



**ინდუსტრიაში საქართველოში
COVID-19 კრიზისის შემდგომ
პერიოდში**



ინდუსტრიები საქართველოში COVID-19 კრიზისის შემდეგ პერიოდში

ავტორი: ელენე მინაშვილი

მედიცინა ბოლო დეკადის განმავლობაში საგრძნობლად განვითარდა, ისე როგორც დანარჩენი მსოფლიო, თუმცა უნდა აღინიშნოს, რომ კორონავირუსის პანდემიას მსოფლიო მაინც მოუმზადებელი შეხვდა. შექმნილმა სიტუაციამ დიდი დარტყმა მიაყენა ეკონომიკას და გარკვეული სექტორების სრულიად გაჩერება გამოიწვია, რაც განსაკუთრებით განვითარებადი ქვეყნებისთვის გახდა საფრთხის შემცველი. ქვეყნები აქტიურად ცდილობენ განსაზღვრონ სწორი ნაბიჯები და ივარაუდონ რა გავლენას მოახდენს შექმნილი სიტუაცია მსოფლიო გეოპოლიტიკაზე, ეკონომიკაზე, გარემოს დაცვასა თუ სოციალურ ურთიერთობებზე. სტრუქტურა, რომელიც ეკონომიკის მიმართულებით ეფექტიან ანტიკრიზისულ ქმედებას ახორციელებს, ევროპის ცენტრალური ბანკია, რაც ამ ეტაპზე საკმარისი არ აღმოჩნდა. შეიძლება ვივარაუდოთ, რომ შექმნილი სიტუაცია შეანელებს გლობალიზაციის ტემპს და სხვა თანამხლებ პროცესებს, მაგალითად შემცირდება თავისუფალი ვაჭრობის ხელშეკრულებებზე მოლაპარაკებების ტემპები.

კრიზისმა აჩვენა თუ რაოდენ მარტივად შეიძლება მოხდეს ღირებულების ჯაჭვის (value chain) და მიწოდების ჯაჭვის (supply chain) რღვევა, განსაკუთრებით ჩინეთის შემთხვევაში. ბევრი წამყვანი კომპანიის პროდუქტი ჩინეთში იწარმოებოდა და ის ამარაგებდა მთელ მსოფლიოს, რაც პანდემიის მომდევნო პერიოდში შესაძლოა შეიცვალოს და ქვეყნებმა შესაძლოა საწარმოები საკუთარ ან სხვა მათთვის ფინანსურად და ტერიტორიულად ოპტიმალურ ქვეყნებში გადაიტანონ.

როგორც ყველა მსოფლიო კრიზისის დროს, ამჯერადაც მსოფლიოს ეყოლება გამარჯვებული და დამარცხებული ქვეყნები. ამის გარდა, ცალკეული ინდუსტრიების კუთხითაც შეიძლება გამოიყოს ის ერთეულები, რომლებმაც თავიანთ სასარგებლოდ გამოიყენეს პანდემია და მისი შემდგომი პერიოდი, ან მოახდინეს მათი სერვისების ბაზრის შეცვლილ მოთხოვნაზე მორგება.

მომხმარებელთა ქცევის ცვლადობა მოსალოდნელია პოსტ-პანდემიურ პერიოდში. სწორედ საერთაშორისო ვაჭრობის შეზღუდვის საპასუხოდ, კიდევ უფრო მეტი ინვესტიცია ჩაიდება IT ტექნოლოგიებსა და ხელოვნურ ინტელექტში, ჯანდაცვაში, ბიოტექნოლოგიაში და სოფლის მეურნეობაში.

დიდი ფინანსური რესურსის შედინება მოხდება ინტერნეტის მიმწოდებელ და სატელეკომუნიკაციო კომპანიებში. მომხმარებელთა ქცევის ცვლილების გამო, კომპანიები პანდემიის პერიოდშიც ცდილობენ მაქსიმალურად გააგრძელონ მუშაობა, რაც მოითხოვს კომუნიკაციის სხვადასხვა საშუალებებს დაგეგმვის და შეხვედრების ქრილში. უნდა აღინიშნოს, რომ საგანმანათლებლო სისტემები ასევე აქტიურად გადავიდნენ ონლაინ სწავლებაზე.

McKinsey-ს მიერ ჩატარებული კვლევის მიხედვით, გლობალურ დონეზე, მომხმარებელთა 30-50%-ს მოლოდინი აქვს, რომ მათი შემოსავლები, უახლოესი კვირების მანძილზე, კიდევ განაგრძობს შემცირებას. დაახლოებით 10% პირიქით ფიქრობს, შემოსავლების მხრივ, ჩინელი მომხმარებლები

უფრო ოპტიმისტურები არიან. აშშ-ში, ევროპის ბევრ ქვეყანაში, იაპონიასა და ინდოეთში, 25-49% ელის ნეგატიურ შედეგებს. ბრაზილიაში, სამხრეთ აფრიკაში, გერმანიასა და კორეაში, ეს მაჩვენებელი კიდევ უფრო მაღალია – შემოსავლების კლების მოლოდინი 54-63%-ს აქვს.

საქართველო

ზემოხსენებულზე დაყრდნობით განვითარებადი ქვეყნებისთვის განსაკუთრებით რთულია ასეთი კრიზისული სიტუაციის გადალახვა, შესაბამისად საქართველოსთვის განსაკუთრებულად მნიშვნელოვანი იქნება ქვეყნის ძლიერი მხარეების წარმოჩენა და მათი სტიმულირება.

მნიშვნელოვანია, რომ საქართველოს გარდა თავისუფალი ვაჭრობის ხელშეკრულება ერთდროულად ჩინეთთან და ევროკავშირთან მსოფლიოში კიდევ ექვს ქვეყანას აქვს: ისლანდიას, ჩილეს, პერუს, სინგაპურს, სამხრეთ კორეას და შვეიცარიას. ამ ქვეყნებს შორის საქართველო საკმაოდ კონკურენტუნარიანად გამოიყურება როგორც გეოგრაფიული მდებარეობის, ასევე დასაქმებულის საფასურის და გადასახადების ხარჯის თვალსაზრისით.

გარდა ამისა, საქართველოს აქვს თავისუფალი ვაჭრობის ხელშეკრულებები თურქეთთან, ჰონკონგთან, EFTA-ს ქვეყნებთან და ყოფილი საბჭოთა კავშირის ქვეყნებთან. იმ შემთხვევაში, თუ ჩინეთში წარმოება შემცირდება და ახალი ინვესტიციებისთვის რუსეთიც მიუღებელი იქნება, სავსებით რეალურია საქართველო სასურველ კანდიდატად იქცეს.

საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მონაცემებით, 2020 წლის მარტში სამრეწველო პროდუქციის მწარმოებელთა ფასების ინდექსი თებერვალთან შედარებით 3%-ით გაიზარდა. წინა თვესთან შედარებით ფასების 2.5%-იანი ზრდა დაფიქსირდა დამამუშავებელი მრეწველობის პროდუქციის ჯგუფზე. აღსანიშნავია, რომ ფასები გაიზარდა ძირითად ლითონებზე 6.9%-ით და სასმელებზე 2.5%-ით.

„12 თვიან პერიოდში ინდექსის ფორმირებაზე ძირითადი გავლენა იქონია ფასების ცვლილებამ შემდეგ პროდუქტებზე: დამამუშავებელი მრეწველობის პროდუქცია, ფასები გაიზარდა 8.7%-ით. ფასები მომატებული იყო კვების პროდუქტებზე 12.4%-ით. ელექტროენერჯია, აირი, ორთქლი და კონდიციონირებული ჰაერი: ფასები მომატებულია 7.4 %-ით და, შესაბამისად, ჯგუფის წვლილმა ინდექსის წლიურ ცვლილებაში 0.78 პროცენტული პუნქტი შეადგინა,“-აღნიშნულია სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის ანგარიშში.

PMO-ს გუნდი ვესაუბრეთ სხვადასხვა ინდუსტრიის წარმომადგენელ კომპანიებს, რათა გამოგვევლინა ის დაბრკოლებები რომლებსაც ამჟამად ისინი აწყდებიან და მათი კრიზისის დასაძლევ სტრატეგიები განვიხილეთ.

საბედნიეროდ უნდა აღინიშნოს, რომ სოციალურ პასუხისმგებლობას სხვადასხვა ინდუსტრიაში მოღვაწე ადგილობრივი თუ საერთაშორისო კომპანიები იზიარებენ და მაქსიმალურად ცდილობენ თანამშრომლების შენარჩუნებას.

სარესტორნო სფერო, ტანსაცმლის, ფეხსაცმლისა და აქსესუარების ბიზნესი, ტურისტული და გასართობი ინდუსტრია საგანგებო სიტუაციის დროს უფრო დიდ დანაკლისს გრძობს. ეს ქცევა განპირობებულია იმ გარემოებით, რომ ონლაინ შეკვეთა პანდემიის გარკვეული პერიოდის განმავლობაში შეზღუდული იყო და შემოიფარგლებოდა მხოლოდ საკვები პროდუქტებით, სხვა

დანარჩენ შემთხვევაშიც მომხმარებელი ცდილობს არსებული მდგომარეობიდან გამომდინარე ნაკლებად დახარჯოს თანხები.

ადმინისტრაციული და საოპერაციო ნაწილი თითქმის ყველა გამოკითხულ კომპანიას დისტანციურ რეჟიმზე აქვს გადაყვანილი. უნდა აღინიშნოს, რომ საქართველოში ვირუსის გავრცელების საწყის სტადიაზეც კი კომპანიებმა სრული მზადყოფნა აჩვენეს და სამუშაო სივრცეებში უსაფრთხოების ნორმები ზედმიწევნით გაითვალისწინეს.

საგანგებო სიტუაციის გამოცხადებისთანავე ქართული კომპანიების მენეჯმენტმა უმოკლეს დროში შეძლო თანამშრომლების დისტანციურ რეჟიმზე მუშაობისთვის ხელის შეწყობა, რაც ითვალისწინებდა ტექნიკურ გამართულობას, რაც შემთხვევებში დამატებითი ინვენტარის შექმნას, ორგანიზაციული სტრუქტურის დისტანციური რეჟიმის შესაბამისად მორგებას და იმ თანამშრომლების ცვლების მობილიზებას, რომლებისთვისაც სამსახურში სიარული სამუშაოს სპეციფიკიდან გამომდინარე უწევდათ.

ანალიზის პროცესში კომპანიები დაყვავით პანდემიის დროს წარმატებულ, შუალედურ და დაზარალებულ ჯგუფებად.

წარმატებული კომპანიები - ყველაზე მეტად შექმნილი სიტუაციით მიტანის კომპანიებმა ისარგებლეს, გაჩნდნენ ახალი კომპანიები რომლებიც საკურიერო სერვისს თავაზობენ მომხმარებელს და გაიზარდნენ ძველი, უკვე არსებული კომპანიებიც. ფარმაცევტული და სასურსათო ქსელების მიმართ, როგორც მოსალოდნელი იყო, მოთხოვნა გაიზარდა თუმცა უნდა აღინიშნოს ის ფაქტიც, რომ მომხმარებლების იგივე რაოდენობის მომსახურებას ვერ ახერხებენ უსაფრთხოების ნორმების გამკაცრების გამო და მათ ქსელებში დასაქმებულთა რაოდენობაც შემცირდა. სასურსათო მაღაზიების სამუშაო გრაფიკი მაქსიმალურად მოერგო კომენდანტის საათს და მაღაზიებში დასაქმებული პირების ტრანსპორტირებას კომპანიები საკუთარი ხარჯებით უზრუნველყოფენ, ხშირად საკუთარი ავტომობილებით.

შუალედური კომპანიები - აღნიშნულ ჯგუფს მივაკუთვნეთ კომპანიები, რომელთა საქმიანობაზე პანდემიას საგრძნობი გავლენა ქონდა, გარკვეული ზარალი მიიღეს მაგრამ სრულიად არ გაჩერებულან. ასეთი კომპანიებია გამომცემლობები, საგანმანათლებლო, სამედიცინო სერვისები, საკონსულტაციო / სარეკლამო კომპანიები, საკონდიტრო საცხობები, ტექნიკის მაღაზიები.

დაზარალებული კომპანიები - როგორც აქამდეც აღვნიშნეთ, ყველაზე დიდი დარტყმა გამაჯანსაღებელ კომპლექსებს, ფუფუნების საგნების გამყიდველებს და ბარ-რესტორნებს მიადგა. სპორტდარბაზები, სილამაზის ცენტრები და აუზები სრულად დაიხურა. კვების ობიექტებისთვის, რომლებიც ადგილზე მიტანის სერვისის მეშვეობით აგრძელებენ მუშაობას, დიდ დაბრკოლებას მომწოდებლების ნაკლებობა წარმოადგენს. პროდუქტები, რომლების მათთვის აქამდე უფრო ხელმისაწვდომი იყო, რთული მოსაპოვებელი გახდა. კვების ის ობიექტები, რომლებიც უსაფრთხოების ნორმებს სათანადოდ ვერ იცავენ ან ადგილზე მიტანის სერვისი ვერ გამართეს, დროებით დაიხურა.

ცალკე უნდა გამოიყოს **ტურისტული სფერო**, რომელიც შესაძლოა ითქვას, ყველაზე დიდი გამოწვევის წინაშე დადგა. სასტუმროების და ტურისტული სააგენტოების, სატრანსპორტო კომპანიების და

ავიაკომპანიების საქმიანობა შეჩერდა. სხვა სექტორებთან შედარებით მათი საქმიანობის აღდგენას გაცილებით დიდი დრო და რესურსი დასჭირდება საგანგებო მდგომარეობის მოხსნის შემდეგაც.



მიუხედავად შექმნილი სიტუაციისა, რამდენიმე მსხვილმა სასტუმრომ, დიდი სოციალური პასუხისმგებლობა გამოიჩინა და საკუთარი სივრცე სრულიად უსასყიდლოდ აქციეს საკარანტინო ზონად: Sheraton Grand Tbilisi Metechi Palace, ამბასადორი კაჭრეთი, Moxy Tbilisi, IBIS Style Tbilisi Center, Dreamland Oasis Chakvi, „კარსე რაჭაში“. კარანტინში მყოფი ადამიანების კვების უზრუნველსაყოფად, სასტუმროებს შეუერთდა კვების ბიზნესში მყოფი მსხვილი და შედარებით მცირე ზომის კომპანიები. დიდი სასტუმროები და საერთაშორისო ქსელები შედარებით უკეთ უმკლავდებიან შექმნილ სიტუაციას, ყველაზე რთულ მდგომარეობაში ამჟამად პატარა და ბუტიკური სტილის სასტუმროები ვითარებას. სატრანსპორტო კომპანიებს ასევე შეეხო კრიზისული სიტუაცია, უნდა აღინიშნოს ის ფაქტიც, რომ მათი დიდი ნაწილი ტურისტულ კომპანიებთან და სასტუმროებთან თანამშრომლობდა.

პანდემიამ მსოფლიო ტურიზმის სფეროს განვითარებაც შეაჩერა. შეწყდა საერთაშორისო ფრენები და სხვა სახის მიმოსვლები. საქართველოში, 2019 წლის იგივე პერიოდთან შედარებით, სამი თვის განმავლობაში (იანვარი - მარტი), ტურისტების რაოდენობა 13.2%-ით, ხოლო ვიზიტორების რაოდენობა 17.6%-ით შემცირდა.

ქვემოთ მოცემული ცხრილი გვიჩვენებს საქართველოში განხორციელებული ვიზიტების რაოდენობის მიხედვით ტოპ 5 ქვეყანას და მათი რაოდენობის შედარებას წინა წლის მონაცემებთან. როგორც ვხედავთ, ვიზიტორების რაოდენობით ყველაზე დიდი ცვლილება რუსეთიდან (-32.3%) და სომხეთიდან (-21.8%) არის.

ტოპ 5 ქვეყანა განხორციელებული ვიზიტების მიხედვით, 2020 იანვარი-მარტი

ქვეყანა	2019: 3 თვე	2020: 3 თვე	ცვლილება %
1 აზერბაიჯანი	292,902	262,190	-10.5%
2 სომხეთი	232,449	181,720	-21.8%
3 თურქეთი	201,192	180,058	-10.5%
4 რუსეთი	254,077	172,123	-32.3%
5 საქართველო (არარეზიდენტი)	117,769	106,823	-9.3%

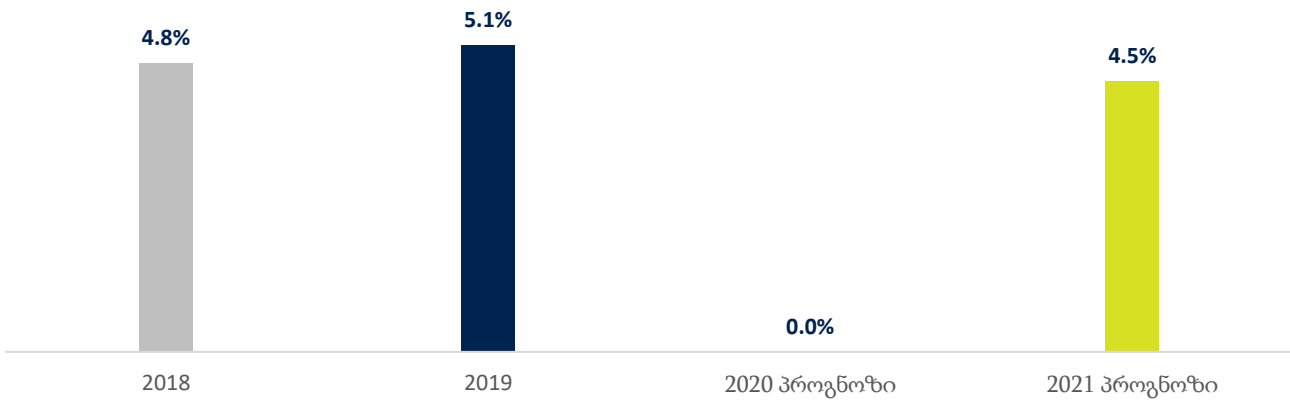
წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

მსხვილი და საერთაშორისო ქსელური სასტუმროები და ტურისტული სააგენტოები მაქსიმალურად ცდილობენ თანამშრომლების შენარჩუნებას. ტურისტული სეზონის შეჩერებამ კომპანიები რთულ ეკონომიკურ მდგომარეობაში ჩააგდო. ამ დროისთვის ყველა ტურისტული აქტივობა შემოდგომის ჩათვლით გაუქმებულია. ტურისტული კომპანიების პროგნოზების მიხედვით, წლევანდელი ტურისტული სეზონი, აპრილიდან ოქტომბრის ჩათვლით, ჩავარდნილია.

საერთაშორისო მიმოსვლის და შესაბამისად ტურისტული სექტორის აღდგენა 2021 წლიდან არის ნაგარაუდები. სფეროს წარმომადგენლები ოპტიმისტურად აღიქვამენ საქართველოს პოზიციონირებას რეგიონის სხვა ქვეყნებთან შედარებით, რომელთა შორის შედის ისეთი ტურისტულად აქტიური ქვეყნები რომლებიცაა იტალია, ესპანეთი და თურქეთი. დღევანდელი ჩვენი ჯანდაცვა და პოლიტიკური სიტუაცია გვინახავს წარმეტყველებს რომ ტურისტებისთვის ნაკლები საფრთხის შემცველი გარემო იქნება საქართველოში, რასაც დიდი გავლენა ექნება ვიზიტორების რაოდენობის ზრდაზე.

რაც შეეხება ქვეყნის ეკონომიკას, აზიის განვითარების ბანკის (ADB) მთავარი ეკონომიკური გამოცემის პროგნოზით, კოვიდ-19-ის პანდემიისა და ნავთობზე ფასების ვარდნის, შემცირებული მოხმარების, ტურიზმისა და ვაჭრობის პასუხად, საქართველოს მთლიანი შიდა პროდუქტის (მშპ) ზრდა 2020 წელს 0%-მდე დაეცემა. თუმცა, საქართველოს ეკონომიკის ჩვეულ დინამიკაში დაბრუნება 2021 წელს 4.5%-იანი ზრდითაა მოსალოდნელი.

მშპ ზრდის პროგნოზი საქართველოში, 2020 და 2021 წლებში



წყარო: აზიის განვითარების ბანკის აზიის განვითარების პროგნოზი

ვაჭრობაში სარგებლიანობისა და მთავრობის მიერ უმაღლეს განათლებაში გაზრდილი ხარჯვის შედეგად 2020 წელს სერვისები 1.1%-ით გაიზრდება, ხოლო 2021 წელს ტურიზმის ხელახალ ზრდასთან ერთად 6.3%-მდე გაიზრდება. ამავდროულად, 2020 წელს ნაგარაუდევია მრეწველობის 3.1%-იანი ნიშნულზე შეჩერება მშენებლობისა და წარმოების ტემპის კლების ფონზე. სამთო-მოპოვებით სექტორში, 2021 წელს 2.1%-ით ზრდაა ნაგარაუდევი. ექსპორტს რაც შეეხება, მისი ზრდა 2020 წელს 3.6%, ხოლო 2021 წელს 11.9%-ითაა ნაგარაუდევი.

PMO მენეჯმენტის საკონსულტაციო კომპანიაა, რომელიც სხვადასხვა ინდუსტრიაში მოქმედ ორგანიზაციებს მომსახურების ფართო სპექტრს სთავაზობს. ჩვენი მომსახურება მოიცავს: ბაზრის კვლევასა და ანალიზს, კონსულტაციებს ორგანიზაციული განვითარების მიმართულებით, ბაზარზე შესვლისა და ბიზნესის გაფართოების მიზანშეწონილობის კვლევას, ადამიანური რესურსების, მარკეტინგისა და პროდუქტის განვითარების მართვაში დახმარებას. ჩვენ ასევე ვუწევთ მომსახურებას კომპანიებს რისკების მართვისა და ფინანსების მიმართულებით.¹

www.pmo-bc.ge

(+995 32) 2 37 73 07

რაფიელ ერისთავის ქ. 16

თბილისი, 0179, საქართველო



¹ მნიშვნელოვანია: მოცემული დოკუმენტი და მასში შეტანილი ყველა იდეა, კონცეფცია, ჩარჩოები და რეკომენდაციები წარმოადგენს PMO Business Consulting-ის ინტელექტუალურ საკუთრებას. ინფორმაციის სრულად ან ნაწილობრივ გადაცემა, გადაწერა, გავრცელება, გადამუშავება ან დოკუმენტის ნებისმიერი სხვა სახით გამოყენება არ არის დაშვებული მთავარი წყაროს გარეშე – www.pmo-bc.com