

# ონლაინ გაყიდვები: თავისებურებები და პრობლემები

ეკონომიკის დოქტორი, პროფესორი  
გელა მამულაძე

## შესავალი.

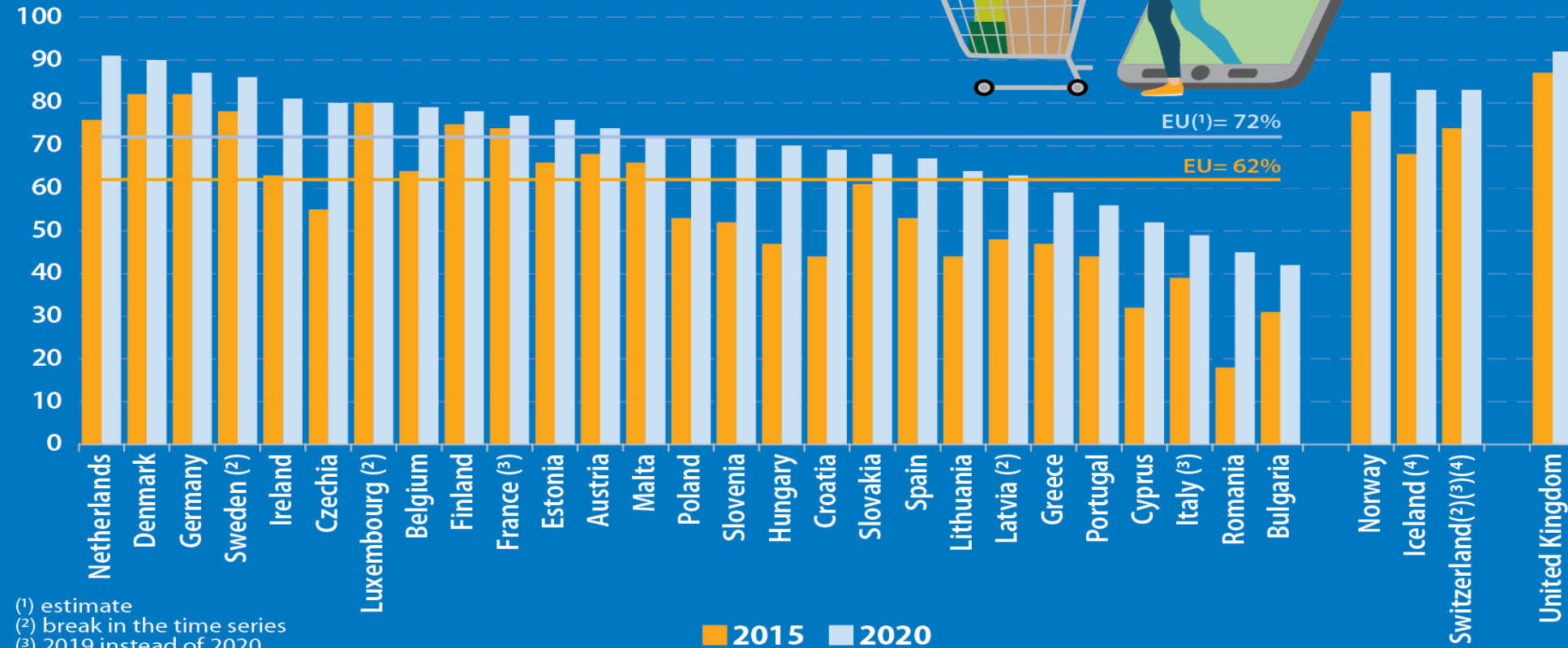
ბოლო პერიოდში თანამედროვე ტექნოლოგიურმა მიღწევებმა, განსაკუთრებით ინტერნეტის ფართო გამოყენებამ, შექმნა ე.წ. ახალი ეკონომიკა. გამოკვლევები ცხადყოფს, რომ მომხმარებლები მნიშვნელოვანი გადაწყვეტილებების მიღებამდე, ინფორმაციას ინტერნეტის მეშვეობით მოიპოვებენ. ყოველი სამი მომხმარებლიდან ერთი მაქსიმალურად ეყრდნობა ინტერნეტის ინფორმაციას ისეთ საქმიანობის განხორციელებისას, როგორცაა საქონლის შეძენა, სამსახურის ძიება თუ საინვესტიციო გადაწყვეტილებების მიღება.

ინტერნეტი არის გლობალური ინფორმაციული სისტემა, რომელმაც შეცვალა მსოფლიო. სწორედ ინტერნეტის სწრაფმა ზრდამ დაუდო სათავე ტრადიციული მარკეტინგის შესუსტებას და ინტერნეტ მარკეტინგის ჩამოყალიბებას, რომელიც გულისხმობს ინტერნეტის გამოყენებით მარკეტინგული საქმიანობის განხორციელებას, კერძოდ *ბაზრის გამოკვლევა და მისი შესწავლა; სასაქონლო ასორტიმენტის ფორმირება; ფასების პოლიტიკის შემუშავება; საქონლის გასაღება, მოთხოვნის ფორმირება და გასაღების სტიმულირება.*

მიუხედავად იმისა, რომ ონლაინ გაყიდვების ტექნოლოგიებს ჩვენს რეალობაში კომპანიები უკვე იყენებენ და აღნიშნულ საკითხის შესწავლა არაერთხელ გამხდარა კომპეტენტური ადამიანების განხილვის საგანი, ვფიქრობთ, რომ აღნიშნული საკითხების მიმართ არსებული მდგომარეობის ანალიზი დღესდღეობით მაინც აქტუალურია.

# Internet users who bought or ordered goods or services for private use

(% of people who used internet in the previous 12 months)

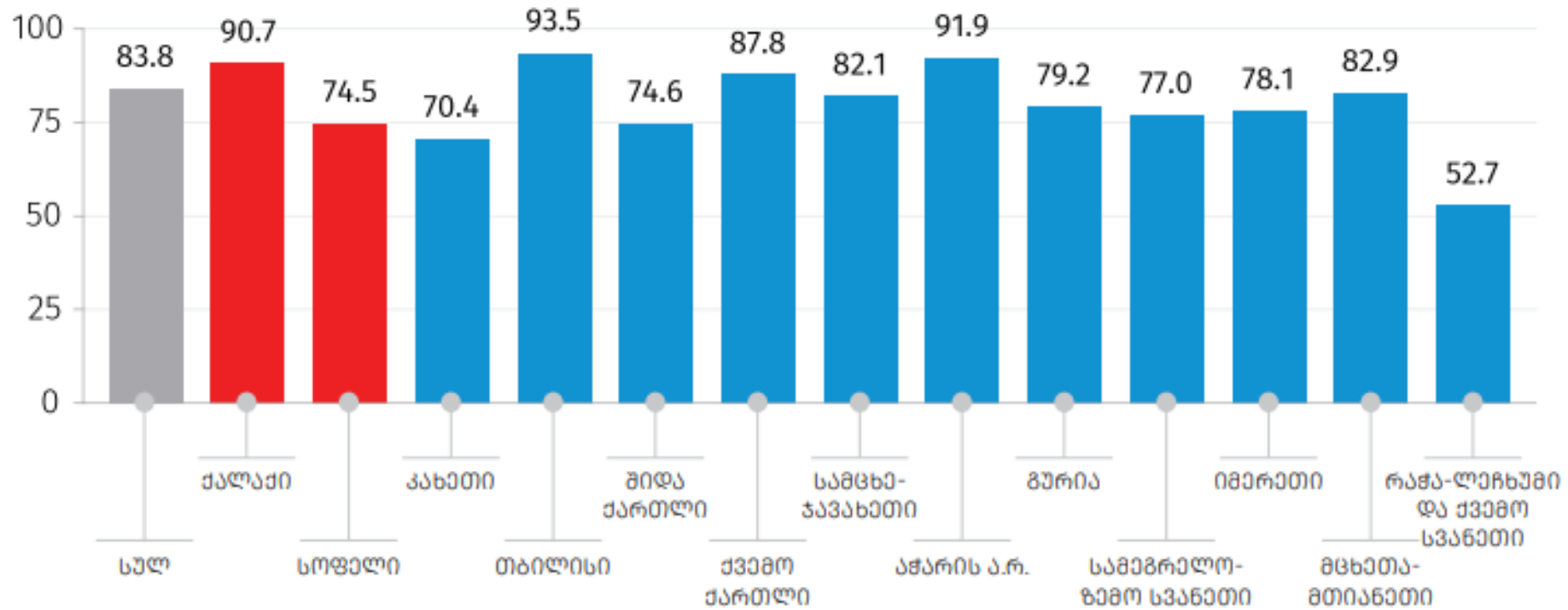


(1) estimate  
 (2) break in the time series  
 (3) 2019 instead of 2020  
 (4) 2014 instead of 2015

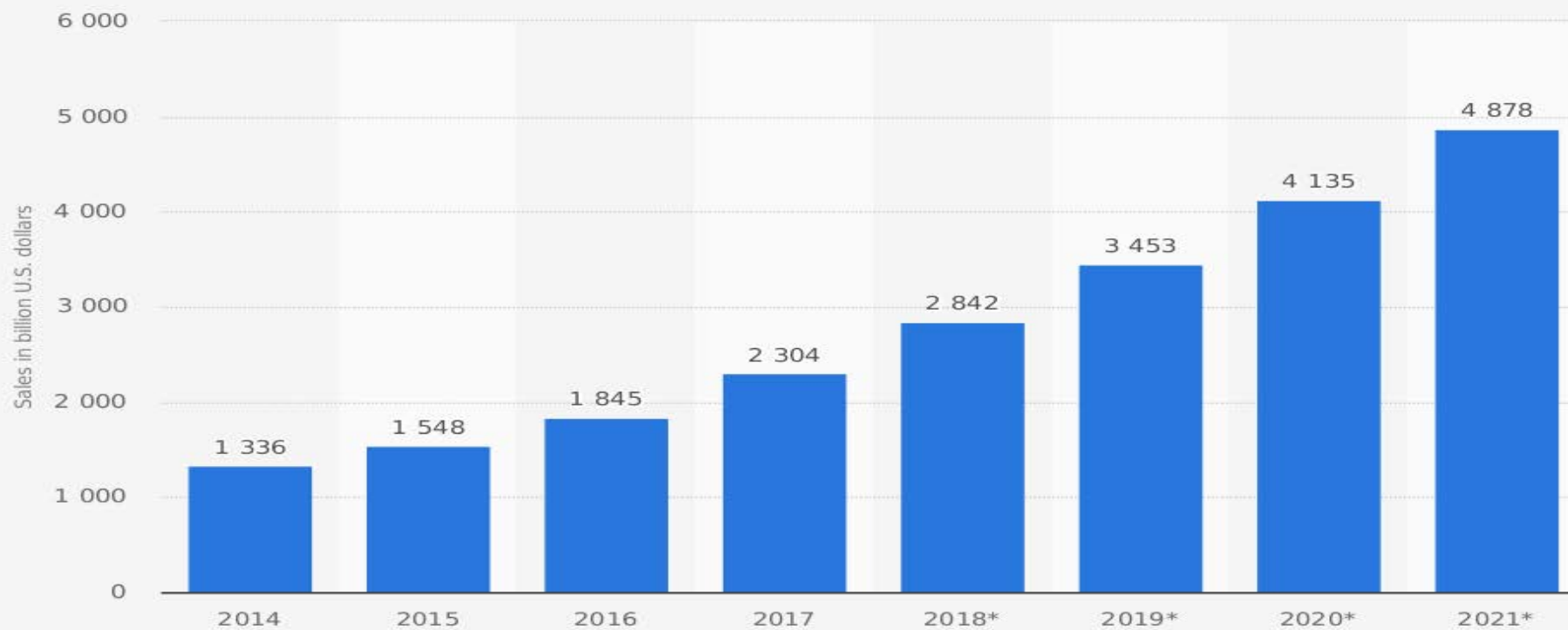
ec.europa.eu/eurostat

2015/2020 წლებში ინტერნეტ მომხმარებელთა პროცენტული წილი ქვეყნების მიხედვით, ვინც ახორციელებს ონლაინ შესყიდვას  
 (წყარო: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/ddn-20210217-1>)

ინტერნეტით უზრუნველყოფილი შინამეურნეობების წილი, 2020  
(%)



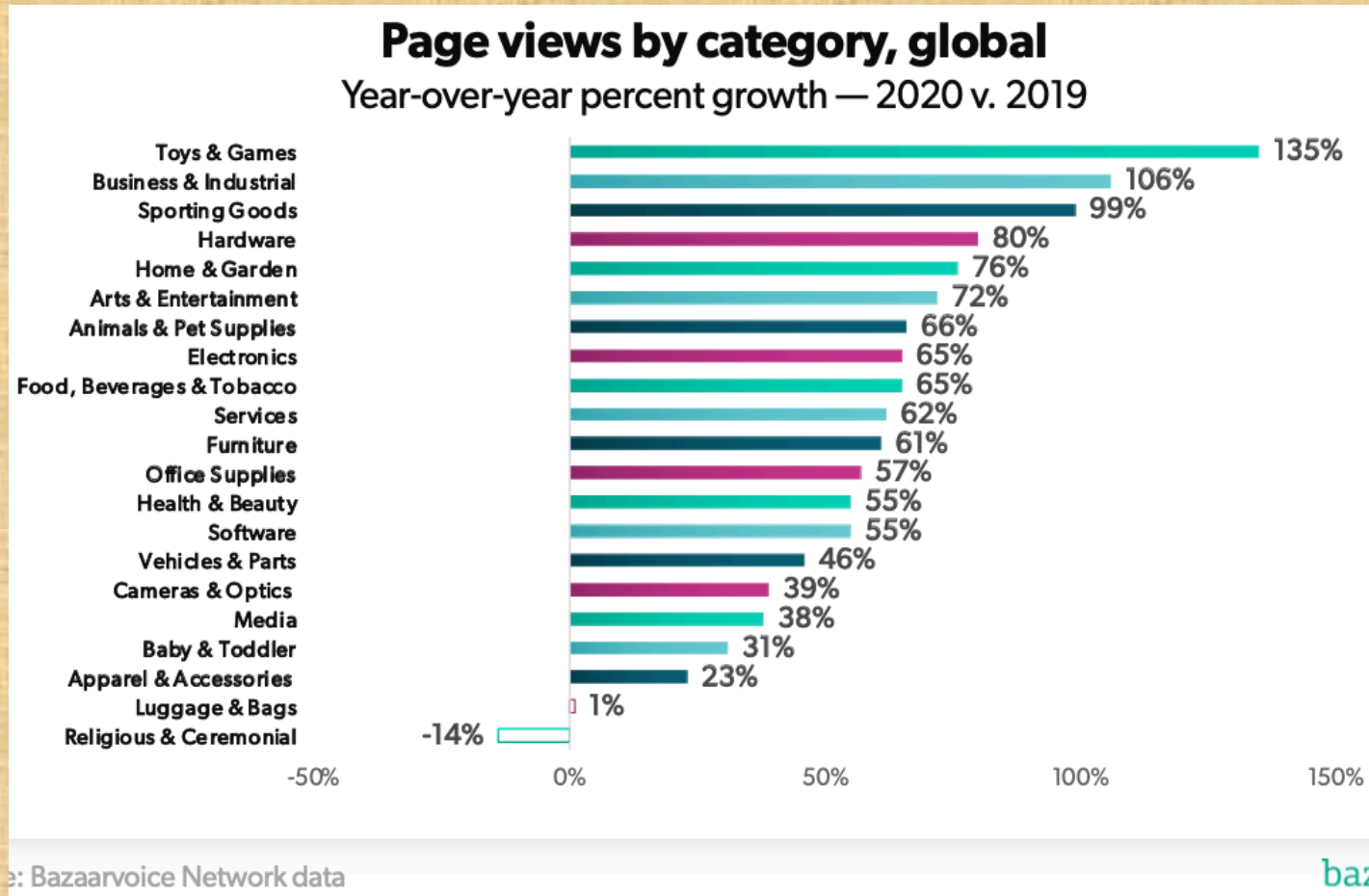
(წყარო: საქსტატი)



Source  
eMarketer  
© Statista 2018

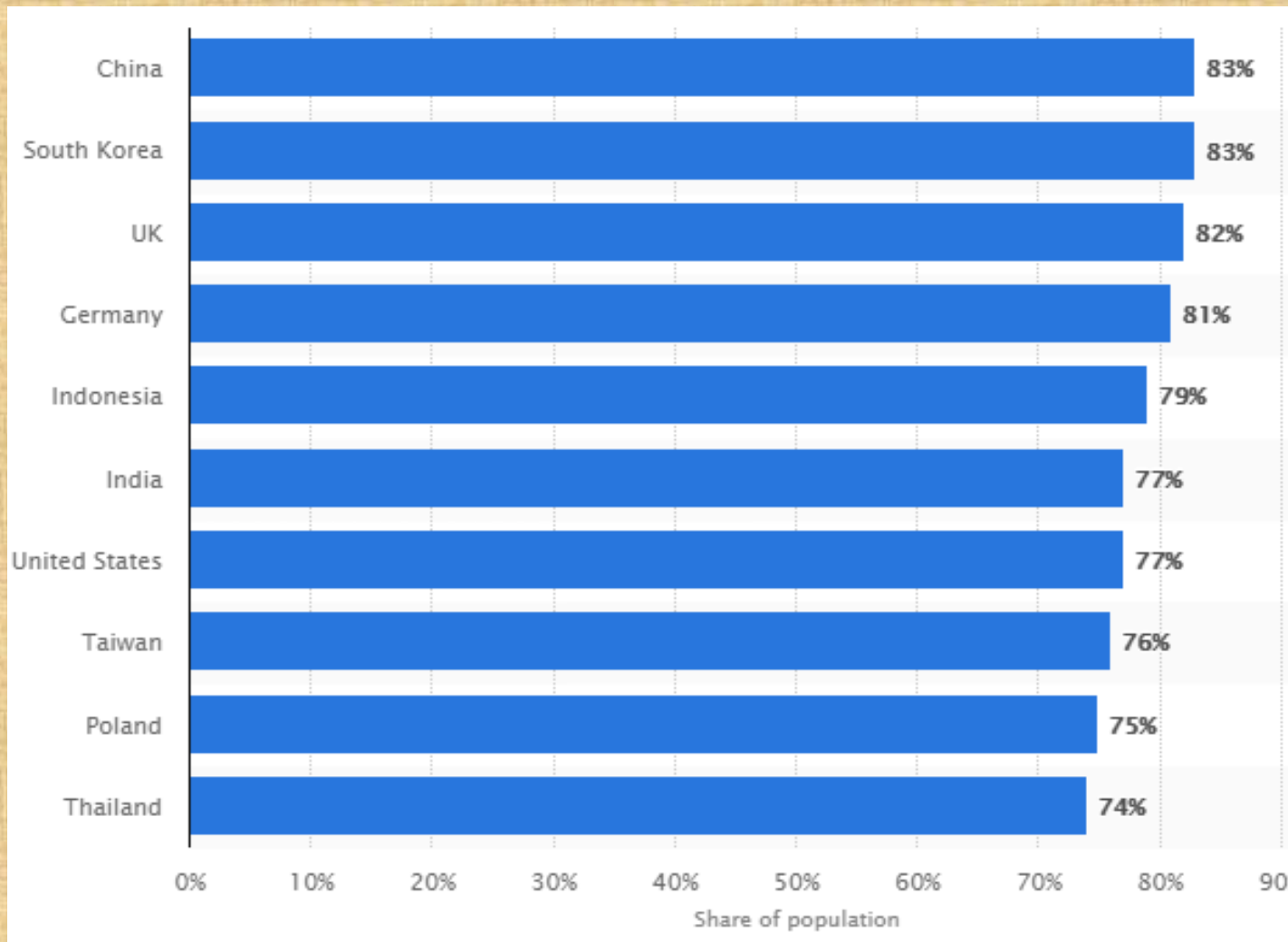
Additional Information:  
Worldwide; eMarketer; 2014 to 2017

მსოფლიო ონლაინ გაყიდვები (მლრდ. დოლარი)



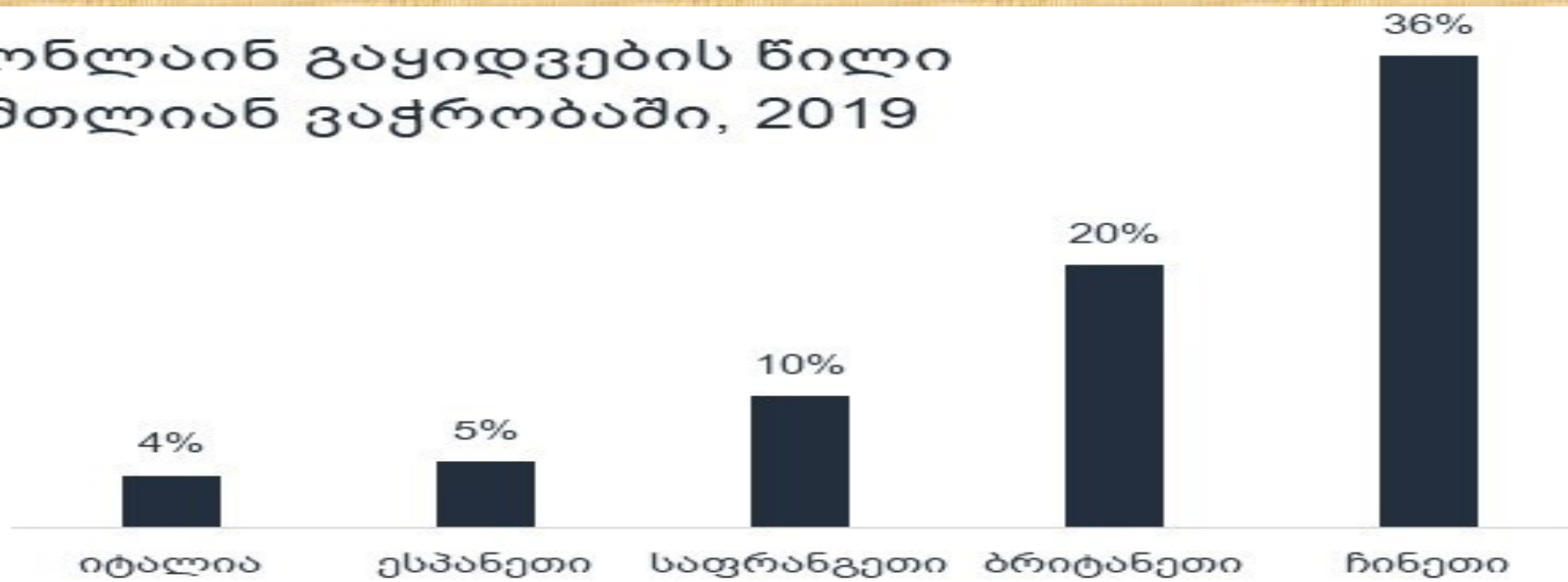
მსოფლიო ონლაინ გაყიდვები (მლრდ. დოლარი)

(წყარო: <https://www.bazaarvoice.com/blog/the-impact-of-covid-19-on-e-commerce-by-category/>)



მსოფლიოს წამყვანი ქვეყნები ელექტრონულ გაცდევებში  
ჩართულობის კუთხით

## ონლაინ გაყიდვების წილი მთლიან ვაჭრობაში, 2019



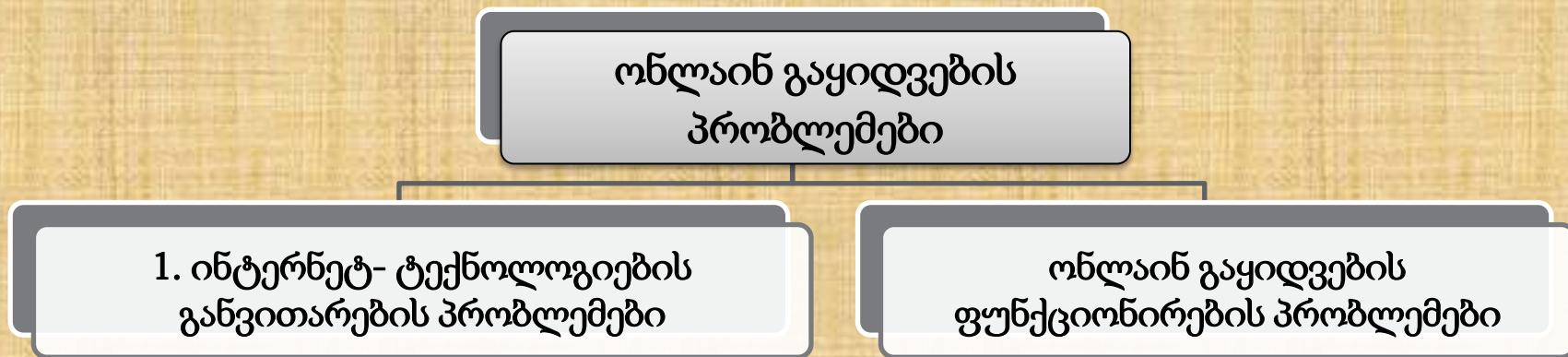
წყარო: FT, nido.ge



1.	<b><i>Ee.ge</i></b>
2.	<b><i>Be.ge</i></b>
3.	<b><i>Technoboom.ge</i></b>
4.	<b><i>Shop.ge</i></b>
5.	<b><i>Zoomer.ge</i></b>
6.	<b><i>Gigant.ge</i></b>
7.	<b><i>Wishlist.ge</i></b>
8.	<b><i>Deals.ge</i></b>
9.	<b><i>Ultra.ge</i></b>
10.	<b><i>Eliavaze.ge</i></b>

ტოპ 10 პოპულარული ონლაინ მაღაზიას  
საქართველოში 2019 წელს

(წყარო: <https://allsites.ge/statiebi/top/popularuli-onlain-magaziebi-saqartveloshi.html>)



წყარო: <https://digitalspace.ge/internet-gayidvebi/>

## ძირითადი დასკვნები:

მიუხედავად იმისა ონლაინ გაყიდვები ბოლო პერიოდში საკმაოდ ვითარდება, კონკურენტული უპირატესობის მოპოვებისათვის კომპანიების მიერ გარკვეული ყურადღება იქნას გამახვილებული ზოგიერთი თეორიული და პრაქტიკული ხასიათის შემდეგ წინადადებებზე:

- ვინაიდან ონლაინ გაყიდვები არის მსოფლიოში აღიარებული, როგორც ნებისმიერი საქმიანობის წარმატების გზა, სასურველია ონლაინ გაყიდვების სტრატეგიების მომხმარებლის მოთხოვნილებებზე მორგება; წინააღმდეგ შემთხვევაში ბაზარზე კონკურენტუნარიანობის გაზრდა ძნელი წარმოსადგენია;
- წარმატებული საქმიანობისათვის აუცილებელ პირობას წარმოადგენს ონლაინ მარკეტინგის ინსტრუმენტების გამოყენება, რომლის გარეშეც კომპანიებს (განსაკუთრებით მცირე ზომის კომპანიებს) გაუჭირდებათ ბაზარზე საკუთარი ადგილის დამკვიდრება და შენარჩუნება;
- მნიშვნელოვანია მომხმარებლისათვის ინტერნეტის ხელმისაწვდომობის გაზრდა, სისწრაფე და დაბალი ტარიფი. განსაკუთრებული სიმწვავეთ ეს პრობლემა დგას საქართველოს რეგიონებში, რომლის მოგვარების გარეშე ინტერნეტ გაყიდვები წარმოდგენელი იქნება.

## ძირითადი დასკვნები:

- საჭიროა მოსახლეობაში კომპიუტერული უნარ-ჩვევების გაზრდა, რომელიც მნიშვნელოვან შემაფერხებელ ფაქტორს დარგის შემდგომი განვითარებისათვის. ასევე ერთ-ერთი შემაფერხებელი ფაქტორია IT სპეციალისტების მიმართულებით კვალიფიციური კადრების სიმცირე;
- კომპანიებმა უნდა შექმნან საკუთარი ვებ-გვერდის შექმნა, რომლის დროსაც გასათვალისწინებელია ის ვებ-გვერდის ვიზუალური მხარე და გამოყენებადობა. ასევე ე.წ. სოციალური ბმულები, რომელიც ვიზიტორს გადაიყვანს სხვა ვებ-გვერდზე;
- ქართული ინტერნეტ კომპანიები უნდა შეეცადონ ნდობის მოპოვებას, შესთავაზონ სხვადასხვა აქციები, რათა იგრძნოს მომხმარებელმა უპირატესობები, რასაც ონლაინ გაყიდვების დროს მათ სთავაზობენ. მნიშვნელოვანია ასევე ინტერნეტით მოვაჭრე კომპანიებმა უნდა შეისწავლონ ინტერნეტ მომხმარებელთა კმაყოფილების დონე;
- ონლაინ გაყიდვების კიდევ საფრთხეა მომხმარებელამდე არასწორად მიტანილი ნივთი, ტრანსპორტირებისას დაზიანება ან დაკარგვა. მნიშვნელოვანია, რომ კომპანიას ჰქონდეს ჩამოყალიბებული სტრატეგია აღნიშნულ საკითხთან დაკავშირებით, ეს შესაძლოა იყოს მომხმარებლისათვის ზარალის პირდაპირი ანაზღაურება, დაზღვევა და სხვ.