

საქართველოს საპატრიარქოს წმიდა ტბელ აბუსერისძის სახელობის
სასწავლო უნივერსიტეტი

აგრარულ მეცნიერებათა და ბიზნესის
ადმინისტრირების ფაკულტეტი

ნადიმ სოლომონიძე

ინტერნეტ ეკონომიკის გავლენა დასაქმებაზე

სამეცნიერო ხელმძღვანელი:
ასიკო ცინცაძე

სარჩევი

შესავალი	3
თავი I. ელექტრონული კომერციის როლი მსოფლიო ეკონომიკაში და უმუშევრობა 1.1	
უმუშევრობის წარმოქმნის საფრთხე ელექტრონული კომერციის პირობებში.....	6
1.2 ინტერნეტი, როგორც ელექტრონული კომერციის განვითარების საფუძველი ...	13
თავი II ციფრული რევოლუცია, ინტერნეტ ეკონომიკის მნიშვნელობა და აუტოსორსინგი	
2.1. ელექტრონული კომერციის მახასიათებლები და უპირატესობები	21
2.2 აუტოსორსინგი, როგორც დასაქმების ახალი იაფი გზა	31
თავი III. ინერნეტ დასაქმება და საქართველო	
3.1. საქართველოში დასაქმების ბაზარი, სირთულეები.....	40
3.2. ინტერნეტ დასაქმება საქართველოში, რეალობა და განვითარების პერსპექტივები.....	43
დასკვნა	51
გამოყენებული ლიტერატურა	54

შესავალი

თემის აქტუალობა- ინტერნეტს დღეისათვის მნიშვნელოვანის ადგილი უკავია ჩვენს ცხოვრებაში. ინტერნეტის საშუალებით ჩვენ ვქმნით და ვცვლით ინფორმაციას , ვამყარებთ კავშირს ერთმანეთთან , ვმუშაობთ ონლაინ. ინტერნეტზე ადამიანების გარდა სახელმწიფოებიც არიან დამოკიდებულნი. ინტერნეტზე ასევე არის დამოკიდებული კავშირები, უსაფრთხოება , შეიარაღებული ძალები, ასევე ბანკები, სახელმშვიფო და კერძო უწყებები.

ინტერნეტის განვითარებამ განაპირობა მსოფლიოს განვითარებული ქვეყნების ეკონომიკის ზრდა. ქსელური გაერთიანება მკვეთრად გარდაქმნის როგორც პოლიტიკურ, ასევე სოციალურ და ეკონომიკურ ურთიერთობებს. ელექტრონული ბიზნესი საშუალებას აძლევს კომპანიებს მიაღწიონ კონკურენტულ უპირატესობას კლიენტების მომსახურების გაუმჯობესების ხარჯზე.

ინტერნეტი მეწარმეებს საშუალებას აძლევს დაუკავშირდნენ მომხმარებლებს მსოფლიოს ნებისმიერ წერტილში და ამით შექმნან ღია ბაზარი, რომელიც მაღალი შემოსავლის წყარო ხდება. ეკონომიკაში ინტერნეტის გამოყენება ამცირებს წარმოების დანახარჯებს, იქმნება ბიზნესის უფრო ახალი და ეფექტიანი, ზემომდებელი ფორმები და სხვა. ტექნოლოგიურ ცვლილებებს, რომელსაც ინტერნეტის განვითარება ქმნის შეუძლია ქვეყნების ეკონომიკის მნიშვნელოვნად გაძლიერება და კეთილდღეობის გაუმჯობესება.

მსოფლიოში მიმდინარე ციფრული ტრანსფორმაციის პროცესი იქცა ციფრული ეკონომიკის, ციფრულ ჩამოყალიბების და შემდგომში მისი სწრაფი განვითარების საწყისად. ციფრული ეკონომიკას ასევე ინტერნეტ-ეკონომიკას, ახალ ეკონომიკას ან ვებ-ეკონომიკას უწოდებენ. ციფრული ცვლილებები მიმდინარეობს საინფორმაციო ტექნოლოგიების და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების მიმართულებებით. დაჩქარებული საინფორმაციო კომუნიკაციები, ელექტრონული მოწყობილობების განვითარება, გაზრდილი მონაცემთა ნაკადები ეყრდნობა მუდმივ ინვესტირებას საკომუნიკაციო ინფრასტრუქტურაში. აღსანიშნავია რომ მეტად

გლობალური და ინტენსიური ხდება კონკურენციის პროცესი ციფრული ეკონომიკის გაფართოების შედეგად.

თემის აქტუალობა განპირობებულია იმით, რომ საქართველო წარმოადგენს მცირე ეკონომიკის ქვეყანას, გლობალიზაციის პროცესებში ჩართვისთვის კი ინტერნეტი და მასთან დაკავშირებული მომსახურებები, როგორცაა აუთსორინგი განსაკუთრებულ მნიშვნელობას იძენს. იმის გათვალისწინებით, რომ აუთსორინგს შეუძლია დასაქმებულებისათვის განსაკუთრებული გარემოს შექმნა, გლობალიზაციის პროცესების დაჩქარება, ასევე კომპანიებისთვის ხარჯების დაზოგვა და ბევრი სხვა სარგებელი, ეს საკითხი მნიშვნელოვანია თანამედროვე საქართველოს ეკონომიკის განვითარებისათვის.

ნაშრომის მიზნები და ამოცანები. მოცემული ნაშრომის მიზანია სწორი შეხედულებები შევქმნათ ინტერნეტ ეკონომიკაზე და მის როლზე დასაქმებაში. თანამედროვე ეკონომიკურ ცხოვრებაზე ტექნოლოგიების როლი უმნიშვნელოვანესია. ეკონომიკის ელექტრონულ პლატფორმაზე გადასვლა განსხვავებულ მიდგომებს მოითხოვს ყველა მიმართულებით მათ შორის შრომის ბაზარზეც. სამუშაოს მაძიებელს ინტერნეტის მეშვეობით ეზრდება სამუშაოს პოვნის შესაძლებლობები და ასევე კვალიფიკაციის ამაღლება სხვადასხვა ონლაინ კურსებით. ნაშრომის მიზანია ავლწეროთ ის უპირატესობები, რომელიც ინტერნეტ ეკონომიკას გააჩნია დასაქმებულისათვის სამუშაოს ძიებაში, გამოვავლინოთ რა საფრთხეები შეიძლება ახლდეს აღნიშნულს და როგორ მოხდეს პრობლემებთან გამკლავება. სწორედ ამიტომ აუცილებელია პირველ რიგში შევუქმნათ საზოგადოებას სწორი აღქმა ინტერნეტ ეკონომიკიზე, გავუქროთ უსაფუძვლო შიში და ეჭვი ახალ ინდუსტრიაზე, რათა დროულად მოვახდინოთ შემჩნევა რევოლუციის გარდაუვალობის, გადაიდგას კონკრეტული ნაბიჯები და არ ჩამოვრჩეთ იმ მსოფლიოს რომელიც მოიცვა ციფრულმა ერამ. განსაკუთრებით კი ისეთი ქვეყნისთვის როგორც საქართველოა ეს რევოლუცია გარდამტეხ როლს ითამაშებს მის განვითარებასა და წარმოჩენაში, რადგან ჩვენ როგორც პატარა სახელმწიფოს დიდი უპირატესობა გაგვაჩნია ამ მხრივ - ტრანსფორმაცია ბევრად ადვილია.

ნაშრომის კვლევითი გამოყენებული მეთოდები. საბაკალვრო ნაშრომის კვლევის პროცესში გამოყენებული იქნა სტატისტიკურ მონაცემთა თავმოყრის, დაჯგუფების, ანალიზისა და სინთეზის მეთოდები. ნაშრომის თეორიულ მეთოდოლოგიური ანალიზის საფუძველია საქართველოსა და ევროკავშირის შორის თანამშრომლობის შესახებ ქართველ და უცხოელ მკვლევართა სახელმძღვანელოები, მონოგრაფიები, ნაშრომები, სტატიები, სხვადასხვა სახის სამეცნიერო ჟურნალები და პუბლიკაციები.

ნაშრომის მატერიალურ-ტექნოლოგიური ბაზა. ნაშრომის დამუშავების პროცესში გამოყენებულია, ინტერნეტ ტექნოლოგიები, საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის ვებ გვერდი, ევროკავშირის ეგიდით გამოქვეყნებული ბროშურები, სტატიები, ჟურნალები, საქართველოს სხვადასხვა სამინისტროსა და სხვა ქვესაუწყებო დაწესებულებთა მიერ გამოქვეყნებული მასალები, ელექტრონული რესურსები.

თავი I. ელექტრონული კომერციის ადგილი და როლი მსოფლიო ეკონომიკაში

1.1 უმუშევრობის წარმოქმნის საფრთხე ელექტრონული კომერციის პირობებში

უმუშევრობა მსოფლიოს გლობალური პრობლემაა, რომელიც ქვეყანას მძიმე ტკივილად აწევს და ეკონომიკურ, სოციალურ, ფსიქოლოგიურ დანაკარგებს იწვევს. ეს არის მოვლენა რომლის დროსაც მოსახლეობის ცალკეული ნაწილი ვერ შოულობს სამუშაოს, ანუ უმუშევრია ადამიანი თუ ის ვერ პოულობს სასურველ სამუშაოს სასურველი ანაზღაურებით. უმუშევრად ითვლება 15 წელზე მეტი ასაკის პირი, რომელიც გამოკითხვის მომენტში არ მუშაობს წინა 7 დღის განმავლობაში, ამასთანავე ეძებდა სამუშაოს ბოლო 4 კვირის განმავლობაში და მზად იყო სამუშაოს დასაწყებად მომავალი ორი კვირის განმავლობაში, უმუშევრობის ასეთი გამოთვლა გამომდინარეობს მისი რთული აღრიცხვიანობიდან გამომდინარე თუმცა ამ დათვლის სახესაც აქვს უარყოფითი მხარე რადგან დასაქმებულად ითვლება ისინი ვინც გასული შვიდი დღის განმავლობაში ერთი საათი მაინც მუშაობდა ან მიიღო ანაზღაურება, შესაბამისად ასეთებში შევა კერძო ტაქსის მეპატრონე, რეპეტიტორი, საცალო ვაჭრობისა და სოფლის მეურნეობაში მომუშავე.

უმუშევრობის აღრიცხვისა და ანალიზისთვის გამოჰყოფენ სამი სახის უმუშევრობას:

- სტრუქტურული - რომლის დროსაც ქრება გარკვეული სამუშაო ადგილები, და ამას ხშირ შემთხვევაში მიაწერენ ტექნოლოგიურ განვითარებებს. ასევე ამის ერთ ერთი ფორმაა სეზონური მუშაობა
- ფრიქციული - რომლის დროსაც ადამიანი ნებაყოფლობით ტოვებს სამსახურს. რადგან შეიცვალოს სამუშაო ან სფერო და გადავიდეს ახალ სამსახურში, მისი გამოვლინებაა როდესაც ადამიანს სურს იყოს უმუშევარი და არიმუშაოს დაბალ ხელფასზე.
- ციკლური - ეს მაჩვენებელი მოძრაობს მშპ-ს საწინააღმდეგო მიმართულებით, ეკონომიკური კრიზისის დროს. რადგან ეკონომიკას ახასიათებს ციკლურობა მისი ბიზნესის წარმოების ციკლიდან გამომდინარე, გარკვეულ პერიოდში ქვეყანა განიცდის ეკონომიკურ ვარდნას ან ზრდას უმუშევრობის დონე კი პირდაპირ რეაგირებს ეკონომიკურ ციკლზე, როდესაც იქმნება რეცესია მომხმარებლები ნაკლებს

ხარჯავენ, რაც კომპანიის შემოსავლების კლებას გულისხმობს. შესაბამისად მათ უწევთ ხარჯების შემცირება რაც ხშირ შემთხვევაში თანამშრომლების შემცირებით ხდება.

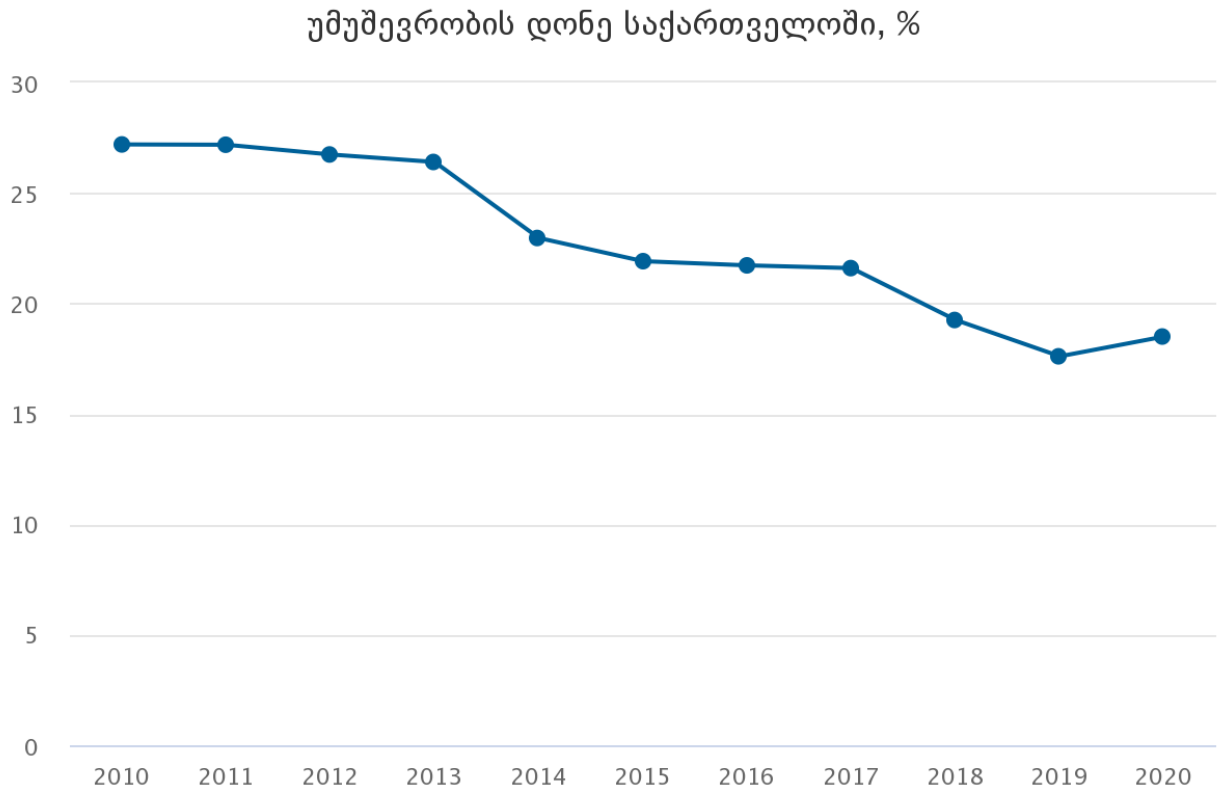
ფრიქციულ და სტრუქტურული უმუშევრობას იყენებენ უმუშევრობის ბუნებრივი დონოს გასაანგარიშებლად, ხოლო ციკლური უმუშევრობა საკმაოდ მძიმე შემთხვევაა, რადგან მჭიდრო კავშირშია ეკონომიკურ ციკლზე და საწარმოების არსებობაზე.

შრომის საერთაშორისო ორგანიზაციის ანგარიშის თანახმად, 2020 წელს გლობალური სამუშაო საათების 8.8 % დაიკარგა რაც შრომის ბაზრისთვის არის უპრეცედენტო შემთხვევა. მიმდინარე პროცესები განსაკუთრებულად შეეხო ახალგაზრდებს და ქალებს. მაშინ, როცა კაცების დასაქმების მაჩვენებელი 3.9%-ით შემცირდა, მსოფლიო მასშტაბით ქალების დასაქმებში 5%-იანი კლება დაფიქსირდა. ორგანიზაციის დირექტორის, გაი რაიდერის აღნიშნავს რომ პანდემიის ზეგავლენა დიდია, ვიდრე ეს სხვა ფინანსური კრიზისებისა და დიდი დეპრესიის დროს, 1930 წელს იყო: „სამუშაო ადგილების შემცირება 2021 წელსაც გაგრძელდა. მაგრამ, ეკონომიკამ მას შემდეგ დაიწყო აღდგენა, რაც ვაქცინაცია დაიწყო“. (სტატისტიკის ეროვნული სამსახური....2021)

რათქმაუნდა ეს მაჩვენებელი საერთო სურათს ქმნის მსოფლიოს ქვეყნების, თუმცა ცალკეულ ქვეყნებში გაცილებით მძიმე ვითარებაა დასაქმების, ჩვენს ქვეყანაში 1990 წლამდე გაცილებით დაბალი იყო უმუშევრობა, მინიმუმამდე დაყვანილიც კი, შემდგომ საბჭოთა კავშირის დაშლამ და სამოქალაქო ომებმა გამოიწვია ტოტალური უმუშევრობა, რომელმაც 1992 წელს ეკონომიკურად აქტიური მოსახლეობის 45% მოიცვა. შემდგომ გატარებულმა მაკროეკონომიკურმა ღონისძიებებმა 1995 წლისთვის ეს დონე 25% -მდე შეამცირა. 1995–2001 წლამდე კი ის 11,1%-მდე დავიდა, შემდგომ წლებში 2005_მდე ის მერყეობდა 11,5%–12,6%-ს შორის .

შრომის საერთაშორისო ორგანიზაციის (ILO) მონაცემებით, საქართველო უმუშევრობის დონით მსოფლიოში მე-10 ადგილზეა. საქართველოს სტატისტიკის სამსახურის მონაცემებით, 2020 წელს საქართველოში უმუშევრობის დონემ 18.5% შეადგინა. ჩვენი ქვეყნის უმუშევრობის დონეზე მაღალი უმუშევრობა არის მხოლოდ 9 ქვეყანაში და ტერიტორიულ ერთეულში, ესენია: სამხრეთი აფრიკა – 28.6%,

დასავლეთი სანაპირო და ღაზა – 27.4%, ესვატინი – 24.5%, ლესოტო – 23.4%, გაბონი – 20.5%, ნამიბია – 20.3 %, სენტ-ვინსენტი და გრენადინები – 20.2%, სომხეთი – 20.1% და ლიბია – 19.4%.()



წყარო: სამუშაო ძალის მაჩვენებელი

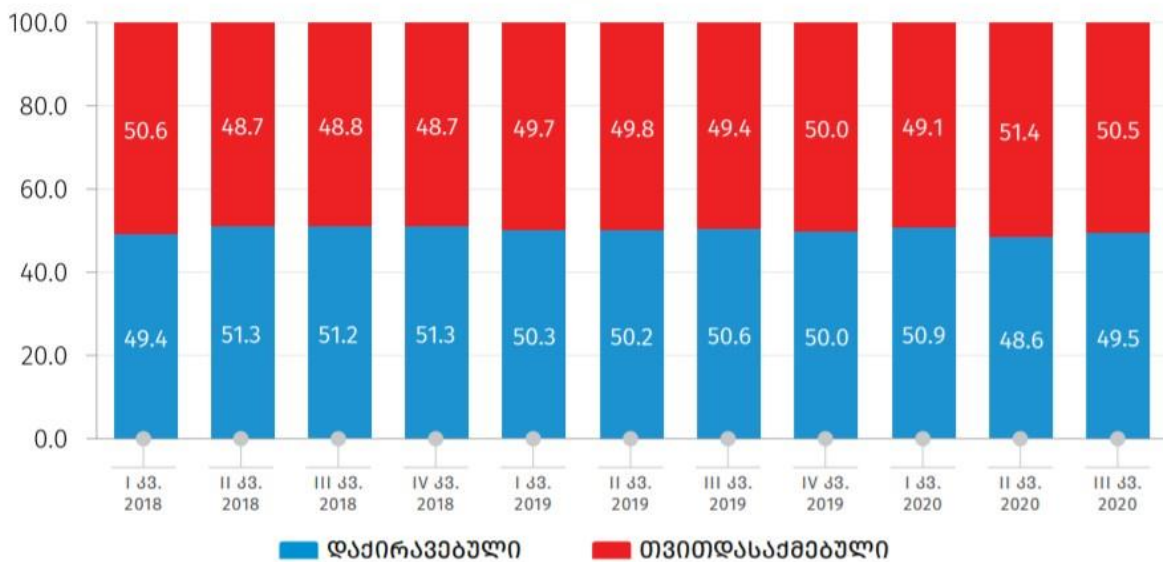
მაშინ როდესაც ქვეყანა გამორჩეულია უმუშევრობის დონით, აქედან გამომდინარე საქართველოს მოსახლეობა ყველაზე დიდ პრობლემად უმუშევრობას მიიჩნევს. სამუშაო ასაკის მქონე მოსახლეობის ნახევარზე მეტი თავს თვლის უმუშევრად. ადამიანები უფრო მარტივად თვლიან თავს უმუშევრად, ვიდრე საქსტატის ოფიციალური მეთოდოლოგია ასახავს, ამიტომ არის ასეთი დიდი სხვაობა საქსტატის ოფიციალურ მაჩვენებელს და სოციოლოგიური გამოკითხვით დაფიქსირებულს შორის.

2019 წელს საქართველოში უმუშევრობის დონე იყო 17.6%. 2020 წელს კოვიდპანდემიამ ქვეყანა შეიყვანა ეკონომიკურ კრიზისში და მთლიანი შიდა პროდუქტი შემცირდა 6.2%-ით. ეკონომიკის შემცირებას მოჰყვა სამუშაო

ადგილების კლება. დასაქმებულების რაოდენობა შემცირდა 54 ათასით, თუმცა 2020 წლის განმავლობაში გაცილებით დიდია იმ ადამიანების რიცხვი, რომლებიც რამდენიმე თვის განმავლობაში უმუშევრად დარჩნენ.

წინა წელს უმუშევრობის მაჩვენებელი მხოლოდ პანდემიას არ გაუზრდია. ამასთან ერთად შეიცვალა მეთოდოლოგია რითაც ხდებოდა უმუშევრობის დონის დათვლა, რის შედეგადაც ბევრი ისეთი ადამიანი ჩაითვალა უმუშევრად, რომლებიც მანამდე ძირითადად ითვლებოდნენ თვითდასაქმებულად. ახალი მეთოდოლოგიით, ის ადამიანები რომლებიც მუშაობენ საკუთარ მეურნეობაში და არ არიან ბაზარზე ორიენტირებულები და სასოფლო-სამეურნეო პროდუქციას ძირითადად აწარმოებენ საკუთარი მოხმარებისათვის, თვითდასაქმებულად აღარ ითვლებიან. ძველი მეთოდოლოგიით, 2019 წელს უმუშევრობა 11.6% იყო, ახალი მეთოდოლოგიით კი 17.6%-მდე გაიზარდა. ასევე დაკორექტირდა წინა წლების უმუშევრობის მაჩვენებლებიც. ბოლო წლის მონაცემებით კი დაფიქსირებულია 18,5 % უმუშევრობის დონე, ხოლო დასაქმებულთა დიდი ნაწილი თვითდასაქმებულია.

დასაქმებულთა განაწილება დასაქმების სტატუსის მიხედვით (%)



წყარო: სამუშაო ძალის მაჩვენებელი

2008 წელს დასაქმებულების 61%-ს წარმოადგენდა თვითდასაქმებული, შემდგომ ეს პროპორცია შემცირდა და 2020 წლისთვის შეადგინა 49,5% რაც

გაცილებით ბევრია დასაქმებულთა წილში. გადაჭრით იმის თქმა რომ ეს ცუდია არ იქნება სწორი, თუმცა ეს უჩვენებს თუ რამდენად არსებობს საწარმოები და ახალი შექმნილი სამუშაო ადგილები, სწორედ ამ პროპორციის ცვლილება და ის ფაქტორი თვითდასაქმებულთა წილი იკლებს ხდება იმის ხარჯზე რომ გადადიან ახალ სამუშაო ადგილებში სხვადასხვა კომპანიებში და თვითდასაქმებულიდან დაქირავებული ხდება.

ოფიციალური მონაცემებით, 2020 წელს მთელი წლის განმავლობაში საქართველოში 282 ათასი ადამიანი იყო უმუშევარი. თუმცა მათი რიცხვი მე-4 კვარტალში მაქსიმუმს, 308 ათასს აღწევდა, რაც სამუშაო ძალის 20.4% იყო. 2021 წლის პირველ კვარტალში უმუშევრობა 21.9%-მდე გაიზარდა, უმუშევარი იყო 318 ათასი ადამიანი.

2020 წლის ბოლოს საქართველოში ცხოვრობდა 3.7 მილიონი ადამიანი. აქედან 15 წელზე მეტი ასაკის იყო დაახლოებით სამი მილიონი. ამ 3 მილიონიდან 1.2 მილიონი დასაქმებული იყო, ხოლო უმუშევარი -282 ათასი . დარჩა კიდევ 1.5 მლნ ადამიანი, რომელთაც 15 და მეტი წელი შეუსრულდათ, ანუ არიან სამუშაო ასაკში, მაგრამ არც დასაქმებული არიან და არც უმუშევარი. ეს – 1.5 მილიონი – მოიცავს ისეთ ადამიანებს, რომლებსაც ჯანმრთელობის ან სხვა გარემოების გამო არ შეუძლიათ მუშაობა თავიანთი ნებით არ ეძებენ სამსახურს. მათ შორის, 700 ათასი არიან 15-19 წლის და საპენსიო ასაკის ადამიანები, რომლებიც შესაძლოა, ობიექტური მიზეზების გამო არ არიან დაინტერესებული მუშაობით. 800 ათასი ადამიანი კი ოჯახის საქმეებით არის დაკავებული, ან აღარ აქვს იმედი, რომ სამსახურს იშოვის, აღარც ეძებს ან, უბრალოდ, არ უნდა მუშაობა. რადგან საქართველო ემიგრანტების გადმორიცხულ თანხაზე მნიშვნელოვნად არის დამოკიდებული, მოსახლეობის გარკვეულ ნაწილს შეუძლია, არ იმუშაოს და მაინც ნორმალური ცხოვრების პირობები ჰქონდეს. ასეთი ადამიანები დაბალანაზღაურებად სამსახურს არ თანხმდებიან და უკეთეს სამუშაო ადგილებს ელოდებიან.

დასაქმებული 1.2 მილიონი ადამიანი ორ კატეგორიად იყოფიან: დაქირავებით დასაქმებულები და თვითდასაქმებულები. სწორედ თვითდასაქმებულების ნაწილია ის ხალხი, ვინც ამბობს, რომ უმუშევარია. 2020 წელს ბოლოს 845 ათასი ადამიანი იყო დაქირავებით დასაქმებული, ანუ იღებდა შრომის ანაზღაურებას და 396 ათასი იყო

თვითდასაქმებული, სამსახური არ ჰქონდათ, მაგრამ ინდივიდუალურად შრომობდნენ.

მიუხედავად იმისა, რომ თვითდასაქმებულები ოფიციალურად დასაქმებულად ითვლებიან, რეალურად მათი დიდი ნაწილიც ეძებს სამსახურს. შესაბამისად, როდესაც საქართველოში ჩნდება ახალი სამუშაო ადგილები (ე.წ. ხელფასიანი სამსახური), არ ნიშნავს, რომ ამ ადგილებს აუცილებლად ოფიციალური გაგებით უმუშევრები დაიკავებენ. თეორიულად შესაძლოა, ახალი სამუშაო ადგილები თვითდასაქმებულებმა სრულად შეავსონ და უმუშევართა რაოდენობა არ შემცირდეს.

საქსტატის ოფიციალური სტატისტიკა გასაგებად რომ გადავთარგმნოთ, მივიღებთ, რომ საქართველოში გვყავს დაახლოებით მილიონი ადამიანი, რომელთაც სამსახური უნდათ. პანდემიამდე, 2013-2019 წლებში, დაქირავებით დასაქმებულთა რაოდენობა წლიურად საშუალოდ 20 ათასით იზრდებოდა. პრობლემაც სწორედ ესაა: ყოველწლიურად 20 ათასი კაცის დასაქმებით, მილიონი ადამიანის დასაქმებას 50 წელი დასჭირდება. თუ სრულ დასაქმებას ვნახავთ, ანუ დაქირავებულებსა და თვითდასაქმებულებს ერთად განვიხილავთ, მაშინ გამოდის, რომ 2013 – 2019 წლებში დასაქმებულთა რაოდენობა წლიურად საშუალოდ 12 ათასით იზრდებოდა. ფართო სურათში ახალი სამუშაო ადგილების პრობლემა კიდევ უფრო მძაფრად ჩანს.

საქართველოში უმუშევრობას ორი ძირითადი მიზეზი აქვს: მცირე ეკონომიკა და სამუშაო ძალის არასასურველი კვალიფიკაცია. დღეისათვის ფიზიკურად არ არსებობს საქართველოში იმდენი სამუშაო ადგილი, რამდენი მუშაობის მსურველიც არის გარკვეული ხელფასის სანაცვლოდ. შესაბამისად, მოკლევადიან თუ გრძელვადიან პერიოდში უმუშევრობის მნიშვნელოვნად შემცირების ერთადერთი გზა საქართველოს ეკონომიკის ზრდა და, აქედან გამომდინარე, სამუშაო ადგილების მატებაა.

საშუალო და უმაღლესი განათლების დაბალი ხარისხის გამო საქართველოში პრობლემა საშუალო და მაღალკვალიფიციური კადრების მოძიებაც. ასიათასობით უმუშევარს არა აქვს ის კვალიფიკაცია და ცოდნა, რაც ხშირად ამა თუ იმ ვაკანსიის დასაკავებლად საჭირო. შესაბამისად, საქართველოში არის დღევანდელ მოთხოვნებთან მიმართებით იმ არაკვალიფიციური კადრების სიჭარბე, რომლებიც ემიგრირებაზე არიან ორიენტირებული და რადგან განვითარებულ ქვეყნებში იაფ,

არაკვალიფიციურ სამუშაო ძალაზე მოთხოვნაა, იქ დაიწყონ მუშაობა. ემიგრანტები ევროპისა და ჩრდილო ამერიკის ქვეყნებისთვის იაფი სამუშაო ძალაა, მაგრამ ქართველებისთვის იქ მიღებული შრომის ანაზღაურება იმდენად მაღალია, რომ არა მარტო საკუთარი თავის, საქართველოში დარჩენილი ოჯახის შენახვაც შეუძლიათ.

უმუშევრობა წარმოადგენს საზოგადოების ცენტრალურ პრობლემას და მისი მაღალი დონე ხაზს უსვამს ფაქტს რომ ქვეყანა ვერ იყენებს რესურსებს რაც მის დაბალ შემოსავლიანობას განაპირობებს და სოციალურ ფონს უფრო აუარესებს, ზრდის დაძაბულობას როგორც ცალკეულ ოჯახებში ასევე საზოგადოებრივ ურთიერთობებშიც, ხშირად კი უმუშევრობის ზრდა იწვევს ფსიქოლოგიურ პრობლემებს იმდენად, რომ ადამიანები მიდიან დიდ რისკზე, თანახმა არიან კანონის დარღვევაზეც, უხეში შედარებისთვის შეიძლება ითქვას რომ უმუშევრობის ზრდა გამომწვევი მიზეზია კრიმინალური დანაშაულების, ყაჩაღობის, ძარცვის, ქურდობის, სუიციდისა და მსგავსი სახის გამოვლინებები, რაც ანარქიასა და ქაოსს იწვევს ქვეყანაში, მართვა რთული ხდება და შედეგები დამანგრეველი ქვეყნისთვის, ასევე უმუშევრობის მაღალი დონის გამო რადგან ადამიანები თვლიან ქვეყანაში ვერ პოულობენ სამუშაოს იძულებული ხდებიან წავიდნენ სხვა ქვეყანაში და საკმაოდ მძიმე პირობებში იმუშაონ ან სულაც არარეგალურად გადავიდნენ საზღვარზე და კიდევ უფრო გაირთულონ მდგომარეობა, მიუხედავად ყველაფრისა თუ მოახერხა და დაიწყო მუშაობა ისინი უკან დაბრუნებას ვეღარ ახერხებენ რადგან შიშიაქვთ თავიანთ ქვეყანაში უმუშევრობის, ემიგრაცია კი ქვეყნის მოსახლეობის რიცხოვნობაზე უარყოფით გავლენას ახდენს ხდება მისი შემცირება და გადაგვარება. ამ ფონზე კი სოფლები სულ უფრო დაუფრო ცარიელდება რადგან გლეხი ვერანაირ შემოსავალს ვერ ღებულობს და იმ მცირედსაც კი რაც არსებობისთვის ჭირდებოდა, მძიმე შრომას მოითხოვდა. შესაბამისად ამ ყველაფრის ფონზე, როდესაც ქვეყანაში ინერგება ახალი მოდელი, ახალი ტექნოლოგიები, ის გამიზნული უნდა იყოს ახალი სამუშაო ადგილების შექმნაზე და მსოფლიოს უმწვავესი პრობლემების, უმუშევრობის აღმოფხვრაზე.

ამრიგად, განხილულმა მასალებმა აჩვენა, რომ უმუშევრობა დიდი საფრთხეს წარმოადგენს ქვეყნის ეკონომიკისათვის, ვინაიდან შრომის ანაზღაურებით დაკმაყოფილებული მოსახლეობა არ ქმნის სოციალურ სიმწვავეს გამომხატველ

პირობებს და შესაბამისად ვითარდება ეკონომიკა, მაგრამ ელექტრონული კომერცის განვითარება ერთგვარად თითქოსდა ხელშემშლელია უმუშევრობის შემცირების პოლიტიკაში, თუმცა მიგვაჩნია, რომ განათლების დონის ამაღლება გაზრდის დასაქმებას უფრო გამარტივებული გზით მომსახურების მიწოდებისა და პროდუქციის წარმოების პირობების შექმნით.

1.2. ინტერნეტი, როგორც ელექტრონული კომერციის განვითარების საფუძველი

ინტერნეტი ერთმანეთთან შეერთებული სხვადასხვა სახის ინფორმაციის შემნახველი სერვერების (კომპიუტერების) და ამ ინფორმაციის მომხმარებლების ერთიანობაა. ინფორმაციის ან ინტერნეტის ქსელის მომხმარებლები არიან მოქალაქეები ან სამეურნეო სუბიექტები (ფირმები, ბანკები, ბირჟები).

ინტერნეტი, როგორც ელექტრონული კომერციის განვითარების საფუძველი 21-ე საუკუნე , ციფრული ტექნოლოგიის ერად შეიძლება ჩაითვალოს, მსოფლიო მოიცვა ახალმა ინდუსტრიამ, რობოტიზირებულმა ტექნოლოგიურმა მიღწევებმა, ამ ყველაფერმა კი სამუშაო ადგილების გაქრობასთან ერთად შექმნა სრულიად ახალი სამუშაო ადგილები, რომლებიც მოითხოვს ცოდნის ამაღლებასა და სპეციალიზაციას, შეიქმნა ახალი ინტერნეტ პლატფორმები რომლის მეშვეობითაც დაიწყო ახალი ტექნოლოგიისა თუ მომსახურების მართვა მთელს მსოფლიოში. განსაკუთრები აქტუალური საკითხი გახდა ელექტრონული კომერცია და ინტერნეტ ეკონომიკა, ყურადღება გასამახვილებელია როგორც ელექტრონულ კომერციაზე და მის განვითარებაზე ასევე შრომის ბაზრის ფორმირებაზე. ცივილიზაციის არსებობის 6000 წლის მანძილზე სახელმწიფოთა პოლიტიკური და ეკონომიკური შესაძლებლობები მუდმივად იცვლებოდა დაწყებული პირველი ინდუსტრიული რევოლუციით წყლის ორთქლად გადაქცევიდან დამთავრებული ხელოვნური ინტელექტისა და ციფრულ ინდუსტრიაზე გადასვლით, ეს ინდუსტრია არცთუ ისე დიდი ხნისაა ჩვენს ყოფიერებაში, მან თავი იჩინა გასული საუკუნის შუა ხანებიდან და დღითიდღე, თითქოსდა გეომეტრიული პროგრესით იზრდება და ახალ მწვერვალებს იპყრობს... თუ გასულ საუკუნეში შექმნეს პირველი გამომთვლელი მანქანა დღესდღეისობით მიღწეულმა პროგრესმა შეძლო ადამიანის ფიქრების წაკითხვაც და ხელოვნური ინტელექტის პროგრესი მიიყვანა ადამიანურ ბუნებამდე, ფიქრის შესაძლებლობამდე. შესაბამისად თუ გადავხედავთ ციფრული კომერციის განვლილ გზასა და დროს, ჩვენ უნდა მივხვდეთ მის გარდაუვალობას და დროულად გადავდგათ ნაბიჯები და ავუწყოთ ფეხი ახალ ინტერნეტ რევოლუციას რომელიც დღითიდღე ამარტივებს ცხოვრებას და ახალ შესაძლებლობებს იძლევა .

ინფორმაციულმა ტექნოლოგიებმა გააერთიანა და დააკავშირა მთელი პლანეტა, ხელი შეუწყო ადამიანების გაცნობას, საქმიანი კავშირების განვითარებას, სამეცნიერო პოტენციალის რეალიზებას ამასთან ერთად ერებს შორის პოლიტიკური ურთიერთობების მოგვარებას. მისი გამოყენებით შესაძლებელი გახდა ფინანსური კაპიტალის, წარმოების და შრომითი რესურსების, აგრეთვე ინფორმაციის გაცვლა მსოფლიო მასშტაბით დროის მცირე მონაკვეთში. ინფორმაციული ტექნოლოგიები, უპირველეს ყოვლისა, კი ინტერნეტი, როგორც გლობალური ქსელი და ურთიერთდაკავშირებული კომპიუტერების მთლიანობა, გახდა გლობალიზაციის განვითარების საფუძველი, რომელმაც შეცვალა მსოფლიოს ხალხთა ცხოვრება, ურთიერთობა და, ასევე ბიზნესიც. გლობალიზაცია აერთიანებს მსოფლიოს და ამავდროულად აღრმავებს უთანასწორობას, მაგრამ ეს გარდაუვალი პროცესია.

ინტერნეტმა არსებობის მანძილზე გაიარა რთული გზა თავდაპირველი პროექტიდან შემდგომ ყოვლისმომცველ დეცენტრალიზებულ ქსელის შექმნამდე. მისი მთავარი მამოძრავებელი ძალა თანდათან უფრო ხდება კომერცია. დღეისთვის კომერციული საქმიანობის წარმატება ისეთ გარემოში, როგორც არის ინტერნეტი, შეიძლება მხოლოდ იმით იქნას განსაზღვრული, თუ რამდენად ითვალისწინებს ბიზნესი მომხმარებელთა ინტერესებს. ამ ყოველივესთვის აუცილებელია იმის ცოდნა, თუ ვინ არიან ისინი და მათ რა მოთხოვნილებები, სურვილები, ქცევის მოდელები და სხვა თვისებები გააჩნიათ.

ინტერნეტი უნიკალურ მახასიათებლებს ფლობს, რომელთაგან აღსანიშნავია მისი ჰიპერმედიაური ბუნება ასევე ინტერაქტიულობა, კომუნიკაცია, ვაჭრობის, ანგარიშსწორების, გარიგების შესაძლებლობა და სხვა, რაც მნიშვნელოვნად ამაღლებს ინტერნეტის შესაძლებლობებს ბიზნესში. შეიძლება ითქვას, რომ გაციფრულებამ და ინტერნეტმა საფუძველი ჩაუყარა ელექტრონულ ცივილიზაციას. დღეისთვის ინფორმაციის დონე და ინფორმაციული ტექნოლოგიები განსაზღვრავენ ნებისმიერი ქვეყნის განვითარებას.

ეკონომიკის, განათლების, წარმოების და თავდაცვისა სფეროში, ასევე სახელმწიფოს მიერ მიღებული გადაწყვეტილებები დამოკიდებულია შესაბამისი ინფორმაციის მოპოვებაზე და დამუშავებაზე. ინტერნეტი განაპირობებს მსოფლიო სამეურნეო პროცესებში მჭიდრო გაერთიანებას, აგრეთვე ინტერნეტ ეკონომიკის,

ელექტრონული ბაზრის, კონკურენტული და გამჭვირვალე ბიზნეს-გარემოს, საინვესტიციო წყაროების გავრცელებასა და დამკვიდრებას. ის არის აბსოლუტურად თავისუფალი, არაკონტროლირებადი, ცენზურის და რედაქტირების გარეშე არსებული სივრცე. მის ინფრასტრუქტურის მართვაზე ზრუნავენ სახელმწიფოები, მთავრობის, კერძო სექტორის და საზოგადოებრივი გაერთიანებათა ექსპერტები.

ინტერნეტ-სივრცეში ხდება ბიზნესის მოდელების შესაძლებლობების გამოვლენა, ახალი სახის პროდუქტების მიმოქცევა ასევე წარმოების პროცესების რეალიზება, მარკეტინგი, ვაჭრობა, მონაცემთა გაცვლა, ანგარიშსწორება, კომუნიკაციური ტექნოლოგიების გამოყენება და კომუნიკაციური კულტურის შექმა, ადგილობრივი თუ საერთაშორისო მეცნიერული კომუნიკაციების, ასევე ინტერნეტ-კომუნიკაციური ტექნოლოგიების ჩამოყალიბება.

ინტერნეტი არის ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი ატრიბუტი თანამედროვე ცხოვრებაში. ყველა მომხმარებელს მსოფლიო მასშტაბით შეუძლია გლობალურ ქსელში სხვადასხვა მოწყობილობებით ჩაერთოს, იქნება ეს პერსონალური კომპიუტერი, პლანშეტი, ნოუტბუქი თუ მობილური ტელეფონი. ინტერნეტის გამოყენება შესაძლებელია სახლში და სამსახურში, საზოგადოებრივ ტრანსპორტსა და კაფეებში, მაღაზიებში და სხვადასხვა დაწესებულებაში. ტექნოლოგიების განვითარებამ ინფორმაციის გადაცემის მაღალი სისწრაფის გამო, ინტერნეტი მასობრივ მოვლენა გახადა. ინტერნეტ ვაჭრობის მონაწილეთა გაზრდამ განაპირობა საკანონმდებლო ბაზის დახვეწა, როგორც ფიზიკურ ასევე იურიდიულ სექტორში. 2011 წლის ივნისში ევროკავშირმა მიიღო ახალი „დირექტივა“ ინტერნეტ მომხმარებელთა უფლებების დაცვის შესახებ, რომლის მიხედვითაც გამყიდველები ვალდებული არიან ინტერნეტში დაუყოვნებლივ და პირდაპირ გააცხადონ პროდუქციის საბოლოო ღირებულება, მათ შორის ყველა დამატებითი მოსაკრებელი, შექენიდან ორი კვირის განმავლობაში უკან დაიბრუნონ გაყიდული საქონელი ნებისმიერ შემთხვევაში, არ გადაახდევინონ დამატებითი ღირებულება საკრედიტო ბარათის გამოყენების დროს (მომსახურების საკომისიო), სრულყოფილად აღწერონ საქონლის ტექნიკური მონაცემები და მათი თავსებადობა ციფრულ ტექნიკასთან. აგრეთვე ამ დირექტივაში ჩამოყალიბებული არის ინტერნეტ გამყიდველებისთვის აუცილებელი მთავარი წესები ევროკავშირის წევრი ქვეყნებისთვის, საქონლის უკან

დაბრუნების ფორმები, დამატებითი წესით ხდება მცირე ბიზნესის დაცვა, რაც მის პრიორიტეტულობას ხაზს უსვამს. მსგავსი სახის დირექტივები ზრდის ინტერნეტ-გაყიდვების სანდოობას, ბაზრიდან გამოდევნის არაკეთილსინდისიერ გამყიდველებს და ბაზრის მუშაობას უფრო გამჭვირვალეს, ერთიანს და გასაგებს გახდის ევროკავშირის წევრი ქვეყნებისათვის.

ტექნოლოგიების განვითარებამ გავლენა იქონია არა მხოლოდ ინტერნეტის ხელმისაწვდომობაზე, მან ასევე არსებითად შეცვალა მოწყობილობები, რომლებიც არის საჭირო ინტერნეტში შესასვლელად. პლანშეტური კომპიუტერები სენსორული ეკრანით თანდათან იპყრობს მთელ მსოფლიოს. 2011 წელს პლანშეტების და სმარტფონების მიწოდებამ გადაასწრო პერსონალური კომპიუტერების და ნოუტბუქების მიწოდების მოცულობას. ერთ-ერთი მთავარი ფაქტორი, რომელმაც ხელი შეუწყო ინტერნეტ ეკონომიკის განვითარებას არის დროის მენეჯმენტი და მისი ეფექტური მართვა. ინტერნეტ ეკონომიკას საფუძვლად უდევს ეკონომიკური ურთიერთობები, რომლებიც დაკავშირებულია გაცვლით მოდელთან. ინტერნეტ ეკონომიკა არის საბაზრო ეკონომიკის ახალი, განახლებული ფორმა და ტრადიციული ეკონომიკისაგან განსხვავებით განსხვავებული მახასიათებლები აქვს, მიუხედავად ამისა ინარჩუნებს საბაზრო ეკონომიკის ძირითად ელემენტებს და იგივე პრინციპით მოქმედებს. საინფორმაციო ტექნოლოგიების განვითარებამ გარკვეულწილად გავლენა იქონია ეკონომიკაზე. მაგალითისათვის თუ XX საუკუნის 50-იან წლებში 30 გვერდიანი წერილის გაგზავნას ხუთიათას კილომეტრზე დასჭირდებოდა 10 დღე, 80-იან წლებში ამავე წერილის გაგზავნა შესაძლებელი იყო ფაქსით დაახლოებით ერთ საათში. თანამედროვე ქსელური მოწყობილობების საშუალებით კი მის გასაგზავნად საჭიროა სულ რაღაც 3 წამი, შედეგად თანამედროვე ეკონომიკაში ეკონომიკური საქმიანობის ეფექტიანობა დამოკიდებულია ინფორმაციის მიღების ინტენსივობაზე. ბიზნესში თანამედროვე ინფორმაციული ტექნოლოგიების გამოყენება შესაძლებელია განვიხილოთ, როგორც ინტერნეტ ეკონომიკა, ასევე ელექტრონული კომერცია, ქსელური ეკონომიკა, ელექტრონული ბიზნესი ან ახალი ეკონომიკა. თუ ჩვენ ჩავთვლით, რომ ქსელური ეკონომიკა არის თანამედროვე ინფორმაციული ტექნოლოგიების გამოყენება ბიზნესში, ანუ გარემო, სადაც ნებისმიერი ადამიანი ან ფიზიკური პირი შეიძლება დაუკავშირდეს

ერთმანეთს, გააფორმონ ხელშეკრულებები და მინიმალური დანახარჯებით (ნებისმიერი წერტილიდან მსოფლიოში) განახორციელონ სხვადასხვა ოპერაციები, ვაჭრობის, ფულის გაცვლის ან მომსახურების გაწევის მიზნით. ტერმინმა „ახალი ეკონომიკა“ 1980-იან წლებში იჩინა თავი, თავიდან ის გამოიყენებოდა ეკონომიკის ასაღწერად, რომელიც ძირითადად იყო მომსახურების სფეროზე ორიენტირებული და არა მატერიალური წარმოების სფეროში. მაგრამ უკვე 90-იანი წლების დასაწყისიდან ეს ტერმინი გამოიყენებოდა როგორც მაღალტექნოლოგიური პოსტინდუსტრიული ეკონომიკის სახით (მთავარი ყურადღება მახვილდებოდა ისეთ დარგებზე, რომელიც ინფორმაციულ-კომუნიკაციურ მოწყობილობებს აწარმოებდა).

ეკონომიკური ურთიერთობების თავისებურებანი ინტერნეტში იმდენად, რამდენადაც ინტერნეტ ეკონომიკა და ქსელური ეკონომიკა სინონიმებია, შეიძლება აღვნიშნოთ, რომ ეკონომიკური ურთიერთობების თავისებურება, რომელიც ინტერნეტში არის წარმოჩენილი, უპირველესად განპირობებულია ქსელის თავისებურებით, რომელიც იწარმოება, ნააწილდება და გადაეცემა ინტერნეტში.

ასეთი მიკროეკონომიკური თავისებურებებია:

- შემავსებლობა (დაკავშირებულობა) ერთი სარგებელი შეიძლება გამოყენებულ იქნას, მომხმარებლის მიერ სხვა სარგებელთან ერთად,
- თავსებადობა - რამდენადაც ტექნიკურად არათავსებადი სარგებელი არ მოიხმარება კომპლექსურად;
- დადებითი შიდა ქსელური ეფექტი;
- მასშტაბის ეკონომია.

მასშტაბის ეკონომიის თვისება შეიძლება შემდეგნაირად ავხსნათ. პირველ რიგში ინტერნეტში წარმოების მასშტაბის ეკონომიის ეფექტი არასწორხაზოვნად ჩნდება. სხვაგვარად რომ ვთქვათ ჩვეულებრივ ეკონომიკაში წარმოებაში მცირე კაპიტალდაბანდების დროს მოსალოდნელია მცირე ეკონომიკური სარგებელის მიღება და რაც უფრო მეტია კაპიტალდაბანდების მოცულობა, მით უფრო მეტი ეკონომიკური სარგებლის მიღება ხდება შესაძლებელი, ანუ ეკონომიკური სარგებელი არის კაპიტალდაბანდების პროპორციული. ინტერნეტში კი მცირე კაპიტალდაბანდებებსაც კი შეუძლია მოახდინოს მულტიპლიკატორის ეფექტი და ეკონომიკური სარგებელი საგრძნობლად პროგრესულად გაიზარდოს. წარმოების

მასშტაბის ეკონომიის ეფექტი ტრადიციული სარგებლის ერთი მსხვილი ფორმის მოღვაწეობის შედეგია. ინტერნეტში მასშტაბის ეკონომიურობა მით უფრო შედეგიანია, რაც უფრო მეტი სამეურნეო სუბიექტი მონაწილეობს წარმოების პროცესში. აგრეთვე ეკონომიკური აგენტების რიცხვს მნიშვნელობა არ აქვს. ინტერნეტ ეკონომიკის მაკროეკონომიკური თავისებურება დაკავშირებულია პირველ რიგში იმასთან, რომ საერთაშორისო ვაჭრობაში გეოგრაფიული მდებარეობა მნიშვნელოვან როლს არ ასრულებს. საქმე ტრადიციული მოდელის დარღვევას ეხება, რომლის მიხედვითაც რაც უფრო დიდი არის მხარეებს შორის მანძილი, მით უფრო ნაკლებად ვაჭრობენ ისინი ერთმანეთთან. ამერიკელმა ეკონომისტმა როუზმა გამოიკვლია დისტანციური ელასტიურობა 1970-90-იან წლებში, რომლის საფუძველზეც გააკეთა დასკვნა, მისი მაჩვენებლის უმნიშვნელო ცვლილებაზე (1.09-დან 1.12-მდე), რაც ადასტურებს საერთაშორისო ვაჭრობაზე მანძილის ფაქტორის მნიშვნელობას. დღეისთვის ბევრი კომპანია, მათ შორის ისეთებიც, რომლებსაც უკვე აქვთ რეალური საწარმოო მოცულობა, მთავარ აქცენტს აკეთებენ ინტერნეტ სივრცეში ბიზნესის განვითარებაზე, სხვადასხვა მიზეზების გამო:

- ✓ რეკლამის დაბალი ხარჯი და პოტენციური მომხმარებლის მოზიდვის ნაკლები დანახარჯები;
- ✓ მიზნობრივ ჯგუფზე გასვლის სისწრაფე;
- ✓ გეოგრაფიული შეზღუდვების არარსებობა და სხვა.

ქსელში შესვლა განპირობებულია იმით, რომ ინტერნეტი გახდა სასურველი საქონლისა და მომსახურების პოვნის ძირითადი ადგილი. ხარისხიან ვებგვერდს შეუძლია მიიზიდოს უფრო მეტი მომხმარებელი, ვიდრე რეკლამას მასმედიის საშუალებით. ინტერნეტში აქტიურად მოქმედებს საგადასახადო სერვისიც . web monay, Paypal, Mastercard, Visa და ა.შ. შეგვიძლია გადავიხადოთ ხელსაყრელი მობილური აპლიკაციებით, რომელიც საშუალებას იძლევა განვკარგოთ უნაღდო ანგარიშსწორებები მსოფლიოს ნებისმიერი წერტილიდან - სადაც არის ინტერნეტი . ტრადიციულ ეკონომიკასა და ინტერნეტ ეკონომიკას რამდენიმე ძირითადი განმასხვავებელი ნიშანი ახასიათებთ. ტრადიციული და ინტერნეტ ეკონომიკის შედარებისას ჩანს რომ , ინტერნეტ ეკონომიკაში პროდუქციის ფორმა არის არამატერიალური, ეკონომიკური კეთილდღეობის არსი კი შეუზღუდავი.

ტრადიციულ ეკონომიკაში ეკონომიკური ურთიერთობის ძირითად ობიექტს საქონელი და მოთხოვნის უფლება წარმოადგენს, ხოლო ინტერნეტ ეკონომიკაში - ინფორმაცია და ქსელი.

ცალკე უნდა აღინიშნოს ინფორმაცია, როგორც მთავარი პროდუქტი, რომლის საფუძველზეც ყალიბდება ინტერნეტში ეკონომიკური ურთიერთობები . ინფორმაციას ქსელურ სარგებლიანობასთან ერთად გააჩნია საზოგადოებრივი კეთილდღეობა. მრავალ ადამიანს ერთდროულად შეუძლია ფლობდეს ერთი და იმავე ინფორმაციას და ამასთან ერთი ინდივიდის ინფორმაციის ფლობით, მეორე ინდივიდის ინფორმაციის ფლობის ხარისხი არ შეიცვლება. ინფორმაციას რამდენიმე უნიკალური თვისება აქვს:

✓ ინფორმაცია ზემობილურია, ანუ ერთდროულად შეიძლება იყოს ნებისმიერ სივრცეში და ამასთან ერთად არ დაკარგოს თავისი სამომხმარებლო თვისება ;

✓ ინფორმაციის გაყიდვა წარმოადგენს ერთმხრივ მოქმედებას (ერთჯერად), რადგან შეუძლებელია ინფორმაციის უკან დაბრუნება ან გამოსყიდვა ;

✓ გაყიდული ინფორმაცია რჩება გამყიდველის საკუთრებაში ანუ არ ხდება სარგებლის გასხვისება;

✓ ინფორმაცია სწრაფად უფასურდება, მაგრამ ამასთან ინფორმაციული პროდუქტი, მატერიალურისაგან განსხვავებით, მხოლოდ ექვემდებარება მორალურ ცვეთას;

✓ ინფორმაციის ღირებულება ძალიან ხშირად ძნელი დასადგენია, მანამ სანამ ამ ინფორმაციას პრაქტიკაში არ გამოვიყენებთ. ამიტომაც თავდაპირველად მისი შეფასება რთულია.

ინტერნეტ ეკონომიკის სოციალურ ეკონომიკური დახასიათება- ინტერნეტ აუდიტორიის რეგულარული სტატისტიკური მონაცემების შეგროვება დაიწყო 1990-იანი წლებიდან. 1995 წლიდან ინტერნეტ ბრაუზერში თანამედროვე გრაფიკული ინტერფეისის გამოყენება იწყება .

1991 წელს ინტერნეტ მომხმარებელთა რაოდენობა 3 მლნ-ზე ნაკლები იყო, 1999 წელს კი 20 მლნ-მდე გაიზარდა . 2012 წლის მოხსენების მიხედვით იანვარში ინტერნეტში უკვე 2 მლრდ-ზე მეტი მომხმარებელი იყო გაწევრიანებული (მოსახლეობის დაახლოებით 30%), ამავე დროისათვის მობილურ ოპერატორების

აბონენტების რიცხვი 5.8 მლრდ-ზე მეტი იყო (მოსახლეობის 86%), რის საფუძველზეც მომავალში ინტერნეტ მომხმარებლების რაოდენობის ზრდას უნდა ველოდოდ - მობილური ინტერნეტის გავრცელების ხარჯზე . სტატისტიკის მსოფლიო პორტალის მიხედვით, ყველაზე მეტ დროს ინტერნეტით სარგებლობაში ხარჯავენ ამერიკელები (ჩრდილ. ამერიკა ლიდერობს ინტერნეტში წვდომის ხარისხით- ზემოთ აღნიშნულ გამოცემაზე დაყრდნობით - მოსახლეობის 77%-ს ამერიკაში აქვს ინტერნეტი). ევროპაში ინტერნეტ მომხმარებელთა შედარებით აქტიურ ნაწილს მიეკუთვნება გერმანელები, ინგლისელები და ფრანგები (მოსახლეობის 70%). ინტერნეტ-მომხმარებელთა საშუალო ასაკი დაახლოებით 35 წელია. მომხმარებელთა 2/3 არის მამაკაცი. ამასთან ინტერნეტში მუშაობის უფრო დიდი გამოცდილება აქვთ ახალგაზრდებს 21-დან 30 წლამდე. ინტერნეტ მომხმარებელთა საშუალო წლიური შემოსავალი აღემატება საშუალოს. ინტერნეტ მომხმარებელთა მინიმუმ 70%-ს დამთავრებული აქვს კოლეჯი ან გააჩნია უმაღლესი განათლება.

ამრიგად, მოცემულ ქვეთავში განხილულმა საკითხმა- ინტერნეტის როლის ზრდა- დაგვანახა, რომ ის არის მომავლის ტექნოლოგია, რომლის გარეშე ეკონომიკური განვითარება შეუძლებელია. ამავე დროს კარგად ჩანს, რომ მიუხედავად ინტერნეტ ტექნოლოგიების სწრაფი განვითარებისა, მოსახლეობის მხრიდან მისი ათვისება სხვადასხვა მოცულობით ხასიათდება. ეს ბუნებრივიცაა, რადგან იგი დამოკიდებულია არა მხოლოდ ქვეყნის შესაძლებლობაზე შეიძინოს და დაგნერგოს ინტერნეტ ტექნოლოგიები წარმოება-ორგანოზაციებში, სახელმწიფო თუ მუნიციპალურ მმართველობაში და ა.შ. ასევე დამოკიდებულია მოსახლეობის მხრიდან ამ ტექნოლოგიების ათვისების დონეზე, რომელიც როგორც დავინახეთ საკმარისად განვითარებულ ქვეყნებშიც კი არა რის 100%.

თავი II ციფრული რევოლუცია, ინტერნეტ ეკონომიკის მნიშვნელობა და აუტოსორსინგი

2.1 ელექტრონული კომერციის მახასიათებლები და უპირატესობები

ელექტრონული კომერცია არის საქონლისა და მომსახურების რეალიზაციის ღონისძიებათა კომპლექსი. თანამედროვე კომერცია ტრადიციული ვაჭრობისაგან განსხვავდება იმით ფაქტორით, რომ აქ არ ხდება უბრალოდ საქონელბრუნვა. ეს მთელი რიგი ღონისძიებების განუწყვეტელი კომპლექსია, რომელიც კომერციული პროცესების სხვადასხვა ეტაპზე სრულდება.

ელექტრონული ბიზნესი მოიცავს ელექტრონულ კომერციას, რომლის პირველი სისტემები ჩამოყალიბდა აშშ-ში XX საუკუნის 60-იან წლებში და ძირითადად სატრანსპორტო კომპანიებში გამოიყენებოდა ბილეთების შეკვეთის დროს, აგრეთვე სხვადასხვა სამსახურებს შორის მონაცემთა გაცვლისათვის და რეისების მომზადებისთვის. ბოლო ათწლეულების განმავლობაში ელექტრონული ვაჭრობის ტემპები იზრდება არითმეტიკული პროგრესით. ტრადიციული სავაჭრო ურთიერთობების გამოკვლევისას მარტივად მოიძებნება იმის მაგალითი, თუ როგორ გამოიყენება კომერციული ციკლის ყოველ ეტაპზე ტექნიკური საშუალებები, მათ შორის ელექტრონული, დანახარჯების შემცირების ავტომატიზაციისათვის. მაგრამ ეს კიდევ სრულად არ არის ელექტრონული კომერცია. ელექტრონული კომერციისათვის არის დამახასიათებელი კომპლექსური ავტომატიზაცია. ელექტრონული კომერცია - ეს სავაჭრო საქმიანობაა, რომლის ძირითადი მიზანი გახლავთ მოგების მიღება და დამყარებულია კომერციული ციკლის კომპლექსურ ავტომატიზაციაზე გამოთვლითი ტექნიკის გამოყენებით. ელექტრონული კომერცია შესაძლებლობას იძლევა კომერციული ციკლიდან გამორიცხოს როგორც მომხმარებელი, ასევე მყიდველიც. ურთიერთობის სისტემა გამყიდველი-მყიდველი შეიძლება შეიცვალოს ავტომატურად ფუნქციონირებადი სისტემით: სერვერი-კლიენტი, წარმოდგენილი მხოლოდ სააპარატო და პროგრამული საშუალებებით.

დღეს, საყოფაცხოვრებო პირობებშიც კი შესაძლებელია კომპიუტერული სისტემის დაპროგრამება ისე, რომ ყოველდღიურად სრულდებოდეს ინტერნეტის ინფორმაციული სივრცის სკანირება მაგალითად, რომელიმე საინტერესო ავტორის ახალი რომანის მოსაძებნად და სავაჭრო სერვერის მხრიდან კომერციული შეთავაზების აღმოჩენისას ავტომატურად შეასრულოს ანგარიშსწორება, რის შემდეგაც მიღებულ ნაწარმს გადაგზავნის მფლობელის მობილურ საშუალებებზე.

მსოფლიო ციფრული ეკონომიკის განვითარებასთან ერთად სულ უფრო მაღალი ტემპებით ვითარდება ელექტრონული კომერცია. ელექტრონულ კომერციაში ძირითადად მოისაზრება ინტერნეტ ტექნოლოგია, რომელიც სხვადასხვა სახის პროდუქციის ინტერნეტ რეალიზაციის საშუალებას იძლევა. ელექტრონული კომერცია, ბიზნესის ის მიმართულებაა, რომელსაც იყენებენ მსოფლიოს წამყვანი ბრენდები და მათი პოპულარობის ერთ-ერთი განმსაზღვრელი ფაქტორიც არის. ნებისმიერ ბრენდს გააჩნია ვებ გვერდი, რომელსაც იყენებს საკუთარი პროდუქციის რეალიზაციისათვის და მომხმარებელს ამ პროდუქციის კატალოგს სთავაზობს. ინტერნეტ ბიზნესისათვის აუცილებელი და ასევე მნიშვნელოვანი ფაქტორია მომხმარებელთა ნდობის მოპოვება, რომელიც მიიღწევა პროდუქციის მაღალი ხარისხით, კარგი მომსახურებით და ბრენდის ცნობადობით . ონლაინ მომხმარებელი ძირითადად უპირატესობას ანიჭებს ისეთ ბიზნესს, რომელსაც ერთი მიმართულება აქვს არჩეული.

საქონლისა და მომსახურების მატერიალური წარმოების სფეროს განხილვისას შეიძლება გამოიყოს მზა პროდუქციის თვითღირებულების განმსაზღვრელი ოთხი კომპონენტი:

- 1) დანახარჯები მასალებსა და ნაკეთობებზე;
- 2) დანახარჯები ენერგიაზე;
- 3) მოწყობილობების, ინსტრუმენტების, კაპიტალური აღჭურვილობის ამორტიზაციის დანახარჯები;
- 4) შრომის ანაზღაურების დანახარჯები.

მოცემულ კომპონენტებს შორის განსაკუთრებით აღსანიშნავია დანახარჯები შრომის ანაზღაურებაზე . ჯერ ერთი, იგი პირდაპირპროპორციულია საწარმოო ოპერაციების შესრულების დროის ნორმატივზე და მეორეც, ბუნებრივად შედის

თვითღირებულების სხვა ყველა მდგენელებში, რადგანაც მასალების, ნაკეთობების, ენერჯის, მოწყობილობების და სხვა თვითღირებულების სტრუქტურაში ასევე არის შრომის ანაზღაურება. ასე რომ მატერიალური წარმოების არა როგორც განყენებული აქტის, არამედ, როგორც საზოგადოებრივი პროცესის განხილვიდან გამომდინარეობს. ელექტრონული კომერციის ეკონომიკურ წინაპირობას წარმოადგენს კომერციულ ციკლებში დანახარჯების შემცირების აუცილებლობა და მათი მიახლოება საწარმოო ციკლების ავტომატიზაციით მიღწეულ ნორმებთან. ინტერნეტში ელექტრონული კომერციის ორი მოდელი ფუნქციონირებს ესენია: მეწარმე - მეწარმე და მეწარმე - მომხმარებელი. რა თქმა უნდა ასეთი დაყოფა პირობითია, რამდენადაც B2B მოდელშიც ერთერთი მეწარმე არის მომწოდებელი, ხოლო მეორე კი - იგივე მომხმარებელი. მაგრამ მიღებულია ამ მოდელების განსხვავება ერთმანეთისაგან, ვინაიდან მათი ფუნქციონირებისათვის გამოიყენება არაერთი აპარატულ პროგრამული საშუალებები. ზოგიერთ საზღვარგარეთულ ლიტერატურაში ცალკე გამოყოფენ კიდევ ერთ მოდელს მომხმარებელი-მომხმარებელი C2C, მაგრამ ეს კეთდება მხოლოდ სურათის აკადემიური სისრულისთვის.

ინფორმაციული ტექნოლოგიების განვითარების პარალელურად აუცილებელია კომპანიის ბრენდ-სტრატეგიის განახლება. ინტერნეტში ბრენდის განთავსებით კომპანიამ უნდა გაითვალისწინოს, რომ მომხმარებლისათვის მიცემული ნებისმიერი შეპირება მტკიცდება მის ცნობიერებაში.

განვიხილოთ როგორ ხდება პროდუქციის წარმოება ინტერნეტში. ახალი პროდუქტის შემუშავების ტრადიციული პროცესი ინტერნეტში გავლენას ახდენს ორ ძირითად მიზანზე: პირველია მომხმარებელთა დაუკმაყოფილებელი მოთხოვნილების გამოვლენა, ხოლო მეორე - ტექნოლოგიური და კონსტრუქციული შესაძლებლობების შესაბამისება წარმოების დანახარჯებთან. ახალი პროდუქციის შემუშავების ტრადიციული მეთოდები ონლაინ რეჟიმში, მისთვის დამახასიათებელი საწარმოო ციკლიდან გამომდინარე, არ არის სწრაფი და მოქნილი. ამრიგად, კომპანიები იძულებულნი არიან გახდნენ ახალი შესაძლებლობების პირველი გამტარებლები, რადგან უზრუნველყონ მომხმარებელთა მოთხოვნილებების დაკმაყოფილება და მათთვის ახალი პროდუქციის სწრაფი შეთავაზება. ეს მეთოდი

ეყრდნობა მოქნილობისა და მომხმარებლის მხრიდან ოპერატიული უკუკავშირის მიღების შესაძლებლობას .

ინტერნეტს და ინფორმაციულ ტექნოლოგიებს დიდი წვლილი შეაქვთ წარმოების ინოვაციის პროცესში, ეფექტიანობის ზრდაში, დამპროექტებლებისათვის დასაბუთებული გადაწყვეტილების მიღებაში, დანახარჯების შემცირებაში ახალი პროდუქციის შემუშავების პროცესის დაჩქარებაში, ყველაზე პერსპექტიული ვარიანტების შერჩევასა და გამოვლენილი ხარვეზების აღმოფხვრაში, კომპანიის ქვედანაყოფს შორის ეფექტურ ურთიერთობაში და ა.შ. ინტერნეტში რამდენიმე სახის მომსახურება არის შესაძლებელი: ინფორმაციული მომსახურება, ტურისტული მომსახურება, ფინანსური მომსახურება, საგანმანათლებლო მომსახურება. ინტერნეტ-მომსახურების სახეებიდან ყველაზე მეტად დინამიურად ვითარდება ფინანსური მომსახურება, რომელსაც შემდეგი სფეროები მიეკუთვნება: ინტერნეტ-ბანკინგი, ინტერნეტ-დაზღვევა და ინტერნეტ-ტრეიდინგი.

ელექტრონული კომერციის განვითარებაში განსაკუთრებულ როლს თამაშობს ანგარიშსწორების თანამედროვე საშუალებები და ინტერნეტ ბანკინგი. ინტერნეტ ბანკინგი წარმოადგენს საბანკო საქმიანობის პერსპექტიულ ფორმას, რომელიც გულისხმობს საბანკო ოპერაციების განხორციელებას ინტერნეტის მეშვეობით. მის უპირატესობა გახლავთ სისწრაფე და იაფი მომსახურება. კერძოდ, ინტერნეტ ბანკინგის მომსახურება ჩვეულებრივი საბანკო მომსახურების თვითღიებულებასთან შედარებით 8-10-ჯერ იაფია. მაგალითად, ერთ-ერთი გერმანული ბანკი მთავარ აქცენტს და განვითარებას ახდენს ინტერნეტ-ბანკინგის მიმართულებით, კერძოდ, მას გადააქვს თავისი ოპერაციების მნიშვნელოვანი ნაწილი ინტერნეტში. ამ ბანკის საინვესტიციო გეგმები ქსელში შეფასებულია 1 მლრდ ევროდ. ინტერნეტ-ბანკინგი შესაძლებლობას იძლევა ინტერნეტით განვახორციელოთ ფინანსური ანგარიშსწორება და ვმართოთ ჩვენი საბანკო ანგარიშები. ამ სისტემას აქტიურად იყენებს როგორც კორპორაციული სექტორი (B2B სქემა), ისე კერძო მომხმარებელი (B2C სქემა) ისეთ სფეროებში, როგორცაა პროვაიდერებთან ანგარიშსწორება, კომუნიკაციის და კომუნალური გადასახადები, ინტერნეტ მაღაზიაში თუ ჩვეულებრივ მაღაზიაში შეძენილი საქონლის ღირებულების გადახდა, ფულადი გადარიცხვები, ვალუტის ყიდვა-გაყიდვა, ფულადი სახსრების შევსება ან

მოხსნა პლასტიკურ ბარათზე და სხვა. ინტერნეტ ბანკინგის სისტემა სხვადასხვა სახეობის ანგარიშების (სწრაფი, შემნახველი, საპენსიო)გახსნისა და ფულადი სახსრების დარიცხვის შესაძლებლობას იძლევა. ასეთი სისტემის გამოყენებით მომხმარებელს შეუძლია მუდმივად აკონტროლოს ანგარიშები, მიიღოს საბანკო შესახებ, და დამონაწერები განხორციელებული ანგარიშწორების და ანგარიშების მდგომარეობის აათვალთვალოს და ამოებჭდოს წარმოებული ოპერაციები და საგადასახადო დავალებები, იხილოს მუდმივად განახლებადი საცნობარო ინფორმაციები(ბანკების ფილიალების, ვალუტის კურსების და მარკეტინგული ღონისძიებების შესახებ), გააკეთოს განაცხადები კრედიტის აღებაზე და ჩაატაროს სხვა ოპერაციები, რაც რა თქმა უნდა დროისა და დანახარჯების ეკონომიის შესაძლებლობას იძლევა.

ინტერნეტში ანგარიშების სისტემის სარგებელს და უპირატესობას წარმოადგენს:

- ✓ ხელმისაწვდომობა და მობილურობა - ყოველ მომხმარებელს მსოფლიოს ნებისმიერი ადგილიდან შეუძლია გახსნას ელექტრონული ანგარიში და განახორციელოს სასურველი ფინანსური ოპერაცია;
- ✓ უსაფრთხოება - გარიგების დადების დროს ინფორმაციის გადაცემისას გამოიყენება კოდირება და დაშიფვრა, აგრეთვე ანგარიშსწორების სისტემის პროგრამულ-აპრატული კომპლექსის შეუფერხებელი მუშაობა ;
- ✓ გამოყენების სიმარტივე - ელექტრონული ანგარიშების გახსნა და გამოყენება არის მარტივი და არ მოითხოვს განსაკუთრებულ ცოდნას;
- ✓ ოპერატიულობა - ანგარიშსწორება და ელექტრონული გადარიცხვები ხორციელდება წუთების განმავლობაში;
- ✓ ინტერაქტიულობა - კლიენტები უზრუნველყოფილია კონსულტაციებით, კითხვა-პასუხის და კომუნიკაციის სხვადასხვა ფორმით.

ინტერნეტ-ბანკინგის განვითარებას ხელს უშლის ისეთი რისკები, როგორცაა: ელექტრონული ანგარიშებიდან ფულის მოპარვის საფრთხე, ელექტრონული უსაფრთხოების სისტემა, ინფორმაციული გამჭვირვალობა (ფულადი ნაკადების მიმოქცევის დამალვის თვალსაზრისით), უნდობლობა და სხვა.

ბიზნესში ელექტრონულ ტექნოლოგიების გამოყენებას აქვს უდიდესი პოტენციალი, რომელსაც სჭირდება გონივრული მართვა. ამ სფეროში ელექტრონულმა ტექნოლოგიებმა წარმოაჩინეს მიზნის მიღწევის, გაფართოების, რენტაბელობის, წარმოებისა და მართვის ეფექტიანობის უზარმაზარი ჰორიზონტები. უკანასკნელ წლებში საკმაოდ გაიზარდა კომპანიების დაინტერესება ინტერნეტ სივრცისადმი და მათ მოახდინეს კიდევ თავიანთი პოტენციალისა და რესურსების მორგება. ელექტრონული ტექნოლოგიების ათვისებით კომპანიები იღებენ როგორც პირდაპირ ასევე არაპირდაპირ მოგებას. კომპანიები ელექტრონულ ბაზრებს იყენებენ თავიანთი საქონლის თუ მომსახურების შეთავაზებისათვის, მარკეტინგული კვლევებისათვის, მომარაგებისათვის და ა.შ. თავის მხრივ, მყიდველები ელექტრონული ბაზრებით სარგებლობენ ინფორმაციის ძიების, საქონლის თუ მომსახურების არჩევის, შეკვეთების მიცემის, საკრედიტო ბარათით გადახდის ან ელექტრონული ანგარიშსწორების გამოყენებისათვის.

ელექტრონულ ვაჭრობას აქვს მრავალი უპირატესობა როგორც მყიდველის, ისე გამყიდველისთვის. ელექტრონული გამყიდველები არ არიან შეზღუდულნი სავაჭრო პლატფორმაზე საქონლის ასორტიმენტის ფიზიკური განთავსებით. მათ შეუძლიათ კლიენტებს წარმოუდგინონ პრაქტიკულად განუსაზღვრელი სახეობის საქონელი თუ მომსახურება. ქსელის მეშვეობით ყიდვა ხორციელდება მყიდველს შეუძლია ელექტრონულ გამყიდველთან ურთიერთობის გზით მიიღოს მისთვის აუცილებელი ინფორმაცია, გააკეთოს შეკვეთა და გადმოტვირთოს იგი ქსელიდან. ინტერნეტი მძლავრი ინსტრუმენტია კლიენტებთან ურთიერთობის დასამყარებლად. თავისი ინტერაქტიული ბუნების წყალობით ის წარმოადგენს მარკეტინგისთვის პერსპექტიულ ინსტრუმენტს. კომპანიას შესაძლებლობა ეძლევა ქსელის მეშვეობით დაამყაროს ურთიერთობა კლიენტებთან, რათა გაიგოს მეტი თითოეულის საჭიროებებზე და მოთხოვნილებებზე. ტექნიკური განვითარების დღევანდელი დონე მარკეტოლოგს საშუალებას აძლევს ქსელში მუშაობით აირჩიოს მყიდველთა ჯგუფი ან ცალკეული მომხმარებელი მათი კონკრეტული მოთხოვნილებების და საჭიროებების გათვალისწინებით, რეკლამა გაუწიოს მათ წინადადებებს პერსონალური განცხადების გამოქვეყნების გზით. ინტერნეტი და სხვა ელექტრონული სივრცე ასევე იძლევა დამატებით უპირატესობებს მომსახურების

სისწრაფის, დანახარჯების შემცირების და ეფექტიანობის ამაღლების თვალსაზრისით.

ელექტრონულ ბიზნესს აქვს როგორც უზარმაზარი პოტენციალი, ისე საშიშროება, რომელმაც შესაძლოა თავი იჩინოს მომავალში. ეს შეიძლება იყოს როგორც ინტერნეტ-გარემოს რენტაბელობა, ისე საზღვრების უქონლობა, რაც კომპანიებს საფრთხის წინაშე აყენებს. ასეთივეა ინფორმაციასთან დაშვების ენა, რაც შეიძლება ყველა სეგმენტისათვის არ იყოს მისაღები, რადგან სწორედ საერთაშორისო ბაზარზე ინტერნეტ-მომხმარებლებში პოპულარული ენა აქცევს ნებისმიერ ელექტრონულ პროდუქტს, ბრენდს, კომპანიას, კომუნიკაციას, ინფორმაციას-კონკურენტუნარიანს, წარმატებულს, ეფექტიანს, საყოველთაოს და გავრცელებულს.

მსოფლიო განვითარებული ქვეყნების ეკონომიკის ზრდა განპირობებულია არა მხოლოდ კომპიუტერების რაოდენობის ზრდით, არამედ მათი ქსელში გაერთიანებით. ასეთი გაერთიანება კარდინალურად გარდაქმნის ეკონომიკურ, სოციალურ და პოლიტიკურ ურთიერთობებს. ელექტრონული ბიზნესი ბიზნეს საქმიანობის ხარისხობრივად ახალი ტექნოლოგიებია, რომლებიც აძლევს საშუალებას კომპანიებს მიაღწიონ კონკურენტულ უპირატესობას მომხმარებლების მომსახურების გაუმჯობესების და პარტნიორებთან ბიზნეს ურთიერთობების ოპტიმიზაციის ხარჯზე. ბიზნეს და სახელმწიფო სტრუქტურების შესაძლებლობა, გამოყენებულ იქნას ელექტრონული ბიზნესის უპირატესობები, წარმოადგენს ქვეყნების კონკურენტუნარიანობის მთავარ განმსაზღვრელ ფაქტორს XXI საუკუნის მსოფლიო ეკონომიკაში. ამ პროცესების საფუძველია საინფორმაციო და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების სწრაფი ზრდა, ასევე კომპიუტერის დომინირებულ შრომის იარაღად გადაქცევა და მონაცემთა გადაცემის ქსელების. საქართველოში ელექტრონული ბიზნესის განვითარების ერთ-ერთი ძირითადი პრობლემა ინტერნეტ მომხმარებლების რაოდენობის სიმცირეა საქართველოში მოსახლეობის მხოლოდ 38% არის ინტერნეტ მომხმარებელი. (ტურაშვილი.....2013)

დღეისათვის მსოფლიოში უამრავი ფირმა ახორციელებს საკუთარ საქმიანობას ინტერნეტის საშუალებით და საკმაოდ წარმატებულად. ერთ-ერთი პირველი და ყველაზე თვალსაჩინო მაგალითი ინტერნეტ მაღაზია - Amazon.com- ია.

კომპანია „ამაზონი“ ამერიკელმა ფინანსისტმა ჯეფრი ბეზოსმა 1994 წელს დააარსა. დღეისათვის „ამაზონი“ მსოფლიოში წამყვანი ელექტრონული კომერციის კომპანიაა, რომელშიც 2020 წლის მონაცემებით 1,3 მლნ-ზე მეტი ადამიანი არის დასაქმებული მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყნებში: ამარიკაში, იაპონიაში, კანადაში, ჩინეთში და ევროპის რამდენიმე ქვეყანაში. კომპანიის წლიური შემოსავალი 2020 წელს 386 მლრდ დოლარამდე გაიზარდა. ამაზონზე შესაძლებელია თითქმის ყველაფრის შექმნა, კომპანიის სლოგანიც ამაზე მეტყველებს: ყველაფერი A-დან Z-მდე. 1994 წელს კომპანია „ამაზონი“ იყო ყველაზე დიდი წიგნების მაღაზია. ჯეფრი ბეზოსის მიზანი იყო კომპანიის მუდმივი ზრდა და ბაზრის წილის გაფართოება. მისი ბიზნეს კონცეფცია აგებული იყო საუკეთესო მომსახურების შეთავაზებაზე, ერთგული მომხმარებლების გაერთიანების შექმნასა და გასაყიდი საქონლის მაქსიმალურად გამრავალფეროვნებაზე. საწყის ეტაპზე კომპანიის ხარჯები ბევრად აღემატებოდა შემოსავლებს. ბეზოსმა ბაზრის სხვადასხვა სეგმენტზე შეღწევის მიზნით რამდენიმე სხვა კომპანია შეისყიდა, რომელთაგან ყველა არ იყო მომგებიანი სვლა, მაგრამ ეს სტრატეგია გრძელვადიან პერიოდში გამართლებული აღმოჩნდა. მიუხედავად კრიზისისა და რამდენიმე წლიანი ზარალისა 2002-3 წლიდან ამაზონი გახდა ელექტრონული კომერციის ერთპიროვნული ლიდერი, როგორც ბრუნვის, ასევე მოგების მოცულობითაც. მომდევნო წლებში ამაზონმა კიდევ რამდენიმე კომპანია შეისყიდა და ამ სტრატეგიას აგრძელებს დღემდე. (სურმანიძე.....2018)

ამერიკელი ეკონომისტები ლუის ბუნი და დევიდ კურტცი გამოყოფენ ინტერნეტის 4 ძირითად ფუნქციას ბაზარზე, რომელებიცაა: ინფორმაცია, კომუნიკაცია, ელექტრონული კომერცია და გართობა. თავის მხრივ ეს ფუნქციები რომ განვმარტოთ:

- 1) კომუნიკაციის ფუნქცია მოიცავს : სწრაფი შეტყობინებას ; ფორუმის გამოყენებას; საკუთარ ვებ საიტს; ელექტრონულ ფოსტას; ვიდეო კონფერენციას; ხმოვან გზავნილებს და სხვა.
- 2) ელექტრონული კომერცია : ელექტრონული გარიგებები; კერძო ბირჟების ქსელი; ბიბლიოთეკის ონლაინ შეკვეთები; ინტერნეტ ბანკინგი; ინტერნეტ აუქციონი; ინტერნეტ დაზღვევა და ა.შ

- 3) გართობა : თამაშები; რადიო და სატელევიზიო გადაცემების პროგრამები; მუსიკა ფილმები და ა.შ
- 4) ინფორმაცია: ონლაინ პუბლიკაციები; სიახლეები; პორტალები; ელექტრონული წიგნები და სხვა.

კომუნიკაცია განიხილება როგორც მყიდველებთან ურთიერთობის მართვა, ხოლო მის პრაგმატულ გზას ინტერნეტი წარმოადგენს. აქ კომუნიკაცია ინტერაქტიულია, რომლის ინიციატორები არიან მყიდველიც და გამყიდველიც. თანამედროვე ორგანიზაციები ინტერნეტს აქტიურად იყენებენ კომუნიკაციური პოლიტიკის განხორციელებისთვის. ინტერნეტი გვევლინება კომუნიკაციური აქტივობის მთავარ სტიმულად. მსოფლიო ქსელის ერთ-ერთი ძირითადი ფუნქციაა ელექტრონული კომერცია, საქონლისა და მომსახურების ყიდვა-გაყიდვა, მომხმარებელთა ურთიერთკავშირის დამყარება, ბაზრის მოცულობის ზრდა და შუამავლებისათვის საჭირო დანახარჯების შემცირება.

რაც შეეხება ელექტრონული კომერციის მახასიათებლებს, ელექტრონული ბიზნესის შექმნის ფუნდამენტად ამერიკელი მეცნიერები ლუის ბუნი და დევიდ კურტცი განიხილავენ, რომ ელექტრონული კომერცია არის ბიზნეს-ინფორმაციის შეკრებისა და ანალიზის გზით გამიზნული ურთიერთქმედება მომხმარებლებთან, აგრეთვე სატელეკომუნიკაციო ქსელის საშუალებით გარიგებისა და ონლაინ-ურთიერთქმედების განხორციელება. ელექტრონული კომერცია გამოიყენება ინტერნეტ-ქსელში კომერციული აქტივობის აღნიშვნისათვის, რომელიც კომპიუტერული ქსელის მეშვეობით ყიდვა-გაყიდვის, მომსახურებისა და სხვადასხვა ღონისძიებების ჩატარების შესაძლებლობას იძლევა. ელექტრონული კომერცია გულისხმობს სამეწარმეო საქმიანობას კომერციული ოპერაციების განხორციელებისათვის და მონაცემების გაცვლას ელექტრონული საშუალებების გამოყენებით. ელექტრონული კომერციის საფუძველია ახალი ინფორმაციული ტექნოლოგიებით შესრულებული კომერციული ოპერაციები, საწარმოო პროცესების მართვა და მონაცემების გაცვლა. ინტერნეტის სამშობლოში ადვილად შეაფასეს მისი კომერციული პოტენციალი. ამიტომ იქ ინტერნეტის კომერციალიზაციის ტემპები ძალიან მაღალია. ერთ-ერთო საკომუნიკაციო კომპანის ხელმძღვანელი აღნიშნავს, რომ ელექტრონულმა კომერციამ მნიშვნელოვნად შეცვალა ამერიკის ეკონომიკა,

რომლის წარმოდგენა ჯერ კიდევ რამდენიმე წლის უკან შეუძლებელი იყო. ელექტრონული კომერცია იძლევა უამრავ შესაძლებლობას, რომელიც შეიძლება ეფექტურად იქნას გამოიყენებული. ელექტრონული კომერციის მახასიათებლებთან მნიშვნელოვანია აღინიშნოს -გლობალური დამკვეთი. ინტერნეტ-ქსელი ადგილობრივი ბიზნესისათვის აღმოფხვრის გეოგრაფიულ ბარიერებს . მაგალითად, ონლაინ რეჟიმში მოქმედი ავტომობილის დილერები იზიდავენ მათგან ასობით კილომეტრის მოშორებით მცხოვრებ მომხმარებლებს.

ელექტრონული კომერცია მოიცავს სხვადასხვა პროცესებს :

1)კომუნიკაცია და ინტერაქტიულობა. ინტერაქტიურობა არის კომუნიკაციის პროცესის დახასიათება, რომელიც განისაზღვრება საკომუნიკაციო მაუწყებლობების ერთმანეთთან ურთიერთდამოკიდებულებით, ანუ ეს არის დიალოგური რეჟიმში კავშირი და მომხმარებელთათვის პასუხის გაცემა;

2) ელექტრონული ვაჭრობა. ელექტრონული ვაჭრობა გულისხმობს ელექტრონული საშუალებებით ყიდვა-გაყიდვის პროცესის გამართვას. ელექტრონული ვაჭრობის განვითარებამ მნიშვნელოვანი ცვლილებები შეიტანა საქონლისა და მომსახურების მწარმოებელ ფირმების ვაჭრობის ორგანიზებაში. მეწარმეები თავიანთ ძალისხმევას მიმართავენ მომხმარებლების ნდობის მოპოვებაზე და მის შენარჩუნებაზე. ელექტრონული ვაჭრობის საშუალებით შეიძლება განხორციელდეს შემდეგი საქმიანობები: ყიდვა-გაყიდვა, საქონლის მიწოდება, პროდუქციის განაწილების შესახებ ხელშეკრულებების დადება, კომერციული წარმომადგენლობის შექმნა, ლიზინგი,ინჟინირინგი, საინვესტიციო კონტაქტები, საბანკო შეთანხმებები, დაზღვევა, ერთობლივი საქმიანობის შეთანხმება, სხვადასხვა სახის გარიგება სამეწარმეო და საქმიანი თანამშრომლობისათვის და სხვა. ელექტრონული ვაჭრობა არ არის მარტო ინტერნეტ-მაღაზიები და ინტერნეტ-აუქციონები, რომლებიც არიან ორიენტირებულები საბოლოო მომხმარებელზე, ესაა ასევე სატენდერო სისტემა, მსხვილი მწარმოებლები ორგანიზაციებისა და გაერთიანების სავაჭრო მოედნები და ელექტრონული სავაჭრო ბირჟები.

3) ბიზნეს -პროცესები. ბიზნეს პროცესები არის დროსა და სივრცეში მოწესრიგებული საქმიანობის ერთობლიობა, რომელიც მიმართულია გარკვეული შედეგების მიღწევაზე და მოიცავს დასაწყისს და დაბოლოებას, შესვლისა და გამოსვლის ზუსტ

მითითებებს. ელექტრონული კომერციის ოპერაციები იყოფა პროცესის სახის, გარე სამყაროსთან დამოკიდებულების და ასევე ელექტრონული კომერციის პროცესში ჩართვის დონის მიხედვით.

4) მომსახურება. ინტერნეტ ბაზარზე არსებულ მომსახურებას გააჩნია განსაკუთრებული მახასიათებლები და განუსაზღვრელი შეთავაზების შესაძლებლობები, როგორც არის შეუმჩნეველობა (შეუძლებელია მისი დანახვა), შეუნახაობა(შეუძლებელია ინტერნეტ მომსახურების მარაგად დატოვება), წყაროდან განუყოფლობა(მომსახურების მიღება ხდება მხოლოდ მის მწარმოებელთან კონტაქტში), არამუდმივი ხარისხი (ერთი და იმავე მწარმოებლისგან მიღებული მომსახურება ხარისხით განსხვავებულია).

5)ელექტრონული სწავლება. ელექტრონული სწავლება მოიცავს მასწავლებლების სტუდენტებისა და მოსწავლეების მიერ ქსელის გამოყენებას სასწავლო კვლევით და სამეცნიერო საქმიანობაში, ასევე ორგანიზაციის თანამშრომლების სწავლებას, ერთობლივი მუშაობის შესაძლებლობას, კონსულტაციებს, გამოცდილების გაზიარებას, ტრენერებისა და მასწავლებლების მიერ დახმარების გაწევას და სხვადასხვა შესაძლებლობებს.

6) მონაცემთა ბაზები- საქონლისა და მომსახურების ანონიმური მყიდველის ინდივიდუალურ მომხმარებლად გადაქცევის ერთ-ერთი მთავარი ბერკეტი გახლავთ მონაცემთა ბაზები, სადაც გროვდება ვრცელი, სხვადასხვაგვარი და პერსონიფიცირებული ინფორმაცია საბაზრო ურთიერთობებში ჩართულ ორგანიზაციებსა და კერძო პირებზე. მოცემულ ბაზებს კომპანიები იყენებენ რათა განსაზღვრონ პოტენციური კლიენტები ასევე მოხდეს მყიდველთა საერთო მასის სეგმენტაცია, მყიდველთა ლოიალობის ამაღლება და ხელმეორედ შესყიდვის სტიმულირება.

7) საზოგადოება- ეს არის ინტერნეტ-მოედნები, რომლებიც საერთო პროფესიული ინტერესების ბაზაზე აერთიანებენ შესაძლო პოტენციურ მყიდველებს და გამყიდველებს. ისინი წარმოადგენენ ინფორმაციულ პორტალებს რომლებიც უზრუნველყოფენ კომპანიას აუცილებელი ინფორმაციით, ვინაიდან შეიცავენ საწარმოო და ეკონომიკურ სიახლეებს, დარგობრივ და კორპორაციულ ანალიტიკას, ინფორმაციებს ბაზრის მდგომარეობაზე, ვაკანსიებს, ასევე განცხადებების დაფის

მეშვეობით მონაწილეთა ურთიერთობის შესაძლებლობებს. ასევე ინფორმაციული პორტალების დანიშნულება არის ელექტრონული გარიგებების განხორციელება და სერვისი.

ელექტრონული კომერცის როლი დამოკიდებულია ფორმირებულ პროვაიდერებზე, რომლებიც ასრულებენ ინტერნეტ-მომსახურების გაწევას და ახორციელებენ ელექტრონული ბიზნესის ტექნიკურ უზრუნველყოფას. მოცემული დარგი ძალიან სწრაფად იზრდება ეკონომიკურად განვითარებულ ქვეყნებში. მათი პროვაიდერული მომსახურება შემოიფარგლება არა მხოლოდ ტექნოლოგიის და მომსახურების სხვადასხვაგვარი შესაძლებლობებით, არამედ გარანტიას იძლევიან , რომ ელექტრონული კომერცია იქნება საიმედო და უსაფრთხო.

ამრიგად, ინტერნეტ ტექნოლოგიების განვითარების ისტორიამ დაგვანახა, რომ ამერიკის შეერთებულ შტატებში გავრცელების ტემპები თავიდანვე მაღალი იყო. მართლაცდა რევოლუციურად ხდებოდა ახალი ოპერაციების დამატება, მახასიათებლების გამოკვეთა და მათი გაძლიერება. თუმცა ინტერნეტ ტექნოლოგიების გავითარების ტემპის შესაბამისი ვერ იყო მისი გამოყენების ტემპი, რაც დღესაც შესამჩნევია განვითარებადი ქვეყნების მოსახლეობაში. აქედან გამომდინარე, თანამედროვე ელექტრონული კომერცის ბაზარზე ლიდერობას ინარჩუნებს ამერიკული სავაჭრო კომპანიები.

2.2. აუტოსორსინგი, როგორც ინტერნეტ დასაქმების ახალი და იაფი გზა

ბიზნეს ენციკლოპედიის მიხედვით რომ განიმარტოს Outsourcing-ი ის არის ხარჯების შემამცირებელი პრაქტიკა, რომელიც ხორციელდება ორგანიზაციაში მოქმედი სამუშაოს განაწილებით სხვა კონტრაქტორ ფირმებთან. ეს სიტყვა იქცა თანამედროვე მენეჯერებისა და ადამიანური რესურსების მართვის სპეციალისტების საყვარელ სიტყვად - გასაღებად, რომელიც ყველა კარებს ალებს და რომლითაც ყველა პრობლემის მოგვარება შეიძლება. მოცემული ფენომენი ბიზნეს საზოგადოებაში ასოცირდება მოქნილობასთან, დანახარჯების ოპტიმალურ გამოყენებასთან და ზოგადად ბიზნესის სწორ წარმართვასთან. იგი შესაძლოა ასევე აღნიშნავდეს სახელმწიფო (საჯარო) უწყების მიერ მომსახურების მიღებას ბიზნეს კომპანიების მხრიდან. ტერმინი „აუტოსორსინგი“, იგივე გარე რესურსი, გულისხმობს ურთიერთობას, როდესაც ერთი მხარე, ხელშეკრულების საფუძველზე, კისრულობს ვალდებულებას, შეასრულოს მეორე მხარის (ხშირ შემთხვევაში მცირე საწარმოებში, კომპანიები) მიერ დაკისრებული სამუშაო, შესაბამისი ანაზღაურების სანაცვლოდ. „აუტოსორსინგი“ გულისხმობს მომსახურების ხელშეკრულების დადების, სადაც მხარეებად წარმოდგენილი არიან დამკვეთი და შემსრულებელი. გაანსხვავებით შრომითი ხელშეკრულებისგან, სადაც ხელშეკრულების მონაწილე მხარეები სარგებლობენ დამსაქმებლისა და დასაქმებულის ყველა უფლებითა და მოვალობით, მომსახურების ხელშეკრულება გულისხმობს, კონკრეტული მომსახურების გაწევას, სადაც მხარეები სარგებლობენ დამკვეთისა და შემსრულებლის ყველა უფლებითა და მოვალეობით. აუტოსორსინგის გამოყენებით შესაძლებელია:

- კაპიტალური ხარჯების კონტროლი;
- ეფექტურობის (ეფექტიანობის) ზრდა;
- შრომითი ხარჯების შემცირება, შრომითი ვალდებულებების არარსებობა;
- ფოკუსირება თქვენს ძირითად საქმეზე;
- რისკების შემცირება.

თუმცა, სოციალურ მეცნიერებაში არსებობს განსხვავებული მოსაზრებები ამ ფენომენის სიკეთეებზე. მეცნიერების ნაწილი მიიჩნევს, რომ Outsourcing-ი ჩაგვრის გაძლიერებას ახდენს სამუშაო ადგილზე, აქცევს რა შრომას კიდევ უფრო კომოდიფიცირებულს.(ხუნდაძე.....2016). აუტსორსინგს მიმართავენ როგორც განვითარებად ასევე განვითარებულ ქვეყნებში. მისი დანერგვა განვითარებულ ქვეყნებში ხდება იმიტომ რომ შრომის ნაწილი გადადინდეს განვითარებად ქვეყნებში, სადაც შრომის ფასი შედარებით დაბალია. ინტერნეტ დასაქმების საშუალებით, როგორც განვითარებად ისე განვითარებულ ქვეყნებში ხდება შედარებით უფრო იაფი მუშახელის დაქირავება და კომპანიების მიერ მოწოდებული მომსახურებით მუდმივ მოქმედი სამსახურებრივი პოზიციების ჩანაცვლება. როდესაც საქმე გვაქვს ახალ დილემასთან ყოველთვის გამოჩნდება ადამიანთა ჯგუფები რომლებიც ერთის მხრივ დადებითს წამოწევენ წინა პლანზე, ხოლო მეორენი უარყოფენ მას, სწორედ ესეა აუტსორსინგის შემთხვევაშიც, გამოყოფენ მემარჯვენეებს და მემარცხენეები. მემარჯვენე ეკონომისტები ძალიან ხშირად იშველიებენ ადამ სმიტის მოსწრებულ ციტატას მის Magnum Opus-იდან „გამოკვლევა ხალხის სიმდიდრის ბუნებისა და მიზეზების შესახებ“: „ყველა ბრძენი ოჯახის უფროსის პრინციპია, არასოდეს სცადოს სახლში ისეთი რამის გაკეთება, რისი შეძენაც უფრო იაფი ჯდება“. მემარჯვენე ეკონომისტებისათვის, ბაზარი არის ოპტიმალურად გამანაწილებელი მექანიზმი, რომელშიც ჩარევა გამოიწვევს საბაზრო წონასწორობის დარღვევას და საერთო კეთილდღეობის შემცირებას. ნათელია რომ მათი აზრით აუტსორსინგი საბაზრო ფენომენია, რომლის წინააღმდეგ სახელმწიფოს მხრიდან ჩარევა დააზარალებს ადამიანებს. ზიანი რომელიც შეიძლება დადგეს ამ შემთხვევაში არის ის რომ საბაზრო ფასები დამახინჯდება, რაც საბოლოოდ აუცილებლად გაუძვირებს მომხმარებლებს ცხოვრებას. გვხვდება შრომის აუტსორსინგის ორი ფორმა. პირველი არის შიდასახელმწიფოებრივი, როცა ცდილობენ კომპანიები ადგილობრივ დონეზე

მოახდინონ გარკვეული შრომითი სერვისების შესყიდვა. უკვე განვითარებულ ქვეყნებში მსგავს საქმიანობაში ჩაბმულნი არიან ძირითადად იმიგრანტები და სხვა დიდწილად ღარიბი მოწყვლადი ჯგუფები. მეცნიერთა გარკვეული ნაწილი მიიჩნევენ რომ აუტოსორსინგის გავრცელება მიანიშნებს წარმოების სფეროში ხარჯთეფექტურობისა და მოქნილობის ზრდაზე, რაც საბოლოოდ ზრდის საერთო ეკონომიკურ კეთილდღეობას. აქედან გამომდინარე ქსელით დასაქმებისგან სიკეთეს იღებენ პირველ რიგში ის ადამიანები, ვისაც მოუქნელ სამუშაო გარემოში, რომელიც ახასიათებდა ფორდისტულ ეპოქას, ამის შესაძლებლობები არ ექნებოდათ. აუტოსორსინგი მეორე მხრივ იძლევა იმის საშუალებასაც, რომ ბიზნესმა დაზოგოს თანხა და შემდეგ მოახდინოს მისი ინვესტირება უფრო მეტად პროდუქტიულ საქმიანობაში. ეს ყოველივე საერთო ჯამში ქმნის მეტ სამუშაო ადგილებს და ამავდროულად ამცირებს უმუშევრობას. მნიშვნელოვანია ასევე მემარჯვენე მოაზროვნეთა არგუმენტები, საგარეო აუტოსორსინგის ე.წ. offshoring-ის შესახებ. იმ გარემოებიდან გამომდინარე რომ განვითარებულ ქვეყნებში არსებობს გარკვეული ტიპის შეზღუდვები, მაგალითად შრომის საათების რაოდენობა, მინიმალური ხელფასი, მშრომელთა დაზღვევა და უსაფრთხოება, დიდი კომპანიები ცდილობენ გაიტანონ საკუთარი წარმოება ქვეყნის ფარგლებს გარეთ, რითიც არიდებენ თავს ამ შეზღუდვებს და ამასთანავე ამცირებენ წარმოების ხარჯებს. მეორე მხრივ, წარმოების სხვა ქვეყნებში გატანა ამცირებს სამუშაო ადგილებს განვითარებულ ქვეყნებში და ზრდის პრეკარიულ სამუშაოებს სერვის სექტორში. მემარჯვენე ფრთის წარმომადგენელი ეკონომისტი, ჯორჯ ბუშის ეკონომიკური საბჭოს ხელმძღვანელი გრეგორი მენქიუს მიაჩნია რომ საგარეო Outsourcing-ი ცხადია ამცირებს გარკვეული ტიპის სამუშაო ადგილებს, მაგრამ ეს პრობლემა უფრო მეტად გამოწვეულია ინვესტიციების შემცირებითა და არა მისი გვერდითი ნეგატიური ეფექტებით. აღსანიშნავია რომ მაკენზის ინსტიტუტის მიერ ჩატარებული კვლევის მიხედვით საგარეო outsourcing-ზე დახარჯული ერთი დოლარი ქმნის 1.12-1.14 აშშ დოლარის დამატებით ღირებულებას, რაც იმას ნიშნავს რომ ამერიკული ეკონომიკა Outsourcing-ით საერთო ჯამში უზარმაზარ მოგებას ქმნის ამერიკული ეკონომიკისთვის. რობერტ რაიში მემარჯვენე ეკონომისტი მიიჩნევს, რომ დღევანდელი ეკონომიკური მდგომარეობა, მისთვის დამახასიათებელი მოქნილი

სამუშაო ბაზრით, ასუსტებს და ამცირებს საშუალო კლასს და ამასთან ერთად ამლიერებს ქსენოფობიას და ზრდის რადიკალურად მემარჯვენე პოლიტიკოსების რეიტინგს. მისი მოსაზრებით ამერიკული საშუალო კლასის წარმომადგენლები ადანაშაულებენ მთავრობას იმაში, რომ არ იცავს მათ სამუშაო ადგილებს და არაფერს აკეთებს იმისათვის, რათა შეზღუდოს მსხვილი კომპანიები, რომლებიც ცდილობენ აზიაში მიგრანტი მუშახელის მეშვეობით მათ დაჩაგვრას. ეკონომიოსტი დევიდ ჰარვი, საკუთარ წიგნში „პოსტმოდერნული მდგომარეობა“ დეტალურად აღწერს აუთსორსინგის პრაქტიკის დამკვიდრების წინა პროცესებს. მისი აზრით, აუთსორსინგის ფენომენი დამკვიდრდა ფორდიზმის კრიზისში შესვლის შემდეგ. ფორდიზმის კრიზისი გამოიწვია ნავთობზე ფასების უკიდურესმა ზრდამ, რასაც მოჰყვა მაღალი ინფლაცია. მაღალ ინფლაციაზე პროფკავშირების პასუხი იყო ხელფასების ზრდის თაობაზე მწვავე პროტესტი, რამაც კომპანიები (ძირითადად მდიდართა კლასი) იძულებულები გახადა ეპოვათ ახალი გამოსავალი სიმდიდრის შესანარჩუნებლად. ამ ვითარებიდან საუკეთესო გამოსავალი აღმოჩნდა ქვეყნის ფარგლებს გარეთ წარმოების გატანა და ამასთან სუბკონტრაქტორების დაქირავება „მესამე მსოფლიოს“ ქვეყნებში. აგრეთვე, ამ კომპანიებმა აქტიურად დაიწყეს არალეგალური მიგრაციის ხელის შეწყობა, რის შედეგადაც მნიშვნელოვნად შემცირდა პროფკავშირების ძალაუფლება. აუთსორსინგის პრაქტიკის დამკვიდრებას ჰარვი უკავშირებს ე.წ. „მოქნილი დაგროვების“ (flexible accumulation) ეკონომიკური მოდელის დამკვიდრებას, ფორდისტული სისტემის ნაცვლად. დაგროვების მოქნილი მოდელი თავისმხრივ გულისხმობს, მენეჯმენტის სისტემის დაყოფას სამ ნაწილად. პირველი არის ცენტრალური ნაწილი, რასაც შეგვიძლია ბირთვიც ვუწოდოთ, მოიცავს მაღალი დონის მენეჯერებს, რომელთაც მაღალი ხელფასები აქვთ, კარგი სოციალური დაცვა და გრძელვადიანი სტაბილურობით არიან უზრუნველყოფილები. ჰარვი მეორე დონის თანამშრომლებს ყოფს ორ ნაწილად. პირველ ნაწილში მოთავსებულია ძირითადად ის თანამშრომლები, რომლებიც ასრულებენ ადმინისტრაციულ საქმიანობას. მათი სამსახურები საკმაოდ არასტაბილურია, ვინაიდან მათ პოზიციებზე შრომის ბაზარზე მიწოდება საკმაოდ მაღალია. შემდეგ ქვე-ჯგუფს განეკუთვნებიან ის დასაქმებულები, რომლებიც ძირითადად დაკავშირებულნი არიან კომპანიასთან ქვე-კონტრაქტებით და

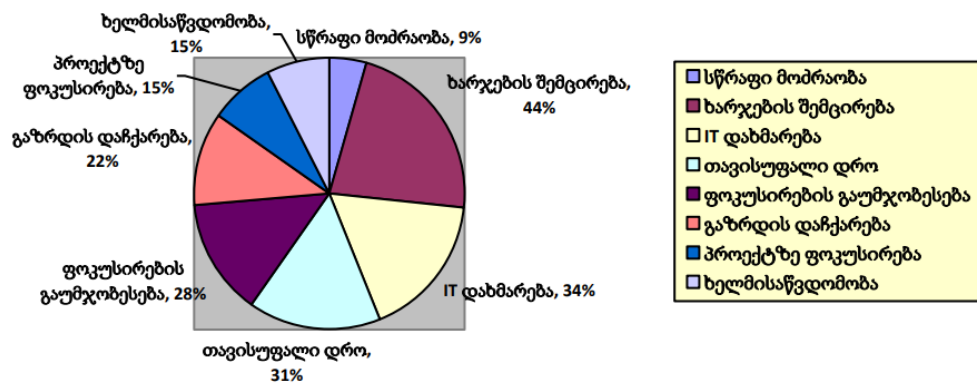
outsourcing-ით. მათი შრომა დიდწილად პრეკარიატულია, ხშირ შემთხვევაში – ნახევარგანაკვეთიანიც. ხშირად კამათობენ იმის შესახებ, რომ ნახევარ-განაკვეთიანი სამსახურები ძირითადად მაღალ-ანაზღაურებადია, მაგალითად მსგავსი პროფესიები როგორცაა: პროგრამისტი, იურისტი, ბუღალტერი და სხვა. მემარცხენე მოაზროვნეები, მაგალითად ბრანკო მილანოვიჩი მიიჩნევს რომ ერთი მხრივ ასეთი სამუშაოების რაოდენობა, რომელიც მაღალ-ანაზღაურებადია არ არის ბევრი და ხშირად outsourcing-ი ეხება დაბალკვალიფიციურ მუშახელს. ამასთან ერთად, მაღალ-ანაზღაურებადი პროფესიების შემთხვევაშიც კი ადამიანებს outsourcing-ის დროს ბევრად უფრო მეტი მუშაობა უწევთ, ვიდრე სტაბილური სამსახურის ქონის შემთხვევაში მოუწევდათ. ამის მიზეზი არის ის რომ outsourcing-ით აყვანილ freelance-ერებს აქვთ უიმედობის და არასტაბილურობის განცდა, შესაბამისად საკუთარ თავზე იღებენ მაქსიმალურად ბევრ საქმეს, რათა „ცუდი პერიოდისთვის“ გაიკეთონ დანაზოგები. აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ ამ ე.წ. მოქნილ სამუშაო ძალას არა აქვს სტაბილური საპენსიო გეგმა, ჯანმრთელობის დაცვა და ისინი არ არიან პროფკავშირების წევრები, რაც მათ მოწყვლადს ხდის სამუშაო ბაზარზე.

თანამედროვე მენეჯმენტის სისტემა შედგება ორ ჯგუფისაგან. პირველი ჯგუფი არის outsourcing-ითა და დროებით სამუშაოებზე აყვანილი სამუშაო ძალა. მეორე ჯგუფში წარმოების ჯგუფები შედის. BMW-ს თანამშრომლთა აზრით, მიუხედავად მაღალი ანაზღაურებისა და კარგი სამუშაო პირობებისა, თანამშრომლები მუდმივად სტრესს განიცდიან. პირველ რიგში ეს დაკავშირებულია პასუხისმგებლობის განცდის ზრდასთან. თანამედროვე ორ-დონიან მენეჯმენტის სისტემაში, კომპანიის მენეჯერებს აღარ სჭირდებათ თანამშრომლების მუდმივად კონტროლი. ისინი აყვანილნი არიან ან outsourcing-ის მეშვეობით ან საწარმოო ჯგუფებში არიან გადანაწილებულნი. პირველ შემთხვევაში მაღალი პასუხისმგებლობის განცდას განაპირობებს არასტაბილურობა. კერძოდ ის, რომ სამუშაოს არასათანადოდ შესრულების შემთხვევაში, BMW აღარ დადებს მის კომპანიასთან ან პირადად მასთან ქვე-კონტრაქტს, რაც ერთი მხრივ შეამცირებს შემოსავალს ამ კომპანიისთვის/ინდივიდისთვის და მეორე მხრივ იმოქმედებს პრესტიჟზეც. რაც შეეხება საწარმოო ჯგუფებს, ამ შემთხვევაში ჯგუფის თითოეული წევრი იღებს კოლექტიურ პასუხისმგებლობას, რის შედეგადაც სამუშაოს კონტროლს

ახორციელებენ უშუალოდ ჯგუფის წევრები. ამიტომაც, ჯგუფის თითოეული წევრი, მუშაობს იმაზე მეტს, ვიდრე ამ საქმის ინდივიდუალურად გაკეთების შემთხვევაში იმუშავებდა.

აუთოსორსინგის უპირატესობების წარმოსაჩენად იხ. დიაგრამა 2.1.

რა უპირატესობები აქვს აუთოსორსინგს



„STEP IT ACADEMY-ის კვლევის თანახმად ფრილანსერების ამჟამინდელი მოცემულობა:

✓ Automattic, Buffer, Edgar, Groove, Ghost, InVision, Hubstaff, Toggly, Doist, Zapier, Toptal, Trello, Basecamp იმ კომპანიების ჩამონათვალია, რომლებსაც 100 % ფრილანსერებით არის დაკომპლექტებული;

✓ შტატების დასაქმებული ადამიანების 37% (59 მილიონი) ფრილანსერები არიან, რომლებიც სახლიდან გაუსვლელად მუშაობენ. მათი ჯამური წვლილი ეკონომიკაში ყოველწლიურად 1,8 ტრილიონ დოლარს შეადგენს. ეს არის 30% - იანი ზრდა 2018 წლიდან.

✓ შტატებში დასაქმებული ახალგაზრდების 67% ირჩევს სახლიდან მუშაობის კარიერას, ვიდრე ტრადიციულ ოფისურ მუშაობას;

✓ ფრილანსერების უმრავლესობას სჯერა, რომ მათი კარიერა უფრო სტაბილურია, ვიდრე ყოველდღიური სამსახური, კლიენტების მრავალფეროვანი პორტფელი უფრო მეტს ნიშნავს, ვიდრე სამსახური ერთი თანამშრომლით;

✓ ფრილანსერების 61% სპეციალიზირებულია 2 ან 3 სფეროში;

✓ ფრილანსერების 77% აცხადებს, რომ ყოველდღიური სამსახურიდან წამოსვლის შემდეგ, მათი ფინანსური შემოსავალი უფრო სტაბილურია;

- ✓ მდედრობითი სქესის თავისუფალი მომუშავეების 48% წელიწადში 25000\$-ზე ნაკლებს გამოიმუშავენ, ხოლო მამრობითი სქესის მომუშავეები 4,5 ჯერ მეტს, 150 000\$-ს;
- ✓ Freelancer.com -მა 2019 წელს კლიენტებისგან 13,6 მილიონი განცხადება მიიღო და ფასიან გარიგებებში ჯამურად 4.2 მილიარდი დოლარი გადაიხადა;
- ✓ 2023 წლისთვის შტატებში დასაქმებული ადამიანების 45%-50-ით თავისუფალი მომუშავე იქნება;
- ✓ 2027 წლისთვის შტატებში დასაქმებული ადამიანების უმრავლესობა მომუშავე ფრილანსერი იქნება;
- ✓ ფრილანსერების 41% თავისუფალი სამუშაოებით დასაქმებას გეგმავს სამუდამოდ, რადგან მათი 45%-ი სტაბილურად გრძნობს თავს დამოუკიდებელი დასაქმებით.
- ✓ ევროპის მაშტაბით ფრილანსერების დასაქმება სულ უფრო ტრენდული ხდება და 2020 წელს მან უკვე 42% გადააჭარბა;
- ✓ კვლევების თანახმად სახლიდან მუშაობა სამუშაოს შესრულებას 13%-ით აუმჯობესებს, კომპანიამ კი საშუალოდ 2000\$- ის წლიური სარგებელი ნახა მას შემდეგ რაც თანამშრომლებს სახლიდან მუშაობის ნება დართო;
- ✓ 2019 წელს ამერიკელებმა სამსახურში მისასვლელად მეზავრობაში 1,8 ტრილიონი წუთი დახარჯეს, რისი დაზოგვაც შეუძლია აუტსორსინგს;
- ✓ PGI კვლევის თანახმად, დისტანციურად მომუშავეების 82%-მა სტრესის დაბალი დონე აჩვენა, მაშინ როცა ჩვეულებრივი დასაქმების 80% სტრესის დონე გაცილებით მაღალია;
- ✓ ფრილანსერის კოდის დამწერები და დეველოპერები საათში დაახლოებით 1200\$-მდე გამოიმუშავენ.
- ✓ ფრილანსეი კოპირაიტერები საათში დაახლოებით 250\$-ს გამოიმუშავენ.
- ✓ ფრილანსერი ახალგაზრდა დეველოპერები გამოიმუშავენ საბაზისო ხელფასს დაახლოებით 119 000\$-ის ოდენობით, ხოლო დეველოპერები - დაახლოებით 150 000\$.
- ✓ ფრილანსერი გრაფიკული დიზაინერები საათში 85\$-ზე მეტს გამოიმუშავენ საიტებზე, როგორცაა UpWork და PeoplePerhour;
- ✓ სწრაფად მზარდი უნარ-ჩვევებით გამოირჩევიან ამ მიმართულებით მომუშავეები;

✓ ხელოვნური ინტელექტი, ინსტაგრამ მარკეტინგი, მანქანების შესწავლა ბრენდის სტრატეგია 2019 წლის ყველაზე მოთხოვნად უნარჩვევების სიაში;

✓ რობოტიქსი, ბლოკჩეინი, ბითკოინი, ინსტაგრამ მარკეტინგი, გაზრდილი რეალობა, Query დეველოპმენტი და HubSpot მარკეტინგი შედიოდა 2019 წლის 20 ყველაზე სწრაფად მზარდ უნარჩვევების სიაში;

✓ რობოტიქსი მომავალში უფრო მეტ თავისუფალ სამუშაოებს შექმნის, ამბობს Upwork_ის დირექტორი, სტეფან კასრილი. ერთადერთი პრობლემა უნარჩვევების ნაკლებობა იქნება; (statista...2020)

განარჩევნენ სამი ტიპის აუტსორსინგს:

➤ საწარმოო ფუნქციების ნაწილის გადაცემა

➤ ბიზნეს პროცესების “აუტსორსინგი” (BPO – Business Process Outsourcing)

➤ “IT-აუტსორსინგი”

პირველი ტიპის “აუტსორსინგია”, როდესაც ორგანიზაცია გადასცემს საკუთარი საწარმოო ფუნქციების ნაწილს სხვა ორგანიზაციას. მაგალითად კომპანია “Ford” საკუთარი ავტომობილებისთვის განკუთვნილი მასალების ნახევარზე მეტის წარმოებას გადასცემს სხვადასხვა კომპანიებს, რომლებთანაც აკავშირებს გრძელვადიანი შეთანხმებები.

კომპანია “IKEA”-ს წარმოება სრულად აქვს გატანილი “აუტსორსინგზე”. ის უკვე ათწლეულობის განმავლობაში წარმატებით თანამშრომლობს 2500-ზე მეტ მწარმოებელ კომპანიასთან. ცნობისთვის, 2018 წლისთვის კომპანია “IKEA”-ს წლიური ბრუნვა 24 მილიარდ ა.შ.შ. დოლარს შეადგენდა. მეორე ტიპის “აუტსორსინგია”, როდესაც კომპანია მმართველობაში გადასცემს საკუთარ ბიზნეს-პროცესებს, რომლებიც არ მიეკუთვნებიან ორგანიზაციის ძირითადი პროფილური საქმიანობის სიას. ასეთია თანამშრომლობის კლასიკური მაგალითია ბუღალტრული აღრიცხვის გადაცემა სხვა ორგანიზაციისთვის. მესამე ტიპის “აუტსორსინგია”, როდესაც კომპანია გადასცემს მომსახურებაში საკუთარ ინფორმაციულ სისტემებს ისეთ ორგანიზაციას, რომელიც პროფესიონალურად ახორციელებს ტექნიკურ მხარდაჭერას და პროგრამულ უზრუნველყოფას. (statista...2020)

მაგალითად, შეთანხმება საიტის შექმნისა და ტექნიკური მხარდაჭერის შესახებ. მიუხედავად იმისა, რომ საიტის შექმნა შედარებით მოკლევადიანი შეთანხმებაა,

ტექნიკური უზრუნველყოფა უწყვეტი კავშირია ორგანიზაციებს შორის, რომელიც გამყარებულია კონტრაქტით.

ახალი კორონავირუსით გამოწვეულმა კრიზისმა ციფრული ტრანსფორმაციის ტემპები მნიშვნელოვნად დააჩქარა და ბიზნესებს, დისტანციური მუშაობის დანერგვისა და ელექტრონული კომერციის განვითარების დღის წესრიგში შეტანა აიძულა. მეორე მხრივ, მომხმარებლებიც არ დარჩენილან ციფრული ზეგავლენის გარეშე. მათთვის ელექტრონული ვაჭრობა ფიზიკურის ჩამნაცვლებლად და შემავსებლად მოგვევლინა და სავარაუდოდ აღნიშნული ცვლილებები მათ ქცევაში უფრო მეტად გაიდგამს ფესვებს და პოსტ-პანდემიურ პერიოდშიც იქნება შენარჩუნებული. თუმცა, საინტერესოა ისიც რომ ბიზნესის ნაწილმა დროულად და თანაბრად უპასუხა ციფრული გამოწვევებს, როგორია საერთაშორისო სტატისტიკა და ხედვა, თუმცა პანდემიურმა ლანდშაფტმა საცალო ვაჭრობის ბიზნესებს მცირე დრო მისცა რესურსები ადაპტაციისთვის.

დიდი ხანია რაც მომხმარებლის ქცევის ცვლილება და მათი მზად ყოფნა ელექტრონული კომერციის პროცესებში ჩასართავად, საერთაშორისო ორგანიზაციების კვლევების ერთ-ერთ მთავარი ფოკუსი გახდა. მაგალითად, გაერთიანებული ერების კონფერენცია ვაჭრობისა და განვითარების შესახებ (იგივე UNICTAD) ყოველწლიურად ახდენს გაზომვას B2C ელექტრონული კომერციის ინდექსის, რომელიც ინდივიდების მიერ ინტერნეტის მოხმარების დონეებს, დაცული ინტერნეტ სერვერების წილსა და ფინანსურ ინსტიტუტებში ანგარიშების ფლობის მონაცემებს აერთიანებს. ანალოგიურად, საერთაშორისო ტელეკომუნიკაციის გაერთიანება გვთავაზობს საინფორმაციო და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების (ICT) განვითარების ინდექსს, რომლის ორიენტირიც ასევე მომხმარებლის მიერ აქტიურ ონლაინ ვაჭრობისკენ არის მიმართული. OECD-ის 2020 წლის ოქტომბერში ჩატარებული ელექტრონული კომერციის ანგარიშს „ელექტრონული კომერცია კოვიდპანდემიის დროს -თუ შევხედავთ, დავრწმუნდებით, რომ ონლაინ ვაჭრობა ძალიან სწრაფი ტემპებით ვითარდება. ანგარიშის მიხედვით, ევროკავშირის ქვეყნებში საცალო გაყიდვები (შეკვეთები) 2020 წლის აპრილში 30%-ით გაიზარდა, წინა წლის მსგავს პერიოდთან შედარებით. მსგავსი ტენდენციები იკვეთება

ამერიკაშიც, სადაც ელ.კომერციაში 14%-16%-იანი ზრდა ფიქსირდება.
(გოდერძიშვილი....2021)

აუთოსორსინგის ფუნქციებისა და გამოყენების მიმართულებების შესწავლამ აჩვენა, რომ ის წარმოადგენს ერთგვარ გადარჩენის გზას მეწარმისათვის, როდესაც საქმიანობის პროცესში წარმოიქმნება ისეთი რისკები, რომელთა მართვა მათი ძალებით შეუძლებელია, ასევე იმ შემთხვევაშიც, როდესაც კომპანიის სტრატეგია მაღალი მოგების მიღება და ამისათვის აუთოსორსინგს გამოიყენებს გარკვეული ტიპის ოპერაციების შესასრულებლად. განხილული მეთოდის გამოყენება ერთი ქვეყნის ფარგლებში მოითხოვს საწარმოთა განვითარებას, რაც გახდება საფუძველი მიიღოს ან გადასცეს ოპერაციები სხვა საწარმოს. ამ მხრივ საქართველო განვითარებული მსოფლიოსგან ჯერ კიდევ შორს არის.

თავი III. ინერნეტ დასაქმება და საქართველო

3.1. საქართველოს დასაქმების ბაზარზე არსებული სირთულეები

შრომის უფლება ადამიანის უმნიშვნელოვანეს, სასიცოცხლო უფლებათა რიგს განეკუთვნება, ნებისმიერი საზოგადოების წევრთა უმრავლესობისათვის შრომითი შემოსავალი ფიზიკური არსებობისა და მატერიალური კეთილდღეობის საფუძველს წარმოადგენს. ამასთანავე, შრომა არის პიროვნების თვითრეალიზაციის, საზოგადოებაში დამკვიდრების, მისი გონებრივი და სულიერი პოტენციალის გამოვლენის საშუალება. ამის გამო უმუშევრობა აღიარებულია არა მარტო ეკონომიკურ, არამედ სოციალურ, პოლიტიკურ და ჰუმანიტარულ პრობლემად. სწორედ ამიტომ სოციალური პასუხისმგებლობის მქონე ხელისუფლება მიზანმიმართულად ზრუნავს საკუთარი მოქალაქეების დასაქმებაზე, ებრძვის უმუშევრობას. დასაქმება და უმუშევრობა უცილობლად დაკავშირებულია ქვეყნის ეკონომიკური განვითარების დონესთან. ცხადია, რომ ეკონომიკური ზრდა მთლიანობაში ხელს უწყობს ახალი სამუშაო ადგილების გაჩენას, მაგრამ თავის მხრივ, დასაქმების სტრუქტურა, მისი ეფექტურობა (მწარმოებლურობა) მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს თვით ეკონომიკის განვითარების დინამიკაზე. საქართველოს დღევანდელი ეკონომიკური მდგომარეობა და შესაბამისად დასაქმების სფეროში შექმნილი პრობლემები მნიშვნელოვანწილად განპირობებულია იმით, რომ საბაზრო ურთიერთობებზე გადასვლის პროცესის დაწყებას, მეოცე საუკუნის 90-იანი წლების პირველ ნახევარში, თან დაერთო სამხედრო კონფლიქტი და სამოქალაქო დაპირისპირება. ამით გამოწვეული ეკონომიკური ვარდნა, შეიძლება ითქვას, კატასტროფული იყო. ეჭვსგარეშეა, ეს იქცა ერთ-ერთ მთავარ მიზეზად იმისა, რომ დღესაც კი ერთ სულზე წარმოებული მთლიანი შიდა პროდუქტის მოცულობით კრიზისამდელი დონე მიღწეული არ არის.

„ამერიკის ეროვნულ-დემოკრატიული ინსტიტუტის“ (NDI) ბოლო კვლევის თანახმად, ყველაზე მნიშვნელოვანი ეროვნული საკითხი საქართველოში გამოკითხულთა უმეტესობისთვის, კერძოდ, 57 %-თვის სამუშაო ადგილებია. ეს კიდევ ერთი ნათელი მაგალითია იმისა, რომ დასაქმების პრობლემა კვლავ აქტუალურია. (NDI...2018)

„საქართველოში სამუშაო ადგილების შექმნა არ არის შესაბამისობაში ეკონომიკის ზრდასთან“ , - ამის შესახებ მსოფლიო ბანკის კვლევაში ვკითხულობთ, რომელიც ქვეყანაში დასაქმების დინამიკას აფასებს. ბანკი აღნიშნავს, რომ საქართველომ წარმატებით განახორციელა ბიზნესისთვის ხელსაყრელი გარემოს უზრუნველყოფის პოლიტიკა. თუმცა, პოლიტიკური არასტაბილურობა კვლავაც მნიშვნელოვან გამოწვევად რჩება კომპანიებისთვის.

„სამუშაო ადგილების შექმნა მნიშვნელოვნად შეუწყობს ხელს სიღარიბის შემცირებას, მაგრამ სამუშაო ადგილების შექმნა არ არის შესაბამისობაში ეკონომიკის ზრდასთან. ქვეყანაში კარგად ვითარდება მრეწველობა, რაც ნიშნავს რომ წარმოებული პროდუქციის წილი გაიზარდა ერთ სულზე მშპ-ში, მაგრამ სამუშაო ადგილების ნახევარზე მეტი სოფლის მეურნეობის სექტორში, - ვკითხულობთ კვლევაში “ ეხლაც არსებული გამოწვევები და გაზრდილი პოლიტიკური არასტაბილურობა მნიშვნელოვან სირთულეს უქმნის კომპანიებს. 2014 წელს, კომპანიების 42-მა პროცენტმა პოლიტიკური არასტაბილურობა ბიზნესის წარმოებისთვის მთავარ წინააღმდეგობად დაასახელა, როდესაც ეს მაჩვენებელი 2008 წელს 17 პროცენტს შეადგენდა. საქართველო არ ქმნის იმდენ სამუშაო ადგილს რამდენსაც მისი ეკონომიკური ზრდა წინასწარმეტყველებს. მიუხედავად მშპ-ს 5.7 პროცენტის ზრდისა 2005 – 2015 წლებში, დასაქმება მხოლოდ 2,9 პროცენტით გაიზარდა, რაც გულისხმობს სამუშაო ადგილების 5%- იანი ზრდის ელასტიურობას. მთელ მსოფლიოში, სამუშაო ადგილების ზრდის ელასტიურობა 34 პროცენტია, რაც ყოველი პროცენტით მშპ-ს ზრდას ნიშნავს, დასაქმება იზრდება 0.34 პროცენტით. დასავლეთ ბალკანეთის ქვეყნებში ეს ელასტიურობა 16 პროცენტი იყო 2000 – 2010 წლებში, ხოლო ევროკავშირის და ცენტრალური ევროპის და აზიის ქვეყნებისთვის იმავე პერიოდში აღნიშნულმა მაჩვენებელმა 32 პროცენტი შეადგინა. ეს სვამს

მნიშვნელოვან კითხვას: რატომ ვერ ქმნის საქართველო იმდენივე სამუშაო ადგილს რამდენსაც დანარჩენი მსოფლიო? “- ვკითხულობთ კვლევაში. (კვინტარძე...2018)

მსოფლიო ბანკი აღნიშნავს, რომ მოკლევადიან პერსპექტივაში მცირე და ინდივიდუალურ საწარმოებს გარკვეული წვლილი შეაქვთ სამუშაო ადგილების შექმნაში, თუმცა ვერ ახერხებენ ზრდას საშუალო საწარმომდე; რომლებიც ასევე ხშირად ხდებიან წარუმატებელი. რესურსები სწორად არ ნაწილდება, რაც ნიშნავს რომ ყველა სექტორში მეტისმეტად ბევრი ადამიანი არის დასაქმებული ნაკლებად პროდუქტიულ საწარმოებში.

„მიუხედავად ახლად გახსნილი კომპანიების რაოდენობის შთამბეჭდავი ზრდისა, მთლიანი დასაქმების ზრდა დაბალია, რადგან ინდივიდუალური და მცირე საწარმოები ხშირად იხურება. საქართველოში პოლიტიკის მესვეურთა შეშფოთების მიზეზი რესურსების არასწორი განაწილებაა, როგორც ეკონომიკურ სექტორებს შორის ისე თავად სექტორების შიგნით. წარმოების ფაქტორების ეფექტურად განაწილების შემთხვევაში, ფაქტორის მთლიანი პროდუქტიულობა სავარაუდოდ 70 პროცენტამდე გაიზრდება. არასწორი განაწილება ვლინდება სამუშაო ადგილების კონცენტრირებით დაბალი პროდუქტიულობის სექტორებში, როგორცაა სოფლის მეურნეობა, საბითუმო და საცალო ვაჭრობა, საჯარო და სოციალური სერვისები”, - ნათქვამია კვლევაში.

აღნიშნულ კვლევაში ვკითხულობთ, რომ კონკურენციის და ზრდის მთავარი შემაფერხებელი პოტენციურად კლებადი სამუშაო ძალაა. სამუშაო ასაკის მოსახლების და ბავშვების რაოდენობა მნიშვნელოვნად მცირდება, როდესაც ასაკოვანი მოსახლეობის რიცხოვნობა ოდნავ იზრდება. საქართველოში არაფორმალურად დასაქმებულთა წილი არასასოფლო-სამეურნეო სფეროს დასაქმებულებში 36.2%-ს შეადგენს, რაც წინა წლის ანალოგიურ მაჩვენებელზე 3.5%-ით გაზრდილი მაჩვენებელია. არაფორმალურად დასაქმების მაჩვენებელი სოფლად უფრო მაღალია, ვიდრე ქალაქად. კერძოდ სტატისტიკის სამსახურის მონაცემებით, სოფლად არაფორმალურად დასაქმებულთა წილი 40%-ს შეადგენს, ხოლო ქალაქად კი 34.6%-ს. წლიურად სოფლად მაჩვენებელი 4.2%-ით გაიზარდა, ხოლო ქალაქად კი 1.4%-ით. აღსანიშნავია, რომ სტატისტიკის სამსახურის მონაცემებით ახალი სტანდარტით თვითდასაქმებულად აღარ ითვლებიან საკუთარ ოჯახურ

მეურნეობაში მომუშავე პირები, რომლებიც არ არიან ბაზარზე ორიენტირებული და უმთავრესად (50%-ზე მეტი) სასოფლო სამეურნეო პროდუქციას საკუთარი მოხმარებისათვის აწარმოებენ. აღნიშნული სტატუსის მქონე პირები გადაკვალიფიცირდნენ ან უმუშევართა კატეგორიაში, ან მოსახლეობაში სამუშაო ძალის გარეთ, იმის მიხედვით, ეძებდნენ თუ არა სამუშაოს და მზად იყვნენ თუ არა სამუშაოს დასაწყებად.

შრომის საერთაშორისო ორგანიზაციის (ILO) მონაცემებით, მსოფლიოში 2 მილიარდ ადამიანზე მეტი არაფორმალურადაა დასაქმებული და მათი უმეტესობა განვითარებად ქვეყნებზე მოდის. ILO-ს კვლევის მიხედვით, დასაქმებული მოსახლეობის 61% სწორედ არაფორმალურ დასაქმებაშია ჩართული და არც ამ მაჩვენებელში შედის სოფლის მეურნეობის სფერო. აფრიკაში არაფორმალური დასაქმების მაჩვენებელი 85%-ია, აზიაში 68%, ევროპისა და ცენტრალური აზიის რეგიონში კი 25.1%. (კვინტაძე...2018)

აქვე უნდა აღინიშნოს კორონავირუსის პანდემია, რომელმაც საქართველოში უმუშევრთა რიცხვი მნიშვნელოვნად გაზარდა. სახელმწიფოს მოუწია გაეტარებინა მთელი რიგი ეკონომიკურ-სოციალური ღონისძიებები უმუშევრობის პრობლემის დაძლევის მიზნით მაგალითისთვის შეგვიძლია მოვიყვანოთ 6 თვიანი 200 ლარიანი სოც-დახმარება რაც გულისხმობდა, იმ მომუშავეთათვის ვიც კოპვიდ პანდემიის გამო სამუშაო დაკარგა მათ ექვსი თვის განმავლობაში 200 ლარიანი დახმარება დაერიცხებოდათ, ასევე იყო ერთჯერადი 300 ლარიანი დახმარებაც, რაც იდეაში იგივეს გულისხმობდა იმ განსხვავებით რომ ძირითადად თვითდასაქმებულ პირებს შეეხო. მაგრამ ასეთ დახმარებები რათქმაუნდა სოციალურია და ეკონომიკას ვერ დაეხმარება, თუმცა ასევე იყო მაგალითად შეღავათები სასტუმროების ბიზნესისათვის ასევე სარესტორნო ბიზნესისთვის ქონების და საშემოსავლო გადასახადების გადავადების საკითხში. უმუშევრობის პრობლემის დაძლევისათვის უფრო უპრიანი იქნებოდა რომ შექმნილიყო დასაქმების და მიგრაციის სახელმწიფო სამსახური, რომელიც შეასრულებდა შრომის ბირჟის როლს. მის მოვალეობაში ის იქნებოდა რომ თავისუფალი სამუშაო ადგილების და უმუშევართა აღრიცხვა მოხდებოდა, კონსულტაციები გაეწევიდათ უმუშევრებს სამსახურში მოწყობასთან დაკავშირებით, უმუშევრობის დახმარების გაცემა მოხდებოდა ასევე მოქალაქეთა

პროფესიული მომზადება გადამზადება, შრომის ბაზარზე მდგომარეობის შეფასება და სათანადო ინფორმაციის მომზადება და სხვა.

3.2 ინტერნეტ დასაქმება საქართველოში რეალობა და განვითარების პერსპექტივები

როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ აუტსორსინგი ნიშნავს კომპანიის ფუნქციის გარეთ გამოტანას და სრული პასუხისმგებლობის გადაცემას შესაბამის აუტსორსინგულ კომპანიაზე. აუტსორსინგის მაგალითად შეგვიძლია მოვიყვანოთ British Petroleum-ის საქმიანობას საქართველოში. BP-ი ბაქო-თბილისი-ჯეიჰანის ნავთობ-სადენის ექსპლუატაციის პროცესში იყენებს ადგილობრივ კონტრაქტორ ფირმას, რომელიც ახორციელებს ადგილობრივ დონეზე მენეჯმენტს. შედეგად, შტატში აყვანილი ადამიანები ექვემდებარებიან არა BP-ის, არამედ დაქირავებულ კონტრაქტორ კომპანიას. outsourcing-ი საკმაოდ აქტიურად გამოიყენება მრავალ სფეროში, მათ შორის ფინანსურ, მშენებლობის, უსაფრთხოების უზრუნველყოფის, ვაჭრობის და ტურიზმის სექტორებში.

აუტსორსინგის ძირითადი პლუსი ის არის რომ მცირე ფირმას ეძლევა შესაძლებლობა მიიღოს კვალიფიციური მომსახურება ისე რომ არ აიყვანოს კადრი კომპანიაში სრულ განაკვეთზე (რისი შესაძლებლობაც და აუცილებლობაც ხშირ შემთხვევაში კომპანიას უბრალოდ არ აქვს). გამოვარჩევდი რამოდენიმე სფეროს რომელშიც აუტსორსინგი საკმაოდ მიმზიდველია საქართველოში: 1) ფინანსები: საბუღალტრო მომსახურება, ფინანსური ანალიზი და დაგეგმარება, აუდიტი. საბუღალტრო მომსახურების და აუდიტის კუთხით ბაზარზე საკმაოდ ბევრი კომპანიაა წარმოდგენილი სხვადასხვა ფასებით და სერვისით. რაც შეეხება ფინანსურ ანალიზს და დაგეგმარებას აქ აშკარად არ არის განვითარებული ჯერ-ჯერობით არც პროდუქტები და არც ბაზარი. როგორც წესი კომპანიები სთავაზობენ ბიზნეს გეგმების მომზადებას, რაც საკმაოდ ძვირი სიამოვნებაა, სხვა სახის სერვისები ნაკლებად შემხვედრია. მაგალითად, ბოლო წლებში განსაკუთრებით გაიზარდა

ბუღალტრულ კომპანიებში დასაქმებულ ადამიანთა რიცხვი, რომლებიც მივლენილნი არიან სხვადასხვა კომპანიებში ბუღალტერიის სერვისის მიწოდებისთვის. 2) იურიდიული მომსახურება, დღესდღეისობით მას საკმაოდ ბევრი კომპანია იყენებს, აუთსორსინგის დახმარებით შეიქმნა იურიდიული მომსახურების კომპანიები რომლებიც ბაზარზე საკმაოდ დიდი მოთხოვნით სარგებლობენ. 3) ინფორმაციული ტექნოლოგიები, ბოლო დროს IT აუთსორსინგი ძალიან დიდი პოპულარობით სარგებლობს, შეიძლება გავიგოთ, როგორც კონკრეტული სფეროს ნაწილი ან მთლიანი სამუშაოს გადაცემა სხვა მომსახურე კომპანიაზე, რომელიც სპეციალიზირებულია ორგანიზაციების სააბონენტო მომსახურებაზე და რომელსაც ჰყავს კვალიფიციური სპეციალისტები. IT Outsourcing-ი გულისხმობს ინფორმაციული ტექნოლოგიების მართვის გადაცემას მომსახურე კომპანიაზე, ხელშეკრულებით განსაზღვრული პირობებით და ვადებით. მცირე და საშუალო ბიზნესისთვის და ზოგიერთი მსხვილი კომპანიისთვის უფრო მომგებიანია Outsourcing-ი, ანუ გარე კომპანიის მომსახურება. ამ გზას უკვე მრავალი ორგანიზაცია მიმართავს და მათი რიცხვი სწრაფად იზრდება, IT Outsourcing-ი მნიშვნელოვნად ამცირებს კომპიუტერული ტექნიკის მომსახურების ხარჯებს და ორგანიზაციის IT სისტემას ქმნის უფრო ეფექტურს და საიმედოს. 4) მარკეტინგი - აუთსორსინგმა ასევე დიდი განვითარება ჰპოვა მარკეტინგულ საკითხებშიც, ერთ-ერთი ასეთია GMA საერთაშორისო მარკეტინგული კომპანია, რომელიც დაფუძნდა დიდ ბრიტანეთში 2003 წელს. ის სთავაზობს სრული მარკეტინგული აუთსორსინგის მომსახურებას B2B და B2C სექტორში მოღვაწე კომპანიებს დიდ ბრიტანეთში, აღმოსავლეთ და დასავლეთ ევროპის ქვეყნებში და ამერიკის შეერთებულ შტატებში. 2016 წლიდან კი კომპანია ოპერირებს საქართველოშიც. 5) სამშენებლო კომპანიები საკმაოდ ხშირად იყენებენ outsourcing-ს, მაგალითად, კიდევ ერთი მნიშვნელოვანი სფერო, სადაც აქტიურად გამოიყენება Outsourcing-ი ეს არის დაცვის სამსახურები. ფირმები ხელმძღვანელობენ იმ ლოგიკით, რომ მათ შეუძლებელია ჰყავდეთ კარგად მომზადებული და ეფექტური დაცვის სამსახური, რადგან ეს პროფესია მოითხოვს სპეციალური ცოდნისა და უნარების ფლობას. შესაბამისად კომპანიას მოუწევს დიდი თანხის გადახდა შესაბამისი დაცვის სამსახურის შექმნისა და აღჭურვისთვის. ამიტომაც მას ურჩევნია გაიტანოს ეს პოზიცია Outsourcing-ზე ხარჯების შემცირების

მიზნით. მიუხედავად იმისა, რომ 2013 წლის შემდგომ საქართველოში შრომის კოდექსი მნიშვნელოვნად დაიხვეწა, შრომითი ურთიერთობების სფეროში მომუშავე სპეციალისტები და პროფკავშირების წარმომადგენლები ამ ცვლილებებს მიკროსკოპულ ნაბიჯად აფასებენ. განსაკუთრებით პრობლემები იკვეთება outsourcing-ის რეგულირების კუთხით. როგორც ვხედავთ, აუტსორსინგი გამოდის უფრო იაფი, მისი დახმარებით კომპანიას ჰყავს არა უბრალოდ თანამშრომლი, არამედ გუნდის წევრი, რომელიც თავიდან ბოლომდე ფოკუსირებულია კომპანიის შედეგების მიღწევაზე, რადგან მას უყურებს არა როგორც უცხოს, არამედ უშუალო კლიენტს, რომელიც მუდმივად უნდა იყოს კმაყოფილი, ასევე კომპანიას მისი სახით ჰყავს ძლიერი გუნდი თავისი სამოქმედო გეგმით და საშუალება ეძლევათ დამფუძნებლებს თავიანთი დრო, უფრო ძირითად საკითხებზე გადაანაწილონ. “DK Capital ის დამფუძნებელი დავით კენჭაძე წერს: „არსებობს ბევრი მიზეზი თუ რატომ ჯობია აუტსორსინგი შიდა რამდენიმე კადრს იმავე მიმართულებით. საქმე იმაშია, რომ კომპანიის დირექტოს რომ დაუსვათ შეკითხვა, თუ რამდენად შეძლებს ის კომპანიის მოგების გაზრდას, თუ ეყოლება საუკეთესო გუნდის წევრები შესყიდვების, მარკეტინგის, ფინანსების, გაყიდვების ან ნებისმიერი მიმართულებით, რა თქმა უნდა, კომპანიის დირექტორი გიპასუხებთ, რომ მოგება აუცილებლად გაიზრდება, თუმცა თუ აქვე შევეკითხებით რამდენად ძვირი დაუჯდება ეს ყოველივე, ამაზე შემდეგს გიპასუხებთ, მაღალი დონის პროფესიონალების დაქირავება ძალიან ძვირი ჯდება, განსაკუთრებით მაშინ როდესაც ხელფასის გადახდა ფიქსირებულად ხდება, სწორედ ამიტომ აუტსორსინგის მთავარი უპირატესობაც და არსიც სწორედ ესაა. აქ საქმე ეხება კონკრეტული მიმართულების პროფესიონალებს, რომლებიც თუ გაერთიანდებიან შეეძლებათ მოემსახურონ ერთზე მეტ კომპანიას გაცილებით დაბალი ხარჯებით და მაქსიმალურად ხარისხიანად. შესაბამისად შეიძლება ითქვას რომ რაც უფრო მეტი აუტსორსინგული კომპანია იქნება ჩვენს ირგვლივ, მით მეტი უპირატესობა გვექნება, გვეყოლება საუკეთესო გუნდი, რომელთა ანაზღაურებაც შედეგზე იქნება დამოკიდებული და მეტი მოტივაციაც ექნებათ, რომ საბოლოო შედეგი იყოს საუკეთესო. „ურთიერთობები, რომლებიც პრაქტიკულად არ რეგულირდება კანონ მდებლობით, მაგრამ ამასთან არის ლეგალური და ეფექტური, წარმატებით გამოიყენება მართვის მრავალი

სუბიექტების მიერ. საქართველოში პერსონალის აუტოსორსინგი - გავრცელებული მოვლენაა, რადგან აძლევს ხარჯების ოპტიმიზაციის და აღრიცხვის წარმოების საშუალებას “აღნიშნავს “Financial Chain Corporation”-ის დამფუძნებელი. ასევე აუტოსორსინგის მაგალითად შეიძლება ჩაითვალოს როდესაც სარეკლამო სააგენტო გადაწყვეტს გააფორმოს კონტრაქტი გრძელვადიანი თანამშრომლობის შესახებ ერთ-ერთ კომპანიასთან, რომელიც დაკავებულია პოლიგრაფიით. ასეთ შემთხვევაში, სარეკლამო სააგენტო აღარ ახორციელებს ბეჭდვით პროცესებს და სრულად ენდობა პარტნიორ ორგანიზაციას. თანამედროვე საბაზრო ეკონომიკის პირობებში, გაზრდილი კონკურენციის ფონზე, ორგანიზაციის მენეჯმენტი ბევრ სხვადასხვა ტიპის პრობლემას აწყდება. მათგან ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი-ფუნქციების კვალიფიციური მართვაა. მაგალითისთვის, ორგანიზაცია, რომელიც აწარმოებს სამშენებლო მასალას, არ არის კვალიფიციური მარკეტინგის ხელოვნებაში და სარეკლამო სამომხმარებლო ბაზრის თავისებურებებში. ასეთ შემთხვევაში, ორგანიზაცია დგას ორი არჩევნის წინაშე: პირველი - დააფუძნოს მარკეტინგის დეპარტამენტი და დაიქირაოს მ ადამიანი კვალიფიციური კადრები ან მეორე- გადასცეს მარკეტინგული ფუნქციები კომპანიას, რომლის ძირითადი პროფილი მარკეტინგის სფეროს უკავშირდება. ასეთ დროს, მენეჯერები რთული ალტერნატივების წინაშე დგანან, თუმცა თანამედროვე ბაზარმა ნათლად დაგვანახა, რომ კომპანიას, რომელიც მაქსიმალურად არის კონცენტრირებული საკუთარ ძირითად ამოცანებზე – წარმატების მეტი შანსი აქვს.

უმუშევრობის გამომწვევი სხვადასხვა მიზეზი რომ გამოვყოთ ერთ-ერთი

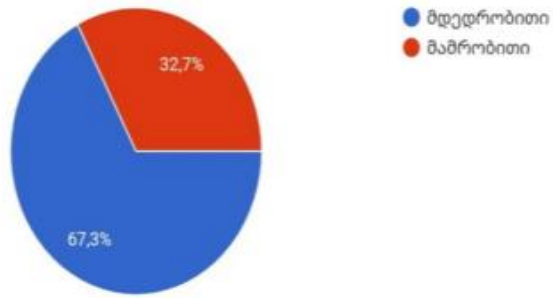
კერძო ბიძნესში მუშახელისთვის ფუნქციების გამსხვილება წარმოადგენს. კერძო ბიზნესში ხშირ შემთხვევაში მომუშავე პრესონალს ეკისრება არა ერთი არამედ რამოდენიმე მოვალეობის შეთავსების ვალდებულება ეს გამოწვეულია კომპანიის მხრიდან ხარჯების შესამცირებლად , ამ დროს რა თქმა უნდა უმცირდება ხარჯები კომპანიას თუმცა შედეგი ანუ გაწეული სამუშაოს ხარისხი ავტომატურად ქვეითდება და დაბალხარისხიან პროდუქტს სთავაზობს კომპანია მომხმარებელს, ვინაიდან ის მუშახელი რომელსაც დაკისრებული აქვს არ ერთი არამედ რამოდენიმე მოვალეობა თავისთავად ვერ დადებს იმ შედეგს რასაც მხოლოდ ერთი სამუშაოს შესრულებისას

გააკეთებდა. აქვე უნდა შევეხოთ სოციალურ პოლიტიკასაც, როდესაც სტატუსის მიხედვით სოციალურად დაუცველი ოჯახები იღებენ დახმარებას სულადობის მიხედვით რაც დაახლოებით 4 სულიან ოჯახზე 200 ლარს შეადგენ, რომელსაც თან მოყვება სოციალური უპირატესობები , ამ შემთხვევაში როცა მინიმალური ხელფასი არ არის განსაზღვრული და რიგ შემთხვევებში კომპანიები იმის გამო რომ ხახს სხვა ალტერნატივა არ გააჩნიათ ხელფასის სახით 200-250 ლარზე ამუშავენ. ამ დროს სოც.დაუცველების ოჯახისწევრები გამოდიან იმ გამოსავალიდან რომ თუ ისინი დასაქმდებიან 200 ლარზე ავტომატურად გააუქმდებათ სოც.სტატუსი და უპირატესობები როგორცაა მაგ: უფასო მგზავრობა ავტობუსით და მეტროთი, ასევე შემწეობა რომელსაც იღებენ საკვების სახით სოციალური სასაბუღალტროებიდან, აგრეთვე საავადმყოფოში მნიშვნელოვანი სახის შეღავათანი მკურნალობა და სხვა.

ზემო განხილვიდან გამომდინარე ადამიანები ირჩევენ უმუშევრობას და სოციალურად დაუცველობის სტატუს და უარს ამბობენ დასაქმებაზე დაბალი ხელფასის პირობებში რაც ავტომატურად ზრდის უმუშევართა რიცხვს. აღსანიშნავია ისიც, რომ ინტერნეტ დასაქმებას ირჩევენ სწორედ მსგავსი მოქალაქეთა ნაწილი ვისაც პრეტენზიააქვს დაბალ ხელფასზე, მაგალითად ისინი გამოიწერენ საიტის საშვალეებით რაიმე პროდუქციას დაბალ ფასად და ადგილობრივ ბაზარზე შავი გზებით ახერხებენ მათ რეალიზაციას , მართალია ეს უკანონო საქმიანობაა და მაგიდისქვეშა კეონომიკას მიეკუთვნება თუმცა ამ მოქალაქეებისთვის შემოსავლის მნიშვნელოვანი წყაროა.

იმის დასადგენად თუ რამდენად იცნობს საზოგადოება აუტოსორსიგის პრაქტიკას ჩავატარე კვლევა სადაც გამოკითხული იყო 115 რესპოდენტი. გამოკითხულთა უმეტესობა მდებდრობითი სქესის წარმომადგენელია, მათი ასაკი 20-30 წლამდე მერყეობს (იხ. დიაგრამა 3.1 და 3.2)

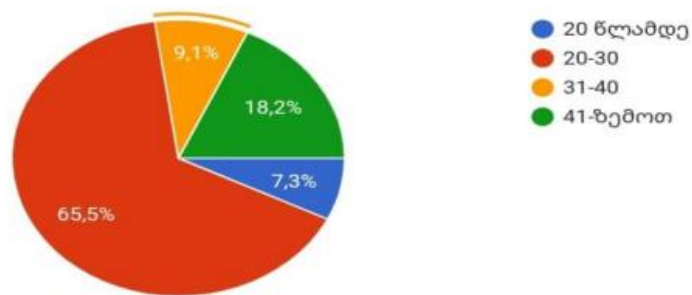
რესპოდენტთა სქესი



წყარო: ჩვენი კვლევა

დიაგრამა 3.2

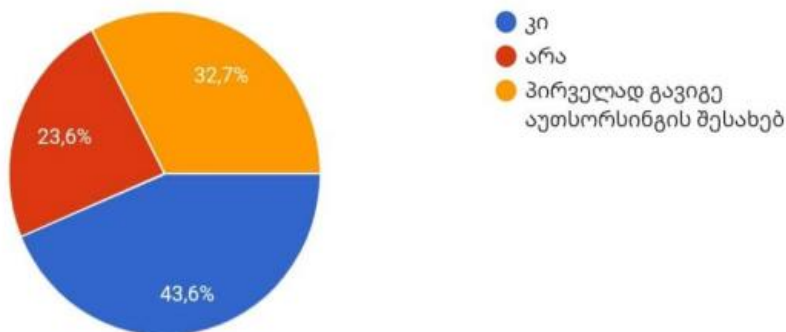
რესპოდენტთა ასაკი



წყარო: ჩვენი კვლევა

რესპოდენტთა 43,6%-ს სმენიათ აუტოსორსინგის შესახებ, თუმცა აღსანიშნავია ის ფაქტი რომ კვლევის პროცესში გამოკითხულთა უმრავლესობა ტერმინი აუტოსორსინგის მნიშვნელობა არ იცოდა (იხ. დიაგრამა 3.3).

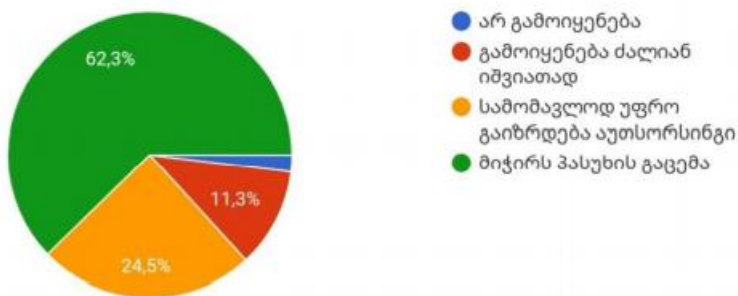
აუთსორსინგის მნიშვნელობის ცოდნა



წყარო: ჩვენი კვლევა

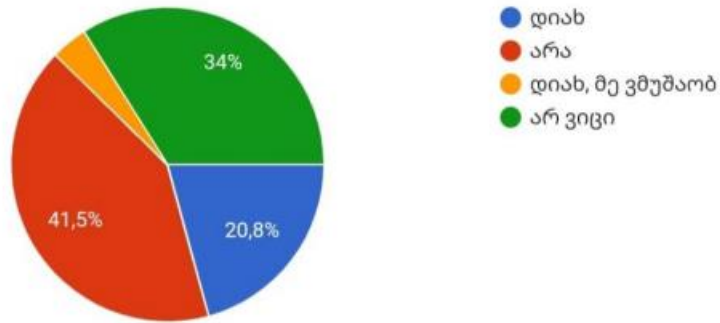
ეს გამოწვეულია ინფორმაციის ნაკლებობით, ამ მხრივ არანაირი ტრენინგი თუ საგანმანათლებლო პროგრამები არ არსებობს, ამის მიუხედავად ახსნის შემდგომ მათ ახსენებოდათ მსგავსი პრაქტიკები სხვადასხვა კომპანიებში, ეს იმას ნიშნავს რომ დღესდღეობით ეს პრაქტიკა დანერგილია მათდა გაუცნობიერებლად. ამას მოწმობს შემდგომი კითხვის პასუხიც, კითხვაზე თუ რამდენად გამოიყენება ის საქართველოში უმრავლესობას უჭირს პასუხის გაცემა რადგან ცნობადობა ამ საკითხის საკმაოდ დაბალია, მაგრამ გამოკითხულებში იყვნენ ისეთებიც, რომლებიც მუშაობენ აუთსორსინგით (იხილეთ დიაგრამა 3.4 და დიაგრამა 3.5)

რამდენად ხშირად გამოიყენება აუთსორსინგი საქართველოში?



დიაგრამა 3.5

აუთოსორსინგით დასაქმებულთა წილი

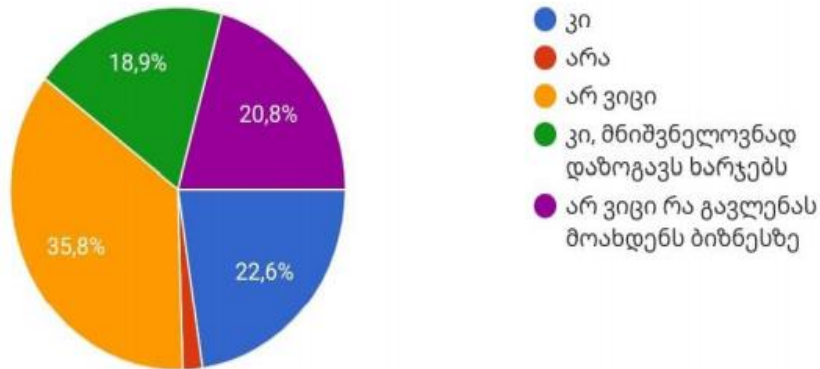


წყარო : ჩვენი კვლევა

გამოკითხულთა 3,8% დასაქმებულია ამ მხრივ, 20,8%-მა იცის აუთოსორსინგით დასაქმებული ადმინისტრაციის შესახებ.

კითხვაზე თუ რამდენად არის აუთოსორსინგი სარგებლის მომტანი ქვეყნისთვის, საერთო ჯამში 41,4% თვლის რომ ეკონომიკურ მდგომარეობას გააუმჯობესებს, უმრავლესობამ კი არცოდნის გამო იკავებს თავს პასუხის გაცემისგან (იხ. დიაგრამა 3.6).

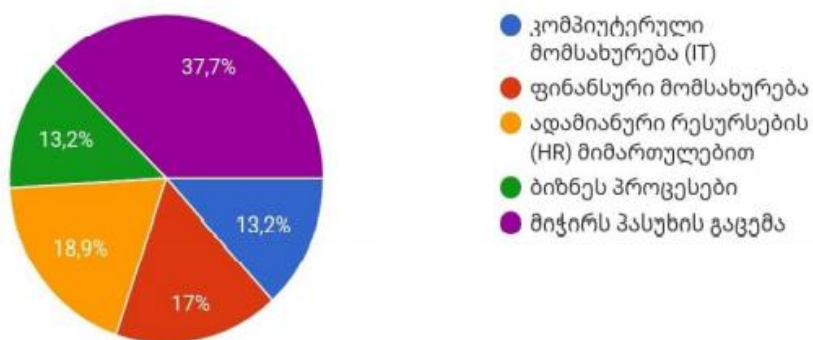
რამდენად სასარგებლოა აუტოსორსინგი ქვეყნის განვითარებისათვის



წყარო: ჩვენი კვლევა

კვლევის შედეგად აღმოჩნდა, რომ რესპოდენტთა უმრავლესობა თვლის აუტოსორსინგი გამოიყენება ყველაზე აქტიურად ადამიანური რესურსების მიმართულებით თუმცა აქაც საყურადღებოა ის ფაქტი რომ 37,3% არ იცის მოცემული საკითხის შესახებ (იხ. დიაგრამა 3.7).

რომელი მიმართულებით გამოიყენება აუტოსორსინგი



წყარო: ჩვენი კვლევა

მოცემულმა კვლევამ აჩვენა რომ ტერმინი აუტოსორსინგის შესახებ, უმრავლესობამ არ იცის და შესაბამისად ადეკვატურ პასუხს ვერ გავცევს. თუმცა

კიდევ ერთხელ მინდა აღვნიშნო, რომ საქართველოში აუტოსორსინგის პრაქტიკა გამოიყენება სამომავლოდ უფრო დიდი პერსპექტივები გააჩნია და ის რა თქმა უნდა დასაქმებაზე დადებით ზეგავლენას ახდენს. აგრეთვე აუტოსორსინგი გავლენას ახდენს ბიზნესზე, გასაკუთრებით მცირე და საშუალო, ვინაიდან ნაკლები დანახარჯებით სასურველ შედეგამდე მიაღწევენ.

დასკვნა

საბოლოო ჯამში აუტოსორსინგა მიცა საზოგადოებას ის „კომფორტი“ აერჩიათ მათვის საინტერესო საქმე, ამასთან არა ერთი, არამედ რამოდენიმე მიმართულებით და ის ყოველდღიური რუტინა რაც ახლდა ორგანიზაციაში მუშაობას შეეცვალათ მრავალფეროვანი გარემოთი, ფსიქოლოგების მიერ დამტკიცებულია, რომ რაც უფრო კარგი ხასიათი გაქვთ მუშაობისას, მით უფრო იზრდება თქვენი წარმატების შანსიც, შესაბამისად იქ სადაც თვლით თავს რუტინულ სამუშაოში ნაკლებად არის წარმატების მიღწევა შესაძლებელი, შესაბამისად ინტერნეტ პლათფორმამ გახსნა ფართო გზა აუტოსორსინგით დასაქმებულთათვის დასპეციალიზდნენ 2–3 ასპექტში და იყვნენ ყოველთვის განვითარებაში. ჩვენთვის როგორც „ზარმაცი“ ერისთვის ვფიქრობ მნიშვნელოვან გადატრიალებას მოახდენს ფრილანსერობა, რადგან ნებისმიერი ადამიანი დაგთანხმდებათ სახლიდან მუშაობაზე თუ მას შესაბამისი ცოდნა გააჩნია ამ მხრივ, ანუ აუცილებელია ტრენინგები და განვითარება

აუთოსორსინგის მხრივ რათა კიდევ უფრო მეტი ადამიანი დაკავდეს ამით. ნაშრომში ნათლადაა აღწერილი კარს მომდგარი ინდუსტრიის შესახებ, რომლის გარდაუვალობას ციფრები ამტკიცებს, თუ რამდენი ადამიანია ჩართული, თუ რამდენი ადამიანი მოიხმარს კრიპტოვალუტასა და სხვადასხვა სოციალურ მედიას. დღესდღეისობით საქართველოში 16–25 წლამდე ასაკის მოსახლეობაში ძალიან პოპულარული საქმიანობაა „ იუთუბერობა “ რომელსაც YouTube სთავაზობს ახალგაზრდებს, მათ უბრალოდ უნდა გააკეთონ ვიდეოები ნებისმიერ საკითხზე და თუ შეძლებს გამომწერების და ნახვების მოგროვებას, YouTube მათ უხდის გასამრჯელოს გაწეული სამსახურისათვის.

აუთოსორსინგის ძირითად უპირატესობებს მიეკუთვნება:

- ❖ ხარჯების მნიშვნელოვანი შემცირება – უმეტეს შემთხვევაში, ფუნქციის გადაცემა სხვა ორგანიზაციისთვის მეტად ხარჯეფექტიანია.
- ❖ პერსონალის რიცხვის შემცირება – “აუთოსორსინგის” შემთხვევაში, კომპანიას ეძლევა შესაძლებლობა არ დაიქირაოს დამატებით პერსონალი, რომელიც უზრუნველყოფს ფუნქციის შესრულებას ან გაანთავისუფლოს უკვე არსებული.
- ❖ კომპანიის ძირითად საქმიანობაზე კონცენტრირების შესაძლებლობა– კომპანიის მენეჯერებს შეუძლიათ აღარ დახარჯონ დრო გარკვეული ფუნქციის დაგეგმვა, ორგანიზება/კონტროლზე და საკუთარი დროის რესურსი მიმართონ ორგანიზაციის სხვა ძირითად საქმიანობაზე.
- ❖ მაღალკვალიფიციური სერვისის მიღება – კომპანია, რომელიც გამოცდილია კონკრეტული ფუნქციის გახორციელებაში, მეტად კვალიფიციურად უზრუნველყოფს საქმიანობის შესრულებას. ამასთან ერთად, მაღალ კვალიფიციური სერვისის მისაღებად მენეჯერს აღარ უწევს კადრის მოძიება, რომელიც მოითხოვს მაღალ ანაზღაურებას.
- ❖ პასუხისმგებლობის განაწილება– ფუნქციის გადაცემისას მენეჯერი გადასცემს როგორც მის მმართველობას, ასევე პასუხისმგებლობას შესრულებული სამუშაოს შესახებ. ძირითადად, ასეთი პასუხისმგებლობები გაწეულია შესაბამისი კონტრაქტის პირობებში.

საბოლოო ჯამში, “აუთოსორსინგი” ეხმარება კომპანიას შეზღუდული რესურსების ეფექტიანობის გაზრდაში. ჩვენთვის როგორც პატარა ერისთვის მნიშვნელოვანია აუთოსორსინგის განვითარება რაც თავის მხრივ გაზრდის დასაქმებას, ხელს შეუწყობს როგორც დამწყებ ბიზნესმენებსა და მცირე ბიზნესს, ასევე მსხვილ ბიზნესს, აამაღლებს ქვეყნის პოტენციალს, განავითარებს ახალ დარგებს, გააუმჯობესებს ეკონომიკურ მდგომარეობას, რაც შექმნის ინვესტიციისთვის კარგ გარემოს და ქვეყანას აუმაღლებს ცნობადობას მსოფლიო ასპარეზზე. აუთოსორსინგზე გადასვლის პრაქტიკები უკვე ნათლადაა ჩვენს ირგვლივ, ბუღალტრული, იურიდიული თუ IT მომსახურება, თითქმის ყველა სფერო იყენებს მას, ვფიქრობ ჩვენს ქვეყანაში მსგავსი პრაქტიკა სრულიად გაუცნობიერებლად ჩაინერგა და მას მოფრთხილება სჭირდება, აუცილებელია ამ მხრივ ტრენინგებისა და საგანმანათლებლო პროგრამების გატარება რათა პოპულარიზაცია გაუწიოთ ამ ფენომენს. ყოველივე სკიეთესთან ერთად აუთოსორსინგს გააჩნია ის უპირატესობა რომ აქ გემსახურება გუნდი და არა ერთი კონკრეტული ადამიანი, ესაა სპეციალისტებისგან დაკომპლექტებული გუნდი რომლებიც ორიენტირებულნი არიან საქმის ხარისხიანად გაკეთებაზე რადგან ამაზეა დამოკიდებული მათი კლიენტის კმაყოფილება და შემდგომშიც იმუშავენ თუ არა ერთად. აქ მოვიშველიებ ნაპოლეონ ჰილის სიტყვებს: „ერთი საღად მოაზროვნე ტვინი კარგია მაგრამ ორი უკეთესი, რადგან მათი გაერთიანება ქმნის ზე გონს“, რამეთუ აზრთა გაცვლა არის გენიალური პროცესი, რომელიც განსხვავდება ყველა მატერიალური გაცვლისგან, მაგალითად თუ ორი ადამიანი გაცვლის თითო-თითო კალამს მათ ისევ იმ რაოდენობის კალამი ექნებათ, მაგრამ როცა საქმე აზრთა გაცვლას ეხება თითო-თითო იდეის გაცვლის შემთხვევაში მათ ორ-ორი იდეა ექნებათ, შესაბამისად ეს მაგალითი აჩვენებს იმას თუ გუნდური მუშაობით რაოდენ დიდი სარგებლის მიღება შეუძლია კომპანიას, თუ მისთვის იმუშავენ პროფესიონალებით დაკომპლექტებული გუნდი, მათი მოგების გაზრდის შანსი ძალიან დიდია, შეიმცირებენ ხარჯს, მიიღებენ საუკეთესო შედეგს.

მეც ვემხრობი მემარჯვენე ეკონომისტებს და დავესესხები ადამ სმიტს: „ ყველა ბრძენი ოჯახის უფროსის პრინციპია, არასოდეს სცადოს სახლში ისეთი რამის გაკეთება, რისი შეძენაც უფრო იაფი დაუჯდება “.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. აბულაძე, ნ. „ინტერნეტ-მარკეტინგი“, ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის უნივერსიტეტი.
2. ამერიკისხმა. „ესტონეთის ციფრული რევოლუცია“. (10.06.21), ამერიკის ხმა:
<https://www.amerikishma.com/a/estonias-digital-revolution/4581708.html>
3. ბიზნესი ინტერნეტში. (მოძიებული 20.07.21). „ისწავლე ბიზნესის ალქიმია“ :
<http://www.lari.ge/menu/32-biznesi-internetshi/29-biznesi-internetshi.html>
4. ბიზნესისა და ეკონომიკის ვებ-გვერდი www.bpn.ge
5. გოდერძიშვილი, ლ. (მოძიებული 15.06.2021) „ელექტრონული ვაჭრობა“
<https://act-global.com/ka/georgia/insight/elektronuli-vachroba-biznesis-aqvavebis-martivi-gza-tu-gadaulakhavi-dabrcoleba>

6. კვინტრადე, ნ. (19.06.21). „რატომ ვერ ქმნის საქართველო იმდენივე სამუშაო ადგილს, რამდენსაც დანარჩენი მსოფლიო?“. ფორბსი: <http://forbes.ge/news/4020/ratom-ver-qmnis-saqarTvelo-imdenive-samuSao-adgils>
7. კენჭაძე, დ. (მოძიებულია 22.07.21). თუ რატომ უნდა ავირჩიოთ აუტსორსინგი. davidkenchadze: <http://davidkenchadze.ge/ka/blog/24849>
8. კვინტრადე, ნ.(22.07.21). „საქართველოში არაფორმალურად დასაქმებულთა წილი გაიზარდა“. ფორბსი: <https://forbes.ge/news/6299/saqarTveloSiarafomalurad-dasaqmebulTa-wili-gaizarda>
9. ზოსიძე,ნ. (მოძიებულია 20.07.21) „თანამედროვე ტექნოლოგიები“ : <https://natiazosidzeblog.wordpress.com/2016/04/25/first-blog-post/>
10. ნამჩავაძე, ბ. (08.07.21)). „უმუშევრობის პრობლემა“. ფორბსი: <http://forbes.ge/news/960/umuSevrobis-problema>
11. ინტერნეტ მომხმარებელთა უფლებების სახელმძღვანელო/ სამართლებრივი დოკუმენტი, 2014, ევროპის საბჭო (COE), www.coe.ge
12. ლაივპრესი-NDI. (23.07.2021) livepress: <https://www.livepress.ge/ap/tag/article/1-2019-04-25-07-02-58/14350-mosakhleobaukmayofiloaqveyniskursithdakhelisuflebisekonomikuripolitikith.html>
13. მსოფლიო ბანკის ოფიციალური ვებ-გვერდი, <http://www.worldbank.org/>
14. ნამჩავაძე, ბ. (მოძიებულია 14.05.2021)უმუშევრობა მსოფლიოში <https://forbes.ge/umushevrobith-msophlioshi-gamorcheuli-qveqhana>
15. სურმანიძე,ზ. „ინტერნეტ ეკონომიკის როლი საქართველოს სოციალურ-ეკონომიკურ განვითარებაში“. (მოძიებული 02.06.21)
16. საქართველოს ეროვნული ბანკის ოფიციალური ვებ-გვერდი. www.nbg.gov.ge
17. ტურაშვილი,თ. ელექტრონული კომუნიკაციის განვითარება საქართველოში - ინტერნეტის ხელმისაწვდომობა (2013) <https://bit.ly/3liMWqD>
18. ფრილანსინგი აშშ-ში Statista (2020) <https://www.statista.com/statistics/685468/amount-of-people-freelancing-us>
19. ფრილანსერები. (15.06.21). ფრილანსერები. step it academy: <https://ge.itstep.org/newsslider/%E1%83%A4%E1%83%A0%E1%83%98%E1%83%A9A%E1%83%90%E1%83%9C%E1%83%A1%E>

- 1%83%94%E1%83%A0%E1%83%94%E1%83%91%E1%83%98%E1%83%A1 -
%E1%83%93%E1%83%90%E1%83%A1%E1%83%90%E1%83%A5%E1%83%9B%E
1%83%94%E1%83% 91%E1%83%98/ ?fbclid=IwAR2mbzyWriO
20. ქვარცხავა, მ. (28.05.2021). რუბრიკა “გალილეო”. amerikishma:
<https://www.amerikishma.com/a/galileo-digital-and-social-media-trends/4861679.html>
21. შამათავა,კ. “უმუშევრობა პამდედმის პირობებში“ (მოძიებული 12.05.21)
<https://www.forbeswoman.ge/post/covunemployment>
22. ხუნდაძე, ტ. (2016, 07 13). აუტსორსინგი.(მოძიებული14.06.21):
<http://european.ge/autsorsingi-rogorc-chagvra>
23. IT- აუტსორსინგი: https://f1.com.ge/in-house-vs-outsourced-it/?fbclid=IwAR1aIU1ApHw_4qdz3WAZikxpUFgjN89fGQ8kDUVR3cfWzf54RkZWumAuIU
24. BBC News - (მოძიებულია 02.06.2021) <http://www.bbc.com/news/technology-39901382>