



საინფორმაციო ტექნოლოგიის როლი გლობალურ ეკონომიკურ სისტემაში

reziume

ბახანა შელია

E-Mail: bachana.shelia@yahoo.com

თამარ ბერიძე

E-Mail: tamar.beridze@yahoo.de

ბათუმის შოთა რუსთაველის
სახელმწიფო უნივერსიტეტის
დოქტორანტი

საინფორმაციო ტექნოლოგიების მომხმარებლების, საწარმოებისა და მთავრობების მიერ ციფრული მომსახურების მასობრივი დანერგვა წარმოადგენს ეკონომიკის მთავარ მამოძრავებელ ძალას, რომელიც აჩქარებს ეკონომიკურ ზრდას და ხელს უწყობს სამუშაო ადგილების შექმნას როგორც განვითარებულ ასევე განვითარებად ბაზარზე. რაც არ არის ფუჭი რიტორიკა, რასაც მოწმობს ეკონომიკური ანალიზი, რომელიც წარადგინა კომპანია „Booz & Company“-მ, რომელიც გვიჩვენებს საინფორმაციო ტექნოლოგიების ფაქტობრივ გავლენას ქვეყნების ეკონომიკაზე და დასაქმებაზე. კვლევა ხაზს უსვამს დებულებას, რომ ქვეყნებმა, რომლებმაც გაზარდეს საინფორმაციო ტექნოლოგიების დონე, მიაღწიეს ზრდას ეკონომიკაში, საზოგადოებისა და საჯარო სექტორების განვითარებაში. ფაქტიურად, შეიქმნა საინფორმაციო ტექნოლოგიების გავლენის საზომი ინდექსი რომელიც გვიჩვენებს ქვეყნების საინფორმაციო ტექნოლოგიების დონეს 0 დან 100-მდე საზომი სისტემით. 2011 წელს, საინფორმაციო ტექნოლოგიების მსოფლიოს შემატა 200 მილიარდი აშშ დოლარი და შექმნა 6 მილიონი სამუშაო ადგილი მსოფლიოს მასშტაბით. კვლევები გვიჩვენებს, რომ ქვეყნის 10%-იანი საინფორმაციო ტექნოლოგიების ზრდა იწვევს 0.75 პროცენტით ზრდას ქვეყნის მთლიან შიდა პროდუქტზე (მშპ). ანალოგიურად, დიგიტალიზაციის 10%-იანმა ზრდამ გამოიწვია უმუშევრობის საერთო მაჩვენებლის 1.02 %-ით კლება. საინფორმაციო ტექნოლოგიების ზრდა ხელს უწყობს ქვეყნების ეკონომიკურ ზრდას და მათ კეთილდღეობას.

საკვანძო სიტყვები: საინფორმაციო ტექნოლოგიები, გლობალიზაცია, დიგიტალიზაცია, კომპიუტერული ტექნიკის წარმოება.

შესავალი

ტრადიციულად ეკონომიკურ მეცნიერებაში ითვლებოდა, რომ ეკონომიკის ზრდა დამოკიდებულია სამ ძირითად ფაქტორზე: მიწასა და სხვა ბუნებრივ რესურსებზე, კაპიტალზე, რომელიც

მოიცავს ძირითადი შემადგენლის სახით საწარმოო საშუალებებს და შრომას. თანამედროვე პირობებში მათ დაემატა ახალი, მეოთხე ფაქტორი-საინფორმაციო. ეკონომიკის ზრდა გადაწყვეტი ხარისხით ცოდნისა და ინფორმაციის გამოყენებაზე დამოკიდებული, განსაზღვრავს რა ინოვაციურ განვითარებას და მეცნიერულ-ტექნიკურ პროგრესს. რაც უფრო განვითარებულია ქვეყანა, უფრო ძლიერ გამოიყენება მის განვითარებაში საინფორმაციო ფაქტორი და, პირიქით. ამგვარად, საინფორმაციო ფაქტორი განსაზღვრავს ამა თუ იმ ქვეყნის წარმატებას ეკონომიკაში.

ჩვეულებრივ ეკონომიკის საინფორმაციო სექტორს მიაკუთვნებენ საინფორმაციო საქმიანობის არა ყველა სახეს, არამედ მხოლოდ საინფორმაციო საქონლის და მომსახურების უშუალო წარმოებას. არ შეიძლება არ აღინიშნოს, რომ საბოლოო განმტკიცებული აზრი იმის თაობაზე, თუ რას მოიცავს ეს სექტორი, ჯერჯერობით არ ჩამოყალიბებულა. უდავოა, რომ სექტორის ბირთვს საინფორმაციო ინდუსტრია შეადგენს, ე.ი. კომპიუტერული ტექნიკის წარმოება, ინფორმაციზაციის, კომუნიკაციის და საპროგრამო პროდუქტების საშუალებები. გარდა ამისა, ინფორმაციულ სექტორში მუდმივად რთავენ მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებს, სხვადასხვა საინფორმაციო-საკონსულტაციო ორგანიზაციებს, სამეცნიერო და საპროექტო-საკონსტრუქტორო ორგანიზაციებს, სარეკლამო და მარკეტინგულ სააგენტოებს.

საინფორმაციო ტექნოლოგიები დღეს წარმოების და საზოგადოების ყველა სფეროში შედიან, ამიტომ ეკონომიკის ინფორმაციზაციის შესწავლისას აუცილებელია შევჩერდეთ ინფორმაციზაციის ძირითად ტექნოლოგიებზე.

საინფორმაციო ტექნოლოგიები თანამედროვე



ტექნიკური პროგრესის უმნიშვნელოვანესი ელემენტია. საზოგადოებრივი ცხოვრების ნებისმიერი სფერო: სოციალური, პოლიტიკური, ეკონომიკური, კულტურული, გარემოს-დაცვითი თუ სხვა წარმოდგენილია ისეთი საკომუნიკაციო საშუალებების გარეშე, როგორიცაა ინტერნეტი, მონაცემთა ბაზები, ინფორმაციის გაცვლის ქსელური სისტემა, მობილური კავშირი და ა.შ.

მოცემული კვლევისთვის ცნებაში „საინფორმაციო ტექნოლოგიები“ მოისაზრება შემდეგი ელემენტები:

- ინტერნეტთან დაკავშირებული ტექნოლოგიები. მოცემული ტექნოლოგიები ახალი ამბების სწრაფი გავრცელების საშუალებას იძლევა. ინტერნეტ-ტექნოლოგია დღევანდელი ფინანსური ბაზრის განუყოფელი ინსტრუმენტია. ინტერნეტი წარმოადგენს ინფორმაციის წარმოშობისა და გავრცელების უმნიშვნელოვანეს ელემენტს. ბიზნეს-სექტორის წარმომადგენლებს შორის ურთიერთობა დღევანდელ სამყაროში მნიშვნელოვანწილად ეყრდნობა ინტერნეტის გამოყენებას. სოციალური ქსელები თანამედროვე კულტურულ ურთიერთობათა ერთ-ერთი შემაღენელი ნაწილია.

- მასმედიათან დაკავშირებული ტექნოლოგიები. იგულისხმება აუდიო და ვიდეო ფორმატით ინფორმაციის შექმნის, გადაცემის და შენახვის ტექნოლოგიები.

- ორგანიზაციის ფარგლებში ინფორმაციის გაცვლასთან და მმართველობითი გადაწყვეტილებების მიღებასთან დაკავშირებული ტექნოლოგიები. კომპანიები იყენებენ საინფორმაციო ტექნოლოგიებს, რათა აწარმოონ შიდასაფირმო საქმიანი და საბუღალტრო დოკუმენტაცია, მართონ შეკვეთები, კონტრაქტები და სხვა.

ორგანიზაციის მმართველობითი რგოლი იყენებს საინფორმაციო ტექნოლოგიებს საჭირო ინფორმაციის მოკრების, ანალიზის და ეფექტიანი მმართველობითი გადაწყვეტილებების შესამუშავებლად ან გასატარებლად.

- სატელეფონო კავშირთან დაკავშირებული ტექნოლოგიები. მობილური კავშირის ტექნოლოგიურმა სქემებმა შეცვალა თანამედროვე მსოფლიო, შეცვალა არა მარტო საქმიანი პროცესები, არამედ სოციალურ-კულტურული ურთიერთობებიც. ამდენად, სატელეფონო კავშირთან დაკავშირებული ტექნოლოგიები საინფორმაციო ტექნოლოგიების მნიშვნელოვანი შემადგენელი ელემენტია.

თანდათან ნათელი ხდება, რომ პერსონალური კომპიუტერი იმ სახით, რომელსაც მივეჩვიეთ, კვდება. ყველა პროგრამული და ტექნიკური უზრუნველყოფის შეკრების იდეა ერთ მაგიდაზე, რომელიც გაბატონებულია პერსონალური კომპიუტერის ეპოქაში, ადგილს უთმობს ქსელური კომპიუტერის პარადიგმას. იგი იღებს ყველა აუცილებელ პროგრამულ უზრუნველყოფას ლოკალური ქსელებიდან და ინტერნეტიდან, კომპიუტერ-სერვერთა მესხიერებიდან, ქსელურ კომპიუტერზე ინახება მხოლოდ მინიმალური პროგრამული უზრუნველყოფა ქსელში გასაშვებად. ასეთი ვარიანტის დროს არ არის სახლის კომპიუტერში დიდი მესხიერების და უკვე ჩვეული „ვინჩესტერის“ ქონის აუცილებლობა. ქსელური კომპიუტერის ფასი არ გადააჭარბებს 300 დოლარს, რაც მის გამოყენებას იაფსა და კონკურენტუნარიანს გახდის, აგრეთვე არაა საჭირო ბევრის დახარჯვა პროგრამულ უზრუნველყოფაზე.

ინფორმატიკის საშუალებათა ტექნოლოგიური კონვერგენცია განაპირობებს უმ-

Top 10 des groupes hôteliers mondiaux au 1 ^{er} Janvier 2013 Top 10 of worldwide hotel groups as of 1 January 2013									
RANG - RANK 2013 2012		GROUPES - GROUPS		HÔTELS - HOTELS 2013 2012		CHAMBRES - ROOMS 2013 2012		NOMBRE - % EVOL. GROWTH GROWTH	
1	1	IHG	GB	4 602	4 480	675 982	658 348	17 634	2,7%
2	2	Hilton Hotels	USA	3 992	3 861	652 378	631 131	21 247	3,4%
3	3	Marriott International	USA	3 672	3 595	638 793	622 279	16 514	2,7%
4	4	Wyndham Hotel Group	USA	7 342	7 205	627 437	613 126	14 311	2,3%
5	6	Choice	USA	6 198	6 203	497 023	502 460	-5 437	-1,1%
6	5	Accor	FRA	3 515	4 426	450 199	531 714	-81 515	-15,3%
7	7	Starwood Hotels and Resorts	USA	1 121	1 076	328 055	315 346	12 709	4,0%
8	8	Best Western	USA	4 024	4 018	311 611	295 254	16 357	5,5%
9	9	Home Inns	CHI	1 772	1 426	214 070	176 562	37 508	21,2%
10	10	Carlson Rezidor Hotel Group	USA	1 077	1 077	166 245	165 802	443	0,3%

Source : Base de données MKG Hospitality - Mars 2013 | MKG Hospitality database - March 2013



Top 15 des enseignes hôtelières mondiales au 1^{er} Janvier 2013
Top 15 ranking of worldwide hotel brands as of 1 January 2013

RANK 2013	RANK 2012	CHAÎNES - CHAINS	GROUPES - GROUPS	PAYS COUNTRY	HÔTELS - HOTELS		CHAMBRES - ROOMS		NOMBRE GROWTH	% EVOL. GROWTH
					2013	2012	2013	2012		
1	1	Holiday Inn + HI Express	IHG	GB	3 392	3 347	424 612	421 944	2 618	0,6%
2	2	Best Western	Best Western	USA	4 024	4 018	311 611	295 254	16 357	5,5%
3	6	Marriott Hotels Resorts	Marriott International	USA	558	555	204 917	205 595	-678	-0,3%
4	3	Comfort Inns & Suites	Choice Hotels Internat.	USA	2 509	2 590	194 262	199 875	-5 613	-2,8%
5	5	Hilton Hotels & Resorts	Hilton Worldwide	USA	551	562	191 199	197 311	-6 112	-3,1%
6	4	Hampton Inn by Hilton	Hilton Worldwide	USA	1 880	1 847	184 765	181 087	3 678	2,0%
7	7	Ibis (Megabrand**)	Accor	FRA	1 667	1 519	182 496	163 484	19 012	11,6%
8	15	Home Inns	Home Inns	CHI	1 438	1 119	164 325	128 621	35 704	27,8%
9	8	Sheraton Hotels & Resorts	Starwood Hotels	USA	427	415	149 784	144 648	5 136	3,6%
10	10	Days Inn of America	Wyndham Hotel Group	USA	1 826	1 864	147 808	150 436	-2 628	-1,7%
11	9	Super 8 Motels	Wyndham Hotel Group	USA	2 314	2 249	147 512	142 254	5 258	3,7%
12	11	Courtyard by Marriott	Marriott International	USA	929	911	136 553	134 428	2 125	1,6%
13	12	Quality Inns Hotels	Choice Hotels Internat.	USA	1 479	1 410	133 515	128 753	4 762	3,7%
14	13	Ramada Worldwide	Wyndham Hotel Group	USA	850	845	115 811	114 306	1 505	1,3%
15	14	Crowne Plaza	IHG	GB	392	387	108 307	105 104	3 203	3,0%

(*) Réunion d'Ibis Hotels, Etap Hotel, All Seasons

Source : Base de données MKG Hospitality - Mars 2013 | MKG Hospitality database - March 2013

სხვილეს კორპორაციათა შერწყმას ამ სფეროში. 2000 წლის დამდეგს მსოფლიოში უმსხვილესმა საინფორმაციო კომპანიამ „ამერიკა ონ-ლაინმა“ გამოაცხადა შერწყმა მასობრივი ინფორმაციის საშუალებების სფეროში გიგანტთან-კორპორაცია „თაიმ უორნერთან“. ახალი მეგაკორპორაცია, რომელმაც მიიღო სახელწოდება „აოლ თაიმ უორნერ ინკორპორეიტედ“, გახდა უმსხვილესი მსოფლიოში, საერთო ღირებულებით 350 მლრდ. დოლარი. მისი ყოველწლიური მოგება, სპეციალისტების პროგნოზის მიხედვით შეადგენს სულ მცირე 30 მლრდ. დოლარს.

80-იან წლებში აშშ-ში დაიწყო სხვადასხვა კომპიუტერების ქსელის შექმნა, უპირატესად კი სამხედრო დანიშნულებისა: „არპანეტ“, „მილნეტ“, „ბიტნეტ“ და სხვა. 1986 წელს ეროვნულმა სამეცნიერო ფონდმა შეიმუშავა „ენ-ეს-ეფნეტ“ ქსელი, რომელმაც დააკავშირა რამდენიმე სუპერკომპიუტერი ქვეყნის სხვადასხვა ნაწილში. ამ ქსელის უნიკალურობა მდგომარეობს არა მარტო მის მასშტაბებში და უნივერსალურობაში, არამედ ეკონომიკურ შინაარსში. ინტერნეტი არავის ეკუთვნის, მთლიანობაში მისი პროექტი არავის შეუდგენია, ის არის ორგანიზაცია, რომელიც მის განვითარებაზე პასუხს აგებს. ინტერნეტი - ქსელთა ევოლუციის შვილობილია. ქსელები იქმნება სხვადასხვა ორგანიზაციის მიერ სხვადასხვა მიზნით. მათი სრულყოფა და გაერთიანება ერთმანეთთან ხდება ყველასათვის განსაზღვრული ჩართვის და მონაცემთა გადაცემის საერთო წესების საფუძველზე, რომელთაც რატომღაც ოქმებს უწოდებენ. აი ასე, ნაბიჯ-ნაბიჯ იზრდება და ვი-

თარდება ინტერნეტი. იგი ჯერჯერობით არავის მიერ რეგულირდება და სწორედ ეს წარმოადგენს მის განუმეორებელ თავისებურებას.

თანამედროვე ტექნოლოგიები ხელს უწყობენ და მნიშვნელოვნად ახდენენ გავლენას პრაქტიკულად ყველა ინდუსტრიის ზრდაზე. მათ შორის არც სასტუმროს ბიზნესი არის გამონაკლისი. აშკარაა ინტერნეტის მნიშვნელობა და როლი სასტუმრო ბიზნესის განვითარებაში. ადგილობრივი და საერთაშორისო სასტუმროები ძალდონეს არ იშურებენ რომ ინტერნეტის საშუალებით ხელი შეუწყონ გაყიდვების ზრდას და გააუმჯობესონ სტუმრებთან/კლიენტებთან ურთიერთობა. სოციალური ქსელების როლი როგორცაა Facebook, Twitter და ა.შ. საგრძნობლად იზრდება სასტუმროს ბიზნესში მთელი მსოფლიოც მაშტაბით.

სასტუმროს ადმინისტრაცია აღიარებს იმ ფაქტს რომ ინტერნეტ წარმოადგენს მნიშვნელოვან ალტერნატივას განხორციელებს რა ჯავშნები თავიანთ დაწესებულებებში. თუმცა, ბევრი ჯერ კიდევ სკეპტიკურად ეპყრობა ონლაინ გაყიდვების გაზრდის შესაძლებლობას. ბევრი კი ფიქრობს ონლაინ აქციები საუკეთესო საშუალებაა დაინტერესოს მომხმარებელი და გაზარდოს მათი ცნობიერება. ინტერნეტის საშუალებით მომხმარებელს შეუძლია ადვილად მიიღოს ნებისმიერი ინფორმაცია, მაგალითად როგორცაა სასტუმროში რეგისტრაციის და სასტუმროდან გასვლის დრო, ფასები, ინფორმაცია რესტორნების შესახებ, და ა.შ.

Hotelogix ასევე წარმოადგენს ერთერთ სასტუმროს მართვის სისტემას რომელიც უადვილებს ცხოვრებას სასტუმროებს ისევე როგორც თავი-



ანთ მომხმარებლებს. მას შეუძლია ეფექტურად დაეხმაროს პატარა და საშუალო ტიპის ბიზნესებს მართონ თავიანთი რესტორნები, მიმღები განყოფილება, რეგიონალური ოფისები, დალაგება-დასუფთავების განყოფილება, ჯაშნების განყოფილება, საკრედიტო ბარათები, გაყიდვები და თავიანთი საიტი გაერთიანებულ პლატფორმაზე. მას აქვს ყველა საჭირო ფუნქცია რაც ხელს შეუწყობს სასტუმროს ბიზნესის წარმატებულ და შეუფერხებელ ფუნქციონირებას.

MKG Hospitality ჯგუფზე დაყრდნობით მსოფლიოში წამყვანი სასტუმროების ქსელები და ბრენდები ადასტურებენ გლობალურ ზრდას. რასაც მოწმობს ანგლო-საქსონების უზენაისობა, რომელიც ხორცშესხმულია Motel 6 და Blackstone by Accor-ის გაყიდვებით ისევე როგორც ჩინეთის შესვლით მსოფლიო სასტუმროების ბიზნესის სექტორში.

MKG Group-ის პრეზიდენტის ჟორჟეს პანაიოტის (Georges Panayotis) კომენტარი: “რაოდენობაში ზრდის ტენდენცია მთავარ გამომწვევ მიზანს წარმოადგენს გლობალური ამბიციების მქონე სასტუმროთა ქსელისთვის. თავიანთი ზომა კომპანიებს აძლევს საშუალებას შესთავაზონ თავიანთ სტუმრებს სრული გეოგრაფიული დაფარვა და პროდუქტების ასორტიმენტი რაც ხორც-სასხამს კომერციალიზაციას.

მიუხედავად იმისა რომ ლიდერი რჩება უცვლელი, Hilton Worldwide სასტუმროების ქსელი თავისი მდგრადი ზრდით 2 წლის განმავლობაში მეორე ადგილს ინარჩუნებს, რომელიც 1 წლის წინ Wyndham Hotel Group-ზე უპირატესობით მოიპოვა. ამერიკული ჯგუფი უდავო ლიდერს InterContinental Hotels Group-ს მხოლოდ 24000

ოთახით ჩამორჩება. ბრიტანული ჯგუფი ასრულებს Holiday Inn-ის რესტრუქტურისაციას Holiday Inn Express ჯგუფის ძლიერი ზრდის მყარი მხარდაჭერით.

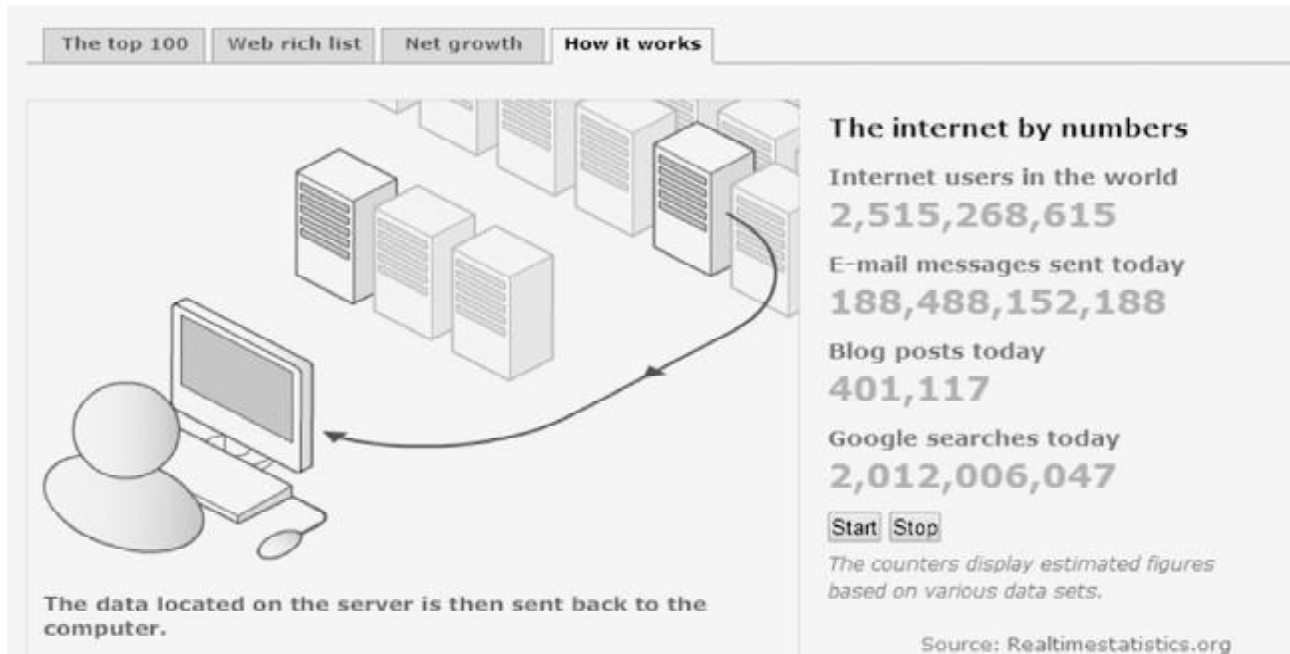
Hilton Worldwide-ის ფეხდაფეხ, Marriott International თავისი შენაძენით თავის უპირატესობას ადასტურებს Wyndham ჯგუფზე გასული წლიდან. ეს უკანასკნელი მიუხედავად თავისი უაღრესად ორიენტირებისა ეროვნულ ტერიტორიებზე ცდილობს გაფართოვდეს ამერიკის შეერთებული შტატების ტერიტორიებს გარეთ. ის 4 ჯგუფის წევრია რომლებიც ფლობენ 600 000-ზე მეტ ოთახს.

Choice Hotels, რომელიც ფუნქციონირებს მხოლოდ თავისი ფრენჩაიზებით, უწევს რეგულარულად ‘გაწმინდოს’ თავისი ქსელები 2012 წელს Comfort Inn-ის ფაქტის/შემთხვევის მსგავსად. მიუხედავად ამისა ის იმყოფება მე-5 ადგილზე და წინ უსწრებს Accor-ის სასტუმროების ქსელს, რომელმაც რეკორდული ზრდა დააფიქსირა 2012 წელს, რადგან აღედგინა თავისი Motel 6 სასტუმროების ქსელის დაკარგვით მიყენებული დანაკლისი. Accor სასტუმროების ქსელი, რომელიც განაგებს 336800 ოთახს, კვლავ ინარჩუნებს თავის პირველობას მსოფლიო მაშტაბით სასტუმროების ქსელის თავისი გუნდით მართვით და ყველა შვილობილი კომპანიის მიერ უშუალო დაქვემდებარებით.

დანარჩენი რეიტინგი არ განიცდის მნიშვნელოვან ცვლილებებს Starwood Hotels & Resorts და Best Western-ის სასტუმროების ქსელის ბუნებრივი/სტაბილური ზრდით. სუსტ ზრდას აჩვენებს Carlson Hospitality-ს სასტუმროების ქსელი რომელიც განიცდის შემცირებას ამერიკის კონტინენტზე, მაგრამ კომპენსირდება თავისი შვილობილი კომპანიის Rezidor-ის დინამიურობით EMEA რეგიონში. 2014 წელს ტოპ ათეულში შედგენილი ჩინური



<http://news.bbc.co.uk/2/hi/technology/8552410.stm>



სასტუმროების ქსელი Chinese Home Inns აჩვენებს მნიშვნელოვან ზრდას რაც მიუთითებს მომავალში რეიტინგში მის პერსპექტიულობაზე.

“ამბრელა ბრენდს”. პირველი თხუთმეტი მსოფლიო მაშტაბის ბრენდის რეიტინგს ართულებს თავიანთი რესტრუქტურირება ჯგუფებს შორის. Holiday Inn და Holiday Inn Express უჭირავს პირველი ადგილი სხვადასხვა ჯგუფების ძალისხმევისთვის გაერთიანდნენ რა საერთო “ამბრელა ბრენდს”-ს ქვეშ. 2012 წელს Holiday Inn Express გაიზარდა 9000 ოთახის მმართვეთ რამაც გადაფარა თავიანთი “დიდი დის” შემცირება 6350 ოთახით, რითაც მიეცათ საშუალება არ ჩამორჩენილიყვნენ ტემპს. იგივე ლოგიკით მოქმედებით, სხვადასხვა ბრენდების გაერთიანებით, Best Western სასტუმროების ქსელს დიდი ხანი ეჭირა პირველი ადგილი რომელმაც გადაინაცვლა მეორე ადგილზე. ბაზარზე Best Western Plus სასტუმროების ქსელის შესვლამ მნიშვნელოვნად გაზარდა ზრდა ამერიკის შეერთებული შტატების ტერიტორიაზე და ახალი ტერიტორიებიც შეუერთდნენ ქსელს.

სამმა ამერიკულმა ბრენდმა განიცადა ვარდნა თავიანთ ეროვნულ ტერიტორიებზე რომლის კომპენსირებაც ვერ მოხდა საერთაშორისო ზრდით. Ibis Megabrand დაწინაურდა 7 პოზიციით მაღლა ასევე რომელმაც გააერთიანა Etap Hotel და All Seasons სასტუმროების ქსელები. მან უკან ჩამოიტიო Home Inns სასტუმროების ქსელი ეკონომიკის ზრდაში და ჩინური სასტუმროების ქსელი რომ არა რეკორდულ ზრდას დააფიქსირებდა მომარაგებაში. 2 წლის განმავლობაში ის აფიქსირებს ექსპონენციალურ ზრდას და არ აისახება არანაირი შენელება.

Days Inn of America-ის ვარდნამ ამერიკის შიდა ბაზარზე ბრენდის რეიტინგი საფეხურით დასწია ქვემოთ, ხოლო დანარჩენმა კლასიფიკაციამ არ განიცადა ცვლილებები, თუმცა აღსანიშნავია Choice სასტუმროების ქსელის ზრდა Quality Inn სასტუმროების ქსელის საფუძველზე, რომელიც დღესდღეობით ვითარდება კურორტების და სვიტების(ლუქსი) მართვით.

Crowne Plaza ცდილობს შეიძინოს უფრო დიდი წილი MICE სასტუმროების მსოფლიო ბაზარზე. ჟორჟეს პანაიოტის აცხადებს: “ჩვენ ვხედავთ რაოდენ სასიცოცხლოდ მნიშვნელოვანია სხვადასხვა სასტუმროების ჯგუფების შერწყმა ძლიერი ბრენდის ჩამოსაყალიბებად. ბრძოლა დღითიდღე გაუსაძლისი ხდება. რომლის ნათელი მაგალითია Holiday Inn-ის და Ibis-ის წარმატება. ძალიან მნიშვნელოვანია ბრენდის ნამდვილი ატრიბუტების მიღწევა: რაც მიიღწევა მარკეტინგის და კომუნიკაციის გაძლიერების მეშვეობით.”

ქვემოთ შეგიძლიათ იხილოთ ინტერაქტიული რუკა, რომელზეც ასახულია ინტერნეტის გავრცელება მსოფლიოს ქვეყნებში 2008 წლისათვის.

საკმაოდ საინტერესო და გასაოცარი სტატისტიკური მონაცემების მიღების საშუალებას გვაძლევს BBC-ის ოფიციალური ვებ გვერდი:

<http://news.bbc.co.uk/2/hi/technology/8552415.stm>

სადაც საკმაოდ ნათლად შეგვიძლია ვნახოთ ყოველდღიურად მზარდი ინტერნეტის მომხმარებელთა სია, გაგზავნილი ელექტრონული წერილების რაოდენობა, დაპოსტილი ბლოგები დარათქმაუნდა Google - ში მოძიებების სია;



დასკვნა

ეს ყოველივე გვიჩვენებს იმას, რომ დღესდღეობით, საინფორმაციო ტექნოლოგიები ჩვენი ცხოვრების განუყოფელი ნაწილი ხდება; ინტერნეტი ესაა ეკონომიკური ლიბერალიზმი, ხორცშესხმული ქსელურ საინფორმაციო ტექნოლოგიაში. შესაძლებელია, სწორედ ამიტომ ის ასე ბუნებრივად და თავისუფლად შევიდა ეკონომიკური ცხოვრების ყველა სფეროში. „საინფორმაციო ტექნოლოგიები“ ქვეშ იგულისხმება იმ პროცესებისა და

მოქმედებების ერთობლიობა, რომლის შედეგადაც ხდება ინფორმაციის შექმნა, შენახვა, გადაცემა, დაცვა და გამოყენება სხვადასხვა მიზნებისთვის.

დღესდღეობით სასტუმრო ბიზნესს აქვს ყველა ის ხელშემწყობი ფაქტორი რაც ხელს შეუწყობს სასტუმროს ბიზნესის წარმატებულ და შეუფერხებელ ფუნქციონირებას რასაც ადასტურებს MKG Hospitality ჯგუფზე დაყრდნობით მსოფლიოში წამყვანი სასტუმროების ქსელებისა და ბრენდების გლობალური ზრდა.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. გელაძე დ. ინტერნეტის როლი ტურისტულ საქმიანობაში IV საერთაშორისო სამეცნიერო პრაქტიკული კონფერენცია: „ტურიზმი ეკონომიკა და ბიზნესი“. გამომცემლობა „ბათუმის შოთა რუსთაველის სახელმწიფო უნივერსიტეტი“ 2014წ. გვ.448-451
2. მუნჯიშვილი თ. კომპიუტერული სისტემების როლი ტურიზმის განვითარებაში. IV საერთაშორისო სამეცნიერო პრაქტიკული კონფერენცია: „ტურიზმი ეკონომიკა და ბიზნესი“. გამომცემლობა „ბათუმის შოთა რუსთაველის სახელმწიფო უნივერსიტეტი“ 2014წ
3. McNurlin Barbara, Sprague Ralph. Information systems management in practice. New Jersey, 2002.
4. Larkin E. M. 2009. How to Run a Great Hotel. Howtobooks, UK.
5. Автоматизированные информационные

- технологии в экономике: Учебник. / Под ред. проф. Г.А. Титоренко. – М.: Компьютер, ЮНИТИ, 1998. – 400 с.
6. Барановская, Т.П. Информационные системы и технологии в экономике: Учебник. – 2-е изд. / Т.П. Барановская, В.И. Лойко, М.И. Семенов, А.И. Трубилин; Под ред. В.И. Лойко. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 416 с.
 7. <http://www.globalenvision.org/library/7/970>
 8. <http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=1610941&show=pdf>
 9. <http://news.bbc.co.uk/2/hi/technology/8552410.stm>
 10. <http://news.bbc.co.uk/2/hi/technology/8552415.stm>
 11. <http://www.hospitalitynet.org/news/4060119.html>

ROLE OF INFORMATION TECHNOLOGIES IN GLOBAL ECONOMIC SYSTEM

BACHANA SHELIA

E-Mail: bachana.shelia@yahoo.com

TAMAR BERIDZE

PHD Students of Batumi Shota Rustaveli State University

E-Mail: tamar.beridze@yahoo.de

Summary

IT — the mass adoption of connected digital services by consumers, enterprises, and governments — is far more than a disruptive wave washing over isolated industries. We have long since recognized that reality. IT is a fundamental driver of economic growth and job creation the world over — in both developed and emerging markets. And that is not hollow rhetoric—it is confirmed by econometric analysis that Booz & Company has conducted to quantify the actual impact of digitization on a country's economic output (GDP) and employment. In fact, we have created a Digitization Index that scores a country's digitization level on a scale of 0 to 100. This level-setter allows us to go beyond the anecdotal evidence of the transformational impact of ICTs and actually measure that impact on economic and social factors on a comparative basis. The headline is powerful: despite the continued sluggishness of economies across the globe, IT boosted world economic output by nearly US\$200 billion and created 6 million jobs in 2011. Specifically, our analysis reveals that an increase of 10 percent in a country's digitization score drives a 0.75 percent growth in its GDP per capita. That same 10 percent boost in digitization leads to a 1.02 percent drop in a state's unemployment rate. These benefits grow as a country moves along the digitization continuum—in other words, increased digitization yields improving returns.