

შვსოური ბიზნესსიტუაცია

Script Pi
eos rev.

iwon.com-ის ბიზნესსიტუაცია განთავსებულია წიგნის ბოლოს, დანართ 1-ში.

ქართული ბიზნესსიტუაცია



www.jobs.ge – მოხალისეობიდან ბიზნესამდე

უამრავი წიგნი დაიწერა, იწერება და კვლავ დაიწერება იმის შესახებ, თუ როგორ უნდა შეიფუთოს პროდუქტი თუ მომსახურება, რომ იგი კარგად გაიყიდოს. მე კი მსურს, მოგიყვებთ საკუთარი გამოცდილების შესახებ, თუ როგორ შევქმენი ყველაზე წარმატებული კომერციული პროექტი ქართულ ინტერნეტსივრცეში. ჩემი შემთხვევის უნიკალურობა იმაში მდგომარეობს, რომ ჩემი პროექტი დინამიკურად ვითარდებოდა მისი არსებობის გარემოს – ინტერნეტის – განვითარებასთან ერთად. მე არ მქონდა განათლება ონლაინმარკეტინგისა თუ ონლაინბიზნესის წარმოების სფეროში (იმ მომენტში ამ სპეციფიკური სახის განათლების მიღება პრაქტიკულად შეუძლებელი იყო) და ჩემი ერთადერთი მამოძრავებელი ძალი დახმარების გულწრფელი სურვილი და ინტუიცია იყო. ყველაფერი ეს დაიწყო იდეით, რომელიც წარმოშვა მოთხოვნამ. როგორც წესი, წარმატებული პროექტების დიდი ნაწილი სწორედ რომ მოთხოვნის საფუძველზე წარმოშობილი იდეებით იქმნება.

1998 წელს, თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის (თსუ) საერთაშორისო სამართლის ფაკულტეტის მე-4 კურსის სტუდენტ **ლექსო ხუბულავას** გამიმართლა – ერთი წლის ძებნის შემდეგ სამსახური მოვიპოვე ერთ-ერთ ამერიკულ ჰუმანიტარულ ორგანიზაციაში. სამსახურის პოვნა მაშინ გაცილებით უფრო ძნელი იყო, ვიდრე ახლა. მიუხედავად იმისა, რომ საერთაშორისო ორგანიზაციებში 2 წლის მუშაობის საკმაოდ მიმზიდველი გამოცდილება მქონდა, სამსახურის ძებნაში ერთი წელი დავხარჯე. პრობლემა ის იყო, რომ არ არსებობდა ერთი ადგილი, სადაც ადამიანი მივიდოდა და მიიღებდა ინფორმაციას არსებული ვაკანსიების შესახებ. ამის გამო მე პირადად მიხდებოდა ორ კვირაში ერთხელ თითოეული პოტენციური დამქირავებლის ოფისში მისვლა და კითხვა, ჰქონდათ თუ არა რაიმე ვაკანსია.

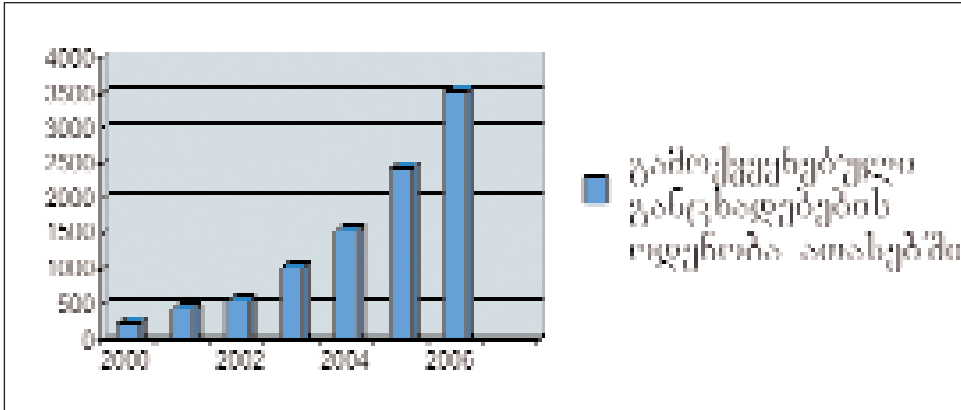
ინტერნეტისა და ელ-ფოსტის გამოყენება ელემენტარულ დონეზე უკვე ვიცოდი. ვისარგებლე რა იმით, რომ ჩემი ახალი სამსახურის ოფისში პერიოდულად მოდიოდა ინფორმაცია სხვა საერთაშორისო ორგანიზაციებში არსებული ვაკანსიების შესახებ, დავიწყე ამ ვაკანსიის განცხადებების ელ-ფოსტით დაგზავნა მეგობრებისთვის. მალე ამის შესახებ შეიტყვეს მათმა მეგობრებმა და სრულიად უცნობმა ადამიან-

ებმა და ჩემი ადრესატების სია საგრძნობლად გაიზარდა. პარალელურად შევქმენი სრულიად პრიმიტიული დიზაინის საიტი, სადაც იგივე განცხადებები ქვეყნდებოდა, და იგი მალე გახდა პოპულარული ინტერნეტის ქართველ მომხმარებლებს შორის. განცხადებების მოპოვება და განთავსება საკმაოდ დროს მართმევდა – არც თუ ისე იშვიათად მიხდებოდა ფაქსით გამოგზავნილი ტექსტების ხელით აკრეფა. საიტის განახლება ხდებოდა კვირაში ერთხელ ან ორჯერ, რამდენადაც ამის საშუალებას ინტერნეტის გამოყენების შეზღუდული გრაფიკი მაძლევდა.

აღსანიშნავია, რომ ეს საიტი, რომელსაც დასაწყისში განსხვავებული სახელწოდება ჰქონდა და გრძელმისამართიან უფასო სერვერზე იყო განთავსებული, შეიქმნა სრულიად სპონტანურად, საჭიროების გამო, და ენთუზიანზზე მოქმედებდა. არავის დაუწერია ამ საიტის შექმნის სტრატეგია ან ბიზნესგეგმა, და არავის უზრუნია მის რეკლამაზე და მომხმარებლების მოზიდვაზე. საიტი თავისთავად ვითარდებოდა და, პრიმიტიული დიზაინის მიუხედავად, სულ უფრო და უფრო პოპულარული ხდებოდა, რადგან მასზე ქვეყნდებოდა **საჭირო ინფორმაცია**. საიტი ერთგვარ გატაცებად გადაიქცა ჩემთვის, მიუხედავად იმისა, რომ საკმაოდ დროს მართმევდა და არც რაიმე შემოსავალი მოჰქონდა. უბრალოდ, ვიცოდი, რომ იგი საჭირო იყო და მის განახლებას განვაგრძობდი.

საიტის დიზაინი დროთა განმავლობაში დაიხვეწა. მე შევიძინე მისამართი **www.jobs.ge** და საიტი გადაიტანე კომერციულ სერვერზე, რათა მისი მოხმარება უფრო მოხერხებული ყოფილიყო. საიტი უკვე მეტნაკლებად სრულყოფილი იყო და საკუთარი ადგილი ჰქონდა ქართულ ვებ-სივრცეში.

მთელი ამ წლების განმავლობაში მე მუდმივად ვმუშაობდი ამერიკულ საერთაშორისო ორგანიზაციებში, მქონდა ფიქსირებული ხელფასი და პარალელურად არასამთავრობო სექტორშიც ვაქტიურობდი. მოწოდებით მოხალისე ვიყავი. მზად ვიყავი და თავს მოვალედ ვთვლიდი, საკუთარი შესაძლებლობების ფარგლებში ხელი მომეკიდა საქმისთვის, რომელიც ვინმეს რამეთი დავხმარებოდა. ეს მოწოდება დღემდე შემომრჩა. რაც შეეხება ბიზნესში გადასვლას, აზრადაც არ გამივლია. ვთვლიდი, რომ ეს ჩემი სტიქია არ იყო. ფიქსირებული ხელფასი და



დიაგრამა 1

გამოყენებული განცხადებების რაოდენობა 2000-2006 წლებში

სტაბილური სამუშაო ჩემთვის უფრო მიმზიდველი იყო, ვიდრე ბაზრის ცვალებადობაზე დამოკიდებული და არაპროგნოზირებადი ბიზნესი. თუმცა აღმოჩნდა, რომ ვცდებოდი. 2003 წლის ბოლოს ჩემი ამერიკელი მეგობრის, მარკ მალენის მოწოდებული იდეა გადაწყვეტი აღმოჩნდა იმისთვის, რომ მე ჩემს ცხოვრებაში ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი ნაბიჯი გადამეღვა – 2004 წლის დასაწყისში www.jobs.ge ბიზნესი გახდა. საიტის მფლობელი გახდა ჩემ მიერ ერთპიროვნულად დაფუძნებული კომპანია **“jobs.ge”**.

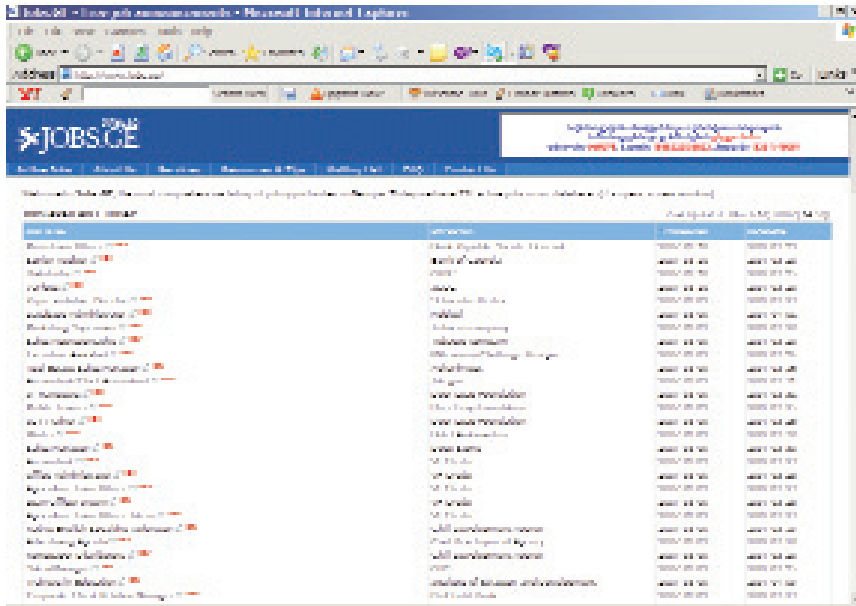
ეს საკმაოდ გაბედული ნაბიჯი იყო, ვინაიდან 1998 წლიდან 2004 წლამდე საიტზე განცხადებების განთავსება უფასო იყო, ხოლო 2004 წლიდან კი ეს მომსახურება ფასიანი გახდა. იყო სერიოზული რისკი იმისა, რომ კლიენტების გარკვეული რაოდენობა უარს იტყოდა მომსახურებაზე, თუ ისინი გადაწყვეტდნენ, რომ ეს მომსახურება არ ღირდა იმად, რომ მასში ფული გადაეხადათ. საბედნიეროდ, კომპანიამ არა თუ არ დაკარგა კლიენტები, არამედ მათი რაოდენობა საგრძნობლად გაიზარდა (დიაგრამა 1). ბუნებრივია, მომსახურების საფასურის დაწესებასთან ერთად, საგრძნობლად გაუმჯობესდა მომსახურების ხარისხი, რათა კლიენტებს კიდევ ერთხელ ეგრძნოთ, რომ ამაში ღირდა ფულის გადახდა.

www.jobs.ge-ს არსებობის მთელ მანძილზე მხოლოდ ერთი შემთხვევა იყო, როდესაც ჩვენ მცირე ხნით განვათავსეთ ბანერი (გრაფიკული გამოსახულება, რომელსაც ინტერნეტში რეკლამის მიზნით იყენებენ) სხვა ვებ-საიტებზე. **jobs.ge-ს** ფაქტობრივად არ სჭირდებოდა რეკლამა, რადგან საქართველოს ინტერნეტსივრცე ისედაც მცირე იყო და მის მომხმარებელთა უმეტესობამ ისედაც იცოდა საიტის არსებობის შესახებ. საიტს ნახულობდნენ უმუშევრები, რომლებიც სამსახურს ეძებდნენ; დასაქმებულები, რომლებიც ეძებდნენ სამსახურს ახლობლებისთვის ან უკეთეს სამსახურს საკუთარი თავისთვის; დაბოლოს, ტოპ-მენეჯერები, რომლებიც აკვირდებოდნენ სამუშაო ბაზრის განვითარების ტენდენციებს და კონკურენტ კომპანიებში მიმდინარე ცვლილებებს. **jobs.ge-ს** საიტი არა თუ არ საჭიროებდა რეკლამას, არამედ თვითონვე იქცა სასურველ ადგი-

ლად საბანერო რეკლამის განთავსების მსურველთათვის.

მიუხედავად იმისა, რომ მე არ მქონდა რაიმე გამოცდილება ან განათლება ბიზნესის ან მარკეტინგის სფეროში, **jobs.ge** დღემდე ერთ-ერთი წარმატებული ონლაინბიზნესია საქართველოში და იგი განაგრძობს განვითარებას. ვფიქრობ, რომ, გარდა რიგი სხვა ფაქტორებისა, მის წარმატებაში გარკვეული როლი ითამაშეს შემდეგმა გადაწყვეტილებებმა, რომლებიც საკუთარ ინტუიციასზე დაყრდნობით მივიღე:

1. **jobs.ge-ს** არც თუ ისე იშვიათად აკრიტიკებდნენ ამა თუ იმ მიდგომის გამო. კრიტიკის ერთ-ერთი საგანი იყო და არის საიტის პირველი გვერდის სტრუქტურა და დიზაინი. ზოგიერთი მიიხნევს, რომ რაც უფრო გართულებული და დატვირთულია საიტის პირველი გვერდი, მით უფრო ეფექტური და შთაბეჭდავია იგი. მე კი უფრო მარტივი და მოხერხებული სტრუქტურის მომხრე ვარ და შევინარჩუნე პირველი გვერდის თავდაპირველი ვარიანტი, ანუ განცხადებების უბრალო და სადა ჩამონათვალი. მთავარი არის, რომ გასათვალისწინებელი იყოს საიტის შინაარსი და მიზანი და იმ სევმენტის ინტერესები, რომელსაც იგი ემსახურება. უნდა იყოს გონივრული ბალანსი ეფექტურობასა და მოხერხებულობას შორის. **jobs.ge-ს** საიტის შემთხვევაში ბევრ, დამაბნეველ და უსარგებლო ინფორმაციას მცირე, კონკრეტული და საჭირო ინფორმაცია ვარჩიე.
2. არაერთხელ მოვისმინე რჩევა, რომ უმჯობესი იქნებოდა, თუ **jobs.ge-ს** დაემატებოდა სხვა ტიპის განცხადებები – ყიდვა-გაყიდვის, გაქირავების, სხვადასხვა მომსახურების შეთავაზების და ა.შ. – რის შედეგადაც იგი გადაიქცეოდა უფრო ფართო პროფილის საინფორმაციო პორტალად და უფრო მეტ შემოსავალს მოიტანდა, მაგრამ მე ჩავთვალე, რომ საიტს უკვე ჰქონდა საკუთარი კონკრეტული ნიშა, რამაც დიდი როლი ითამაშა მის წარმატებაში. მე მინახავს არაერთი მსგავსი პორტალი, რომლის მესვეურები ეცადნენ, ერთდროულად ბევრი სხვადასხვა სფეროს ათვისებას, მაგრამ სინამდვილეში ვერც ერთი ვერ ათვისეს. მათ, უბრალოდ, რეალურად ვერ გათვალეს საკუთარი როლი, შესაძლებლობები და მიზნობრივი სევმენტის ინტერესები. გაფართოებას ყოველთვის არ მოაქვს დადებითი შედეგი.
3. **jobs.ge-ზე** გამოსაქვეყნებელი განცხადებები კორექტურას ექვემდებარება. ამ პროცესში ხანდახან უჩვეულო პედანტურობასაც კი ვინახ – შემოიღია ერთი წერტილის ან მძიმის გამო, ან წინადადების წყობის გაუმჯობესების მიზნით შევასწორო უკვე



გამოქვეყნებული განცხადების ტექსტი. მოწოდებულ ტექსტში აშკარა შეცდომის აღმოჩენის შემთხვევაში დაშორებულს ვუკავშირდები და შესწორებული ტექსტის მოწოდებას ვთხოვ. შესაძლოა ვინმემ იფიქროს, რომ ეს ჩემი პრობლემა არ არის და სასაცილოდ მოეჩვენოს, რომ განცხადებების ტექსტებს ასე ველოლიავები, მაგრამ ჩემთვის ამგვარი „წვრილმანები“ მნიშვნელოვანია, რადგან მაუწყებლის როლში ჩემი კომპანია გამოდის და ეს ყველაფერი მისი პრესტიჟს ეხება. მე პირადად არ განმანია დიდი წარმოდგენა იმ კომპანიებზე, რომელთა მასალებში გრამატიკული და მექანიკური შეცდომებია. ეს მათ დაუდევრობასა და პასუხისმგებლობის დაბალ დონეზე მეტყველებს. კომპანია, რომელიც უყურადღებოდ ეპყრობა საკუთარ სახელსა და რეპუტაციას, დიდად არც კლიენტის ინტერესებზე იზრუნებს.

4. ძალიან მნიშვნელოვანია ერთიანობის შეგრძნება. **jobs.ge-ზე** გამოქვეყნებული ყველა განცხადება ლოგიკურ, ერთიან ფორმატში ექცევა. მიზანი ის არის, რომ საიტზე შემომსვლელმა ადამიანმა დროის მინიმალურ მონაკვეთში შეძლოს მისთვის საჭირო მაქსიმალური ინფორმაციის მიღება. სტანდარტული დასახელებები და ფრაზები მუდამ ერთი და იმავე სახით იწერება. ყველაზე მნიშვნელოვანი ინფორმაცია – დაშორებულის და ვაკანსიის დასახელებები, ხელფასის ოდენობა და განაცხადის შემოტანის საბოლოო ვადა – მუდამ მსხვილი შრიფტით იწერება. თუ რომელიმე კლიენტი ამ წესიდან გადახვევას მოინდომებს (მაგალითად, რამდენიმე კომპანიამ მოითხოვა მისი დასახელების მთავრული და ხაზგასმული შრიფტით მითითება), მას თავაზიან უარს ვუბნებით. ამ მხრივ ყველა კლიენტი თანაბარ პირობებში იმყოფება და ყველა განცხადების ტექსტს ერთიანი, სადა და ოფიციალური სახე აქვს.

5. ალბათ, ნებისმიერი ბიზნესი გარკვეულ მომენტში დგება არჩევანის წინაშე – აირჩიოს კეთილსინდისიერი, მაგრამ რთული გზა, ან არაკეთილსინდისიერი, მაგრამ იოლი გზა. რომ არაფერი ვთქვათ ამგვარი არჩევანის მორალურ მხარეზე, წმინდა პრაგმატული თვალსაზრისით, სწორი გზა ჯობს, რადგან შესაძლოა ამ არჩევანმა მომავალში არაერთხელ შეგახსენოთ თავი. **jobs.ge-ს** ყოველდღიური ელექტრონული ბიულეტენი (**subscription list**), რომლის საშუალებითაც მომხმარებლებს ელექტრონული ფოსტით ეგზავნებათ განცხადებები, დღესდღეობით ყველაზე აქტიური და ფართომასშტაბიანი ელექტრონული ბიულეტენია საქართველოში. მის მომხმარებელთა ოდენობა წლობით იზრდებოდა. მარკეტინგული თვალსაზრისით, ამგვარი ელექტრონული ბიულეტენის არსებობა ბიზნესისთვის ძალიან მომგებიანია. თეორიულად ჩვენ შეგვეძლო რამდენიმე ასეულ დოლარად შეგვეყვიდა ელ-ფოსტის მომხმარებელთა ათასობით მისამართი და სიაში ჩაგვესვა, რასაც არც თუ ისე იშვიათად მიმართავენ. მაგრამ ჩვენ სხვა მიდგომა ავირჩიეთ – ჩვენს ელექტრონულ ბიულეტენში გაწვერიანება ხდება მკაცრად მხოლოდ მომხმარებლის თხოვნით, რის შემდეგაც მას ეგზავნება ელექტრონული მოწვევა, რომელსაც იგი ელექტრონულად ადასტურებს. თუ მომხმარებლის ელექტრონული მისამართი უქმდება, ბიულეტენის სისტემა მას ავტომატურად ამოიღებს დაგზავნის სიიდან. შედეგით ყველა კმაყოფილია.

6. ძალიან მნიშვნელოვანია არსებულ მომენტში საკუთარი შესაძლებლობების საღად შეფასება. ბევრ ადამიანს აქვს სურვილი და ამბიცია, რომ წამოიწყოს საქმე, რომლის განსახორციელებლად რეალურად არც დრო აქვს, არც რესურსები და არც ცოდნა. რეპუტაცია კი ისეთი რამაა, რომ ერთმა ჩაუარდნამ შესაძლოა მრავალი მიღწევა გადაფაროს. მე პირადად მირჩევნია, მრავალჯერ გაეზომო და გავეთვალ და შემდეგ ერთხელ გაგჭრა. მაგალითად, შემოიღია შევქმნა სამუშაოს მიქმნელთა მონაცემთა ბაზა, რომელიც არა მარტო ძალიან საჭიროა, არამედ ჩემი ტიპის კომპანიისთვის მარკეტინგული თვალსაზრისით ძალიან მომგებიანია. ამგვარი ბაზის შექმნა ტექნიკურად სირთულეს არ წარმოადგენს, მაგრამ მისი მუდმივი შევსება და განახლება სერიოზულ ძალისხმევას მოითხოვს. უბრალოდ მონაცემების შეყვანა საკმარისი არ არის – საჭიროა ამ მონაცემების გადამოწმება, სწორი დახარისხება, იმის უზრუნველყოფა, რომ ეს მონაცემები პერიოდულად განახლდებოდეს, განახლებების გადამოწმება და ა.შ. მიუხედავად იმისა, რომ მსგავსი ბაზის შექმნაზე დიდი ხანია ვფიქრობთ, მირჩევნია, სათანადოდ მოვემზადოთ და მხოლოდ ამის შემდეგ განვახორ-

ციფრულ ეს საქმე, ვიდრე მოუმზადებლად წამოვიწყოთ იგი და შედეგად ფიასკო განვიცადოთ.

ვფიქრობ, მარკეტინგის ერთ-ერთი ყველაზე ქმედითი მეთოდი ნებისმიერ ბიზნესში არის სწორი კომუნიკაცია და კლიენტებისადმი კარგი მოპყრობა. კლიენტი ცნობიერად თუ ქვეცნობიერად ხშირად ამორ ფაქტორს ფასის ფაქტორზე უფრო მაღლა აყენებს. ჩემთვის გაუგებარია იმ კომპანიების პოზიცია, რომლებიც დიდ თანხებს დებენ რეკლამაში, მაგრამ ნაკლებად ზრუნავენ მომსახურების გაუმჯობესებაზე. მე, როგორც კლიენტს, არ მაინტერესებს, თუ რამდენი გადაიხადა რეკლამაში იმ სუპერმარკეტმა, სადაც მე მომსახურებით უკმაყოფილო დავრჩი. მეორე მხრივ, მზად ვარ, გადავიხადო ჩვეულებრივზე ოდნავ მეტი იმ დაწესებულებაში, სადაც ჩემს, როგორც მომხმარებლის, ინტერესებს პატივს სცემენ და ითვალისწინებენ.

რაც შეეხება ჩემს კომპანიას, იგი განაგრძობს

განვითარებას და მომავალში მრავალ სიახლეს შესთავაზებს თავის კლიენტებსა და მომხმარებლებს, რომლებიც კომპანიის ერთ-ერთ ყველაზე მნიშვნელოვან ფასეულობას წარმოადგენენ.

შეკითხვები (დავალებები):

1. ჩამოთვალეთ ქართულ ინტერნეტსივრცეში საიტის მარკეტინგის ყველაზე ეფექტური მეთოდები, ადგილობრივი თავისებურებების გათვალისწინებით. დაასაბუთეთ თქვენი მოსაზრებები.
2. ჩამოთვალეთ ყველაზე ფართოდ გავრცელებული შეცდომები, რომელთაც უშვებენ ონლაინმარკეტინგის პროცესში.
3. ჩამოთვალეთ ონლაინბიზნესის ის მაგალითები, რომლებითაც ამ საწყის ეტაპზე წარმატებით იმუშავენ საქართველოში. დაასაბუთეთ თქვენი მოსაზრებები.