

ბიზნესის ციფრული ტრანსფორმაციის გლობალური ტენდენციები

ჯავახაძე დიმიტრი

ბიზნესის ადმინისტრირების აკადემიური დოქტორი
ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თანამედროვე ინფორმაციულ საზოგადოებასა და IT ტექნოლოგიებში მიმდინარე ინოვაციები გავლენას ახდენს მოქალაქეების ქცევასა და მათ სასურველ ინფორმაციულ მოთხოვნებზე, რაც ფუნდამენტურად იცვლება იმის მიხედვით, თუ როგორ მუშაობს ხალხი და კომუნიკაცია. ინფორმაციული ტექნოლოგიები გამოწვევაა სოციალურ და კულტურულ, ასევე კომერციულ და ადმინისტრაციულ სტრუქტურებში, განსაკუთრებით საგანთა ინტერნეტი, რომელიც საშუალებას იძლევა სხვადასხვა სახის ინფორმაციის ხელმისაწვდომობისა, ურთიერთქმედების შესაძლებლობებისა, ასევე ხელს უწყობს ცოდნის შექმნასა და გაზიარებას, ციფრული მიმართულებით ტრანსფორმაციის გაძლიერებას. ციფრული რევოლუცია ეპოქალური რეალობაა, სადაც საზოგადოებისთვის მნიშვნელოვანი ინფორმაციული მონაცემები, შესაძლებელია ნებისმიერ დროს მოთხოვნილი, გადამუშავებული, უდანაკარგოდ მიწოდებული, სხვადასხვა ზომითა და ფორმით შენახული იქნეს. ციფრული ტრანსფორმაცია, ინტერნეტისელი და გლობალიზაცია მსოფლიოს მასშტაბით ინდივიდუალურად აკავშირებს ორგანიზაციებს და ამცირებს გეოგრაფიული საზღვრების მნიშვნელობას.

საკვანძო სიტყვები: ინფორმაციული საზოგადოება, ციფრული ბიზნესი, ციფრული ტრანსფორმაცია.

ციფრული რევოლუციის გლობალურ პირობებში მნიშვნელოვნადაა შეცვლილი საზოგადოებრივი ცხოვრების საერთო სურათი, გლობალიზაცია ესაა განუწყვეტლივ მიმდინარე, ბაზრების, სუვერენული სახელმწიფოებისა და ტექნოლოგიების ინვესტიციების მყარი პროცესი.[1. გვ. 18] ბიზნესის სამყაროში ციფრული ტრანსფორმაცია დიდი ხანია უკვე აქტუალური თემა გახდა, საინტერესოა რა იგულისხმება ამის მიღმა და რამდენად მასშტაბურია ის სივრცე საითაც ზოგადად სამყარო მიექანება, რამდენად შეიძლება და გარდაუვალია ბიზნესის და მთლიანად ბიზნესპროცესების ციფრულ ფორმატში გადაყვანა, გამომდინარე აქედან ბუნებრივად იზადება შემდეგი კითხვები: რას ნიშნავს ციფრული ტრანსფორმაცია, რატომ არის ციფრული ტრანსფორმაცია მნიშვნელოვანი, როგორ გამოიყურება ციფრული ტრანსფორმაციის ჩარჩო, რა როლს თამაშობს კულტურა ციფრულ ტრანსფორმაციაში, რა რესურსების ხარჯზე ხორციელდება ციფრულ ტრანსფორმაცია და სხვა.

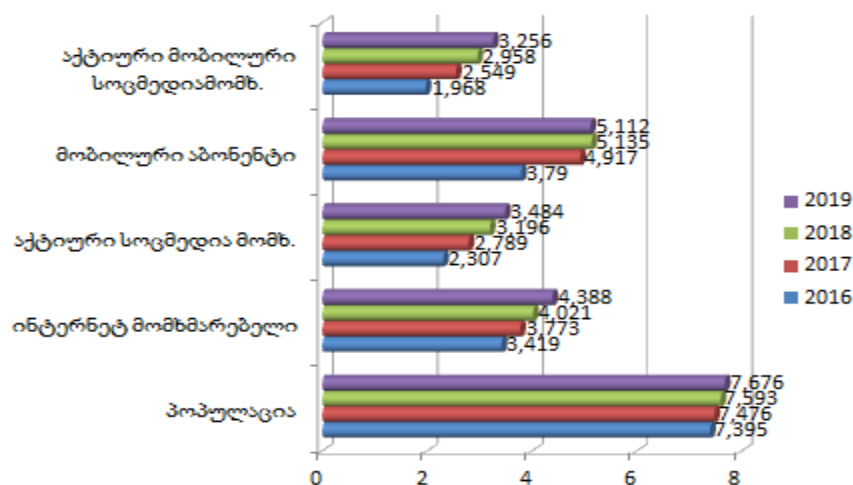
ციფრული ტრანსფორმაცია აუცილებელად შეეხება ყველა ტიპის ბიზნესს, იქნება ეს მცირე თუ დიდი საწარმო. ეს გზავნილი მკვეთრი და ნათელია, რადგან ბუნებრივად იზადება კითხვა თუ როგორ შეიძლება შეინარჩუნოს ბიზნესმა კონკურენტუნარიანობა და აქტუალურობა, მაშინ როცა მსოფლიო სულ უფრო ციფრული ხდება. ზოგიერთ ბიზნესადმინისტრატორს არ ესმის რას ნიშნავს ციფრული ტრანსფორმაცია. არის ეს უბრალოდ რომ ითქვას ციფრულ ღრუბელში გადასვლა, ან რა კონკრეტული ნაბიჯები უნდა გადაიდგას, ახალი სამუშაო ადგილების შექმნა საჭირო ციფრული ტრანსფორმაციისთვის ჩარჩო რომ ჩამოყალიბდეს, თუ საკონსულტაციო სერვისის შესყიდვა, ბიზნესის სტრატეგიის რომელი ნაწილები უნდა შეიცვალოს, ნამდვილად ღირს ამის გაკეთება? მსგავსი კითხვები დგას დღის წესრიგში, რაც მენეჯერებში გარკვეულ შიშს ბადებს, თუმცა ძველი სამოქმედო მოდელების გადასახედად, მეტი ექსპერიმენტებისთვის, უფრო სწრაფი რომ გახდეს, მომხმარებელსა და კონკურენტებთან უკეთესი რეაგირებისთვის სხვა გზა უბრალოდ არ რჩება. ასევე აღსანიშნავია, რომ დღევანდელი ორგანიზაციები სხვადასხვა ადგილას ციფრული ტრანსფორმაციის გზას ადგანან. ციფრული ტრანსფორმაციის ერთ-ერთი მთავარი კითხვაა, თუ როგორ უნდა შესრულდეს ტრანსფორმაციის საწყისი ხედავ. ასევე CIO-ები ფიქრობენ არ ჩამორჩნენ კონკურენტი ბიზნესის კოლეგებს, მაშინაც კი, როცა ორგანიზაციები მეტნაკლებად კარგად მიდიან ციფრული ტრანსფორმაციის გზაზე, მათაც ხვდებათ დაბრკოლებები, როგორიცაა ბიუჯეტირება, ტალანტების ჭიდილი, კულტურული ცვლილება და სხვა.

იმის გამო, რომ ციფრული ტრანსფორმაცია სხვადასხვა კომპანიისთვის განსხვავებულია, ძნელია ისეთი განმარტების პოვნა, რომელიც ყველას მოერგება. თუმცა, ზოგადად, ციფრულ ტრანსფორმაციაში იგულისხმება ციფრული ტექნოლოგიების ინტეგრაცია ბიზნესის ყველა სფეროსა და სეგმენტში, რის შედეგადაც ხდება ფუნდამენტური ცვლილებები, ბიზნესის ფუნქციონირებასა და მომხმარებელთა ჯაჭვში. გარდა ამისა, ეს კულტურული გარდაქმნაა რადგან ორგანიზაციები პერმანენტულად აყენებენ სტატუს-ქვოს კითხვის ნიშნის ქვეშ, ხშირად მიმართავენ რა ექსპერიმენტებს სადაც გარკვეული მარცხი გამორიცხული არაა.

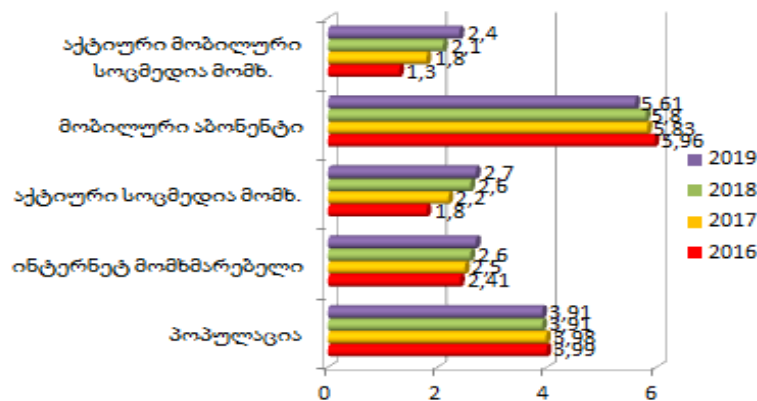
ციფრული ტრანსფორმაციის სხვადასხვა განმარტებების გაცნობის შედეგად შესამჩნევი ხდე-

ბა გარკვეული დაბნეულობა თემის გარშემო. მაგალითად, ზოგიერთი მათგანი ამბობს, რომ "ციფრული ტრანსფორმაცია ავსებს ყველა ხერხს, რომელიც არსებობს ციფრულ მომხმარებლებსა და პროდუქტების რეალურად ციფრულად მიმწოდებელ კომპანიებს შორის". "ციფრული ტრანსფორმაცია მოიცავს ცვლილებებს ლიდერობის, განსხვავებული აზროვნების, ინოვაციისა და ახალი ბიზნეს მოდელების წახალისების კუთხით, ასევე აქტივების გაციფრებას და ტექნოლოგიების მზრად გამოყენებას, ორგანიზაციის თანამშრომლების, მომხმარებლების, მომწოდებლების, პარტნიორებისა და დაინტერესებულ პირთა გამოცდილების გასაუმჯობესებლად." თუმცა თავისუფლად შეიძლება ითქვას, რომ ციფრული ტრანსფორმაცია არის საზოგადოების ყველა სფეროში ციფრული ტექნოლოგიების გამოყენებასთან დაკავშირებული ცვლილებები", რომელიც სულ უფრო მნიშვნელოვანი ხდება.[5] მაგალითად ბიზნესს შეუძლია ციფრულ ტრანსფორმაციაზე რამდენიმე მიზეზის გამო გადავიდეს, თუმცა მთავარი საფუძველი იქნება ის რომ ეს უამრავ პრობლემას მოუგვარებს. ასევე საგულისხმოა ისიც რომ ბიზნესი თავის ინიციატივით არ წამოიწყებს ციფრულ ტრანსფორმაციას, რადგან ეს გარკვეულ წილად სარისკოა და საკმაო ხარჯებს უკავშირდება, თუ ის გარკვეული განვითარების პერსპექტივას არ დაინახავს პროცესიდან. ასევე საგულისხმოა ის ფაქტი, რომ მაგალითად აშშ-ის საწარმოთა ფონდის სტატისტიკური ინდექსებით კომპანიები 1958 წლიდან 2011 წლამდე პრაქტიკულად იგივე პოზიციებს ინარჩუნებდნენ, 2011 წლის შემდეგ კი ეს ინდექსები ყოველ 2 კვირაში იცვლება, ეს ცვლილებები ციფრულმა ტექნოლოგიებმა განაპირობა და კომპანიებმა, რომლებსაც სურთ წარმატებულები დარჩნენ უნდა გაიგონ თუ როგორ შეუსაბამონ ერთმანეთს ტექნოლოგია და ბიზნესსტრატეგია. თუ გადავხედავთ 2016-2019 წლის მსოფლიოსა და საქართველოს ციფრული ლანდშაფტის სტატისტიკას დავინახავთ, რომ დინამიურად იზრდება ციფრული გარემო[2][4].

ციფრული მსოფლიო 2016-2019 წლები
(მლრდ. მოსახლეობაზე)



ციფრული საქართველო 2016-2019 წლები
(მლნ. მომხმარებელი)



წყარო: [6][7] მონაცემებზე დაყრდნობით შედგენილი გრაფიკები

ეს ტექნოლოგიური მესიჯი ბიზნესადმინისტრატორების გარკვეულმა ნაწილმა რეალურად გაიაზრა და შესაბამისად პრიორიტეტად დაისახა შემდგომი ტრანსფორმაცია. IDC პროგნოზირებს, რომ მსოფლიოს მასშტაბით ტექნოლოგიებსა და ელექტრონულ სერვისებში, რომელიც ციფრული ტრანსფორმაციას განაპირობებს 2022 წლისთვის \$ 1.97 ტრილიონს მიაღწევს, ასევე ციფრული ტრანსფორმაციის ხარჯები სტაბილურად გაიზრდება და 2017 - 2022 წლებში ხუთწლიანი ზრდის წლიური მაჩვენებელი 16.7 პროცენტს შეადგენს. ამასთან IDC პროგნოზირებს, რომ 2020 წლისთვის, G2000-კომპანიების 30%-ი გამოყოფს 10%-ს საკუთარი ბიუჯეტიდან ციფრული სტრატეგიების დასაფინანსებლად. კაპიტალის დაფინანსების ეს ცვლილება მნიშვნელოვანია, რადგან ბიზნესადმინისტრატორები ციფრულ ტრანსფორმაციას აღიარებენ, როგორც გრძელვადიან ინვესტიციას." 2018 წლის შემდეგ დეტალური ანალიტიკა არის ნომერ პირველი ციფრული ინვესტიცია ეს მოიცავს კონკრეტულ აქცენტს მონაცემების ვიზუალიზაციასა და მანქანათმცოდნეობაზე. რა თქმა უნდა, კომპანიები სხვადასხვა დონეზე არიან ციფრულ ტრანსფორმაციის კუთხით, თუმცა სისწრაფე გახდა ყველა ბიზნესისთვის აუცილებელი. შესაბამისად IT დეველოპერები გარკვეულ ზეწოლას განიცდიან, რომ აჩვენონ ციფრული ინიციატივების მოქნილობა და სისწრაფე მთლიანად კომპანიისთვის[4].

მიუხედავად იმისა, რომ ციფრული ტრანსფორმაცია ფართოდ არის დამოკიდებული ორგანიზაციის კონკრეტული გამოწვევებსა და მოთხოვნებზე, არსებობს გარკვეული ჩარჩოები, რაც ყველა ბიზნესს და ტექნოლოგიურ მენეჯერს უნდა განიხილოს, როცა ისინი ციფრულ ტრანსფორმაციას წამოიწყებენ. მაგალითად: ციფრული ტრანსფორმაციის ელემენტებად ხშირად მოიხსენიება: კლიენტის გამოცდილება, ოპერატიული სისწრაფე, კულტურა და ლიდერობა, სამუშაო ძალის გააქტიურება, ციფრული ტექნოლოგიების ინტეგრაცია და სხვა. ბოლო წლებში IT-ის როლი ფუნდამენტურად შეიცვალა. CEO-ები სულ უფრო ცდილობენ რომ CIO-ებმა წვლილი შეიტანონ ორგანიზაციისთვის შემოსავლების ზრდაში. 2018 წლის Harvey Nash/KPMG-ს ს კვლევის თანახმად, 4,600 CIO-ს მთავარი პრიორიტეტი "ბიზნესის პროცესის გაუმჯობესებაა". მაგრამ CIO-თა შორის "ციფრული ლიდერების" - კომპანიები, რომლებიც იდენტიფიცირებულნი არიან ყველაზე მსხვილ შემსრულებლებად - ყველაზე მთავარი პრიორიტეტია "ახალი ინოვაციური პროდუქტების შეშუშავება". ნაცვლად ხარჯების დაზოგვაზე ფოკუსირებისა, IT გახდა ბიზნესის ინოვაციების პირველადი მამოძრავებელი. შესაბამისად აუცილებელია კომპანიაში მათი ყოველდღიური გამოცდილებიდან IT-ის როლისა და გავლენის დასადგენად [3][4].

მიუხედავად იმისა, რომ IT მნიშვნელოვან როლს ასრულებს ციფრული ტრანსფორმაციის სტრატეგიის მართვაში, მისი განხორციელება და ადაპტირება მასობრივ ცვლილებებს იწვევს, შესაბამისად ციფრული ტრანსფორმაცია სახალხო საკითხია, რომელიც გარკვეულ მამოძრავებელ ძალას მოითხოვს და ეს უდავოდაა ტექნოლოგია. ხშირად ეს ნიშნავს მოძველებული აზროვნებისა და ტექნოლოგიების ჩანაცვლებას ახლით. იმ შემთხვევაში, თუ ბიზნესს სურს ციფრული ცვლილების სწრაფი ტემპით განვითარება, მათ უნდა იმუშაონ ყველა სეგმენტში სადაც კი შესაძლებელია, რათა შესაძლებელი გახდეს ტექნოლოგიების ეფექტიანობის გაზრდა და ეს ბიზნესმა აქტიური და მტკიცე პრინციპად უნდა აქციოს. კომპანიები მსოფლიოს მასშტაბით იწყებენ ბიზნესის ციფრულ ტრანსფორმაციას, რადგან ეს გამოწვეულია ბიზნესის პროცესების გასაუმჯობესებლად და ახალი შესაძლებლობების და ბიზნეს მოდელების შემუშავებისთვის. გაციფრებამ შეიძლება გააფართოვოს ორგანიზაციების მიდგომა, გააუმჯობესოს მართვის გადაწყვეტილებები და დააჩქაროს ახალი პროდუქტებისა და მომსახურების განვითარება.

ბიზნესის ციფრული ტრანსფორმაციის ტენდენციებიდან რამდენიმე უნდა გამოიყოს, ესენია: **სწრაფი ადაპტაციის უნარი** რაც იმაზე მიუთითებს, რომ თანამედროვე კომპანიები წარმატებას მიაღწევენ, მაშინ როცა ინდუსტრიულ და ბაზრის ცვლილებებზე ადაპტირებას შეძლებენ და ახალ ტექნოლოგიებს ჩართვენ კომპანიის კულტურასა და რეგულარულ ოპერაციებში. გარდა ამისა **სწრაფი ინოვაცია** ერთ-ერთი საუკეთესო გზაა კონკურენტუნარიანი სამყაროს განვითარებაში, რაც უფრო სწრაფად მოხდება იდეების იმპლემენტაცია, მით უფრო გაიზრდება შანსები ბაზრისა და შიდა ბიზნესმოდელების შეცვლისა და მართვისა. აუცილებელია გაიზარდოს **დისტანციური სამუშაო ძალის** შესაძლებლობები და მიეცეთ ნიჭიერ ახალგაზრდებს სახლიდან გაუსვლელად ან საზღვარგარეთიდან მუშაობის შესაძლებლობა. ასევე მნიშვნელოვანია **მონაცემთა ბაზის** დამუშავებისა და ანალიზის შესაძლებლობა, რომელიც მსოფლიოს მასშტაბით არსებობს და ღირებულ ინფორმაციას წარმოადგენს ციფრული ტრანსფორმაციის პროცესში. ბუნებრივია, ტენდენციებში უნდა ვახსენოთ **დამატებითი(AR), ვირტუალური (VR) და შერეული(MR) რეალობები/აპლიკაციები**, როგორც უმნიშვნელოვანესი ციფრული ელემენტები, რომლებიც შესაძლებლობას იძლევა ცოცხალი ხედვისა სმარტფონის კამერების დახმარებით და ასევე ფიზიკური პირების ტრანსფორმაციისა ვირტუალურად რეალურ სამყაროში და სხვა, ეს აპლიკაციები კარგი გამოსაფხიზლებელი შეიძლება გახდეს ნებისმიერი ბიზნესისთვის და იქცეს შესაძლებლობად

მომავალი წარმატებისთვის. ასევე **ხელოვნური ინტელექტი(AI)** როცა მანქანები ეტაპობრივად ჩაანაცვლებენ ადამიანებს მცირე პრობლემების მოგვარებაში და მათთან თანამშრომლობით შეძლებენ უფრო კომპლექსური პრობლემების მოგვარებას. ასევე **საგანთა ინტერნეტი (IOT)**, რომელიც პირდაპირ მიგვანიშნებს მომხმარებელთა აზროვნებაზე, რადგან ეჭვგარეშეა, რომ 2020 წლისთვის 50 მილიარდი IOT სენსორებით აღჭურვილი მომხმარებლები და 2030 წლისთვის 200 მილიარდი "საგანი"-ით IOT იქნება არა მარტო ტრანსფორმაციული, არამედ არსებული ბიზნეს მოდელების დამრღვევი. აქვე უნდა ვახსენოთ კომპანიებში ე.წ. **silos** მენტალიტეტი, რომელიც მართვის ჯგუფების მიერ ინფორმაციის, პრიორიტეტებისა და მიზნების გაუზიარებლობას გულისხმობს სხვა პირებისადმი, რომელიც უნდა მოიშალოს რადგან გარდა იმისა, რომ მოქმედებს დასაქმებულთა მორალზე ითანამშრომლოს კოლეგასთან, ასევე საგულისხმოა ის ფაქტიც, რომ ხშირ შემთხვევაში კომპანიებში აყავთ ის კადრები, იმ პოზიციებზე, რომლებიც მომავალში საჭირო აღარ იქნება, შესაბამისად ბიზნესმა რომელიც ციფრული ტრანსფორმაციის გარდაუვალ გზაზე მოძრაობს კარგად უნდა გაიაზროს რა პროფილის კადრები იქნება საჭირო გრძელვადიან პერსპექტივაში[4].

ბიზნესციფრული ტრანსფორმაციის სხვადასხვა სტატისტიკური მონაცემი მეტყველებს იმაზე, რომ კომპანიები და მათი ბიზნესადმინისტრატორები საერთაშორისო დონეზე გარკვეული მზარდი დაინტერესებითა და აქტიურობით გამოირჩევიან ამ მიმართულებით, მაგალითად: კომპანიების 87% ამბობს, რომ ციფრული ტრანსფორმაცია კონკურენტული საშუალებაა. 88% აცხადებს, რომ ისინი ციფრულ ტრანსფორმაციას განაგრძობენ, 96% ხედავს ციფრულ ტრანსფორმაციის კრიტიკულ და მნიშვნელოვან როლს. კომპანიებში გადანაცვლებების მიმღები პირების 85% მიიჩნევს, რომ მათ აქვთ ორი წლიანი ვადა, რათა ციფრულ ტრანსფორმაციის განხორციელებისთვის კონკურენტების უკან რომ არ აღმოჩნდნენ[4][8].

მხოლოდ 50% ადმინისტრატორებისა ფიქრობს, რომ მათ ორგანიზაციას აქვს მკაფიო და თანმიმდევრული ციფრული სტრატეგია. ციფრულ ტრანსფორმაციის ინიციატივები ამჟამად სხვადასხვა ინდივიდუალური ხელმძღვანელებზე მოდის: **CMOS - 34%, CEOs - 27%, CIOs ან CTOs - 19%, CDOs - 15%, CXOs - 5%**. 39% მიიჩნევს, რომ მათი ციფრული ტრანსფორმაციის მცდელობამ ხელი შეუწყო რეალურ დროში ტრანზაქციების უზრუნველსაყოფის გაადვილებას; 32% მიიჩნევს, რომ წარმატებით დაეხმარა ოპერაციების ეფექტურობის გაუმჯობესებაში; გამოკითხულთა 28% აცხადებს, რომ მათ ახალი მომხმარებლები შეიძინეს, 25% კი აცხადებს, რომ დაეხმარა პროგრესის დაჩქარებაში. 45%-ი ელოდება, რომ ციფრული ტრანსფორმაცია გაზრდის მათ შემოსავლებს, და 25%-ი მიიჩნევს, რომ შექმნის უკეთეს მომხმარებლის გამოცდილებას. 87% ბიზნესი ელოდება ციფრულ ტრანსფორმაციის დადებითად ასახვას კომპანიის თანამშრომლთა მუშაობის გამოცდილებაზე და პროდუქტიულობაზე. რაც შეეხება კომპანიებს, რომლებმაც უკვე გაიარეს ციფრული ტრანსფორმაცია, მიუთითებენ გარკვეულ ბენეფიტებზე: მათ შორის 41%-ით გაზრდილ საბაზრო წილზე, მომხმარებელთა ჩართულობის ზრდაზე ციფრულ არხებში - 37% მდე, მეტი ვებ და მობილური ჩართულობა - 32%-მდე, ხოლო მომხმარებელთა შემოსავლის ზრდა - 30% მდე. საგულისხმოა ასევე, რომ ციფრული ტრანსფორმაციის ბაზარი სავარაუდოდ 2020 წლისთვის 369.2 მლნ აშშ დოლარს მიაღწევს, სავარაუდო წლიური ზრდის ტემპი 19.6% იქნება. თუმცა, მენეჯერების 44% ამბობს, რომ კონცეპტუალიზაციის უნარი და ახალი ციფრული ტექნოლოგიების გავლენა არის ყველაზე დიდი პრობლემა ტრანსფორმაციის პროცესში. კომპანიების 31% აცხადებს, რომ ისინი შემოსავლების 15% -ზე მეტს ტექნოლოგიურ ინვესტიციებში იყენებენ, რაც ბიზნესის ყველა სფეროს მოიცავს და არა მხოლოდ IT-ის და ტექნოლოგიებზე დანახარჯების 68%-ი IT-ის ფარგლებს გარეთ მოდის. უნდა აღინიშნოს, რომ გლობალურად გამოკითხულთა უმრავლესობა 5 ყველაზე დიდ ტექნოლოგიად მონაცემთა ბაზას და ანალიტიკას 58 %, პირადი ღრუბელს (cloud)-53% და საჯარო ღრუბელს 45 %, მობილური ტექნოლოგიებს 59% და აპლიკაციებს 40% ასახელებს[8][9].

ეს სტატისტიკური მონაცემები ბუნებრივად გვაჩვენებს იმას, თუ როგორ ვითარდება კომპანიები ციფრული მოდელის მიმართულებით, თუ როგორ განიხილავენ ისინი ტექნოლოგიურ სტრატეგიებს, იცვლიან ორგანიზაციულ სტრუქტურებსა და პროცესებს და ნერგავენ ინოვაციებს მომხმარებელბთან ურთიერთობის უნიკალური გამოცდილების შესაძენად. ამ ახალი ტენდენციებით, არსებობს უამრავი გზა ბიზნესისთვის მეტი მომხმარებლის მოსაზიდად და მათი დაკმაყოფილების მიზნით. ციფრული ტრანსფორმაციის პროცესში, ბიზნესმოდელები საკუთარ ქსელურ შესაძლებლობებს მუდმივად ავითარებენ, აქტიურად და მოქნილად თანამშრომლობენ ერთმანეთთან და ხელს უწყობენ მომხმარებელბთან უწყვეტი ურთიერთობის მართვის განვითარებასა და მონათესავე პროდუქტებისა თუ სერვისების გამოყენებას.

ქართული სინამდვილისთვის აუცილებელია დაიხვეწოს და განახლდეს საგანმანათლებლო რესურსები IT-ის დანერგვისა და გამოყენებისთვის ბიზნესში, სასურველია მარკეტინგული კამპანიების ჩატარება ციფრული ინოვაციების შესახებ და არსებული ინდუსტრიებისთვის შესაბამისი ციფრული პლატფორმების შეთავაზება. ციფრული უნარებისა და ნიჭის, ციფრული სამენარმო

კულტურის მხარდაჭერა. ქართული ბიზნესი, რომელიც საერთაშორისო დონეზე საქმიანობს, ბუნებრივად უჩნდება მოთხოვნა ადეკვატური ტრანსფორმაციისა, როგორც ადამიანური კვალიფიკაციის კუთხით, ასევე ტექნიკური ინოვაციების დანერგვის მხრივ, რათა სწორად უპასუხოს იმ გამოწვევებს, რომელიც დღეს საერთაშორისო დონეზე ციფრული მიმართულებით მიმდინარეობს. აუნყოფები, თანამედროვე ბიზნესის გამოწვევებს ადვილი არაა, რადგან გლობალიზაცია, ტექნოლოგიური რევოლუცია ყველა მიმართულებით და გაზრდილი მოთხოვნა ციფრულ საშუალებებზე, არც ქართული ბიზნესის დატოვებს გამოწვევების გარეშე, მაგრამ ამასთან ერთად, ფართოდ გაუხსნის გზას ახალი, მოქნილი შესაძლებლობებისაკენ, უფრო მარტივად გააუმჯობესოს, შექმნას და შეცვალოს მიდგომები არსებული ბიზნესის სასარგებლოდ.

ლიტერატურა

1. შენგელია თ. საერთაშორისო ბიზნესი, თბილისი, უნივერსალი 2011წელი. 524 გვ.
2. Why digital transformations fail: 3 exhausting reasons Peter Bendor-Samuel | August 27, 2019
3. Digital transformation strategy: 7 key pieces August 19, 2019 Carla Rudder
4. what-is-digital-transformation. Michael R. Wade . March 07, 2019 ონლაინ ჟურნალი "the enterprisers project" <https://enterpriseproject.com/what-is-digital-transformation>
5. What is Digital Transformation, Digitalization, and Digitization. Amancio Bouza, PhD Mar 23, 2018 <https://medium.com/api-product-management/what-is-digital-transformation-digitalization-and-digitization-c76277ffbdd6> ჟურნალი მედიუმი.
6. სიმონ კემპი. დიგიტალ-2016.2017.2018.2019. გლობალური მიმოხილვა, ინტერნეტ-ჟურნალი "we are social". 26 Mercer St, New York, NY 10013. <https://wearesocial.com/weare/social>.
7. სტატისტიკების პორტალი [statista.com](https://de.statista.com/outlook/261/100/eservices/weltweit#). ელ-სერვისები მსოფლიოს მასშტაბით. გერმანია. 2016 წლის დეკემბერი. <https://de.statista.com/outlook/261/100/eservices/weltweit#>
8. Louis Columbus. ბიზნესის ციფრული ტრანსფორმაციის სტატისტიკა. Apr 22, 2018 ჟურნალი ფორბსი 2018. #566cfa1c5883.
9. Digital Transformation Statistics for 2019. ERIK QUALMAN FEBRUARY 5, 2019. <https://socialnomics.net/2019/02/05/digital-transformation-statistics-for-2019>

GLOBAL TRENDS IN THE DIGITAL TRANSFORMATION OF BUSINESS

Javakhadze Dimitri

Academic Doctor of Business Administration

Summary

Digital Business Transformation, its main purposes, to save time and financial resources, reduced administrative burden, to simplify communication with partners, to more efficiently manage self-assertion in the competitive world, without introducing of international standards digital technologies and electronic services nothing is happening. The growing demand for digital products and infrastructure, the adoption and adaptation of digital services, is a kind of epoch-making order for the parties involved in the business process, and requires from existing business models to meet the challenges of rapid and adequate digital transformation.

Key words: digital business; Digital transformation;