას აძლევს შეამციროს მარკეტინგული ხარჯები, გააფართოოს კლიენტების ბაზა, გაზარდოს სარეკლამო საქმიანობის ეფექტურობა და, რაც მთავარია, განახორციელოს სამიზნე აუდიტორიის მოძიება.

სტატიაში განხილულია ბიზნესის მიერ საქართველოში ციფრული მარკეტინგული საშუალებების გამოყენების პრობლემები. ახსნილია ციფრული მარკეტინგის არსი, გაანალიზებულია მისი განსხვავებები ინტერნეტ მარკეტინგისაგან. განსაზღვრულია ციფრულ გარემოში მცირე და საშუალო საწარმოების მარკეტინგული საქმიანობის ამოცანები. სტატიაში მოცემულია

ციფრული მარკეტინგის განვითარების ძირითად ტენდენციები.

საკვანძო სიტყვები: ციფრული მარკეტინგი, მცირე და საშუალო საწარმოები, ინტერნეტ მარკეტინგი, საინფორმაციო სფერო, ციფრული მარკეტინგის ინსტრუმენტები, ბაზრის ტენდენციები.

შესავალი

საზოგადოების ყველა სფეროში ციფრული ტექნოლოგიების შეღწევამ გამოიწვია დიდი მოცულობის ინფორმაციის დაგროვება. საინფორმაციო ტექნოლოგიების განვითარება იწვევს სულ უფრო მეტი ადამიანების ჩართულობას მსოფლიოს მასშტაბით ინტერნეტში. უამრავი ახალი ინფორმაციის არსებობა, მათ შორის ეკონომიკურ სფეროში, მოითხოვს მონაცემთა დამუშავებისა და ანალიზის ტექნოლოგიების გამოყენების აუცილებლობას. დიდი მონაცემების დამუშავება საინფორმაციო ტექნოლოგიების გამოყენებით ადვილად შესაძლებელია, ამიტომაც ის ერთ-ერთი ყველაზე სწრაფად მზარდი მიმართულებაა: სტატისტიკის მიხედვით, მონაცემთა ჯამური რაოდენობა ყოველ 1-2 წელიწადში ორჯერ იზრდება.

ძირითადი ნაწილი

მცირე და საშუალო ბიზნესი მნიშვნელოვან როლს ასრულებენ ეკონომიკის ფუნქციონირებაში, უპირველესად მათი მობილობიდან გამომდინარე, განსაკუთრებით მომსახურების სექტორში, ამით ხელს უწყობენ მოსახლეობის დასაქმებას და უზრუნველყოფენ ცხოვრების დონის ზრდას. მცირე და საშუალო ბიზნესს წარმატებით შეუძლია კონკურენცია გაუწიოს დიდი ზომის კომპანიებს, რადგან მათ აქვთ გარკვეული კონკურენტუნარიანი უპირატესობები: მართვის აპარატის სიმარტივე, საბაზრო ქვეყნების ეკონომიკაში ისინი ბაზარს ავსებენ საჭირო საქონელითა და ცვალებად გარემოში სწრაფად ადაპტირების უნარით, ფინანსური მოქნილობით, თუმცა, მცირე და საშუალო ზომის საწარმოებს შეზღუდული რესურსები აქვთ და ისინი ვერ მიიღებენ მნიშვნელოვან ეფექტს წარმოების მასშტაბიდან გა-

მომდინარე, ვერ გაუწევენ მნიშვნელოვან კონკურენციას მაზარზე მხვილ მოთამაშეებს, რომლებიც ეძებენ მონოპოლიზებული ბაზრებს. ასეთ პირობებში მცირე და საშუალო საწარმოები იძულებულნი არიან განახორციელონ მარკეტინგული პოლიტიკა, რაც საშუალებას აძლევთ მიიღონ მაქსიმალური კონკურენტუნარიანი უპირატესობა მინიმალური დანახარჯებით. ბოლო წლების განმავლობაში ციფრული მარკეტინგის სწრაფმა განვითარებამ ხელი შეუწყო მცირე და საშუალო ბიზნესს ეფექტური მარკეტინგული პოლიტიკის განხორციელებას.

ინტერნეტ Live Stats-ის მიხედვით, ადამიანების საშუალო რაოდენობა, ვინც Google-ს იყენებს ნებისმიერ დღეს არის 77,000. ეს ნიშნავს მინიმუმ 2 ტრილიონ ძიებას წელიწადში. საშუალო და მსხვილი ბიზნესების მხოლოდ 12-14 %-მა დაიწყო თავისი ბიზნეს პროცესების ხელახალი განსაზღვრა მანქანათმცოდნეობის და ციფრული მარკეტინგის კონტექსტში.¹

ციფრული მარკეტინგი, რომელსაც ასევე უწოდებენ ინტერნეტ მარკეტინგს, მოიცავს ინტერაქტიული ვირტუალური სივრცის გამოყენებას პროდუქტებისა და სერვისების პოპულარიზაციისა და გაყიდვის მიზნით.

ფირმაში ციფრული მარკეტინგი წარმოადგენს მარკეტინგული საქმიანობის მნიშვნელოვან ღონისძიებას, რომელიც უზრუნველყოფს მათ შორის კავშირის არსებობას. ტექნოლოგიური მიღწევების გამოყენებით მარკეტინგული საქმიანობა ყოველთვის ემყარება საინფორმაციო სფეროში ტექნოლოგიების გამოყენებას, როგორც აუცილებელ კომპონენტს. ფირმების მარკეტინგული ტექნოლოგიები თანამედროვე სამეცნიერო და ტექნიკურ გარემოში არსებობს ტრადიციული სარეკლამო მეთოდების და ციფრული ტექნოლოგიების გამოყენების მუდმივი განვითარებით.

მარკეტინგში ინტერნეტ ტექნოლოგიური მიღწევების აქტივობების გამოყენება იძლევა მომხმარებელისაგან უკუკავშირის

1 Powerful Digital Marketing Statistics and Facts for 2022. საიტი: <https://contentwritingjobs.com/blog/digital-marketing-statistics>. გადა-
მოწმებულია 08.02.2022.

მიღების საშუალებას, ასევე ხელს უწყობს კომპანიის პროდუქტების შესახებ ცნობიერების ამაღლებას, მათი პროდუქციის პოპულარიზაციისას. მართლაც, დღეს ინტერნეტ მარკეტინგი განსაზღვრავს ბევრ ინსტრუმენტს, რომლებიც ეფექტურია ფირმების საქმიანობისთვის. მისი დახმარებით შესაძლებელია მნიშვნელოვნად გააუმჯობესდეს ეკონომიკური მაჩვენებლები, მაგალითად, გაიზარდოს გაყიდვების რაოდენობა, გაუმჯობესდეს სამიზნე აუდიტორიის, ანუ შესაბამისი პოტენციური მყიდველების ძიება.

ინტერნეტ ტექნოლოგიური მიღწევების გამოყენება მარკეტინგული საქმიანობის განვითარების თანამედროვე პირობებში ფირმებს საშუალებას აძლევს შეამციროს მარკეტინგული ხარჯები, გააფართოოს კლიენტების ბაზა, გაზარდოს სარეკლამო საქმიანობის ეფექტურობა და, რაც მთავარია, განახორციელოს სამიზნე აუდიტორიის მოძიება. ეს, თავის მხრივ, საშუალებას იძლევა წარმართოს კომპანიის მარკეტინგული ძალისხმევა სწორი მიმართულებით, დაზოგოს დრო და რესურსები სამიზნე აუდიტორიის იდენტიფიცირებისათვის. მარკეტინგში ინტერნეტ ტექნოლოგიური მიღწევების გამოყენების ბაზარი მუდმივად ვითარდება, ჩნდება ინოვაციური ინსტრუმენტები, სტრატეგიები და შესაძლებლობები.

ციფრული მარკეტინგი არის მარკეტინგის ინსტრუმენტი თანამედროვე კომპანიისთვის, ასევე ტექნოლოგიური მიღწევების ერთობლიობა საინფორმაციო სფეროში. ამ ბიზნეს პროცესის განხორციელება ინტერნეტ მარკეტინგის გამოყენებით საშუალებას აძლევთ ფირმებს ეფექტურად და უმოკლეს დროში შეაგროვოს საჭირო ინფორმაცია მონაცემთა ელექტრონულ წყაროებზე (საძიებო სისტემები, საინფორმაციო პორტალები, ოფიციალური ვებსაიტები). ანალიტიკური ბიზნეს პროცესების მართვისთვის ინტერნეტ მარკეტინგის გამოყენების უპირატესობაა საჭირო ინფორმაციის სწრაფი შეგროვება, მისი ანალიზის სიმარტივე და დაბალი ხარჯები.

დასკვნა

ასე რომ, ციფრული მარკეტინგული გარემოს სწრაფი ტრანსფორმაცია თანამედროვე პირობებში, ახალი საინფორმაციო და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიები, მობილური და ინტერნეტ კონტენტთან მუშაობის მეთოდების რეგულარული დანერგვა, მცირე და საშუალო საწარმოებისთვის აღარ არის საკმარისი, აუცილებელია ინტერნეტ მარკეტინგის ინსტრუმენტების გამოყენება წარმატების მისაღწევად მაღალ კონკურენტულ ბაზარზე.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. Powerful Digital Marketing Statistics and Facts for 2022. <https://contentwritingjobs.com/blog/digital-marketing-statistics>;
2. ციფრული მარკეტინგი-გზა საკუთრებიდან წარმატებულ ბიზნესამდე. აშშ საერთაშორისო განვითარების სააგენტო. თბ. 2018 წ;
3. ნ.თოდუა „ინტერნეტ-მარკეტინგი“. თსუ. თბ. 2018 წ;
4. Балабанов И. П. Интерактивный бизнес / Балабанов И П - СПб: Питер, 2017.
5. [https://books.google.ge/books/about/Digital Migital Marketing for Dummies. Html?id=0 D&printsec=frontcover&source=kpread button&hl=en&redir esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.ge/books/about/Digital+Marketing+for+Dummies.html?id=0D&printsec=frontcover&source=kpread+button&hl=en&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false);

REFERENCES:

1. Powerful Digital Marketing Statistics and Facts for 2022. <https://contentwritingjobs.com/blog/digital-marketing-statistics>;
2. Digital marketing- the way from ownership up to successful business. USA agency for international development. Tbilisi. 2018;
3. N.Todua „Internet-marketing“.Tbilisi State University. Tbilisi. 2018;
3. Balabanov I.P. Interactive business / Balabanov I.P. - SPb: Piter, 2017.
4. [https://books.google.ge/books/about/Digital Migital Marketing for Dummies. Html?id=0 D&printsec=frontcover&source=kpread button&hl=en&redir esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.ge/books/about/Digital+Marketing+for+Dummies.html?id=0D&printsec=frontcover&source=kpread+button&hl=en&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false);

DIGITAL MARKETING AND BUSINESS

Tamar Kiladze,
GTU, Professor,
t.kiladze@gtu.ge

Manana Kantaria,
GTU Student

RESUME

Digital technologies have led to significant transformations in economic activity. One such area is marketing that is an important part of any business. The main trend in the digital economy is the abundance of information.

The application of Internet technological advancement activities in marketing gives the possibility to customer feedback as well as helps to raise awareness of the company's products while promoting their products. The application of Internet technological advances in the modern conditions of marketing activities allows firms to reduce marketing costs, to expand the customer base, to increase the effectiveness of advertising activities and, most importantly, to find the target audience.

In the article are considered the problems of implementation of digital marketing means by business in Georgia. There is explained the essence of digital marketing, is analyzed its singularities from internet marketing. Additionally, there are determined the tasks of marketing activity of small and medium enterprises in digital environment. In the article there are stated the basic tendencies of digital marketing development.

Keywords: digital marketing, small and medium business, internet marketing, information field, digital marketing tools, business tendencies.