

ნინო გრიგოლაია

ეკონომიკური მეცნიერებათა დოქტორი, პროფესორი
ადგი უნივერსიტეტი

ცირა მიქატაძე

ეკონომიკის დოქტორი

ფირმა და ციფრული ეკონომიკა

ინოვაციები სუდ უფრო მეტად მნიშვნელოვანია, როგორც ეკონომიკური კრიზისების დაძლევის, მდგრადი განვითარების და ფიზიკის სიცოცხლისუნარიანობის შენახუნების იახალი, ხომლის საშუალებით საზოგადოება ესწრაფვის მეუხნეობის მოწყობას ინოვაციური ეკონომიკის ერთ-ერთი ძირითადი შემადგენელი უდავოდ ახის ციფრული ეკონომიკა და მასში ფუნქციონირებადი ფიზმა.

ნაშრომში განხილულია ეკონომიკის გაციფრულების ახლი, მამოძრავებელი ძალები, ხისკები, ასევე გაანალიზებულია ხა კეთდება ამ მიმართულებით საქართველოში, როგორც პირობებები და მათი გადაჭრის საკითხები.

თანამედროვე მსოფლიოს განვითარებაში ჩაისახა და იშვა ახალი ეკონომიკა, რომელსაც სპეციალისტები მოიხსენიებენ როგორც ინოვაციურ ეკონომიკას. მსოფლიო ბანკის მიხედვით „ინოვაცია“ გულისხმობს ახალ ტექნოლოგიებსა და მეთოდებს, რომელთაც საზოგადოებისათვის გარკვეული სარგებლის მოტანა შეუძლიათ (6).

საინფორმაციო-საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების განვითარებამ შეცვალა სამყარო, შეიქმნა ახალი რეალობა, რომლის შეჩერება შეუძლებელია. ეკონომიკის გაციფრულება (digitalisation) საყოველთაო გარდაუვალ პროცესად იქცა, რომელიც განსაზღვრავს გლობალურ ბაზრებს, კომპანიების განვითარებას და ქვეყნის წარმატების ორიენტირად მიიჩნევა, იცვლება მომხმარებელთა სურვილები და შესაძლებლობები.

ციფრული ტექნოლოგიების გამოყენებაზე დაფუძნებულ ეკონომიკას ციფრულ ეკონომიკას უწოდებენ. რომელიც დაკავშირებულია ელექტრონულ ბიზნესთან და ელექტრონულ კომერციასთან, შესაბამისად საქონლის და მომსახურების წარმოებასა და რეალიზაციასთან ციფრული ტექნოლოგიები არამარტო საქმიანობის მძლავრი ინსტრუმენტია, არამედ ახალი შესაძლებლობების წარმომშობი გარემოს შემქმნელია.

2021 წლის ევროკომისიის მონაცემები ყოველდღიურად 315 მლნ. ევროპელი მოიხმარს ინტერნეტს, ევროპის ციფრული ბაზრის 42 % ეროვნულ ონლაინ-სერვისებს უკავია, 54 % კი აშშ-ში დაფუძნებულ ონლაინ-სერვისებს, ევროკავშირის საზღვართაშორისო (Cross-border commerce) ონლაინ სერვისების წილი ამ ბაზრის 4%-ია (2).

ციფრული ეკონომიკა მოიცავს არამარტო ინტერნეტ-ვაჭრობას, არამედ კომპიუტერულ ქლაუდ-სისტემებს, სოციალურ მედიას, მობილურ ვებსერვისებს და სხვა.

ციფრული ეკონომიკის ნაწილი მშპ-ში სისტემატურად მატულობს-ევროკავშირში იგი 5,7%-ია, იაპონიასა და ინდოეთში -5,6%, ჩინეთში 6,9%, აშშ-ში-7%, კორეის რესპუბლიკაში-9%.

ციფრული ეკონომიკის განვითარებამ ზოგიერთ სფეროზე მნიშვნელოვანი გავლენა მოახდინა. ტურიზმის მსოფლიო საბჭოს ((WTTTC) მიერ ჩატარებული კვლევის თანახმად ტურიზმის სექტორი 3,9%-ით გაიზარდა (2).

ციფრული ეკონომიკის განვითარების ბაზისს ქმნის ელექტროინფრასტრუქტურა (ინტერნეტი, პროგრამული უზრუნველყოფა), ელექტრობიზნესი (ელექტრონული ეკონომიკური საქმიანობა) და ელექტრობიზნესი (ინტერნეტით საქონლის დისტრიბუცია), ხოლო მისი მამოძრავებელი ძალებია-ციფრული მონაცემები და ციფრული პლატფორმები(4).

ციფრული მონაცემები სწრაფად იზრდება, ციფრული პლატფორმები, როგორც შუამავლები დიდი მოცულობის მონაცემებზე ხელმისაწვდომლობას ზრდიან და მხარეებს ეკონომიკური ურთიერთობის საშუალებას აძლევენ ონლაინ რეჟიმში, ინფორმაციის ასიმეტრიულობას და ტრანზაქციულ ხარჯებს ამცირებენ.

ციფრული პლატფორმები მრავალგვარია:

- ოპერაციული (მხარეთა შორის ელექტრო ოპერაციებს ახორციელებს) და ინოვაციური (ქმნიან დანართებს და პროგრამულ უზრუნველყოფას) სერვისზე ორიენტირებული;
- პლატფორმები სხვა პლატფორმებისთვის (მაგ. Google cloud peatsovrn);
- რითეილერი (საცალო -სავაჭრო, amazon, ebay);
- მედიატორი (hinhedin);
- ინდუსტრიული პროექტების და მომსახურების (amazon-busines);
- სარეკლამო, დრუბლოვანი (Amazon veb.servius);
- სამრეწველო პროდუქციის;
- ყაირათიანი (Uver ტაქსების ქსელის უმსხვილესი კომპანია).

კომპანიის კონკურენტუნარიანობა უფრო მეტად განისაზღვრება იდეებისა და ინოვაციური ციფრული ტექნოლოგიების ფლობით, დასაქმებულთა ცოდნით და კრეატიული უნარებით, მენეჯერებს მარტივად შეუძლიათ განცხადების განთავსება დასაქმების საიტზე, მნიშვნელოვნად იზრდება ფირმების მიერ შეთავაზებული პროდუქციის (მომსახურების) ნაირგვაროვნებაში სასურველის მიგნების და შეძენის შესაძლებლობები.

ციფრული ტექნოლოგიები შეიძლება გამოყენებული იქნას ღირებულების შექმნის ყველა ეტაპზე-წარმოების, მატერიალურ-ტექნიკური მომარაგების, ლოჯისტიკის და კლიენტებთან ურთიერთობის პროცესში.

დიდ მნიშვნელობას იძენს ციფრული მარკეტინგი, რომლის უპირატესობები აშკარაა - დაბალი დანახარჯები, განთავსების ფორმების მრალფეროვნება, გაზომვადობა, სისწრაფე. მის განვითარებას ხელი შეუწყო სოციალური ქსელების პოპულარიზაციამ, სოციალური მედიის სხვადასხვა პლატფორმამ (Facebook, instagram, linfoedin, Twitter, yutube) facebook-ზე რეკლამას ბევრი ბიზნესი მომგებიანად თვლის, მისი მსოფლიოში ყველაზე მეტად გავრცელებულობის გამო. საქართველოშიც იყენებენ ციფრულ მარკეტინგს, რაც ქართულ ბიზნესს აძლევს საშუალებას კონტრაქტი იქონიონ მიზნობრივ აუდიტორიასთან და სხვადასხვა სტრატეგიით აიმალღონ იმიჯი, გახდნენ კონკურენტუნარიანი.

პოპულარულობით სარგებლობს მობილური აპლიკაციები (lisabon map, londonpass, francetilet), ასევე ქართული Expago (მობილური აპლიკაცია მოგზაურობისათვის). ციფრული მარკეტინგის როლი სულ უფრო იზრდება მომხმარებლის სოციალურ მედიაში ჩართულობის და ინტერნეტის მომხმარებლის ზრდის კვალობაზე.

მსოფლიო ბანკს ციფრული ეკონომიკის დადებით მხარეებად მიაჩნია:

- საზოგადოებრივი შრომის ნაყოფიერების ზრდა;
- კომპანიების კონკურენტუნარიანობის ამაღლება;
- წარმოების ხარჯების შემცირება;
- ახალი სამუშაო ადგილების შექმნა;
- სოციალური უთანასწორობის დაძლევა(6).

მეცნიერები თვლიან, რომ გაციფრულების სოციალურ ეკონომიკური შედეგები შეიძლება გამოიხატოს სხვადასხვა გავლენებით:

- შემოსავლების დონეებს შორის უთანასწორობაზე (მაღალკვალიფიციური მუშაკები ჩაანაცვლებენ დაბალანაზღაურებად მუშაკებს);

- სიღარიბესა და უმუშევრობაზე (პირდაპირი მიზეზშედეგობრივი კავშირი არაა დადგენილი, მაგრამ მიიჩნევენ სიღარიბის დაძლევის ერთერთ საშუალებად);

- საქონლისა და მომსახურების ფასებზე (ინფლაციურ პროცესებზე გაციფრულება ვლინდება: საქონლის და მომსახურების ფასებზე პირდაპირი გავლენით, რომელიც უკუპროპორციულია);

- კონკურენციით და ბაზრის სტრუქტურის ცვლილებებით (ორმხრივია - მცირე ფირმები ნაკლები დანახარჯებით კონკურენციას ამწვავებენ და ფასს ამცირებენ, დომინირებადი ფირმები კი დიდი შესაძლებლობების გამო ხარჯებს ამცირებენ კონკურენციას იგებენ და ფასებიც იზრდება).

- საგარეო ვაჭრობაზე (მცირდება ბაზარზე შეღწევის ბარიერები და ტრანზაქციული ხარჯები; ციფრული ტექნოლოგიები გლობალური საწარმო-გასაღების ჯაჭვს ახალი პროდუქტებით ამარაგებენ) (4).

ციფრული ეკონომიკის განვითარების მრავალი სიკეთის მეშვეობით მომხმარებლები დიდ უპირატესობას იღებენ: ფირმებისგან საქონელს მათთვის ხელსაყრელ პირობებსა და დროში იძენენ; სახელმწიფო სერვისებით სარგებლობენ; ჩნდება ახალი პროფესიები.

აღსანიშნავია ის რისკები, რომელიც თან ახლავს ციფრულ ტრანფორმაციას დადებით მხარეებთან ერთად, ესენია:

- ტექნოლოგიური რისკები (დაბალგანვითარებული ქვეყნები სულ უფრო მეტად გახდებიან დამოკიდებული მძლავრ კომპანიებზე, წარმოების ტექნოლოგიური ჯაჭვის არასრულყოფილი გაციფრულების შედეგი შეიძლება უარყოფითი აღმოჩნდეს).

- ეკოლოგიური რისკები (ელექტროენერჯის ხარჯების ზრდა, ბლოკჩეინის ტექნოლოგია-ენერჯობარჯიანია), ტექნიკის ექსპლოატაციის შემდგომი გადამუშავების ეკოლოგიური ზიანი);

- პოლიტიკური რისკები (ძლიერდება მმართველობის დეცენტრალიზაცია და ვერტიკალური რეგულაციები სუსტება);

- სოციალურ-ეკონომიკური რისკები (შემცირდება სამუშაო ადგილები დაბალი და საშუალო კვალიფიკაციის მუშაკთათვის, გაიზრდება უმუშევრობა მონყვლად ფენებში);

- იზრდება კიბერდამნაშავეთა მოქმედების არეალი (1).

Covid-19 პანდემიამ დაამუხრუჭა რა ეკონომიკის ფუნქციონირება და საზოგადოებრივი ცხოვრება, ადამიანები სამუშაოს გარეშე დატოვა, გაიზარდა ციფრული ტექნოლოგიების მასშტაბები, წარმოიშვა ახალი გამოწვევები. მაგალითად, დაზარალებული ტურიზმის სექტორის რეაბილიტაციის ყველაზე ეფექტიანი გზა ციფრულ სამყაროსთან ინტეგრაცია აღმოჩნდა. შეიქმნა Onlain Travel Agency(OTA) პლატფორმა, სადაც მომხმარებელს - მოგზაურობასთან დაკავშირებული სხვადასხვა სერვისის დაჯავშნა და შექმნა შეუძლია ინტერნეტით. ბაზარზე არსებულმა მოთხოვნამ პირდაპირ შეუწყო ხელი OTA-ს შექმნას და მალევე გახდა პოპულარული და შუამავალი სასტუმროებს და მომხმარებელს შორის, პანდემიით გამოწვეული პრობლემების დაძლევაში კინო ინდუსტრიისთვისაც დიდი დახმარება აღმოჩნდა ასპარეზზე გამოსული ე.წ. Svod (Subscvviption video on demend) კომპანიები, როგორცაა ნეტფლიქსი, ჰულუ, ამაზონი)

ბოლო ათი წელია ქვეყანაში არსებული ინოვაციების დონე გლობალური ინდექსით იზომება (Gii), რომლის მიხედვით საქართველოს მდგომარეობა ბოლო წლებში უმჯობესდება, მაგრამ ზემოთ აღნიშნული კომპონენტების მიხედვით 127 ქვეყანას შორის 10 ადგილზეა (მიუხედავად იმისა, რომ Gii -ის მიხედვით რეგიონის მასშტაბით პირველ ადგილს იკავებს).

საქართველო, როგორც ევროკავშირის ასოცირებული ქვეყანა ჩართულია ციფრული ბაზრების ჰარმონიზების პროექტში, ახორციელებს ამ პროექტის პრიორიტეტულად განსაზღვრულ სფეროებში ევროკავშირის კანონმდებლობასთან ჩვენს დაახლოებას და გარკვეული მიღწევებიც აქვს ამ მიმართებით.

2020 წელს საქართველოს მთავრობამ დაამტკიცა „საქართველოს ფართოზოლოგანი ქსელების განვითარების 2020-2025 წლების ეროვნული სტრატეგია მომზადდა ევროკავშირის ციფრილი ბაზრების პროექტის HDM (EUYDligital)-ის ფარგლებში მსოფლიო ბანკის დახმარებით. სტრატეგიის მიზანია ქვეყანაში ციფრული ეკონომიკის განვითარების მიზნით ევროკავშირის და საერთაშორისო საუკეთესო პრაქტიკის შესაბამისი პოლიტიკის გატარება.

აღსანიშნავია, ციფრული ეკონომიკის განვითარების პრობლემები საქართველოში. 2021 წლის მონაცემებით დარეგისტრირებულია 847 ათასზე მეტი საწარმო, მაგრამ საქსტატის კვლევის მიხედვით (საინფორმაციო-საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების გამოყენება საწარმოებში) ის საწარმოები, რომლებიც იყენებენ ვებ-გვერდს განისაზღვრა-13,4%-ით, რაც აშკარად მცირე მაჩვენებელია. ამასთან საწარმოები იყენებენ სოციალური მედიის ისეთ სახეებს, როგორცაა (Facebook,Linfedin,) 31,1%, ხოლო 67,9% საერთოდ არ იყენებს სოციალური მედიის საშუალებებს.

ჩვენს ქვეყანაში ციფრული ეკონომიკის განვითარებისათვის მნიშვნელოვანი შემაფერხებელი ფაქტორია მაღალკვალიფიციური კადრები. მაგ. დიდი ბრიტანეთში -სპეციალისტების რაოდენობა მთელი შრომისუნარიანი მოსახლეობის 4%-ს შეადგენს, აშშ-ში -24%-ს, ამ მიმართულებითაც მნიშვნელოვანი ჩამორჩენა გვაქვს ამიტომ აუცილებელია კადრების მომზადება და მათი რაოდენობის გაზრდა.

ციფრული ეკონომიკის განვითარებით მიღწევა:

- შრომის ნაყოფიერების ამაღლება და ეკონომიკურიზრდა;
- ვაჭრობის მასშტაბების გაფართოება;
- კაპიტალის გამოყენების ეფექტიანობის გადიდება;
- მომსახურების ხარისხის ამაღლება.

საქართველოს როგორც პატარა ქვეყანას გაცილებით მეტი ძალისხმევა ესაჭიროება რომ ფეხი აუწყოს თანამედროვე ცვლილებებს და გლობალიზაციის ტალღამ არ შთანთქას არსებული პოტენციალი, არამედ გამოიყენოს არსებული გამოწვევები და განვითარდეს როგორც „აზიური ვეფხვები“, ამისათვის კი აუცილებელია ცოდნის ამაღლება, ინფრასტრუქტურის გამართვა, მეტი აქტოვობები ციფრული ტექნოლოგიების გამოყენების უნარ-ჩვევების გაზრდისათვის, ფირმების მიერ ინფორმაციის გამოყენება და ცოდნაზე დაყრდნობით ფასეულობების შექმნა, რომ გადარჩნენ კონკურენტულ ბრძოლაში.

ლიტერატურა

1. ჯოლია გ., განათლება და დასაქმება ციფრულ „გარემოში“, თბ. „ტექნიკური უნივერსიტეტი“ 2021 წ.
2. ფირმის ეკონომიკა. რიდერი. პირველი ელექტრონული გამოცემა შემდგენლები ნინო ლობჯანიძე, ეთერ გიგაური, ალექსანდრე შარაშენიძე, თბ. 2021 წ.
3. ენუქიძე ნ., ბატიაშვილი მ., ციფრული ეკონომიკა, კრიზისიდან გამოსვლის ინოვაციური გზა ელ. რესურსი.
4. <http://forbes-ge/neus/1007/cifruli ekonomika %3A-krizisidan gamosvlis inovaciuri gza>
5. Word unversmentment report 2017. Unversntment and thi digital ekonomu. UNCTAD.
6. экономика в эпоху цифровой трансформации сворник тезисов выступлений М М Г У, 2019
7. Wordbank.ovg /bistream/handle/ 1086/23347/21 067/Rusum.pdf.
8. Абрскин А.С. , (2019) экономическое развитие в цифровую эпоху М издателский дом Дело, 2019
9. Игиатова И., Ю образовани в цифровую ероху РФУ, 2019

Nino Grigolaia

*Doctor of Economics, Professor
Alte University*

Tsira Mikatadze

Doctor of Economics

The Firm and the Digital Economy

SUMMARY

Innovation is increasingly important as a tool for overcoming economic crises, sustainable development and maintaining the viability of the firm through which society strives to organize its economy. One of the main components of the innovative economy is undoubtedly the digital economy and the firm operating in it.

The article discusses the essence of digitization of the economy, driving forces and diverse risks. The article also analyzes what is being done in this direction in Georgia, what kind of problems exist and what are the ways to solve them.