

საქართველოს საპატრიარქოს წმიდა ანდრია პირველწოდებულის სახელობის
ქართული უნივერსიტეტი

მირანდა გავაშელი

ტურიზმის დარგი და მისი გავლენა რეგიონული
ეკონომიკის განვითარებაზე

*სამეცნიერო ხელმძღვანელი
ფიქრია წოჭოლაური
ეკონომიკის დოქტორი
ასოცირებული პროფესორი*

თბილისი

2018

შინაარსი

შესავალი -----	9
თავი 1. ტურიზმის დარგი - ეკონომიკის ზრდის ერთ-ერთი პირობა -----	14
1.1. ტურიზმის დარგის მდგომარეობა და განვითარების ტენდენციები -----	14
1.2. ტურიზმის განვითარება საქართველოში, მისი მარეგულირებელი საკანონმდებლო ბაზა -----	22
1.3. საერთაშორისო და შიდა ტურები, მათი მახასიათებლები -----	43
თავი 2. ტურიზმი და ეროვნული ეკონომიკა -----	56
2.1. ტურისტული ბაზარი და მისი ფორმირების თავისებურებები საქართველოში -----	56
2.2. ეროვნულ ეკონომიკაზე ტურიზმის დარგის გავლენის შეფასების მოდელები -----	67
2.3. საერთაშორისო ტურიზმის გავლენა ეროვნულ ეკონომიკაზე -----	79
თავი 3. ტურიზმის დარგის განვითარების მიმართულებები -----	85
3.1. ტურიზმის განვითარების სტრატეგია გლობალიზაციის პირობებში -----	85
3.2. ტურისტული კომპანიების როლი დარგის სტრატეგიულ დაგეგმვაში -----	94
3.3. ტურიზმის განვითარების სტრატეგია და მისი როლი ეროვნულ ეკონომიკაში -----	105
დასკვნა -----	121
გამოყენებული ლიტერატურა -----	124
დანართები -----	132

ანოტაცია

ნაშრომში „ ტურიზმის დარგი და მისი გავლენა რეგიონული ეკონომიკის განვითარებაზე“ გამხილულია მსოფლიო ეკონომიკის ერთ-ერთ მნიშვნელოვანი სექტორის ტურიზმის პრობლემები. ამ დარგის ფუნქციონირების ეკონომიკური, სამართლებრივი და ფსიქოლოგიური ფაქტორების ანალიზს, განვითარების თავისებურებისა და ტენდენციების შეფასებას განსაკუთრებული მნიშვნელობა აქვს ეროვნული ეკონომიკის განვითარებისათვის.

საქართველოში ტურიზმი ეკონომიკის პრიორიტეტულ სფეროს წარმოადგენს და მის განვითარებას განსაკუთრებული ყურადღება ექცევა. უკანასკნელ წლებში მისი განვითარების დინამიკა არსებითად შეიცვალა. ტურიზმი ძალიან დიდ გავლენას ახდენს საზოგადოების სტაბილურ განვითარებაზე, მატერიალური მდგომარეობის გაუმჯობესებასა და სულიერი მოთხოვნილებების დაკმაყოფილებაზე. მისი განვითარებისთვის აუცილებელია ქვეყანაში არსებობდეს შესაბამისი პირობები. ტურისტული ბიზნესი ხელს უწყობს სუსტად განვითარებული, შედარებით ჩამორჩენილი რეგიონების სოციალურ-ეკონომიკურ წინსვლას. ამ რეგიონების მოსახლეობისათვის ტურიზმის განვითარება დამატებითი შემოსავლის წყაროა.

ნაშრომში გამოკვლეულია, რომ ტურიზმის დარგის მდგომარეობის ანალიზის დროს განსაკუთრებული ყურადღება ექცევა ისეთ საკითხებს, როგორცაა: ქვეყნის ტურისტული პოტენციალი, ტურების სახეობები, მათზე მოთხოვნა და სხვ.

ამჟამად, ტურიზმი საქართველოში განვითარების ახალ, საწყის ეტაპზე იმყოფება. ძალიან დიდი მხარდაჭერა აქვს ამ დარგს, მაგრამ მაინც ჯერ კიდევ ვერ იქცა ეკონომიკის ისეთ დარგად, რომელიც ქვეყნის ბიუჯეტის და სავალუტო რესურსების წყარო იქნებოდა. საქართველო საჭიროებს ქვეყნის ტურისტული მიმზიდველობის და ტურიზმის კონკურენტუნარიანობის ამაღლებაზე ორიენტირებულ სტრატეგიას, რომლის რეალიზება ტურისტული რესურსის რაციონალურ გამოყენებას შეუწყობს ხელს.

კვლევა მოიცავს იმ უმთავრეს საკითხებს, რომელიც განეკუთვნება ცალკეული დარგების გავლენის შეფასებას ქვეყნის ეკონომიკაზე, რაც მკვლევარების კვლევის

ობიექტი ხშირად ხდება. ძალიან დიდა ინტერესი ეკონომიკაზე ტურიზმის გავლენის შეფასებისადმი.

ხშირად ტურიზმის ეკონომიკაზე ზემოქმედებას ეკონომიკური ზეგავლენის მოდელების მეშვეობით განსაზღვრავენ, ეს მოდელებია: მწარმოებლური სიმძლავრის გამოყენების მოდელი, რეგიონული ეკონომიკის მოდელი, დაგეგმვის ზემოქმედების, ანალიზის მოდელი. ასეთი მოდელების გამოყენებას დიდი მნიშვნელობა აქვს პატარა ქვეყნებისათვის, რადგან უფრო დეტალურად ხდება ამ რეგიონში დარგის განვითარების შესწავლა, ვლინდება ეკონომიკურ სექტორებს შორის ურთიერთკავშირი, ხდება ეკონომიკაში მიმდინარე ცვლილებების შესახებ შეფასება.

ტურიზმის ეკონომიკაზე ზემოქმედებას ანალიზებენ შემდეგი ეკონომიკური ზეგავლენის მოდელების გამოყენებით. ეს მოდელებია: მწარმოებლური სიმძლავრის გამოყენების მოდელი (Capacity Utilization Model-CUM), რეგიონული ეკონომიკის მოდელი Inc (REMI), და დაგეგმვის ზემოქმედების, ანალიზის მოდელი (IMPLAN). ნაშრომში განხილულია თითოეული ამ მოდელის უპირატესობა და თუ როდისაა მათი გამოყენება შესაძლებელი.

ნაშრომში ცალკე თავი ეძღვნება საქართველოში ტურიზმის განვითარებას, რომ ის ბოლო წლების ერთ-ერთ უმნიშვნელოვანეს პრიორიტეტად მიიჩნევა. მიუხედავად ამისა ჩვენს ქვეყანაში ჯერ კიდევ არ არის კარგად შეფასებული ამ დარგის როლი ქვეყნის ეკონომიკის ზრდაში. საქართველოში ტურიზმის კვლევის მიმართულებით არსებული ბევრი პრობლემა იყო და არის.

ამრიგად, ტურიზმის დარგის ქვეყნის ეკონომიკაზე ზემოქმედების ანალიზი ძალიან მნიშვნელოვან ინფორმაციას იძლევა. ის აფასებს ტურისტული საქმიანობის წვლილს რეგიონის, ქვეყნის ეკონომიკაში. ეკონომიკური ზემოქმედების ანალიზი ავლენს ეკონომიკურ სექტორებს შორის ურთიერთკავშირს და იძლევა შეფასებებს ეკონომიკაში მიმდინარე ცვლილებების შესახებ.

ნაშრომში ასევე აღნიშნულია, რომ სტრატეგია ბაზარზე წარმატების მიღწევის ერთ-ერთი ინსტრუმენტია. ის ფოკუსირებული კონცეფციაა ფირმის ცენტრალურ, ინტეგრირებულ, შიდა შესაძლებლობებზე და გარე ფაქტორებზე, რომელიც ემსახურება დასახული მიზნის მიღწევას. სტრატეგიული დაგეგმვის მეშვეობით სწორად უნდა

განაწილდეს რესურსები- რაც მოიცავს ნედლეულის და მასალების, კაპიტალის, ტექნოლოგიური შესაძლებლობების და კვალიფიციური კადრების რაციონალურ გამოყენებას. ასევე მნიშვნელოვანია გარე ფაქტორების ანალიზი, რაც ეხმარება დარგს გარე სამყაროსთან ადაპტირდებაში.

კვლევები გვიჩვენებს, რომ ტურიზმის დარგის განვითარება ეხმარება ეკონომიკის გაძლიერებას. ტურიზმის დარგის განვითარებისას აუცილებელი და მნიშვნელოვანია სახელმწიფოს როლიც. სახელმწიფო მართვის ორგანოები ეხმარებიან და პირობებს უქმნიან ტურისტულ კომპანიებს, რომ ტურიზმის ინდუსტრიამ მიაწოდოს მოგზაურებს მათი მოთხოვნების შესაბამისი, ასევე მომხმარებლის უსაფრთხოების ნორმების შესაბამისი მომსახურება.

დანიშნულების ადგილების სწორად დაგეგმვა ემსახურება ბაზარზე კონკურენტული უპირატესობის მოპოვებას. დაგეგმვა მოქმედებს მოკლევადიან მიზნებზე და მიზნად ისახავს და ორიენტირებულია მოგების, შემოსავლის მიღების მოტივაციაზე, ხაზს უსვამს ბევრ მნიშვნელოვან სამომავლო საკითხებს, რაც ემსახურება დარგის განვითარებას და ეკონომიკის გაძლიერებას.

Summary

The present research „Tourism Industry and its Impact on Regional Economic Development“ is aimed to explore one of the most recognized sectors of the world economy-tourism. It considers the field of operation of economic, analysis of legal and psychological factors, the development of features and trends in evaluating the special importance for the development of national economics.

It is reviewed that tourism is essential and prioritized field for Georgian economy and how it has changed the dynamics of the tourism development in the recent years. Tourism effects the development of society and appropriate conditions must exist in the country for the further development of this sector. Tourism business promotes the development of socially-economical development of poorly developed, relatively backward regions. Development of tourism for the population of these regions is a source of additional income.

The study examines that the analysis of the field of tourism focuses particularly on issues such as: tourism potential of the country, types of tours, requests, etc.

Currently tourism is in the new, initial stage of development in Georgia. There is a great deal of support for this sector, but still it has not yet become a field of economy that would be the source of the country's budget and currency. Georgia needs tourism attractiveness and facilitate rational use of tourism resources.

The study comprises the key issues related to the impact of individual sectors on the economy of the country, which is often the subject of the researchers' studies. The interest in economics is very high.

The impacts of tourism economics are often influenced by economic impact models, such as : Capacity Utilization Model, Regional Economy Model and Impact Analysis for Planning Model.

The use of these models is of great importance to small countries, as more detail becomes the study of the development of the sector, the relationship between the economic sectors and happening changes in the economy.

Impact on tourism economics is often analysed through economic impact models. These models include: Capacity Utilization Model (CUM), Regional Economics Model Inc (REMI) and Impact Analysis for Planning. The work deals with the advantages of each of these models and when they are available.

The CUM (Capacity Utilization Model) model was developed in 1990 by Henry Fishkind in Florida, which will enable the analysis of impact on the economy. H. Fishkind and its partners have conducted many tourism research using this method in the US and other countries. This model -CUM quantitatively determines the impact of economy in the local economy. The model deals with the hotel industry as the main element. In order to evaluate the tourism possibilities of the region, along with the main element it is important to know how many rooms are available or busy, or how their data changes in a certain period of time. According to the model there is an opportunity to use the information – how long visitors stay in hotel rooms, to make a comparative analysis of tourists instead of hotel-with friends and relatives homes to determine the number of people who choose camps for tents or apartments, as well as visitors to attend certain events and not stay on the same area.

REMI- (Regional Economic Models, Inc.) - is the most common model and econometric model (Input-Output or I / O Model). It is based on neoclassical theory and was founded in 1980. This model describes the sectors in the economy of the region, as well as between private and public sectors, the flow of money, which requires a single sector to produce a certain amount of value - thus predicting the flow of money.

REMI shares two opinions - households maximize their benefits, and thus producers increase their profits.

The advantage of this model is that it is dynamic input-output economical model and can be used for predicting both direct and indirect economic effect for a long period of time. Other models are used for static or one-year periods.

A separated chapter in the work is dedicated to tourism development in Georgia as one of the most important priorities of recent years. Nevertheless, in our country, the role of this sector is not well evaluated in the growth of the country's economy. There are many problems in tourism research in Georgia.

Thus, the analysts of impact on the economy of the tourism industry gives very important information. It evaluates tourism activities in the region and country economics. The economic impact analysis reveals the relationship between the economic sectors and assesses the current changes in the economy.

In the work it is also discussed that the strategy is one of the tools to achieve success in the market. It focuses on the central, integrated, internal possibilities of the firm and external factors that serve to achieve the desired goal.

Strategic planning should be properly distributed to resources including distribution of raw materials, capital, technological capacities and qualified personnel. Analysis of external factors is also important, which helps the field adapt to the outside world.

Studies show that the development of tourism industry helps to strengthen the economy. The role of the state is essential when developing the tourism industry. The state governments help and provide conditions for tourism companies to provide to the tourism industry with the services relevant to their requirements as well as customer safety norms.

Proper planning of touristic destinations serves to gain a competitive advantage in the market. Good planning is based on short-term goals and aimed at generating income, motivating income and emphasizing many important future issues that serve to develop the whole community.

შესავალი

თემის აქტუალობა. ტურიზმი მსოფლიო ეკონომიკის ერთ-ერთ მნიშვნელოვან დარგს წარმოადგენს. ამ დარგის ფუნქციონირების ეკონომიკური, სამართლებრივი და ფსიქოლოგიური ფაქტორების ანალიზს, განვითარების თავისებურებისა და ტენდენციების შეფასებას განსაკუთრებული მნიშვნელობა აქვს ეროვნული ეკონომიკის განვითარებისათვის. საქართველოში ტურიზმი ეკონომიკის პრიორიტეტულ სფეროს წარმოადგენს და მის განვითარებას განსაკუთრებული ყურადღება ექცევა. უკანასკნელ წლებში მისი განვითარების დინამიკა არსებითად შეიცვალა. ტურიზმის სფერო სწრაფი ტემპით ვითარდება. ოფიციალური მონაცემების მიხედვით, ტურიზმის სექტორის ზრდის მიხედვით საქართველო ერთ-ერთი მოწინავე ქვეყანაა და ამ მხრივ ჩვენი ქვეყნის მაჩვენებელმა მსოფლიო ტურიზმის ზრდის მაჩვენებელსაც კი გაუსწრო.

გაერო (გაერთიანებული ერების ორგანიზაცია- United Nations Organization) ტურიზმს განსაზღვრავს როგორც მიგრაციას, რომელიც არაა დაკავშირებული მუდმივი საცხოვრებელი ადგილის შეცვლასთან, ანუ ტურისტის მოძრაობა მოგზაურობის საწყის ადგილზე დაბრუნებით მთავრდება.

ტურიზმი ძალიან დიდ გავლენას ახდენს საზოგადოების სტაბილურ განვითარებაზე, მატერიალური მდგომარეობის გაუმჯობესებასა და სულიერი მოთხოვნილებების დაკმაყოფილებაზე. მისი განვითარებისთვის კი აუცილებელია ქვეყანაში არსებობდეს შესაბამისი პირობები.

ტურისტული ბიზნესი ხელს უწყობს სუსტად განვითარებული, შედარებით ჩამორჩენილი რეგიონების სოციალურ-ეკონომიკურ წინსვლას. ამ რეგიონების მოსახლეობისათვის ტურიზმის განვითარება დამატებითი შემოსავლის წყაროა. ბოლო წლებში ცნობილია როგორ გაიზარდა და ტურისტულად მომხიბვლელი გახდა პატარა კუნძულოვანი სახელმწიფოები მალდივის კუნძულები, მალტა, ბარბადოსი, ბაჰამის კუნძულები და სხვ., რადგან იქ ეკოლოგიურად სუფთა გარემო და მიმზიდველი ტურისტული სერვისია.

ტურიზმის დარგის მდგომარეობის ანალიზის დროს განსაკუთრებული ყურადღება ექცევა ისეთ საკითხებს, როგორცაა: ქვეყნის ტურისტული პოტენციალი, ტურების სახეობები, მათზე მოთხოვნა და სხვ.

ნაშრომის მიზანი და ამოცანები. კვლევის მიზანია საქართველოში ტურიზმის დარგის მდგომარეობის და განვითარების ტენდენციების, ეროვნულ ეკონომიკაზე საერთაშორისო ტურიზმის გავლენის კვლევა, აღნიშნული მიზნების განხორციელებისთვის აუცილებელია შემდეგი ამოცანების გადაწყვეტა:

- ტურიზმის საერთო მდგომარეობის შესწავლა;
- საქართველოში ტურიზმის მდგომარეობის და განვითარების მიმართულებების შესწავლა;
- ტურისტული ბაზრის, მისი ფორმირების კანონზომიერების დადგენა და დარგის თავისებურებების შესწავლა;
- ეროვნულ ეკონომიკაზე ტურიზმის დარგის გავლენის შეფასების მოდელების განხილვა და გამოყენება;
- ტურიზმის განვითარების სტრატეგიის შესწავლა.

ნაშრომის მეცნიერული სიახლე. შესწავლილ იქნა ეკონომიკის საერთო მდგომარეობა, მისი ცალკეული სექტორების განვითარების მიმართულებები და მისი თავისებურებები,

- დახასიათებულია თუ რა მნიშვნელობა აქვს ტურიზმს რეგიონის ეკონომიკის განვითარებისათვის;
- რა გავლენა აქვს ტურიზმს ეკონომიკის შემოსავლების ზრდაზე;
- შესწავლილია საქართველოში ტურიზმის განვითარების სტრატეგია;
- შეფასებულია მისი როლი ეროვნულ ეკონომიკაში.

კვლევის ობიექტი და საგანი. კვლევის ობიექტია ტურიზმის დარგი, შესწავლილია მისი გავლენა ეკონომიკაზე, ეკონომიკაზე ტურიზმის ზეგავლენის დადგენის მიზნით მოდელების შერჩევა და გამოყენების შესაძლებლობები და ტურიზმის დარგის სრულყოფის გზების განსაზღვრა.

ნაშრომის თეორიული მნიშვნელობა და მეთოდოლოგია. შესწავლილი იქნა ქართველი და უცხოელი მეცნიერების შრომები და კვლევები, საქართველოს

სტატისტიკის სახელმწიფო დეპარტამენტის, საქართველოს ეკონომიკის და მდგრადი განვითარების სამინისტროს, საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის გამოქვეყნებული ანგარიშები, მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციის მონაცემები, ტურიზმის საკითხებისადმი მიძღვნილი საერთაშორისო კონფერენციების მასალები.

კვლევის მეთოდოლოგიურ საფუძველს წარმოადგენს თანამედროვე ეკონომიკის თეორია და მენეჯმენტის მეცნიერების ძირითადი პრინციპები და კანონზომიერებები. გამოყენებულია ანალიზის და სინთეზის, ინდუქციისა და დედუქციის, სტატისტიკური ანალიზის მეთოდები.

ტურიზმის დარგის განვითარების ტენდენციები და ასპექტები ფართოდაა გაშუქებული სამამულო და უცხოურ ლიტერატურასა და სამეცნიერო შრომებში. განსაკუთრებით აღსანიშნავია ისეთ მეცნიერთა შრომები, როგორცაა: John Adams, Hafiz T.A.Khan, Robert Raeside, David White, , Bruce L.Berg, Stynes, D.J, Baker, K, Aydin, N, Archer, B.H, Ryan, C, Rickman, D.S, Schwer, R.K. და სხვა.

ტურიზმის დარგის, ტურიზმის ეკონომიკის საკითხებზე მნიშვნელოვანი კვლევები აქვთ ასევე ჩატარებული ქართველ მეცნიერებს: ლარისა ყორღანაშვილს, ლილი კოჭლამაზიშვილს, ლარისა დოლიკაშვილს, მარინა მეტრეველს, მარია მარგველაშვილს, ნიკო კვარაცხელიას და სხვა.

ამა თუ იმ დარგის კვლევა საკმაოდ დიდ ძალისხმევას, შესაბამის ცოდნას და გამოცდილებას მოითხოვს. დიდი მნიშვნელობა აქვს თუ რა მეთოდი იქნება გამოყენებული, რომ დასმული პრობლემა სწორად გადაიჭრას, რაც განსაზღვრავს შემდგომში კვლევის წარმატებას და ადეკვატურობას.

ნაშრომზე მუშაობის დროს გამოყენებულ იქნა სოციალური კვლევა, რაც გულისხმობს მონაცემთა შეგროვებას, ორგანიზებას და მნიშვნელოვანია ანალიზის ჩატარებისათვის. ეს მეთოდი საშუალებას იძლევა დადგინდეს ტურიზმის დარგისადმი საზოგადოების დამოკიდებულება.

უნდა აღინიშნოს, რომ სოციალური კვლევის მეთოდები ორ დიდ ჯგუფად იყოფა: რაოდენობრივ და თვისებრივ მეთოდებად. მათი საერთო მიზანია- სოციალურ ფენომენტა გაგება და ახსნა- თუმცა ამისთვის განსხვავებულ ტექნიკას მიმართავენ. (წულაძე 2008:4-13)

ტურისტული კვლევები ბოლო პერიოდში ძალიან პოპულარული გახდა. ადგილობრივი მთავრობა, დაინტერესებული პირები უფრო ეფექტურ გადაწყვეტილებებს იღებენ იმ შედეგების შემდეგ რაც ამ კვლევებისას გამოვლინდება. (Dwyer...2012: 189).

რაოდენობრივი კვლევა მონაცემთა მოპოვების ერთ-ერთი უმთავრესია. მონაცემების შეგროვების მთავარი ინსტრუმენტი მასობრივი გამოკითხვაა, რაც გულისხმობს კითხვარის შედგენას ამა თუ იმ საკითხის მიმართ მოსახლეობის დამოკიდებულების შესასწავლად, კვლევაში მონაწილე მიზნობრივი ჯგუფის გამოყოფას, კვლევის ჩატარებას, მონაცემების დამუშავებას და ანალიზს, და ბოლოს, კვლევის შედეგების საფუძველზე რეკომენდაციების შემუშავებას. მასობრივი გამოკითხვა ორი ტიპისაა: ანკეტირება და ინტერვიუ. (წულაძე 2008:4-13). ყველა რესპოდენტი განიხილება არა როგორც უნიკალური პიროვნება, თავისი შინაგანი სამყაროთი, არამედ როგორც სოციალური ერთობის ნაწილი. ისინი გვაწვდიან საკუთარ მოსაზრებას და გვაწვდიან ინფორმაციას ჩვენთვის საინტერესო სოციალური ფენომენის ან მისი შეფასების შესახებ. (ზურაბიშვილი 2006: 6).

ბიზნესის სფეროში კვლევებს ატარებენ შემდეგი მიზნების მისაღწევად: კონკურენტული უპირატესობის მოსაპოვებლად, ახალი პროდუქტისა და სერვისის ტესტირებისათვის, მენეჯმენტის პრობლემების გადასაჭრელად, ინფორმაციის მისაღებად რომელიც დაეხმარება ბიზნესს მომავალი პრობლემების თავიდან აცილებაში, მომავალი გაყიდვების პროგნოზირებისთვის, მომხმარებლის დამოკიდებულებებისა და გემოვნების ცვლილებების უკეთ გასაგებად, მოგების გასაზრდელად, ოპერაციული ხარჯების შესამცირებლად და მენეჯმენტისთვის, რომ დაგეგმონ სტრატეგიული პრიორიტეტები მომავლისათვის. კვლევებს ატარებენ სამთავრობო უწყებები, კვლევითი კომპანიები, საწარმოები ან სერვისული კომპანიები, სამეცნიერო დაწესებულებები, მოხალისეთა ორგანიზაციები, სარეკლამო სააგენტოები, მარკეტინგული კვლევის კომპანიები.

კვლევის შედეგები რომ სრული იყოს ამისათვის საჭიროა კვლევის ჩატარება წინასწარ შედგენილი პროგრამის მიხედვით. კვლევა რამდენიმე ეტაპისგან შედგება: გამოკვლევის პროგრამის შემუშავება, საველე ეტაპი - ინფორმაციის შეგროვება,

ინფორმაციის დამუშავება, მიღებული შედეგების ანალიზი, კვლევის ანგარიშის მომზადება და პუბლიკაცია. მნიშვნელოვანია პროგრამის მეთოდოლოგიურ ნაწილი, რაც გულისხმობს: პრობლემის ჩამოყალიბებას, კვლევის თემისა და ობიექტის განსაზღვრას, გამოკვლევის მიზნისა და ამოცანების დასახვას და გამოკვლევის ჰიპოტეზის ჩამოყალიბებას. (Berg 2001:2-60).

ნაშრომის პრაქტიკული მნიშვნელობა. ტურიზმის დარგის მდგომარეობის შესწავლის და შეფასების საფუძველზე გამოკვეთილია დარგის განვითარების პრობლემები. აღნიშნული პრობლემები განხილული და შესწავლილია, როგორც თეორიული მნიშვნელობის და დასაბუთების, ასევე პრაქტიკული გამოყენების თვალსაზრისით. ნაშრომის ძირითადი დებულებები, თეორიული და პრაქტიკული რეკომენდაციები შეიძლება გამოყენებულ იქნეს დარგის მართვის ორგანოების მიერ დარგის განვითარების პერსპექტიული ამოცანების განსაზღვრისას. თეორიული დებულებები კი უმაღლესი სასწავლებლების მიერ ტურიზმის დარგის სპეციალისტების მომზადებისას.

ნაშრომის სტრუქტურა: სადისერტაციო ნაშრომის პირველ თავში „ტურიზმის დარგი - ეკონომიკის ზრდის ერთ-ერთი პირობა“ განხილულია თეორიული საკითხები და ტურიზმის დარგის მახასიათებლები. დახასიათებული და შეფასებულია დარგის მარეგულირებელი საკანონმდებლო ბაზა. დახასიათებულია საერთაშორისო და შიდა ტურები და მისი მახასიათებლები.

ნაშრომის მეორე თავში: ნაშრომის მეორე თავში „ტურიზმი და ეროვნული ეკონომიკა“ განხილულია ტურისტული ბაზარი და მისი ფორმირების თავისებურებები საქართველოში. დახასიათებულია ეროვნულ ეკონომიკაზე ტურიზმის დარგის გავლენის შეფასების მოდელები. ასევე განხილულია საერთაშორისო ტურიზმის გავლენა ეროვნულ ეკონომიკაზე.

დისერტაციის მესამე თავი: ხოლო ნაშრომის მესამე თავში დახასიათებულია ტურიზმის განვითარების სტრატეგია გლობალიზაციის პირობებში და ტურისტული კომპანიების როლი დარგის სტრატეგიულ დაგეგმვაში. შეფასებულია ტურიზმის განვითარების სტრატეგია და მისი მნიშვნელობა ეროვნულ ეკონომიკის განვითარებისათვის.

თავი 1. ტურიზმის დარგი - ეკონომიკის ზრდის ერთ-ერთი პირობა

1.1. ტურიზმის დარგის მდგომარეობა და განვითარების ტენდენციები

ტურიზმი არის სოციალურ-კულტურული მომსახურება, რომელიც დიდ როლს ასრულებს საზოგადოების განვითარების ეკონომიკური და სოციალურ განვითარებაში, საზოგადოების მიზნების შესრულებაში. ტურიზმის დარგი ეხმარება ახალი სამუშაო ადგილების შექმნას, ხელს უწყობს დასაქმებას, მცირე ბიზნესის განვითარებას. აღნიშნული გარემოებების გათვალისწინებით მრავალ ქვეყანაში ეს დარგი სახელმწიფოს შემოსავლის მნიშვნელოვან წყაროს წარმოადგენს.

ტურიზმი ადამიანთა მოგზაურობას და საცხოვრებელი ადგილის გარეთ დასვენებას, ბიზნესს და სხვა მიზნით დარჩენას გულისხმობს, არა უმეტეს ერთი წლისა. (Robert W. Wyllie 2011: 17).

ტურიზმი ითვალისწინებს სხვადასხვა ტურისტული მომსახურებისა და ტურისტული საქონლის მიწოდებას ადამიანის კულტურული და სულიერი მოთხოვნილებების დაკმაყოფილების მიზნით.

ადამიანთა მოძრაობა ტურიზმად რომ ჩაითვალოს აუცილებელია ეს მოგზაურობა გულისხმობდეს უკან, მუდმივ საცხოვრებელ ადგილას დაბრუნებას. ეს მოგზაურობა არ არის არც საცხოვრებელი ადგილის შეცვლა და არც ახალი საცხოვრებელი ადგილის ძიება. ამდენად ტურიზმი გლობალური მნიშვნელობის მქონე ეკონომიკური აქტივობაა. მოთხოვნა ტურიზმზე იზრდება უფრო სწრაფად, ვიდრე ეკონომიკური აქტივობების სხვა სფეროები.

ტურიზმი უდიდეს როლს თამაშობს ადამიანთა ცხოვრებაში. 1989 წლის ჰააგის დეკლარაციის პირველ პრინციპში აღნიშნულია, რომ ტურიზმი იქცა მოვლენად, რომელიც შემოვიდა მილიონობით ადამიანის ყოველდღიურ ცხოვრებაში:

ა) ადამიანების თავისუფალი გადაადგილება მათი საცხოვრებელი და სამუშაო ადგილებიდან, მომსახურების სფერო, რომელიც შექმნილია მათი მოთხოვნილებების დასაკმაყოფილებლად;

ბ) ადამიანთა ცხოვრებისა და თანამედროვე საზოგადოებისათვის უმნიშვნელოვანესი საქმიანობის სახეა, რომელიც ერების ცხოვრების ყველა სექტორის ინტერნაციონალიზაციის შედეგად გადაიქცა ცალკეული პირების მიერ თავისუფალი დროის გამოყენებისა და პიროვნებათაშორისი კავშირებისა და პოლიტიკური, ეკონომიკური და კულტურული კონტაქტების ძირითად საშუალებად;

ტურიზმი მიგრაციაა, რომელიც არაა დაკავშირებული მუდმივი საცხოვრებელი ადგილის შეცვლასთან ანუ ესაა მოგზაურობები, რომლებიც მოგზაურობის საწყის ადგილზე დაბრუნებით მთავრდება. (გაერთიანებული ერების ორგანიზაცია- United Nations Organization).

მსოფლიოს ტურისტული ორგანიზაციის გენერალური ასამბლეის მიერ მიღებული „ტურიზმის გლობალური ეთიკური კოდექსის“ (სანტიაგო, ჩილე, 1999 წლის 1 ოქტომბერი) თანახმად, ტურიზმი არის:

- ინდივიდუალური და კოლექტიური სრულყოფის ფაქტორი;
- მდგრადი განვითარების ფაქტორი;
- სფერო, რომლის იყენებს კაცობრიობის კულტურულ მემკვიდრეობას და შეაქვს თავისი წვლილი მის გამდიდრებაში;
- საქმიანობა, რომელიც ერთნაირად სასარგებლო და მომგებიანია მასში მონაწილე ქვეყნებისა და ხალხებისათვის.

ტურიზმი ძალიან დიდ გავლენას ახდენს ქვეყნის ეკონომიკის, საზოგადოების სტაბილურ განვითარებაზე, მატერიალური მდგომარეობის გაუმჯობესებასა და სულიერი მოთხოვნილებების დაკმაყოფილებაზე.

ტურიზმი ხელს უწყობს ეროვნული ეკონომიკის განვითარებას და ადამიანთა სოციალურ-კულტურული ურთიერთობის ყველაზე მასობრივ და ცივილიზებულ ფორმად ითვლება. დარგის განვითარება პირდაპირ დაკავშირებულია სოციალურ, კულტურულ, საგანმანათლებლო და ეკონომიკურ სფეროებთან, ასევე სახელმწიფოთა ეკონომიკურ ურთიერთობებთან.

რეგიონის ტურიზმის დარგი არის სოციალური და ეკონომიკური სისტემა, შიდა და გარე ფაქტორებისგან შემდგარი, რომლის დროსაც ტურისტული პროდუქტი წარმოიქმნება და რეალიზდება. ტურისტები, ტურისტული ინფრასტრუქტურა,

ადგილობრივი მოსახლეობა, ხელისუფლების ორგანოები და სხვა, რომელთა საქმიანობაც მიმართულია იმისათვის რომ ყველა საუკეთესო პირობა შეუქმნას ტურისტს და მათ მოთხოვნები დააკმაყოფილოს წესების და ნორმების დაცვით. (Севастьянова 2006).

ტურიზმის დარგი აერთიანებს სხვადასხვა დამოუკიდებელი დარგების შემადგენელ ერთეულებს, მაგალითად სამგზავრო ინფრასტრუქტურა, რომელიც განეკუთვნება სატრანსპორტო დარგს. აქედან გამომდინარე არ შეიძლება ტურიზმი განხილულ იქნას მისი შემადგენელი ნაწილებიდან მხოლოდ ერთ-ერთის მაგალითზე, რადგან თითოეულ მათგანს გადამწყვეტი მნიშვნელობა ენიჭება მთლიანად ტურიზმის, როგორც დარგში გაწეული დანახარჯების აღრიცხვის თვალსაზრისით. მაგალითად, არ არსებობს არავითარი ტურიზმი ვიზიტორთა გადაადგილების გარეშე, შესაბამისად დანახარჯებს ტრანსპორტირებაზე ყოველთვის მნიშვნელოვანი ადგილი უჭირავს ტურიზმის სფეროში გაწეულ მთლიან დანახარჯებში.

ტურიზმი, როგორც სოციალურ-ეკონომიკური კატეგორია, წარმოადგენს მსოფლიო ეკონომიკის აღიარებულ სექტორს და საერთაშორისო მომსახურებით ვაჭრობის ლიდერს. ამ დარგის ფუნქციონირების ეკონომიკური, სამართლებრივი და ორგანიზაციული ფაქტორების ანალიზს, განვითარების თავისებურებისა და ტენდენციების შეფასებას განსაკუთრებული მნიშვნელობა აქვს ეროვნული ეკონომიკის განვითარებისათვის.

ტურიზმის ეკონომიკური ანალიზისთვის ძალიან მნიშვნელოვანია მისი როლის განსაზღვრა ქვეყნის ეკონომიკაში, ქვეყნის შემოსავლების ზრდაში. ქვეყნის ეკონომიკისთვის ტურიზმი უცხოური ვალუტის შემოდინების წყაროა.

მსოფლიო ეკონომიკის მდგრადი განვითარების საკითხებზე მრავალი ფორუმია ჩატარებული, ერთ-ერთია იოჰანესბურგში ჩატარებული მსოფლიო სამიტი (2002 წ. 22 აგვისტო- 2 სექტემბერი). იოჰანესბურგის მსოფლიო სამიტი მსოფლიო ეკონომიკის მდგრადი განვითარების საკითხებზე მოეწყო, სადაც შეიკრიბა ათიათასობით მონაწილე, მათ შორის სახელმწიფოს მეთაურები და მთავრობის წევრები, არასამთავრობო ორგანიზაციების ლიდერები და წარმომადგენლები, ასევე ბიზნესმენები. საკითხები რომელიც მათ განიხილეს ეხებოდა ადამიანის ცხოვრების გაუმჯობესებას, ბუნებრივი რესურსების რაციონალურად გამოყენებას, მოსახლეობის ზრდას და მათ გაზრდილ

მოთხოვნებს საკვების, თავშესაფრის, წყლის, ელექტროენერჯის, ჯანდაცვის და ეკონომიკური უსაფრთხოების თემებს.

ამ უმაღლესი დონის მეორე მსოფლიო შეხვედრაზე, მსოფლიო ეკონომიკის მდგრადი განვითარების მიღწევის პროცესში ტურიზმი ოფიციალურად იყო ჩართული. მას მნიშვნელოვანი წვლილი შეაქვს გაერთიანებული ერების გენერალური ასამბლეის „ათასწლეულის განვითარების“ მსოფლიო სამოქმედო პროგრამაში: „მდგრადი განვითარება- სიღარიბის დაძლევა“. (Johannesburg Summit.A/conf.199/20).

UNWTO-ს - მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციის მონაცემებით, მთელს მსოფლიოში საერთაშორისო ტურისტთა ნაკადმა 2007 წელს 898 მლნ კაცს მიაღწია, შემოსავალი კი შეადგენდა 733 მლრდ დოლარს. 2020 წელს მათი პროგნოზით მსოფლიოში ტურისტების რიცხვი 1.6 მლრდ-მდე გაიზრდება.

საქართველოს მთავრობის მიერ ტურიზმი ჩვენს ქვეყანაშიც აღიარებულია ეროვნული ეკონომიკის განვითარების ერთ-ერთ მნიშვნელოვან დარგად. ტურიზმმა დიდი როლი უნდა შეასრულოს ქვეყნის სოციალურ-ეკონომიკური წინსვლის უმნიშვნელოვანესი ამოცანების განხორციელებაში.

ამ დარგს კიდევ ერთი მნიშვნელოვანი ფუნქცია აკისრია - ტურისტებს ეკოლოგიურად სუფთა, გადაუტვირთავი და ბუნებრივი ადგილები იზიდავთ. ამდენად ტურისტული საქმიანობა დაკავშირებულია ბუნების, ისტორიული მემკვიდრეობის და შესაბამისი ტერიტორიის კულტურული თვითმყოფადობის დაცვასთან.

ტურისტის კმაყოფილების ხარისხი იზომება არა მარტო კარგი საკვებით, მზიანი ამინდით და სასტუმროს კომფორტული ნომრით, არამედ ის აფასებს მიღებულ შთაბეჭდილებას როგორც „ტურიზმის ერთიან პროდუქტს“, რომელიც წარმოადგენს მატერიალური და არამატერიალური ფაქტორების ერთობლიობას. ტურისტი რომ ბოლომდე კმაყოფილი იყოს, ყველაფერი უნდა დაიგეგმოს ტურიზმის ინდუსტრიის ყველა სექტორის განვითარების ყველა ეტაპზე.

ტურიზმი 21-ე საუკუნის დასაწყისისათვის მსოფლიო კულტურასა და ეკონომიკაში მდგრადი განვითარების დარგად ჩამოყალიბდა, რომელმაც განსაკუთრებული ადგილი დაიკავა გლობალურ ეკონომიკურ სტრუქტურაში. ტურიზმმა რომ ეკონომიკური მოგება

მოუტანოს ქვეყანას, ქალაქს, მისი განვითარება უნდა ატარებდეს მდგრად ხასიათს. განვითარების თვალსაზრისით ძალიან დიდი მნიშვნელობა აქვს განახლების სისტემას, დასახლებათა ტრადიციულ არქიტექტურას და ისტორიულ-კულტურულ მემკვიდრეობას. ტურიზმის განვითარებისთვის საჭიროა არსებობდეს შემდეგი კომპონენტები:

- 1) თავისუფალი დროის გატარების ფორმები და ღირშესანიშნაობები.
- 2) ტურისტული ნაკადების მიღების და მომსახურების ინფრასტრუქტურა.
- 3) სატრანსპორტო ინფრასტრუქტურა და მომსახურება;
- 4) ადგილობრივი საინჟინრო -ტექნიკური ინფრასტრუქტურა;
- 5) მოგზაურობების ორგანიზება.

ტურისტული საინფორმაციო მომსახურებისთვის საჭიროა სამსახურების არსებობა და ტურისტული პროდუქტის ბაზარზე გატანა. (ხაზარაძე 2008: 92-95).

ეროვნული ეკონომიკის განვითარების პრიორიტეტულ მიმართულებად მიიჩნევა ტურიზმი, საქართველოს ეკონომიკაშიც ამ სფერომ უნდა დაიკავოს მნიშვნელოვანი ადგილი, რადგან ტურიზმის ინდუსტრიას, როგორც მომსახურების სფეროს, განსაკუთრებული ადგილი უჭირავს მსოფლიო ეკონომიკის განვითარებაში და საქართველო ამ მხრივ გამონაკლისს არ წარმოადგენს. საქართველოში ტურიზმის განვითარება ხელს შეუწყობს ეკონომიკის ზრდას, ქართული ტრადიციების კულტურულ და ისტორიული ფასეულობების პოპულარიზაციას, რაც მოსახლეობას დამატებით შემოსავლებს აძლევს და უმუშევრობის დონეს საგრძნობლად ამცირებს.

ტურიზმი ეკონომიკისა და ბიზნესის წარმართვის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ფაქტორი გახდა. ტურიზმის დარგის განვითარების საკითხების კვლევას 50-იან წლებთან შედარებით დიდი ყურადღება ექცევა, რაც განპირობებულია იმით, რომ ტურიზმი განიხილება არა როგორც უბრალოდ დასვენება, მოგზაურობა, არამედ, როგორც აუცილებელი, მუდამ მოთხოვნადი, განვითარებადი სოციალურ მოთხოვნილებათა სფერო.

ტურიზმის მდგომარეობა და მისი განვითარების მასშტაბების აღწერა ანალიზს უნდა ემყარებოდეს. უნდა გაკეთდეს ანალიზი თუ ვინ არის დარგის საქმიანობის მნიშვნელოვანი მონაწილე ჯგუფები, ვისზე ახდენს ზეგავლენას ტურისტული ინდუსტრიის მდგომარეობა თუ განვითარება. ვინაიდან ტურიზმის არის მოვლენების,

კავშირების და ურთიერთობათა ერთობლიობა, რომელიც თან სდევს მოგზაური ადამიანის ინტელექტუალურ განვითარებას და მის შემეცნებით მოგზაურობას.

ტურიზმთან დაკავშირებული ოთხი სხვადასხვა მიმართულება შეიძლება გამოიკვეთოს:

1. *ტურისტი*. ტურისტი მარშრუტებს და ღონისძიებებს ირჩევს თვითონ იმის მიხედვით თუ როგორი სახის სიამოვნების მიღება უნდა. მას სურს მიიღოს სხვადასხვა შთაბეჭდილება.

2. *მასპინძელი საზოგადოება*. ადგილობრივი მოსახლეობისთვის დიდი მნიშვნელობა აქვს უცხოელ ტურისტთან ურთიერთობის შედეგებს, რომ სარგებლობა მოუტანოს მას და ორივე, მასპინძელი და სტუმარიც კმაყოფილი დარჩეს. ტურიზმის კულტურულ და დასაქმების ფაქტორებს ხედავს.

3. *მასპინძელი ქვეყნის მთავრობა*. პოლიტიკოსები საერთაშორისო ტურიზმიდან სავალუტო შემოსავლების მიღებასთან დაკავშირებულ საკითხებს ითვალისწინებენ. ასევე პირდაპირ თუ ირიბ ტურისტულ ხარჯებთან დაკავშირებულ საგადასახადო შემოსავლებს. მასპინძელი მთავრობა დიდ როლს ასრულებს ტურიზმის პოლიტიკის ჩამოყალიბებაში, მის განვითარებაში, განხორციელებაში და რეკლამირებაში. ისინი თავიანთ გეგმებს და ხედავს უკავშირებენ მოგებას, რომლის მიღებაც შეუძლიათ მათ მოქალაქეებს ტურიზმის ბიზნესიდან.

4. *ტურისტული პროდუქტისა და სერვისის უზრუნველყოფის ბიზნესი*. ბიზნესმენები ტურიზმს განიხილავენ, როგორც ტურისტული ბაზრის მოთხოვნის შესაბამისი სერვისს და პროდუქტების მიწოდებით მოგების მიღების შესაძლებლობას. (გელდნერი...2013:23-27).

საქართველოს დიდი ტურისტული პოტენციალი გააჩნია, რადგან გამოირჩევა ბუნებრივ-კლიმატური მრავალფეროვნებით. საქართველოს ტურისტულ შესაძლებლობებს განსაზღვრავს:

1) შავი ზღვის სანაპირო ზოლი - სიგრძე 318 კმ. ის მასობრივი ტურიზმის ერთ-ერთ ძირითად საფუძველს წარმოადგენს;

2) დიდი და მცირე კავკასიონის მთაგრეხილები. დიდი კავკასიონი გადაჭიმულია შავი ზღვიდან კასპიის ზღვამდე და სიგრძით 1500კმ-ს აღწევს. საქართველოს მთები

უადრესად ხელსაყრელია სამთო-სათხილამურო ტურიზმისა და ალპინიზმის განვითარებისათვის;

3) კურორტები: ქვეყანაში 102 კურორტი და კარგი საკურორტო პერსპექტივების მქონე 182 საკურორტო ადგილია. საქართველო აღიარებულია ღვინის სამშობლოდ. ქვეყნის სახელმწიფო მუზეუმში დაცულია ვაზის დასამუშავებელი იარაღი, რომელიც დამზადებულია ძველი წელთაღრიცხვის მესამე ათასწლეულში. მსოფლიოში ასეთი სიძველის ნივთი არსად არ არის აღმოჩენილი.

ჩვენს ქვეყანაში ტურიზმის განვითარებისთვის საკმაოდ დიდი და მრავალფეროვანი რესურსული პოტენციალია. ის ეკონომიკის ერთ-ერთი სპეციფიკური დარგია. საჭიროა ამ დარგის სიღრმისეულად შესწავლა და ყველაფრის გათვალისწინებით სახელმწიფო პოლიტიკის შემუშავება. ქვეყნის ეკონომიკური პოტენციალი და სტაბილურობა ტურისტული ბიზნესის განვითარებას უწყობს ხელს და პირიქით, ტურიზმის განვითარება ეხმარება ქვეყნის ეკონომიკურ პოტენციალის კიდევ უფრო გაძლიერებას.

საერთაშორისო ბაზარზე შეღწევა საკმაოდ ძნელია, საქართველოს ბაზარი კი თავისი ტევადობით წარმოების მაღალი ტემპებით განვითარებისათვის მცირეა. ამიტომ ექსპორტი და ადგილობრივი ბაზრის განვითარება ჩვენი ქვეყნის სოციალურ-ეკონომიკური განვითარებისთვის მეტად მნიშვნელოვანია. ტურიზმი - ქვეყნის მეურნეობის სხვა დარგებთან ერთად მაღალი შესაძლებლობებით გამოირჩევა, რადგან ამ დარგის განვითარება ეროვნული ეკონომიკის დარგების განვითარებისთვის აქტიურად მუშაობს. ამ დარგში ერთი სამუშაო ადგილის შექმნა სხვა დარგებში სულ ცოტა ორი სამუშაო ადგილის შექმნას უზრუნველყოფს, რადგანაც ტურისტების შემოდინება ხელს უწყობს ქვეყანაში სოფლის მეურნეობის, კვების მრეწველობის, ტრანსპორტის, მშენებლობის და ა.შ. ანუ ეკონომიკის მონათესავე დარგების განვითარებას.

უცხოელი ტურისტები მოიხმარენ ადგილობრივი წარმოების პროდუქციას, იღებენ მომსახურებას, რაც უცხო ქვეყნის ვალუტის შემოდინებას უწყობენ ხელს ქვეყანაში. ამით ისინი სტიმულს აძლევენ ეროვნული და ადგილობრივი ეკონომიკის განვითარებას. ტურისტული ბიზნესი ხელს უწყობს სუსტად განვითარებული, შედარებით ჩამორჩენილი რეგიონების სოციალურ-ეკონომიკურ წინსვლას. ამ რეგიონების მოსახლეობისათვის ტურიზმის განვითარება დამატებითი შემოსავლის წყაროა. ბოლო

წლებში ცნობილია როგორ გაიზარდა და ტურისტულად მომხიბვლელი გახდა პატარა კუნძულოვანი სახელმწიფოები, მაგალითად როგორცაა: მალდივის კუნძულები, მალტა, ბარბადოსი, სეიშელის კუნძულები, ბაჰამის კუნძულები რადგან იქ ეკოლოგიურად სუფთა გარემო და მიმზიდველი ტურისტული სერვისია. ადგილობრივი მოსახლეობის შემოსავლის უმთავრეს წყაროს კი ტურისტული მომსახურებიდან მიღებული შემოსავალი წარმოადგენს.

საქართველოს ცალკეულ რეგიონებს და მთლიანად საქართველოს, განვითარების უზარმაზარი შესაძლებლობები აქვს. ჩვენი ქვეყნის პოტენციალის დამახასიათებელი ფაქტორებია: მსოფლიო ტურიზმის ყველაზე დიდ ბაზართან - ევროპასთან სიახლოვე, შესანიშნავი კლიმატური პირობები, მდიდარი კულტურული მემკვიდრეობა, უძველესი ისტორიულ-არქიტექტორული ძეგლები, რომელთა მიმართაც ბოლო პერიოდში დაინტერესება და ყურადღება უფრო და უფრო ძლიერდება.

საქართველოში არის ძალიან მიმზიდველი და ლამაზი ბუნება, ზომიერი კლიმატი, მრავალფეროვანი ლანდშაფტი, მუდმივი თოვლით დაფარული კავკასიონის ქედი, შავიზღვისპირეთის სუბტროპიკული ზონა, ჩანჩქერები და მთის მდინარეები, კასტრული მღვიმეები, მრავალგვარი კურორტები, სამკურნალო და მინერალური წყაროები, ტრადიციული არქიტექტურა, ისტორიის და კულტურის უდიდესი და უნიკალური მემკვიდრეობა.

საქართველო გამორჩეულია რთული და მრავალფეროვანი რელიეფით, რაც ტურისტებისათვის გართობის საუკეთესო საშუალებაა. ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ფაქტორია ჯანსაღი ჰავა, რომელსაც განაპირობებს ჩვენი ადგილმდებარეობა ზომიერი ნოტიო ხმელთაშუაზღვისპირეთისა და მშრალი კონტინენტური კასპის აუზებს შორის.

მდინარეთა სიმრავლე იძლევა იმის საშუალებას რომ დაიგეგმოს სხვადასხვა სირთულის სპორტული მარშრუტები, რაც განავითარებს სამდინარო ტურიზმს. ეს შეიძლება გაკეთდეს ბაზალეთის, რიწის, ფარავნის ტბებზე, ასევე ჩანჩქერებზე.

ქვეყანა განსაკუთრებული კლიმატური პირობებით და კეთილმოწყობილი პლაჟებით გამოირჩევა და განსაკუთრებით აღსანიშნავია შავიზღვისპირა ზოლი, რაც ტურისტების მოზიდვის საუკეთესო საშუალებაა.

ასევე აღსანიშნავია სამთო-სათხილამურო და ალპინიზმის განვითარებისთვის მდიდარი რესურსი. ჩვენი ქვეყნის ეროვნული პარკების: ბორჯომ-ხარაგაულის, კოლხეთის, ივრის ზეგანის, ერუშეთის-კეთილმოწყობა და ტურისტული ინფრასტრუქტურის განვითარება ადგილობრივი მოსახლეობის სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების დონეს საკმაოდ გაზრდის. ეკოტურიზმის განვითარებისთვის ეს რესურსი საკმარისია.

საქართველოში 12 ათასზე მეტი ისტორიული და არქიტექტორული ძეგლი და 150-მდე მუზეუმი. უამრავი ბრინჯაოს ხანის ძეგლია, ასევე უძველესი მონასტრები, ხიდები, სასახლეები და სხვა ნაგებობები. (ხაზარაძე 2008: 92-95). ყოველივე ეს ტურიზმის განვითარებისთვის დიდ შესაძლებლობებს ქმნის. შესაბამისად ეკონომიკის ზრდის პოტენციალსაც წარმოადგენს.

საქართველოსთვის ტურიზმი და კურორტები განუყოფელია. როდესაც კურორტზე ტურისტი ისვენებს, აქვს კულტურული და შემეცნებითი ტურები, ასევე მას შესაძლებლობა ეძლევა გაჯანსაღების და მკურნალობის საშუალებებითაც ისარგებლოს. ამრიგად, ტურისტული მარშრუტების დაგეგმვა საკურორტო ადგილის და კურორტის შესაძლებლობების გათვალისწინების გარეშე წარმოუდგენელია.

საქართველოს ულამაზეს ბუნებას და ლანდშაფტებს ემატება 35 ათასი ისტორიული ძეგლი, მათგან ხუთს სახელმწიფო იცავს. ოთხი აქედან 1994 წელს იუნესკოს მსოფლიო ძეგლთა დაცვის სიაში შევიდა:

- 1) გელათის სამონასტრო კომპლექსი;
- 2) ბაგრატის ტაძარი ქუთაისში;
- 3) უშგულის არქიტექტორული კომპლექსი;
- 4) მცხეთა- საქართველოს უძველესი დედაქალაქი.

ვიზიტორი ძალიან დიდ ყურადღებას აქცევს ბუნებრივ პირობებს, ფლორას და ფაუნას, როდესაც სამოგზაურო რეგიონს არჩევს. ამრიგად, დიდ როლს თამაშობს რეგიონის გეოგრაფიული მდებარეობაა, მთასთან, ტყესთან ან ზღვასთან სიახლოვე. რადგანაც მოგზაურობა, გარემოს შეცვლა ეგზოტიკასთან ასოცირდება, და ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ნაწილია ტურისტული რესურსების.

მთიან რელიეფს დიდი უპირატესობა გააჩნია, ვიდრე ბარს, რადგანაც ტურისტები რთულ და შთამბეჭდავ რელიეფს უფრო მეტ მნიშვნელობას ანიჭებენ, იმის გამო, რომ იქ სუფთა ჰაერია, სამთო სათხილამურო სპორტია განვითარებული. ძალიან ბევრი მთიანი რეგიონი დღეს პოპულარულ და აყვავებულ ტურისტულ ცენტრად იქცა.

ტყეებიც ტურისტული რესურსების ჩამონათვალში შედის, რადგან იქ იზოლირების საშუალებაა და ნაკლები ხმაურია. ასეთი ტურებიც ძალიან მოთხოვნადია- „ცივილიზაციისგან“ განცალკევებით დასვენება.

ქართულ საბჭოთა ენციკლოპედიაში რეგიონი- განმარტებულია, როგორც დიდი ტერიტორიული ერთეული (მაგ. ბუნებრივი, ეკონომიკური, პოლიტიკური და სხვ.) ჩვენს შემთხვევაში რეგიონში საქართველო იგულისხმება.

განსაკუთრებით მდიდარია ისტორიული ძეგლებით ქართლი, კახეთი, სამხრეთ საქართველო და ქუთაისის შემოგარენი, რომელთაგან ბევრს დღეს რესტავრაცია სჭირდება. ძალიან მნიშვნელოვანია საქართველოს ისტორიულ-გეოგრაფიული რეგიონების, მხარეების ეთნოგრაფიული თავისებურებები. ხალხური არქიტექტურის და ხუროთმოძღვრების უნიკალური ძეგლების მთის სოფლები - შატლი და უშგული.

1.2. ტურიზმის განვითარება საქართველოში, მისი

მარეგულირებელი საკანონმდებლო ბაზა

ახალი ათასწლეულის დასაწყისისათვის ტურიზმმა, როგორც სოციალურმა და პოლიტიკურმა მოვლენამ, განსაკუთრებული ადგილი დაიკავა მსოფლიო კულტურასა და ეკონომიკაში. ათასობით საწარმო და მილიონობით ახალი სამუშაო ადგილი შეიქმნა. ტურიზმი გადაიქცა ეკონომიკური დარგის განვითარების საყრდენ მიმართულებად. (ალფაიძე 2016).

მასობრივი საერთაშორისო ტურიზმის განვითარების ხანა მეოცე საუკუნის მეორე ნახევრიდან იწყება. 1950 წელს საერთაშორისო ტურისტთა რაოდენობა 25 მილიონს აღწევდა. მათი რაოდენობა 1970 წელს- 170 მილიონს, 1980 წელს 278 მილიონს, 1990

წელს- 400 მილიონს. მეოცე საუკუნის ბოლოს მთელს მსოფლიოში 4,5 მილიარდი ტურისტი მოგზაურობდა, მათ შორის იყვნენ 10% საერთაშორისო ტურისტები, რომლებიც ყოველწლიურად 100-150 მილიარდ აშშ დოლარს ხარჯავდნენ. 1950 წლიდან ტურისტების დანახარჯი 2 მილიარდი აშშ. დოლარიდან - 104 მილიარდ დოლარამდე გაიზარდა 1980 წელს, ხოლო 1995 წელს 415 მილიარდ დოლარამდე გაიზარდა. 2014 წელს საერთაშორისო ტურისტთა რაოდენობამ შეადგინა 1133 მილიონი, ხოლო დანახარჯები 11245 მილიარდ დოლარამდე გაიზარდა. (Tourism Highlights 2015 Edition).(იხ.დანართი N 1).

საერთაშორისო ტურისტების 2/3 ევროპის ქვეყნებში მოგზაურობს. შემდეგი პოპულარული რეგიონი ამერიკაა (20%), შემდეგ აღმოსავლეთ აზია და წყნარი ოკეანის ქვეყნები (10%), აფრიკა (3%). (Tourism Highlights 2015 Edition).

უძველეს დროში ყველაზე ცნობილი ვაჭრები ფინიკიელები იყვნენ, ისინი აგებდნენ დიდ ხომალდებს და ღია ზღვაში გადიოდნენ. სწორედ ვაჭრობის განვითარებასთანაა დაკავშირებული მოგზაურობის განვითარების ისტორია. შემდგომში ვაჭრობის განვითარება მოითხოვდა უფრო მეტ ცოდნას სხვადასხვა ქვეყნისა და მათი მოსახლეობის, მათი წეს-ჩვეულებების შესახებ. ამ მიზნით შორეულ მოგზაურობაში მიემგზავრებოდნენ ძველი ბერძენი მეცნიერები.

ევრაზიის დერეფნის ბუნებრივი ფუნქციით საქართველო წარმოადგენდა „დიდი აბრეშუმის გზის“ მნიშვნელოვან მონაკვეთს, ქართლის სამეფოს აღწერისას ბერძენი გეოგრაფი სტრაბონი (ძვ. წ. 64-63, ახ. წ. 23-24) წერდა, რომ ოთხი გზა თავს იყრიდა ქართლის სამეფოს დედაქალაქ მცხეთაში. მისივე ცნობით, ხალხი მეურნეობასა და მრეწველობას მისდევდა და მარტო თავის მოსახმარად კი არ აკეთებდა, არამედ უცხოეთში გასაყიდადაც. (გელაშვილი, დიხამინჯია 2016).

საქართველო ერთ-ერთი უძველესი ტურისტული ქვეყანაა, როგორც ზემოთ ვახსენეთ აღიარებულია ღვინის სამშობლოდ. 2000 ყურძნის ჯიშიდან 500 ქართულია, მსოფლიოში არსებული ხორბლის 27 ჯიშიდან 14 საქართველოდანაა და აქედან 5 ენდემური ჯიშია. (ალფაიძე 2016).

საქართველოს მდებარეობის გამო უამრავ ვაჭარს და უბრალო მოგზაურს უწევდა საქართველოში და საქართველოს გავლით გადაადგილება. სწორედ ამ დროიდან იწყება საქართველოში სასტუმროს ტიპის სახლების მშენებლობა.

XX საუკუნის 90- იან წლებამდე საქართველოში მოქმედებდა 65 ტურისტული ობიექტი, რომელიც განლაგებული იყო 21 ადმინისტრაციული რაიონის ტერიტორიაზე და 800 ათასზე მეტ ტურისტს ემსახურებოდა. საერთაშორისო ტურიზმის ხაზით კი ინტურისტის 21 დაწესებულება - 300 ათას უცხოელ სტუმარს მასპინძლობდა. XX საუკუნის 80- იან წლებში საქართველოში ყოველწლიურად სამკურნალოდ ჩამოსულ დამსვენებელთა რაოდენობა 4 მილიონამდე იყო. საქართველოზე გადიოდა 87 ტურისტული მარშრუტი.

მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციის მიერ მიღებული კლასიფიკაციით მსოფლიო დაყოფილია 6 ტურისტულ რეგიონად: ევროპა, აზია და წყნარი ოკეანე, ამერიკა, აფრიკა და ახლო აღმოსავლეთი. მნიშვნელოვანია იმის განსაზღვრა თუ რომელი რეგიონიდან შემოდის ტურისტთა მეტი რაოდენობა. საქართველოში ტურისტთა მოზიდვის მიზნით ძირითადი ორიენტაცია უნდა იყოს ევროპის რეგიონზე. ევროპიდან ჩამოსულ ტურისტებს შორის ყველაზე მეტი ტურისტი იტალიიდან და გერმანიიდან ჩამოდის.

ტურიზმის დარგის მდგომარეობის ანალიზის დროს უნდა გამახვილდეს ყურადღება ისეთ საკითხებზე როგორცაა: ქვეყნის ტურისტული პოტენციალი, რა სახის ტურები ხორციელდება, და როგორია მათზე მოთხოვნა. (გელაშვილი, დიხამინჯია 2016).

საქართველოს ბევრი რამის შეთავაზება შეუძლია ვიზიტორებისთვის: მრავალფეროვანი ლანდშაფტი, თვალწარმტაცი ბუნება, შავი ზღვის სუბტროპიკული ზონა, მდინარეები და ჩანჩქერები, კლდეში ნაკვეთი ქალაქები, კურორტები და მინერალური წყლები, ისტორიული ძეგლები, ტრადიციული ქართული სტუმართმოყვარეობა, სამზარეულო. ტურიზმის სახეობები - ეკო ტური, ფოტო ტური, სალაშქრო ტური, კულტურული ტური, და სხვა. ტურისტული ბიზნესი საქართველოში საბაზრო ეკონომიკის მშენებლობის რთულ პროცესში ეკონომიკის შემადგენელი ნაწილი გახდა. საქართველო აღიქმება როგორც ახალი, ჯერ კიდევ უცნობი ქვეყანა და ამდენად საინტერესოა მისი გაცნობა ყოველი მოგზაურისათვის თუ ტურისტისათვის. ქვეყნის მონახულების სურვილს კიდევ უფრო აძლიერებს 1999 წელს ჩატარებული

არქეოლოგიური აღმოჩენა, როდესაც თბილისის მახლობლად, დმანისში აღმოაჩინეს პალეოლითური ხანის უძველესი ადამიანის ჩონჩხის ფრაგმენტი, რომელიც თარიღდება 1 მილიონ 700 ათასი წლით. ამ აღმოჩენით საქართველო გახდა პირველი ევროპელის სამშობლო.

ტურიზმის სექტორი ეს არის ერთ-ერთი ყველაზე სწრაფად მზარდი სექტორი საქართველოში. მრავალი შესაძლებლობა არსებობს ამ სფეროში ინვესტიციების დაბანდებისას. 1993 წელს საქართველო გაწევრიანდა მსოფლიო ტურისტულ ორგანიზაციაში. საქართველოს თითქმის ყველა რეგიონი მდიდარია ტურისტული ღირშესანიშნაობებით. მაგრამ თანამედროვე ინფრასტრუქტურა მოწყობილი აქვს მათგან მხოლოდ 29%-ს. მნიშვნელოვანია გაირკვეს, რა ფორმით შეიძლება საქართველომ მონაწილეობა მიიღოს ტურისტული ბიზნესის ეფექტიანობის ამაღლებაში, ამისთვის რა წინაპირობები არსებობს. (ალფაიძე 2016).

საქართველოს სახმელეთო საზღვარი აქვს ოთხ სახელმწიფოსთან: აზერბაიჯანი, თურქეთი, რუსეთი და სომხეთი. მნიშვნელოვანია მეზობლობის ფაქტორის როლი ტურიზმის სფეროს განვითარებაში, ვინაიდან ამ ქვეყნებთან ეკონომიკური ურთიერთობები უმთავრეს გავლენას ახდენს ქვეყნის ეკონომიკაზე.

საქართველოში კურორტების მშენებლობა და კეთილმოწყობა მეცხრამეტე საუკუნის პირველი ნახევრიდან იწყება. მე-20 საუკუნის ბოლოს 500- ზე მეტი საკურორტო- ტურისტული დაწესებულების მატერიალურ-ტექნიკური ბაზა ერთდროულად 120 ათასზე მეტი ადამიანის დასვენების საშუალებას იძლეოდა. მაგრამ შემდგომ, ქვეყანაში მიმდინარე მოვლენების გამო თითქმის მთლიანად განადგურდა ეს მეურნეობა, ბევრი კურორტი დევნილების საცხოვრებელ ადგილად იქცა. ახლა ტურისტული ინდუსტრიის ეს სექტორი თავიდან იწყებს აღმავლობას: ქვეყანაში ძველი კურორტების რეაბილიტაცია მიმდინარეობს, იქმნება ახალი კურორტები, საზღვაო, სამედიცინო და სპა კურორტები და სხვა .

საქართველოში ტურიზმის დარგიდან მიღებული შემოსავლების ზრდა, ქვეყნის ეკონომიკის პრიორიტეტულ სფეროდ ტურიზმის აღიარებამ და მთავრობის მხრიდან მის მიმართ განსაკუთრებულმა ყურადღებამ განაპირობა. მოგზაურობისა და პრიორიტეტულობის რეიტინგში საქართველომ 72-ე ადგილიდან 31-ე ადგილზე

გადანაცვლა და ამ მაჩვენებლით მეზობელ სახელმწიფოებს მნიშვნელოვნად გაუსწრო. ტურიზმის განვითარება ქვეყნის ეკონომიკის ზრდის, სხვა დარგების განვითარების და ბიუჯეტის შემოსავლების გაზრდის კარგი შესაძლებლობაა. ამიტომ სახელმწიფოები მის სტიმულირებას სხვადასხვა ღონისძიებებით ახორციელებენ. ერთ-ერთი მათგანია თავისუფალი ეკონომიკური ზონების შექმნა. (გელაშვილი, დიხამინჯია 2016).

ტურიზმი საქართველოს ეკონომიკის პრიორიტეტული სფეროა. უკანასკნელ წლებში მისი განვითარების დინამიკა არსებითად შეიცვალა. ტურიზმის სფერო სწრაფი ტემპით ვითარდება. ოფიციალური მონაცემების მიხედვით, ტურიზმის სექტორის ზრდის მიხედვით საქართველო ერთ-ერთი მოწინავე ქვეყანაა და ამ მხრივ ჩვენი ქვეყნის მაჩვენებელმა მსოფლიო ტურიზმის ზრდის მაჩვენებელსაც კი გაუსწრო.

ტურისტული ნაკადები ჩვენს ქვეყანაში მატულობს, მიუხედავად იმისა, რომ ჯერ ვერ დაიკავა საქართველოს საპატიო ადგილი მსოფლიო ტურისტულ ბაზარზე. მსოფლიო მოგზაურთა საერთო რიცხვში ჩვენს ქვეყანას მზარდი ხვედრითი წილი უკავია. 1995 წლიდან ის 0.02% დან 1.12% მდე გაიზარდა. მცირეა, მაგრამ მსოფლიო ნელ ნელა ინტერესდება ჩვენი ქვეყნით. ინდუსტრიის პოპულარული ტრანსნაციონალური კორპორაციები თანდათანობით ერთგებიან საქართველოს ტურიზმის ბიზნესში. (კოჭლამაზიშვილი...2009).

ჩვენს ქვეყანაში საერთაშორისო მოგზაურების მკვეთრი ზრდა აღინიშნება 2012 წლიდან, ამ წელს უცხოელ მოგზაურთა რაოდენობა 56%-ით გაიზარდა და 4 389 256 მიაღწია.

ცხრილი N 1. უცხოელი ტურისტების რაოდენობა საქართველოში, კაცი, 2012-2016 წლებში

ქვეყნები	2012	2013	2014	2015	2016
რუსეთი	84366	116067	131656	140413	136559
თურქეთი	154149	140071	135761	152203	140234
უკრაინა	6736	14117	18725	18850	22319
პოლონეთი					
სომხეთი	116134	163558	160889	180119	166769

ევროკავშირის ქვეყნები	24727	29009	33354	35780	37203
ისრაელი	16474	21720	22056	27522	46438
ლატვია	2806	3295	3842	4404	5506
გერმანია	14514	16127	17188	19757	20454
აზერბაიჯანი	100799	110033	148614	160407	167507
ირანი	12200	10960	9954	3567	24089
ყაზახეთი	8297	11011	15294	20142	27122
პოლონეთი	9423	17520	25692	22611	23761
აშშ	16466	15050	16012	17992	19345
ბელორუსია	3948	6196	9731	14446	18782
ინდოეთი	2916	3264	2496	3482	15556
საბერძნეთი	9823	11297	10914	9518	10030
საფრანგეთი	6497	7616	7721	7893	8454
დიდი ბრიტანეთი	7989	8543	8835	10205	10671
ფილიპინები	3385	3468	3652	2762	7937
ლიტვა	2792	3122	5878	7243	7771
არაბთა გაერთ.საემ.	172	475	973	8450	11225
იტალია	4243	4778	5381	6082	7085

წყარო: შინაგან საქმეთა სამინისტრო, საინფორმაციო-ანალიტიკური დეპარტამენტი- საინფორმაციო ცენტრი, police.ge

ხოლო 2013 წელს ტურისტების რაოდენობა წინა წელთან შედარებით 60%-ით გაიზარდა. 2015 წელს ტურისტების რაოდენობა 5 897 685 იყო, რაც წინა წელთან შედარებით 382 126 ადამიანით მეტია. 2014 წლის მონაცემებით საქართველოში შემოსული ტურისტების რაოდენობა ქვეყნების მიხედვით ასეთია: თურქეთი-54,3%, სომხეთი-62,9%, რუსეთი-64,1%, უკრაინა-88,9%, პოლონეთი-99,3%-იანი მატებით. ევროკავშირის ქვეყნებიდან გამოირჩეოდნენ იტალია (15%), ლატვია (13%), ლიტვა (13%)

და გერმანია (10%). შუა აზიის ქვეყნებიდან-ყაზახეთი (29%), აღმოსავლეთ ევროპის ქვეყნებიდან-ბელორუსი (51%), ახლო აღმოსავლეთიდან- ისრაელი, აზიის ქვეყნებიდან- არაბთა გაერთიანებული საემიროები და საუდის არაბეთი (80%-იანი მატებით). ამერიკის შერეული შტატებიდან ტურისტების რაოდენობა 10%-ით გაიზარდა.

საქართველოში 2015 წელს ტურისტების რაოდენობა იყო 5 მილიონ 900 ათასი. ეს არის 7% იანი ზრდა. 382 ათასი ტურისტით მეტი შემოვიდა საქართველოში. ამ წელს საერთაშორისო ტურიზმიდან შემოსავალმა 742 მლნ. აშშ დოლარი შეადგინა. 2014 წელს იგივე მაჩვენებელი 1,4 მილიარდ დოლარს შეადგენდა. ზრდა წინა წელთან შედარებით 8,1 % -ით მეტია.

ტურიზმის სექტორის ზრდის ტემპი ბოლო წლებში უსწრებს მსოფლიო ტურიზმის ზრდის მაჩვენებელს. მთლიან საერთაშორისო მოგზაურთა შორის საქართველოში ვიზიტორთა წილი 2007 წლიდან 2012 წლამდე 0,12 %- დან 0,29%- მდე გაიზარდა. ბოლო სამი წლის სტატისტიკის მიხედვით საერთაშორისო მოგზაურთა ნაწილი ივლისსა და აგვისტოში სტუმრობს საქართველოს. საქართველო ერთ-ერთი მოწინავე ქვეყანაა ნაკადების ზრდის ტემპის თვალსაზრისით. მეტი ტურისტი გულისხმობს მეტ დასაქმებულს, მეტ შემოსავალს ქვეყნის ეკონომიკაში. (წყარო: საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია, საქართველოს შინაგან საქმეთა სამინისტრო).

საქართველოში 2017 წელს 7,5 მილიონი უცხოელი ტურისტი შემოვიდა, რაც 2016 წელთან შედარებით 1,194,433 ვიზიტორით მეტია (18.7%-ით). ყველაზე მეტი ვიზიტორი საქართველომ სომხეთიდან მიიღო. საუდის არაბეთიდან ვიზიტორთა რაოდენობა 164%-ია, 118%-ი ირანიდან, ხოლო ინდოეთიდან 64%-ით გაიზარდა ვიზიტორთა რაოდენობა. (ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია).

ცხრილი N2. ქვეყნების რეიტინგი ვიზიტორთა რაოდენობის მიხედვით:

ქვეყანა	ვიზიტორთა რაოდენობა 2017 წელს	ზრდა წინა წელთან შედარებით
სომხეთი	1.71 მილიონი	14%
აზერბაიჯანი	1.69 მილიონი	11%
რუსეთი	1.39 მილიონი	34%

თურქეთი	1.24 მილიონი	0,8%
ირანი	322 ათასი	118%
უკრაინა	193 ათასი	10%
ისრაელი	125 ათასი	35%
ინდოეთი	59 ათასი	64%
ყაზახეთი	56 ათასი	16%
საუდის არაბეთი	56 ათასი	164%

წყარო: საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია

ამ ვიზიტორებიდან საქართველოში 24 საათზე მეტხანს 3.5 მილიონი ადამიანი დარჩა, რაც წინა წელთან შედარებით 28%-ით მეტია.

როგორც უკვე ავლინებთ მსოფლიოს და საქართველოს ტურიზმის ზრდის ტემპების შედარება აჩვენებს, რომ უკანასკნელ ხუთ წელიწადში ვიზიტორების რაოდენობა საქართველოში გაცილებით უფრო სწრაფი ტემპით იზრდება, ვიდრე მსოფლიოში. 2008 წელს, მსოფლიო ფინანსური კრიზისის დროს, როცა მსოფლიო საერთაშორისო მოგზაურთა რაოდენობა 4%-ით შემცირდა, საქართველოში მათი რაოდენობა 16%-ით გაიზარდა.

საერთაშორისო ტურიზმიდან მიღებულმა შემოსავალმა 2017 წელს 2 მილიარდს ბევრად გადააჭარბა.

ცხრილი N3. საერთაშორისო ტურიზმიდან მიღებული შემოსავლები,
2007-2016 წლებში

წელი	თანხა აშშ. დოლარში	მატება
2007	383746000	
2008	446646000	16%
2009	475889700	7%
2010	659909000	39%
2011	954908000	45%
2012	1410902000	48%
2013	1719700000	22%

2014	1787140000	4%
2015	1935915000	8%
2016	216600000	11,9%
2017	270000000	21,5%

წყარო: საქართველოს ეროვნული ბანკი,

საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია

ტურიზმის დარგის დახასიათებისას მნიშვნელოვანი და აღსანიშნავია ტურიზმის წილი ქვეყნის მთლიან შიდა პროდუქტში.

ცხრილი N4. ტურიზმიდან შემოსავლები ქვეყნის მთლიან შიდა პროდუქტში

წელი	ტურიზმის წილი მშპ-ში
2007	6,85%
2008	6,24%
2009	5,83%
2010	6,08%
2011	6,02%
2012	6,08%
2013	5,89%
2014	6,32%
2015	6,71%
2016	6,75%
2017	7,04%

წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

საქართველო ტურისტებისათვის ჯერ კიდევ ახალი და აღმოუჩენელია. წარმატება სწორედ იმაზეა დამოკიდებული, თუ რამდენად შეძლებს ქვეყანა ტურისტების მოთხოვნების დაკმაყოფილებას და მათი უსაფრთხოების უზრუნველყოფას. ამჟამად ტურიზმი საქართველოში განვითარების ახალ, საწყის ეტაპზე იმყოფება. ძალიან დიდი მხარდაჭერა აქვს ამ დარგს, მაგრამ მაინც ჯერ კიდევ ვერ იქცა ეკონომიკის ისეთ დარგად,

რომელიც ქვეყნის ბიუჯეტის და სავალუტო რესურსების მნიშვნელოვანი წყარო იქნებოდა.

საქართველო საჭიროებს ქვეყნის ტურისტული მიმზიდველობის და ტურიზმის კონკურენტუნარიანობის ამაღლებაზე გამიზნულ სტრატეგიას, რომლის რეალიზაცია ტურისტული რესურსის რაციონალურ გამოყენებას შეუწყობს ხელს.

საქართველოს ტურიზმის ინდუსტრია გლობალური ეკონომიკური კრიზისის ფონზე აგრძელებს ზრდას და პერსპექტივა საკმაოდ ოპტიმისტურია. პროგნოზის თანახმად ინდუსტრია შექმნის უფრო მეტ სამუშაო ადგილს და ქვეყანას მოუტანს უფრო მეტ შემოსავალს მომავალ წლებში. ტურისტების რაოდენობის გასაზრდელად საჭიროა ტურიზმის ინფრასტრუქტურის უფრო მეტად განვითარება, უფრო მეტად უნდა გაიზარდოს მომსახურების ხარისხი, განხორციელდეს მამტაბური მარკეტინგული კამპანიები, უნდა დაიწყოს ახალი ბაზრების ათვისება და ტურისტული პროდუქტების განვითარება. (ალფაიძე 2016).

ნებისმიერი ქვეყნის ტურისტული პროდუქტის კონკურენტუნარიანობის ამაღლება მსოფლიო ბაზარზე, ასევე ტურისტული პროდუქტის მსოფლიო და შიდა ტურისტულ ბაზრებზე არაკომერციული მიზნებით წარმოჩენა სახელმწიფო ბიუჯეტიდან დაფინანსების პირობებშია შესაძლებელი. ტურისტული პროდუქტებისა და ტურისტული ინფრასტრუქტურის გაუმჯობესებაზე დახარჯული ინვესტიციები რამდენიმე წლის შემდეგ იძლევა შედეგს, რადგანაც ტურიზმის სფეროს კუმულაციური ეფექტი ახასიათებს. სახელმწიფოს ამოცანაა მოგზაურობისა და ტურიზმისთვის სასურველი იმიჯის შექმნა. ამას ტურიზმით განვითარებული მსოფლიო ქვეყნების პრაქტიკა ადასტურებს. (მეტრეველი 2011).

ტურიზმზე სახელმწიფო ხელისუფლების ორგანოების ზემოქმედება განისაზღვრება ისე, როგორც მმართველი, მარეგულირებელი და სახელმწიფო პოლიტიკის გამტარებელი სუბიექტის გავლენა. სამ ძირითად მიდგომას განიხილავენ: პირველი, სახელმწიფო მართავს ტურიზმს; მეორე, სახელმწიფო არეგულირებს ტურიზმში პროცესებს; და მესამე, ტერმინები- მართვა და რეგულირება, შეიძლება არ გავმიჯნოთ და ისე გამოვიყენოთ ერთდროულად, მართვაც და რეგულირებაც. (Вахмистров... 2005).

ტურისტული საქმიანობის სახელმწიფო რეგულირების არსი მდგომარეობს ტურისტული ინდუსტრიისათვის ხელშემწყობი გარემოს შექმნაში. იმ ქვეყნებში სადაც ტურიზმი პრიორიტეტულ სფეროდ, მიმართულებად მიიჩნევა, დარგის წინ წაწევისათვის ყველანაირი პირობაა შექმნილი. უზრუნველყოფა სპეციალური ლიბერალური ეკონომიკური და საგადასახადო პოლიტიკით ხორციელდება. სახელმწიფოები ცდილობენ სარეკლამო კამპანიის წარმოებას ტურისტული პროდუქტებისა და მისი შემადგენელი ნაწილების- განთავსების, მომსახურების, ღირშესანიშნავი ობიექტების, გადაზიდვების, ტუროპერატორული კომპანიებისა და ტურისტული სააგენტოების უკეთ მუშაობის მიზნით. (დოლიკაშვილი... 2009: 32-39).

ტურიზმის სახელმწიფო რეგულირება საფუძვლიანი წესების მიღებას და დამუშავებას მოიცავს, რაც ორგანიზაციების საქმიანობის წესებს და ქვეყანაში ტურიზმის ბიზნესის განვითარებას განსაზღვრავს. ტურიზმის განვითარებას ქვეყანაში განაპირობებს ტურიზმის სახელმწიფო რეგულირების განსაზღვრა, წესების შემუშავება და მიღება. (Кацова 2006).

საქართველოში ტურიზმის განვითარების სტრატეგიის განხორციელებისთვის დარგის სახელმწიფო რეგულირება ტურიზმის და კურორტების კანონმდებლობით უნდა სრულდებოდეს. კერძო მეწარმეებს საჭიროა ჰქონდეთ პირობები, რომ მათ საქმიანობის თავისუფალი განხორციელების შესაძლებლობა გააჩნდეთ. საქართველოში მიღებულია ამ მიმართულებით სხვადასხვა დადგენილებები და საკანონმდებლო აქტები, მათი დაცვა საჭიროა ტურისტულ საქმიანობასთან დაკავშირებული ორგანიზაციებისა, იურიდიული და ფიზიკური პირებისათვის. აუცილებელია საკანონმდებლო ბაზის განახლება და ახალი პროგრამების შემუშავება, სადაც პრიორიტეტები, პრობლემები და ამოცანები იქნება ჩამოთვლილი და ჩამოყალიბებული. საჭიროა პროგრამის შედგენა თუ როგორ უნდა შეუწყოს სახელმწიფომ ხელი ტურიზტული ბიზნესის განვითარებას საქართველოში. (მესხია 2010: 80-86).

საქართველოს მთავრობამ ტურიზმის განვითარების ხელისშემშლელი ფაქტორების მინიმუმამდე დაყვანის მიზნით უნდა აწარმოოს პოლიტიკა, საჭიროა ქვეყნის საერთაშორისო ბაზარზე რეკლამირება, ასევე ტურისტული პროდუქტის შესახებ ინფორმაციის მიწოდება ტურისტებისათვის. მეცნიერთა მოსაზრებით ტურიზმის

დარგში სტატისტიკური აღრიცხვის კიდეც უფრო მოწესრიგება ძალიან დაეხმარება ამ დარგის წინ წაწევაში ჩვენს ქვეყანას. (მიქაშავიძე....2015: 3-6).

ქვეყნის ტერიტორიაზე ტურისტული საქმიანობის მარეგულირებელ ძირითად დოკუმენტს წარმოადგენს საქართველოს კანონი „ტურიზმისა და კურორტების შესახებ“. კანონის თანახმად: „ტურისტული საქმიანობა არის ტურისტული საქმიანობის სუბიექტის მიერ ტურისტთა განთავსების, კვების, ტუროპერატორული, ტრანსპორტირების, საექსკურსიო, გამაჯანსაღებელი, რეაბილიტაციის, სარეკლამო-საინფორმაციო, კულტურული, სპორტული, საყოფაცხოვრებო, გასართობი და ა.შ. მიზნით გაწეული მომსახურება, რომელიც მიმართულია ტურისტის მოთხოვნილებათა დასაკმაყოფილებლად. (საქართველოს კანონი „ტურიზმისა და კურორტის შესახებ“, 1997 წლის 6 მარტი, მუხლი 2).

ტურისტული საქმიანობის სახელმწიფო რეგულირების ძირითად მიზნებს წარმოადგენს:

- მოქალაქეთა თავისუფალი გადაადგილების, დასვენებისა და მოგზაურობის სხვადასხვა მიმართულებების უფლებების უზრუნველყოფა;
- ტურისტთა შემეცნებითი, საგანმანათლებლო, სამკურნალო- გამაჯანსაღებელი და გართობის პირობების შექმნა;
- ტურიზმის ეკონომიკის განვითარება, აღნიშნულ სექტორში ახალი სამუშაო ადგილების შექმნა, სახელმწიფო შემოსავლების ზრდა, საერთაშორისო ტურიზმის ქსელში აქტიური ჩართვა;
- ტურისტული ღირშესანიშნაობების ობიექტების შენარჩუნება, ქვეყნის ბუნებრივ-რეკრეაციული და კულტურულ- შემეცნებითი პოტენციალის რაციონალური გამოყენება და დაცვა.

ტურიზმის დარგის რეგულირების პრიორიტეტულ მიმართულებებს წარმოადგენს სახელმწიფოს მხრიდან შიდა და საერთაშორისო ტურიზმის განვითარება. სახელმწიფოს მიერ ტურისტული საქმიანობის რეგულირება ხორციელდება შემდეგი პირობებით:

- ტურიზმის ინდუსტრიაში ცალკეულ ობიექტებს შორის დამოკიდებულებათა მოწესრიგებისა და მისი სრულყოფისათვის იქმნება სპეციალური სამართლებრივი და ნორმატიული აქტები;

- შიდა და მსოფლიო ტურისტულ ბაზრებზე ტურპროდუქტის წინ წაწევის ხელშეწყობა;

- ტურისტული ინდუსტრიის ცალკეული ელემენტების ლიცენზირება და სტანდარტიზაცია, ტურისტული პროდუქტის სერთიფიცირება;

- ქვეყნის ტერიტორიაზე შესვლის, გასვლის და დაყოვნების წესების დადგენა;

- ტურიზმის განვითარების მიზნობრივი პროგრამების შექმნასა და რეალიზაციაზე პირდაპირი საბიუჯეტო დაფინანსება;

- ტურისტთა ინტერესების, უფლებების და უსაფრთხოების დაცვა;

- საინვესტიციო, საგადასახადო და საბაჟო კანონმდებლობის მიღება;

- ტურისტული საქმიანობის საკადრო უზრუნველყოფაში ხელშეწყობა და ტურიზმის სფეროში სამეცნიერო-კვლევითი საქმიანობის განვითარება. (დოლიკაშვილი... 2009).

სახელმწიფო აღიარებს ტურიზმს, როგორც დარგს, რომელიც ქვეყნის ეკონომიკის განვითარების ერთ-ერთ პრიორიტეტულ მიმართულებად ჩამოყალიბდა და მის განვითარებას უწყობს ხელს, სასურველ გარემოს ქმნის მისი ფუნქციონირებისათვის, დარგის პრიორიტეტულ მიმართულებებს განსაზღვრავს, რეკლამას უწევს ქვეყნის ტურისტულ პოტენციალს - სწორედ ამაშია ტურიზმისა და კურორტების მართვის სახელმწიფო რეგულირების არსი. (ოქროცვარიძე... 2011).

საერთაშორისო ორგანიზაციები ტურების ზრდასთან ერთად მთავრობების ყურადღებას ამახვილებენ ტურიზმის განვითარებასთან დაკავშირებულ პრობლემებზე. ერთა ლიგის, გაეროს და მსოფლიო ტურისტული ორგანიზაციების ეგიდით ოცზე მეტი საერთაშორისო კონგრესი, ასამბლეა და კონფერენცია მიემძღვნა ტურიზმის გლობალურ პრობლემებს.

1995 წლის მარტში ქ. კადისში, ესპანეთში მსოფლიოს ტურისტული ორგანიზაციის ეგიდით ჩატარდა საერთაშორისო ფორუმი ტურიზმში, რომელშიც მონაწილეობას იღებდა 52 ქვეყნის პარლამენტარი. ფორუმმა მიიჩნია, რომ სახელმწიფომ ხელი უნდა შეუწყოს ტურიზმის განვითარებისთვის დიდი მნიშვნელობის მქონე პრობლემების გადაწყვეტას. ეს პრობლემებია:

- ტურისტული ინფრასტრუქტურის, ტრანპორტის და კომუნიკაციების განვითარება;

- ტურისტული ფორმალობების მოწესრიგება და მოგზაურობის უსაფრთხოების მოწესრიგება;
- ტურისტულ ობიექტებზე ეკოლოგიური ნორმების დაცვის უზრუნველყოფა;
- ტურისტთა უფლებების დაცვა;
- ტურიზმში მიღებული საერთაშორისო კრიტერიუმებისა და ნორმების დასაცავად ობიექტური სტატისტიკური აღრიცხვა და კონტროლი;
- ტურისტული ფირმებისათვის შეღავათიანი საგადასახადო რეჟიმის შექმნა;
- უცხოურ ბაზრებზე საკუთარი ქვეყნის ტურიზმისთვის ხელსაყრელი პირობების შექმნა, ეროვნული პროდუქტის წინ წაწევა;
- საგადასახადო შეღავათები, სუბსიდიები, დოტაციები;
- ნაციონალური საკანონმდებლო და ნორმატიული აქტები, რომლებიც უზრუნველყოფენ, როგორც ტურიზმის განვითარებას, ასევე ტურისტული პროდუქტის მომხმარებელთა უფლებების დაცვას;
- ფასდაკლებების და შეღავათების სტიმულირება სეზონთაშორის და არასეზონურობის პერიოდში;
- ქვეყანაში შესვლისას და ქვეყნიდან გასვლისას საპასპორტო და სავიზო შეზღუდვების შემცირება;
- სოციალური ტურიზმის განვითარება და მხარდაჭერა;
- ტურისტთა უსაფრთხოების ზომების დაცვა;
- სახელმწიფოს მიერ გარემოს, კულტურული და ისტორიული ძეგლების დაცვის ღონისძიებების გაუმჯობესება;

ზოგიერთ ქვეყანაში მიღებულია კანონი, რომელიც რამდენიმე წლის განმავლობაში ათავისუფლებს ორგანიზაციას მოგების გადასახადისგან, დღგ-ს გადასახადი კი შემცირებულია. ასევე სარგებლობენ კომუნალურ მომსახურებაზე შეღავათიანი ტარიფებით. ტურისტული ფირმების მიერ გამომუშავებული ვალუტის 20% გათავისუფლებულია საშემოსავლო გადასახადისაგან.

ტურისტული ობიექტების მშენებლობას, მიწების იაფად გაყიდვას, მათი იჯარით გაცემას გარკვეული ვადით - უწევს სტიმულირებას სახელმწიფოები. მაგალითად, კვიპროსში 99 წლით, ისრაელსა და თურქეთში 49 წლის ვადით გასცემენ იჯარას.

ბევრ ქვეყანაში შექმნილია სპეციალური კომისიები, რომლებიც არეგულირებენ ტურიზმისა და გარემოს დაცვის დაგეგმარებას, რადგანაც გარემოს დაბინძურების ტემპები უფრო და უფრო იზრდება და ტურიზმის სფეროში სახელმწიფო პოლიტიკა უფრო ორიენტირებულია დაცვის ღონისძიებებზე.

1992 წელს რიო-დე-ჟანეიროში მსოფლიო ტურისტული ორგანიზაციის მიერ მიღებულ იქნა XXI საუკუნის მოქმედებათა პროგრამა, რომელსაც 182 სახელმწიფო შეუერთდა. ეს პროგრამა გრძელვადიანი პროგრამების შექმნისათვის აუცილებელ სამ საბაზო საკითხზე ამახვილებს ყურადღებას.

1) საზოგადოების და გარემოს დაცვის მიზნით ახალი მარეგულირებელი ღონისძიებების დადგენა;

2) ზემოქმედების მექანიზმების საშუალებით ფასების დადგენა;

3) საწარმოო პროცესების და გამომუშავებული პროდუქციის ხარისხის გარანტიის უზრუნველსაყოფად ტურისტულ ინდუსტრიაში სპეციალური პროგრამების შექმნა.

გრძელვადიანი პროგრამების შექმნაში ტურიზმის დარგში უდიდესი როლი სახელმწიფო ორგანოებს ეკისრებათ. XXI საუკუნის მოქმედებათა პროგრამა ტურიზმის სფეროში მიზნად ისახავს შემდეგი ამოცანების გადაწყვეტას:

- ეკონომიკური და სხვა სახის მარეგლამენტირებელი სტრუქტურების შემცირება;
- ეკონომიკის, საზოგადოების სოციალური და კულტურული, გარემოს ტურიზმის განვითარებაზე ზემოქმედების შეფასება;
- ტურიზმის დარგის პერსონალის მომზადება და სწავლება;
- ტურიზმის მდგრადი განვითარების გრძელვადიანი დაგეგმვა;
- ინფორმაციების გაცვლა განვითარებულ და განვითარებად ქვეყნებს შორის;
- ტურიზმის განვითარებაში საზოგადოების ყველა სექტორის მონაწილეობა;
- ახალი ტურისტული პროდუქციის კონცეფციის შემუშავება;
- პარტნიორული ურთიერთობების დამყარება საერთაშორისო დონეზე.

პროგრამის პირველი რიგის ამოცანები მოიცავს:

- ტურიზმის განვითარებაზე ორიენტირებული, პროგრამის გადაწყვეტისაკენ მიმართული ეროვნულ, საერთაშორისოდა სხვა სტრუქტურების შეფასებას;

- ტურიზმის სექტორში გადასახადების ამოღება ისე უნდა ხდებოდეს, რომ არსებობდეს საშუალება ტურისტული ინფრასტრუქტურის გაფართოებისათვის და გარემოს მდგომარეობის გაუმჯობესებისთვის.

- ისეთი ეკონომიკური ღონისძიებების შემუშავება, რომლებიც საქონლის და მომსახურების ისეთ ფასების დაწესებით გარანტიას იძლევა, სადაც გათვალისწინებულია ტურიზმთან დაკავშირებული ეკოლოგიური დანახარჯები, ეკონომიკური ხასიათის წამახალისებელი ღონისძიებები.

მეორე რიგის ამოცანები მოიცავს:

- საზოგადოების ეკონომიკურ, სოციალურ და კულტურულ ცხოვრებაზე ტურიზმის ზემოქმედების შედეგების შეფასებას. უნდა იქნას განხილული შედეგი საკითხები- წყლის რესურსების, ელექტროენერჯის, სატრანსპორტო საშუალებების ეფექტური გამოყენება, დასაქმების პოლიტიკა და ქალთა სამუშაოს ხვედრითი წილი, ადგილობრივი მოსახლეობის მონაწილეობა ტურიზმის ინდუსტრიაში, გარემოს, ბუნებრივი, ისტორიული და კულტურული ფასეულობების დაცვა.

- სახელმწიფოს წამყვანი როლი ენიჭება ტურიზმის განვითარების დაგეგმვაში. არასწორად დაგეგმილმა და უმართავმა ტურიზმმა შეიძლება სავალალო შედეგები გამოიწვიოს. მაგალითად, გათვალისწინებული უნდა იყოს ფლორის და ფაუნის დაცვა, შეიზღუდოს მაღალი შენობები, სადაც ეს შეზღუდვა აუცილებელია, ბუნების ნაკრძალებისათვის გამოიყოს დიდი ტერიტორიები.

- პროფესიული კადრების მომზადება და სწავლება ტურიზმის სფეროს მნიშვნელოვანი ამოცანაა. სასკოლო პროგრამაში რეკომენდირებულია ეკოლოგიური ტურიზმის კურსის შემოღება. იმისათვის რომ მაღალ დონეზე განხორციელდეს პერსონალის თეორიული და პრაქტიკული მომზადება, საჭიროა სახელმწიფო ტურისტული ორგანოები და პროფესიული ტურისტული ასოციაციები თანამშრომლობდნენ კერძო სექტორთან.

- ახალ მშენებლობაზე კონტროლი აუცილებელია სახელმწიფო ორგანოების მხრიდან, რათა ტურისტულ ობიექტებს შესაბამისი თანამედროვე აღჭურვილობა ჰქონდეთ წყალმომარაგებისათვის, ნარჩენების გატანისათვის, და სხვ. უნდა იქნას გათვალისწინებული რისკები როგორცაა- ქარიშხალი, მიწისძვრა და ა.შ. აუცილებელია

რომ ადგილობრივი მუშახელი იყოს გამოყენებული, რომ მოხდეს ტურიზმის ეფექტიანი განვითარება.

საქართველოს ტურიზმის განვითარების პროცესი იწყება 1993 წლიდან, როცა საქართველო გაწევრიანდა მსოფლიო ტურისტულ ორგანიზაციაში და აღიარებულ იქნა „ტურიზმის ქარტია და ტურისტის კოდექსი“. ტურიზმის პროცესის სწორად წარმართვისათვის საჭირო იყო ტურიზმის სფეროსათვის მთელი რიგი საკანონმდებლო აქტების მიღება. კერძოდ,

1997 წლის 6 მარტს მიიღეს -საქართველოს კანონი „ტურიზმის და კურორტების“ შესახებ. მასში შემდეგ რამდენჯერმე შეტანილ იქნა ცვლილებები და დამატებები, რომელიც დარგის განვითარებისათვის მნიშვნელოვან მომენტებს ითვალისწინებდა.

1998 წლის 20 მარტს მიღებულ იქნა საქართველოს კანონი „ტურიზმისა და საკურორტო ადგილების სანიტარული დაცვის ზონების შესახებ“, რომლის მიზანია საქართველოს ბუნებრივი სამკურნალო რესურსების თვისებების შენარჩუნება და მათი დაბინძურების, გაფუჭებისა და გამოფიტვისაგან დაცვის ზონების აღდგენა. კანონის მიხედვით დადგენილია სანიტარული დაცვის ზონები. სანიტარული დაცვის ზონების საზღვრები, კურორტების და საკურორტო ადგილების სანიტარული დაცვის უზრუნველყოფა მათი დაპროექტებისა და ხარჯების გათვალისწინებით.

1998 წლის 24 დეკემბერს დამტკიცდა საქართველოს კანონი „საქართველოში შემოსული და საქართველოდან გასული ტურისტების აღრიცხვის მოწესრიგების შესახებ“. ეს კანონი აწესრიგებს საქართველოში შემოსული და საქართველოდან გასული ტურისტების სტატისტიკური მონაცემების ბანკის შექმნას, ხელს უწყობს ტურიზმის დარგში სახელმწიფო პოლიტიკის შემუშავებას და განხორციელებას.

საქართველოს ტურიზმისა და კურორტების სახელმწიფო დეპარტამენტის თავმჯდომარის სახელით 1999 წლის 28 იანვარს დამტკიცდა „საქართველოში ტურისტული და საკურორტო საქმიანობის ნებაყოფლობითი ლიცენზირების დებულება“, რომელიც არეგულირებს საქართველოში ტურიზმისა და კურორტების დარგში დასაქმებული იურიდიული და ფიზიკური საქმიანობის ნებაყოფლობითი ლიცენზირების წესს და პირობებს.

1998 წლის 26 ივლისს დამტკიცდა საქართველოს „კანონი მიგრანტთა ინსპექტირების შესახებ“, რომელიც იმიგრაციულ-ემიგრაციულ პროცესებს არეგულირებს. საქართველოში შემომსვლელი და საქართველოდან გამსვლელ მიგრანტთა აღრიცხვა- რეგისტრაციის რეგისტრაციის ერთიან ფორმას ადგენს და ეწევა მიგრანტთა ინსპექტირებას. იმავე წლის 24 დეკემბერს კანონის მეოთხე მუხლს დაემატა „დ“ პუნქტი საქართველოში შემოსული და საქართველოდან გასული ტურისტების შესახებ.

საქართველოს პრეზიდენტის N 699 ბრძანებულებით 1998 წლის 30 ნოემბერს დამტკიცდა „საქართველოს კურორტების ნუსხა“ და „საქართველოს საკურორტო ადგილების ნუსხა“, რომელთა მიხედვით საქართველოში აღრიცხულია 102 კურორტი და 182 საკურორტო ადგილი. წარმოდგენილი კურორტები დასახელებულია ქვეყნის ადმინისტრაციული რაიონების, კურორტის ტიპის, ზღვის დონიდან სიმაღლის და საკურორტო ზონის მიხედვით. ნუსხაში მითითებულია კურორტები მინერალური წყლის ტიპის და ცალკეული საკურორტო ადგილების სამკურნალო პროფილის მიხედვით.

ტურიზმის განვითარებისა და მართვისთვის დიდი მნიშვნელობა აქვს მომიჯნავე დარგების საკანონმდებლო ბაზის შექმნას და დარგების საკანონმდებლო რეგულირებას, რადგან ტურიზმი მჭიდრო კავშირშია მეურნეობის მრავალ დარგთან. ეს ეხება რეგიონული ტურისტული და საკურორტო ცენტრების ზონებად დაყოფას, მიწათსარგებლობის კონტროლს და ტურისტულ რეგიონებში მშენებლობასთან დაკავშირებული ნორმების განსაზღვრას. ასევე ძალიან მნიშვნელოვანია ადმინისტრაციული წესები, რომელიც დაკავშირებულია ტურისტული და საკურორტო ობიექტების ფუნქციონირებასა და ექსპლუატაციასთან. ეს წესები უკავშირდება ჯანმრთელობის დაცვას, სანიტარულ-ჰიგიენურ მდგომარეობას, სახანძრო უსაფრთხოებას, სატრანსპორტო მომსახურებას.

გარემოსდაცვითი კანონების, განსაკუთრებით დაცულ ტერიტორიებთან და ეროვნულ პარკებთან დაკავშირებული საკანონმდებლო ბაზა ძალიან მნიშვნელოვანია ტურიზმის განვითარებისათვის. საგადასახადო კანონმდებლობას და სამოქალაქო კოდექსს ასევე დიდი როლი ენიჭება.

სახელმწიფო რეგულირება ტურისტული ინტერესებისათვის ქალაქის, ქვეყნის შესაძლებლობების უფრო მეტად გამოყენებას გულისხმობს და ასევე უფრო მეტი ტურისტის მოზიდვას. როცა ტურისტები იმყოფებიან დანიშნულების ადგილას ტურიზმის ინდუსტრიის ორგანიზაციები მათი მოთხოვნების დაკმაყოფილებისთვის ზრუნავენ. ესაა გამაჯანსაღებელი ობიექტები, გასართობი, კვების ობიექტები, სასტუმროში დაბინავება და სხვა. სახელმწიფოს ზემოქმედება უზრუნველყოფს საკმარის რაოდენობას ტურისტების რაოდენობის მიხედვით და ცდილობს მიწოდებული მომსახურების ხარისხი იყოს მაღალი დონის. საზოგადოებრივი ორგანიზაციები ტურიზმის დარგში: სასტუმრო სექტორი, კვების ობიექტები და სხვა, მნიშვნელოვან როლს თამაშობენ დარგის განვითარებაში. სახელმწიფო უზრუნველყოფს კადრებით არა მარტო ტურისტულ ორგანიზაციებს, არამედ სატრანსპორტო, სოციალურ და საინჟინრო ინფრასტრუქტურის ორგანიზაციებს.

1.3. საერთაშორისო და შიდა ტურები, მათი მახასიათებლები

თანამედროვე ტურიზმი ხასიათდება მრავალსახეობით. ტურიზმი სხვადასხვა ფუნქციას ასრულებს, სხვადასხვა მიზანს ემსახურება. მათ შორის შეიძლება გამოიყოს შემდეგი;

რეკრეაციული ტურიზმი, რომელიც მოიცავს სანახაობით გასართობ პროგრამებს, ტურისტულ გამაჯანსაღებელ პროგრამებს, მეცადინეობებს ინტერესის მიხედვით;

სპორტული ტურიზმი - წყლის, სათხილამურო და სამთო ტურიზმი;

სამკურნალო-განაჯანსაღებელი ტურიზმი - ძირითადად მოიცავს მოთხოვნას მკურნალობაზე;

კულტურულ-შემეცნებითი ტურიზმი - ეფუძნება მოთხოვნილებების გაფართოებას სხვადასხვა მომართულებით;

ნოსტალგიური ტურიზმი - ამ სახეობის საფუძველია მოთხოვნილება ადამიანის და მისი ოჯახის წევრების ინდივიდუალურ ბიოგრაფიასთან დაკავშირებული ადგილების მონახულებაზე;

სათავგადასავლო- ანუ ექსტრემალური ტურიზმი - ითვალისწინებს ადამიანის მოთხოვნილების დაკმაყოფილებას სხვადასხვა მძაფრ სიტუაციებში თავისი შესაძლებლობების გამოცდის საფუძველზე;

რელიგიური ტურიზმი- მომლოცველობა - ადამიანთა რელიგიური მრწამსიდან გამომდინარე მოგზაურობები;

მისიონერული ტურიზმი - გამოწვეულია ადამიანის მოთხოვნილებების დაკმაყოფილებაზე სხვადასხვა სულიერი ფასეულობების გავრცელების და სულიერი მოწოდების რეალიზებისთვის;

მოვლენათა ტურიზმი - ადამიანის მოთხოვნილების დაკმაყოფილება, რომელიმე კონკრეტულ ღონისძიებაში მონაწილეობაზე ან დასწრებაზე;

საკომუნიკაციო ტურიზმი - პიროვნებათშორისი ურთიერთობები და თანამშრომლობით კმაყოფილება;

ეკოლოგიური ტურიზმი - ეფუძნება ნაკრძალი ტერიტორიების სტუმრობას და ბუნების დაცვით ღონისძიებებში მონაწილეობას.

აგრო (სოფლის) ტურიზმი - მისი განვითარება დაკავშირებულია აგრარულ სექტორის განვითარებასთან და სოფლის თანამედროვე მოწყობა- მართვასთან.

საქართველო კულტურული მრავალფეროვნების თვალსაზრისით ძალიან საინტერესო ქვეყანაა და სამწუხაროა, რომ დღეს უამრავი უმნიშვნელოვანესი ობიექტი რჩება ყურადღების გარეშე. უამრავი ამ ობიექტიდან შეესაბამება და აკმაყოფილებს იმ კრიტერიუმებს, რომელთა მიხედვითაც მსოფლიო მემკვიდრეობის სამთავრობოთა- შორისი კომიტეტი ცნობს, რომ ამა თუ იმ ძეგლს გააჩნია განსაკუთრებული ღირებულება. საქართველოს კულტურული მემკვიდრეობის მნიშვნელობას, საჭიროა თვითონ ერი უფრო ხილდებოდეს, მის გადარჩენაზე ზრუნავდეს და იცავდეს მას .

საქართველოში დაცული ტერიტორიები დიდი ხნის წინ განისაზღვრა. პირველი დაცული ტერიტორია – ლაგოდეხის სახელმწიფო ნაკრძალი იყო, რომელიც ჯერ კიდევ 1912 წელს შეიქმნა. საქართველოს დაცული ტერიტორიების საერთო ფართობია 520 273

ჰა, რაც ქვეყნის ტერიტორიის დაახლოებით 7,46 %-ია. დაახლოებით 75% დაცული ტერიტორიებისა ტყით არის დაფარული. დაცული ტერიტორიების ყველაზე მთავარი დანიშნულება უნიკალური ბიომრავალფეროვნების, დამახასიათებელი ეკოსისტემების დაცვა- შენარჩუნებაა.

IUCN-ის კრიტერიუმების მიხედვით, საქართველოში არსებობს 87 სხვადასხვა კატეგორიის დაცული ტერიტორია, მათ შორისაა:

- 1) 14 სახელმწიფო ნაკრძალი;
- 2) 11 ეროვნული პარკი;
- 3) 18 აღკვეთილი;
- 4) 24 ბუნების ძეგლი;
- 5) 2 დაცული ლანდშაფტი.

ბოლო დროს სულ უფრო მეტი ადამიანი იჩენს ინტერესს სპეციალური ტურებისადმი, რომლებიც ბუნებრივ, ეგზოტიკურ და კულტურულ ღირებულებებზე არის ორიენტირებული. ასეთი დიდი ინტერესის და მოთხოვნის გამო, აქამდე ტურიზმისათვის აუთვისებელ ტერიტორიაზე ზუსტად მათი გადანაწილება ხდება .

შიდა ტურიზმისთვის ძალიან განსაკუთრებული და დიდი მნიშვნელობის მქონეა ტურისტულ პარკები. ისინი ჩვენი ქვეყნის რეკრეაციულ ღირებულებას წარმოადგენს, რადგან მასში მრავალფეროვანი ინტერესია ჩადებული: სპორტი, ველური ბუნება, ადგილობრივი წეს-ჩვეულებანი და კულტურა, და რაც მთავარია წყალი, მთები, მდინარეები, ტყეები და ა.შ.

საქართველოში აუცილებელია და რეგიონების სოციალურ-ეკონომიკურ განვითარებასთან მჭიდროდაა დაკავშირებული დაცული ტერიტორიების ახალი სისტემის ჩამოყალიბება. საქართველოს დაცულ ტერიტორიებზე შესაძლებელია დაინერგოს ტურიზმის შემდეგი სახეები:

- 1) ტურიზმი ბუნების გაცნობის მიზნით;
- 2) საოჯახო ტურიზმი;
- 3) აგროტურიზმი;
- 4) საშვებულებო ტურიზმი;
- 5) ზოოლოგიური და ბოტანიკური შემეცნებითი ტურიზმი და ფოტო ნადირობა;

- 6) კულტურული და შემეცნებითი ტურიზმი;
- 7) ტრეკინგი და ლაშქრობები;
- 8) სამკურნალო და გამაჯანსაღებელი ტურიზმი.
- 9) ახალგაზრდული და საბავშვო ტურიზმი;
- 10) ზღვისპირა და მდინარისპირა ტურიზმი;
- 11) სპორტული ტურიზმი;
- 12) სათავგადასავლო.

ბუნებრივ ღირშესანიშნაობათა რიცხვს მიეკუთვნება წყალსატევები, მღვიმეები, მთის მწვერვალები (თეთნულდი) უშბა, მყინვარწვერი, ხეობები (დარიალის, ხრამის და ა.შ.)

საქართველოში ბევრი მღვიმეა, რომელიც ტურისტებისთვის განსაკუთრებით მიმზიდველია. მაგალითად: ხარაგაულის, რეჩხის და სხვა. მაგრამ მიუწვდომელია და იქ ტურისტები ვერ შედიან. ცნობილია, რომ იუგოსლავიაში მდებარე პოსტონას 305 მღვიმეს წელიწადში 300 000 კაცი ნახულობს და ამ მღვიმეს ქვეყნისთვის 0,5 მლნ დოლარი შემოსავალი მოაქვს. ამიტომ აუცილებელია ამ მღვიმეთა ინფრასტრუქტურის მოწესრიგება.

საქართველოში ტურიზმის ობიექტებად უნდა იქცეს ტბები, მდინარეები, ჩანჩქერები, კარსტული წყლები. მდინარეებზე და ტბებზე უნდა განვითარდეს მეთევზეთა ტურიზმი (მაგ. ტაბაწყურის ტბაზე, მდ. არაგვზე და ა.შ.). ნაკრძალებში (პერიოდულად) - სამონადირეო ტურიზმი (განსაკუთრებით მიმზიდველი იქნება ტურისტისთვის მთიანეთში, ხევსურეთში და სვანეთში ჯიხვებზე ნადირობა, ლაგოდების ნაკრძალში გარეულ ღორზე ნადირობა და ა.შ.).

უცხოელებისთვის ძალიან საინტერესო და უჩვეულოა საქართველოს ცალკეული კუთხეების ეთნოგრაფიული თავისებურებები. ტურიზმის განვითარების ერთ-ერთი ხელშემწყობი ფაქტორი იქნება თითოეული კუთხის: ფშავი, სვანეთი, თუშეთი და ა.შ ამ თავისებურებები გამოკვეთა და განვითარება და ტურისტებისათვის წარდგენა.

საქართველოში ტურიზმის განვითარებისთვის დადებით როლს ასრულებს მისი მოხერხებული მდებარეობა, ის ტრანსპორტირების ყველა სახით უკავშირდება ევროპასაც და აზიასაც, ზღვის საშუალებით საქართველოს ინტენსიური კავშირების

დამყარება შეუძლია ხმელთაშუაზღვის ქვეყნებთან. ქვეყანაში წარმოებული პროდუქტების სიჯანსაღე და უვნებლობა ძალიან დაეხმარება ჩვენც ქვეყანას ამ საქმის განვითარებაში. უცხოელი ტურისტებისთვის პირველხარისხოვანი მნიშვნელობა აქვს ამ ფაქტორს.

საქართველოში ტურიზმის განვითარება მომიჯნავე და მონათესავე დარგებსაც განავითარებს და წინ წაწევს - სასტუმროს მეურნეობას, სატრანსპორტო მეურნეობას და სხვა. მოსახლეობას დაეხმარება დასაქმებაში და მათი შემოსავლების ზრდაში, რაც ერთ-ერთი ეფექტიანი საშუალება სიღარიბის შესამცირებლად საქართველოში.

მაგალითად შატლიში, რომელიც ხევსურეთის ერთ-ერთ ღირშესანიშნაობას წარმოადგენს, არის გაუსაძლისი ცხოვრების პირობები და ამის გამო იქ 5-6 ოჯახიდა ცხოვრობს. დანარჩენი ჩამოსახლდა ბარში და ცხადია თანდათან დაკარგეს კუთხურობა. შატილელებს სჭირდებათ ფინანსურად დახმარება. თუ იქ ტურისტული მარშრუტები დაიგეგმება, ისინი მოემსახურებიან სტუმრებს ბინით (კერძო სასტუმრო), კვებით (კერძო კაფე), მეგზურობით და ა.შ. ამით მათ შემოსავალი ექნებათ, ადგილზეც დარჩებიან, გამრავლდებიან. ასეთი გზით და მიდგომებით შატლი და საქართველოს სხვა კუთხეებიც გადარჩებიან და საქართველოც უფრო საინტერესო გახდება ტურისტებისთვის და ქვეყანაში ტურიზმის დონე ამაღლდება. (ხიზანიშვილი 2016).

გაერთიანებული ერების ორგანიზაციის მიერ 1994 წელს მიღებული რეკომენდაციებით ტურიზმის სამი ფორმაა კლასიფიცირებული: შიდა ტური, შემოსაყვანი და გასაყვანი ტურები (ყორღანაშვილი 2012: 10-12).

თანამედროვე საერთაშორისო ტურიზმის განვითარების ერთ-ერთ ძირითად ტენდენციას გლობალიზაცია წარმოადგენს. ტურიზმის მსოფლიო ორგანიზაციის მიერ მიღებული კლასიფიკაციით მსოფლიო 5 ტურისტულ რეგიონადაა დაყოფილი: ევროპა, აზია და წყნარი ოკეანე, ამერიკა, აფრიკა და ახლო აღმოსავლეთი. ყოველ რეგიონს თავისი ტურისტული პოტენციალი, ბუნებრივი და ისტორიულ-კულტურული რესურსები, სოციალურ-ეკონომიკური პირობები გააჩნია. მისი მრავალფეროვნება ტურიზმის განვითარების და ფუნქციონირების საფუძველია.

ტურიზმისთვის დამახასიათებელია ტურისტული ნაკადების რაოდენობრივი და სივრცობრივი ცვლილებები. 2010 წელს მსოფლიოში საერთაშორისო ჩამოსვლების

რაოდენობამ 940 მლნ შეადგინა, რაც 1990 წელს 2.2- ჯერ აღემატება, ხოლო წინა წელს 1.7 %-ით. მსოფლიო ფინანსური კრიზისის შედეგად 2009 წელს საერთაშორისო ტურისტული ჩამოსვლების რაოდენობა წინა წელთან შედარებით 4.1%- ით, ხოლო 2008 წელთან შედარებით 1.9%- ით შემცირდა. ყველაზე მეტად აზიამ შეძლო კრიზისით განპირობებული შედეგების დაძლევა. (ყორდანაშვილი 2012: 44).

საერთაშორისო ტურისტული ბიზნესის მსოფლიო ლიდერი ევროპაა. 2010 წელს მასზე მოდიოდა საერთაშორისო მოგზაურობების 50.7%. მეორე ადგილზეა იყო აზია-წყნარი ოკეანის რეგიონი. მისი წილი მსოფლიო ბაზარზე 21.7% შეადგენს. ამერიკის რეგიონს- 15.9%, აფრიკას-5.2%, ხოლო აღმოსავლეთს-6.4% უკავია. (ყორდანაშვილი 2012).

საერთაშორისო ტურიზმისაგან მიღებული შემოსავლებით საკმაოდ ძლიერი ეკონომიკა გააჩნიათ ეკონომიკურად განვითარებულ ქვეყნებს. ქვეყნებს, რომელთაც შეუძლიათ ინვესტიციების გაზრდა ადგილობრივი ტურიზმის განვითარებისათვის. მსოფლიოს ქვეყნები, რომლებსაც აქვთ ტურიზმის დარგიდან დიდი შემოსავლები, შემდეგია:

ცხრილი N5. ტურიზმიდან დიდი შემოსავლების მქონე ქვეყნები, მლნ აშშ დოლარი

<i>ქვეყნები</i>	<i>შემოსავლები</i>
აშშ	103.5
ესპანეთი	52.2
საფრანგეთი	56.3
ჩინეთი	45.8
იტალია	38.8
გერმანია	47.7
გაერთიანებული სამეფო	30.4
ავსტრალია	30.1

ჰონკონგი	23 მლნ\$
თურქეთი	20.8 მლნ\$

წყარო: <http://www.unwto.org>

ტურიზმის განვითარებაზე ძალიან დიდ გავლენას ახდენს მოსახლეობის ცხოვრების დონის ამაღლება. ეს გულისხმობს შვებულების ხანგრძლივობის ზრდას, აგრეთვე საკენსიო უზრუნველყოფის დონის ამაღლებას. რაც თავის მხრივ განაპირობებს ტურიზმის ზრდის ტენდენციას. მრავალი საერთაშორისო ორგანიზაცია შეისწავლის მოსახლეობის ცხოვრების დონის და მათი შემოსავლების დიფერენციაციის საკითხებს. 1980 წელს ეკონომიკური თანამშრომლობისა და განვითარების ორგანიზაციამ დაამტკიცა სოციალური ინდიკატორების სია, რომელშიც მოცემული იყო ინდიკატორი „დრო და დასვენება“. ინდიკატორი გულისხმობს თავისუფალი დროს და მისი გამოყენების მიმართულებას. ოჯახის შემოსავლების ზრდის შესაბამისად მცირდება კვებაზე გაწეული დანახარჯების წილი, ხოლო კულტურულ საჭიროებებზე გაწეული დანახარჯების წილი არსებითად იზრდება.

დასაქმებული მოსახლეობისაგან განსხვავებით, პენსიონერებისათვის მოგზაურობა აქტიური ცხოვრების ფორმად იქცა, რადგან მათ ბევრი თავისუფალი დრო აქვთ. ტურიზმის განვითარების ერთ-ერთ ტენდენციას სწორედ პენსიონერების მოთხოვნა და მათი მოთხოვნის ზრდაა. ასაკოვანი მოსახლეობის ზრდა თავისთავად ამ ტენდენციას უწყობს ხელს და ზრდის ტურისტული ნაკადებს.

თანამედროვე ეტაპზე არა მარტო თავისუფალი დროის გამოყენება არის მნიშვნელოვანი, არამედ დასვენების სტილიც შეიცვალა. სანაპიროზე პასიური დროის ტარება სულ უფრო ნაკლებად პოპულარული ხდება. მის ნაცვლად აქტიურია 3L მოდელი, რაც გულისხმობს- ეროვნულ ტრადიციებს, პეიზაჟს და დასვენებას (Lore, Landscape, Lesisure).

1990- იან წლებიდან ძალიან შესამჩნევია ტურიზმის ბაზრის შედარებით ახალი სეგმენტის - ეკოლოგიური ტურიზმის ზრდის მაღალი ტემპები. იგი წელიწადში 5-7% - ით იზრდება. ტურიზმის მსოფლიო ორგანიზაციის პროგნოზით 2020 წლისთვის ტურიზმის ყველაზე პერსპექტიული სახეები იქნება: სათავგადასავლო, ეკოლოგიური,

კულტურულ-შემეცნებითი, თემატური და საკრუიზო ტურიზმი. ჟურნალმა Forbes-ის (ამერიკული ფინანსურ-ეკონომიკური ჟურნალი) მიხედვით იკვეთება ტურიზმის განვითარების 10 ძირითადი მიმართულება, ესენია:

- 1) ზრუნვა გარემოზე - ტურიზმის ინდუსტრია ცდილობს გაითვალისწინოს მოთხოვნები იმის თაობაზე, რომ ძალიან ბევრი ადამიანი ზრუნავს გარემოს მდგომარეობაზე და აქცენტს ეკოლოგიურ ტურიზმზე აკეთებს.
- 2) სასტუმრო ვილები - იზრდება მოთხოვნა ვილების ტიპის სასტუმროებზე და სასტუმროები აქცენტს აკეთებენ ვილების მშენებლობაზე.
- 3) მოგზაურობა კერძო თვითმფრინავებით - შეძლებული ტურისტები უპირატესობას ანიჭებენ კერძო თვითმფრინავით მგზავრობას და ამიტომ მათი რიცხვი იზრდება.
- 4) ოჯახური მოგზაურობები - ბევრ ადამიანს აქვს ოჯახთან ერთად დასვენების სურვილი.
- 5) იახტების დაქირავება - დღეს იახტა კარგად აღჭურვილი კომფორტული სატრანსპორტო საშუალებაა და დღითიდღე იზრდება ამ მომსახურების მსურველთა რიცხვი.
- 6) დასვენება ბავშვების გარეშე - ბევრ ადამიანს უნდა ბავშვების გარეშე დასვენება. ამიტომ იხსნება სასტუმროები და რესტორანები, სადაც მხოლოდ უფროსებს შეუძლიათ დასვენება.
- 7) მოგზაურობა თანმხლებ პირთან ერთად - მოგზაურობის დროს როდესაც მოჰყავთ ძიძები, მასაჟისტები, მწვრთნელები და სხვ.
- 8) გადავადებული დასვენება - რადგან ძნელია საქმეებისგან მოწყვეტა, ბევრი ადამიანი ნაკლებ დროს უთმობს დასვენებას.
- 9) კონსულტანტების მომსახურება - ბევრი ადამიანი თვითონ ცდილობს ბილეთების და სასტუმროების დაჯავშნას, მაგრამ დიდია იმ ადამიანების რიცხვი, რომელიც სარგებლობს კონსულტანტების მომსახურებით.
- 10) კემპინგი - კარვების ქალაქი თანამედროვედაა აღჭურვილი და ყველაფრით უზრუნველყოფილია, ამიტომ კემპინგების განვითარებას ძალიან კარგი პერსპექტივები გააჩნია. (ყორდანაშვილი 2012).

ტურიზმის მსოფლიო ორგანიზაციის პროგნოზით, ტურიზმის მსოფლიო ინდუსტრია შედის მოგზაურობებისა და ექსკურსიების მოცულობათა მუდმივი ზრდის

პერიოდში, ქვეყნებსა და რეგიონებს შორის კონკურენციის გამძაფრების პერიოდში. მკვლევართა პროგნოზის თანახმად 2020 წლისათვის საერთაშორისო ტურისტთა რაოდენობა 1,6 მილიარდამდე გაიზრდება, რაც 1995 წლის მაჩვენებელზე 3-ჯერ მეტი იქნება. ევროპის წილი შემცირდება მსოფლიო ბაზარზე - 1995 თუ მასზე მოდიოდა 59.4%, 2020 წლისთვის 45.9% შეადგენს. ამერიკის წილი 1995 წელს - 19.3%- დან 2020 წელს 18.1%-მდე უმნიშვნელოდ შემცირდება. გაიზრდება აღმოსავლეთ აზიის და წყნარი ოკეანის რეგიონის წილი - 14.4%- დან 25.4% მდე. 2020 წელს ყველაზე მიმზიდველი ქვეყანა ტურისტებისთვის ჩინეთი იქნება. ჩინელი ტურისტების მიერ სხვა ქვეყნებში გაწეული ხარჯები გაიზრდება. ჩინეთის ტურისტული ინდუსტრია განსაზღვრავს საერთაშორისო ტურისტული ბიზნესის განვითარებას გავლითი და შემავალი ტურიზმის თვალსაზრისით. (ყორღანაშვილი 2012: 50-51).

ტურიზმის მსოფლიო ორგანიზაციის პროგნოზით 2030 წლისთვის ტურისტთა რაოდენობა 1,8 მილიარდამდე გაიზრდება. ევროპის წილი 41% იქნება, აზია და წყნარი ოკეანის რეგიონის - 30%, ამერიკის - 14%, ახლო აღმოსავლეთის - 8%, აფრიკის - 14%.

მსოფლიოში ყოველ 100 მოსახლეზე 6 ტურისტი მოდიოდა 1980 წლის მონაცემებით. 1995 წელს - 9, 2010 წელს - 14 და 2030 წელს კი მათი რაოდენობა მიაღწევს - 22-ს. (დოლიკაშვილი 2012: 51).

ტურიზმის ზრდას კარგი პოტენციალი აქვს ტურიზმის მსოფლიო ორგანიზაციისა და ტურიზმის მსოფლიო საბჭოს პროგნოზით. შესაბამისი პირობების შექმნით და პოლიტიკით ეს შესაძლებლობები მაქსიმალურად უნდა იყოს გამოყენებული. (ყორღანაშვილი 2012: 44-53).

საქართველოში, მას შემდეგ როდესაც სახელმწიფომ ტურიზმი პრიორიტეტულ სფეროდ აღიარა, უკანასკნელ წლებში მისი განვითარების დინამიკა არსებითად შეიცვალა. ქვეყნის სოციალურ-ეკონომიკურ განვითარებაში თანდათან მნიშვნელოვანი ადგილიც დაიკავა. პირველ რიგში საქართველოში ტურიზმის განვითარებას დაეხმარა და ხელი შეუწყო მისმა მდიდარმა ტურისტულმა პოტენციალმა.

საქართველოსთვის დამახასიათებელია ლანდშაფტისა და ბუნებრივი პირობების მრავალფეროვნება: 318 კმ შავი ზღვის სუბტროპიკულ სანაპიროს უკავია. საქართველოს ტერიტორიის 38.6% ტყით დაფარული მასივებია. ქვეყანაში 103 კურორტი და 167

საკურორტო ადგილია. ასევე 19 ნაკრძალი, 860 ტბა, ძალიან ბევრი ჩანჩქერი და 25 ათასზე მეტი მდინარე, ალპური მდელოები და მთები (შხარა-5198 კმ და ყაზბეგი- 5048 კმ).

საქართველოში არის 12 ათასი ისტორიული ძეგლი და 150-მდე მუზეუმი. ჩვ.წ.აღ-მდე VI-V საუკუნეებით თარიღდება ძალიან ბევრი ეკლესია -მონასტერი და საკათედრო ტაძარი.

1994 წელს მსოფლიო ფასეულობათა სიაში იუნესკოს მიერ ჩართულია: მცხეთა-როგორც ქალაქი მუზეუმი, გელათის სამონასტრო კომპლექსი - XII საუკუნე, ბაგრატიის ტაძარი ქუთაისში - XI საუკუნის, და უშგულის არქიტექტურული კომპლექსი.

საქართველოს კლიმატური ზონების მრავალფეროვნება ახასიათებს, ქვეყანაში არსებული 7 ზონიდან 6 კლიმატური ზონა არსებობს. ისინი რამდენიმე საკურორტო-რეკრეაციულ ზონადაა წარმოდგენილი:

- 1 - შავი ზღვისპირეთის ზონა;
- 2 - ბალნეოლოგიური კურორტების ზონა ზღვის დონიდან 700 მ სიმაღლეზე-ნაბეღლავი, ნუნისი, ტყვარჩელი და სხვ.;
- 3 - ბალნეოლოგიური კლიმატური კურორტების ზონა ზღვის დონიდან 700 -1000 მ სიმაღლეზე - ბორჯომი, საირმე, სურამი და სხვ.;
- 4 - მთის კლიმატური კურორტების ზონა ზღვის დონიდან 1000-5000 მ სიმაღლეზე- აბასთუმანი, კიკეთი, ცემი და სხვა.
- 5 - მთის კლიმატური კურორტების და სამთო ტურისტული მარშრუტების ზონა ზღვის დონიდან 1500-2000 მ სიმაღლეზე - შოვი, ბახმარო, ბაკურიანი, გუდაური და სხვა.;
- 6 - სამთო ტურიზმისა და ალპინიზმის ზონა - ზღვის დონიდან 2000 მეტრის ზევით სიმაღლეზე.

საქართველოს ტურიზმის ყველა სახეობის განვითარების შესაძლებლობას იძლევა ჩვენი ქვეყნის ისტორიული ტრადიციები, ცივილიზაციის დონე, ბუნებრივი რესურსების და ზონების მრავალფეროვნება.

საქართველოში ტურიზმი ვითარდება მსოფლიოში მიმდინარე პროცესების, გლობალიზაციის ზემოქმედებით და გამოირჩევა ზრდის ტენდენციით. გლობალური კრიზისის გამო 2009 წელს ტურისტული ნაკადები მსოფლიოს თითქმის ყველა რეგიონში შემცირდა. ნეგატიური სიტუაციის მიუხედავად საქართველოში ტურისტული ნაკადები არ შემცირებულა და უკანასკნელ წლებში პირიქით ზრდის ტენდენციაც ახასიათებს. მონაცემების თანახმად საქართველოს ტურისტული ბაზრის სტრუქტურა გამყვან ტურიზმზეა ორიენტირებული, თუმცა ზოგ წელს, მაგალითად 2000 წელს, საერთაშორისო ჩამოსვლების რაოდენობა აღემატებოდა საერთაშორისო ტურისტულ გამგზავრებებს. შემოსავლანი ტურისტების ნაკადი ძირითადად ევროპის ქვეყნებიდან მოემართება.

ტურიზმის მსოფლიო ორგანიზაციისა რეკომენდაციით საქართველოს ტურიზმის ეროვნულმა სააგენტომ (www.gnta.ge) განახორციელა კვლევა თბილისის საერთაშორისო აეროპორტში, სადახლოს წითელი ხიდის და სარფის სახმელეთო-სასაზღვრო გამშვებ პუნქტებში 2010 წლის 1 დან 22 თებერვლის ჩათვლით. კვლევის მიზანი იყო საქართველოში ჩამოსული საერთაშორისო მოგზაურების ზოგადი დემოგრაფიული პროფილის, ვიზიტის მიზნით, ტურიზმის პოპულარული სახეების, ქვეყანაში მიღებული შთაბეჭდილებების და შეფასებების, ტურისტების მიერ საქართველოში დანახარჯების განსაზღვრა და მიღებული შთაბეჭდილებების აღწერა. ამ კვლევის შედეგები შემდეგნაირია:

- 1 - ვიზიტორები - მამაკაცები უფრო მეტნი არიან;
- 2 - ყველაზე მეტი ვიზიტორი თურქეთიდან და აზერბაიჯანიდან შემოდის- 36.6%. ჩვენს ქვეყანაში ტურისტთა შორის ჭარბობენ გერმანელი, ამერიკელი, ბრიტანელი და ფრანგი მოგზაურები;
- 3 - 30% ჩამოდის საქმიანი და პროფესიული მიზნით. მეგობრების და ნათესავების მოსანახულებლად ჩამოდის -25%, დასვენების მიზნით- 23%;
- 4 - მოგზაურები სამოგზაურო პაკეტში საშუალოდ 995 აშშ დოლარს იხდიან. თანაბარი რაოდენობა სარგებლობს საზოგადოებრივი ტრანსპორტით (საშუალოდ იხდიან- 63 აშშ დოლარს) ან დაქირავებული ავტომობილით (საშუალოდ- 163.8 აშშ დოლარი);

- 5 - თბილისის აეროპორტი და სახმელეთო საზღვრებში მიღებული მონაცემები განსხვავდება მნიშვნელოვნად. აეროპორტში გამოკითხულთა საშუალო დანახარჯი შეადგენს- 1592.9 აშშ დოლარს, ხოლო სახმელეთო საზღვარზე -500.3 აშშ დოლარს.
- 6 - ტურის ორგანიზებისათვის ტუროპერატორების მომსახურებას მხოლოდ 6.5% იყენებს.
- 7 - გამოკითხულთა უმრავლესობა სასტუმროში ან სხვა ფასიან საცხოვრებელში ცხოვრებას ამჯობინებს, 39.5 % მეგობრის ან ნათესავის სახლში ჩერდება.
- 8 - ზამთრის ტურიზმის მხრივ დიდი პოპულარობით სარგებლობს ბათუმი, მცხეთა, გუდაური, სიღნაღი და ბაკურიანი. ბათუმი ძალიან მიმზიდველია ტურისტები-სათვის ზამთარშიც, უმეტესობა ტურისტები თურქეთიდანაა ჩამოსული, რომელთა ნაწილი საქმიანი ვიზიტით შემოდის, ნაწილი კი სამორინეებში სათამაშოდ.
- 9 - საქართველოში ჩამოსულთა აბსოლუტური უმრავლესობა თბილისს სტუმრობს;
- 10 - ტურისტებისთვის მნიშვნელოვანია საქართველოს ისეთი უნიკალური უპირატესობები როგორებიცაა - ადამიანური ურთიერთობები, სტუმართმყოფარეობა, კლიმატური პირობები და ძალიან დიდ მოწონებას იმსახურებს ქართული სამზარეულო;
- 11 - არსებულ პრობლემებს რაც შეეხება პირველ რიგში აღსანიშნავია მომსახურების დაბალი დონე, კომუნიკაციის ხარვეზები, არასრულყოფილი ინფრასტრუქტურა, პროფესიონალი გიდების ნაკლებობა.

სახელმწიფო მუდმივად ახორციელებს კონკრეტულ ღონისძიებებს ტურიზმის განვითარების მიზნით. საქართველოში უცხოელთა ჩამოსვლებისა და ტურიზმისაგან მიღებული შემოსავლების ზრდა ქვეყნის ეკონომიკის პრიორიტეტულ სფეროდ აღიარებამ და მთავრობის მხრიდან მის მიმართ სწორედ განსაკუთრებულმა ყურადღებამ განაპირობა. ვაჭრობის და განვითარების სააგენტომ ტექნიკური დახმარების პროექტის ჩარჩოში შეიმუშავა „ტურიზმისა და ინვესტიციების განვითარების სტრატეგია საქართველოში“. 2007 წლის 20 ივნისს, ამ პროექტის განხორციელების შესახებ სააგენტოსა და საქართველოს მთავრობას შორის ხელშეკრულებას ხელი მოეწერა. 2011

წელს საქართველოს მთავრობამ შეიმუშავა და წარადგინა „საქართველოს სტრატეგიული განვითარების ათპუნქტიანი გეგმა-მოდერნიზაციისა და დასაქმებისათვის“.

ბოლო პერიოდში საქართველოს ხელისუფლებამ ტურიზმის განვითარების მიზნით მთიანი რეგიონების და სოფლების ხელშეწყობა დაიწყო. ეს ძალიან ეხმარება ადგილობრივ მოსახლეობას საკუთარი საარსებო წყაროს გაუმჯობესებაში. ბოლო რამდენიმე ათეული წლის მანძილზე გაჩნდა ტურიზმის უფრო მდგრადი ფორმები. ეს ტურიზმის ახალი, მოქნილი და არასტანდარტული ტურები ადგილობრივი მოსახლეობის მდგომარეობის გაუმჯობესებაზე და საარსებო წყაროს გაჩენის, ასევე ტურისტების რეკრეაციის გაუმჯობესებაზეა კონცენტრირებული. ამ ახალი სფეროების მიზანია ბუნებრივი და ადამიანური გარემოს შესახებ მეტი ინფორმაციის და ცოდნის ფლობა, განათლების მიღება, რომ მასპინძელმა საზოგადოებამ შეძლოს უკეთ გაიგოს ტურისტების მოთხოვნები და სრულყოს ტურისტების მომსახურება.

ტურიზმის ახალი სახეები, რომელიც ვიზიტორთა დიდი მოთხოვნით სარგებლობს:

ეკოტურიზმი - ეს სახეობა განისაზღვრება როგორც: საპასუხისმგებლო“ მოგზაურობა ბუნებრივ ტერიტორიებზე, რომელიც იცავს გარემოს და ადგილობრივი მოსახლეობის კეთილდღეობას აუმჯობესებს.

ღარიბებზე ორიენტირებული ტურიზმი - ტურიზმი, რომელსაც ღარიბი მოსახლეობის შემოსავლების ზრდა მოჰყვება. ეს არის მიდგომა ტურიზმის განვითარების და მართვის მიმართ, აკავშირებს ერთმანეთთან ტურიზმს და ღარიბ მოსახლეობას, იმისათვის რომ ამ ხალხმა შეძლოს წვლილი შეიტანოს პროდუქტის განვითარებაში.

გონიერი ტურიზმი - მოიცავს მოგზაურობის ბევრ სახეობას, ამ სახის ტურიზმში იგულისხმება ზიანის მინიმუმამდე შემცირება, ადგილობრივ მოსახლეობასთან მიმართებაში ტურიზმის წვლილის მაქსიმუმამდე გაზრდა. ეს გულისხმობს ტურისტული პროგრამების და ინდივიდუალური ტურების ყურადღებით დაგეგმვას, მოგზაურებისათვის მათთვის საჭირო გამოცდილების უზრუნველყოფას და დანიშნულების ადგილას დადებითი კვალის დატოვებას.

ველური ბუნების ტურიზმი - ტურისტების უმრავლესობას მოსწონს იმ ადგილების მონახულება, სადაც ცხოველები ბინადრობენ. ადამიანების უმეტესობა ქალაქებში ცხოვრობს და ბუნების მშვენიერებას ტელევიზორით და ელექტრონული საშუალებებით უყურებს, როცა საშუალება ეძლევათ ვირტუალური სანახაობა რეალობაში ნახონ, ძალიან დიდ სიამოვნებას იღებენ. ველური ბუნების ტურიზმს შეუძლია გააუმჯობესოს სოფლების სუსტი ეკონომიკა. ველური ბუნების ტურიზმი ბევრი მრავალრიცხოვანი ქალაქის და რაიონის ეკონომიკის მთავარი კომპონენტია.

საქართველოშიც ვითარდება ველური ბუნების მონახულების და ეკოლოგიაზე დაფუძნებული ტურები. კულტურული ტურიზმისგან განსხვავებით ამ სახის ტურებზე არც თუ ისე ბევრი ადამიანი ჩამოდის, მხოლოდ რამდენიმე კომპანია სთავაზობს ტურისტებს ამ ტურს. უფრო დიდი ბაზრის შესაქმნელად საჭიროა პროფესიონალი გიდების მომსახურება და მენეჯერები. მათ უნდა შეეძლოთ დაგეგმონ და განახორციელონ ველური ბუნების ტურები. (რაჯებაშვილი 2012).

როგორც უკვე ავღნიშნეთ საქართველოში ყველაზე მეტი ტურისტი თბილისსა და ბათუმს სტუმრობს. საქართველოში ჩამოსული ტურისტებისთვის ყველაზე მიმზიდველ ადგილს სვანეთი წარმოადგენს, განსაკუთრებით მესტია და უშგული იწვევს ადფრთოვანებას სხვადასხვა ღირსშესანიშნაობებით.

სვანეთის ფოლკლორული მასალა კუთხის ერთ-ერთ მნიშვნელოვან ტურისტულ ერთეულს წარმოადგენს. სვანეთის ტერიტორიაზე ტურისტს შეუძლია ძალიან ბევრი კულტურული ძეგლის მონახულება, განსაკუთრებით: სეფიეთის მთავარანგელოზის ეკლესია და სუჯუნის წმინდა გიორგის ეკლესია.

ძალიან პოპულარულია შატილი, მუცო. ციხე-ქალაქი შატილი X-XI საუკუნის კულტურულ და ისტორიულ ძეგლს წარმოადგენს.

ხოლო ზღვის მოყვარულებისთვის ბათუმი უკონკურენტო ქალაქია. ბათუმში ტურისტებისთვის ძალიან ბევრი საინტერესო ადგილია. იგი საქართველოს ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი სამრეწველო ცენტრია.

სიღნაღი ძალიან მიმზიდველია ტურისტებისათვის. სიღნაღს გარს აკრავს გაღავანი, რომელიც მეორეა ჩინეთის კედლის შემდეგ. ეს გაღავანი 28 კოშკისაგან შედგება და მისი სიგრძე 4 კმ-ია.

თავი 2. ტურიზმი და ეროვნული ეკონომიკა

2.1. ტურისტული ბაზარი და მისი ფორმირების თავისებურებები საქართველოში.

ტურიზმის ბაზარი არის ტურისტული პროდუქტის რეალიზაციის და ეკონომიკური ურთიერთობების სფერო. ეს სფერო ტურისტული პროდუქტის მყიდველებს და გამყიდველებს შორის ჩნდება. ტურისტულ ბაზარს აქვს თავისი ფუნქციები, რომელიც შემდეგში მდგომარეობს:

- 1) ტურისტული პროდუქტები, რაც ტურისტისთვის სასარგებლოა, მისი მოთხოვნილებების შესაბამისი პროდუქტის ღირებულების რეალიზაცია;
- 2) შრომის მატერიალური სტიმულირების ეკონომიკური უზრუნველყოფა;
- 3) პროცესის ორგანიზაცია, რომელსაც ტურისტული პროდუქტი მომხმარებლამდე მიაქვს.

ტურისტულ ბაზარზე ხდება ტურისტული საწარმოს მიერ შეთავაზებული პროდუქტის მიწოდება და მის საფუძველზე კეთდება ტურისტის მოთხოვნის განსაზღვრა ტურისტულ პროდუქტზე. მოთხოვნა გადახდისუნარიანია თუ თანხით უზრუნველყოფილია. თუ კმაყოფილდება როგორ მწარმოებელი, და გაფართოებული წარმოებისათვის იქმნება კარგი პირობები. მოთხოვნა-მიწოდების დაბალანსება მრავალფეროვანი ეკონომიკური ბერკეტების სისტემის გამოყენებით ტურისტული ბაზრის ფუნქციონირების მთავარი პირობაა.

დიდი მნიშვნელობა აქვს ბაზარზე პროდუქტის მიწოდების ფორმას, კერძოდ დისტრიბუციას, ანუ ტურისტული პროდუქტის მიწოდება საბოლოო მომხმარებლამდე. თუ დისტრიბუცია სწორად და გამართულად მუშაობს ტურისტული კომპანიის წარმატება გარანტირებულია.

ბაზარზე ახალი ტურისტული მომსახურების ამოქმედებით შეიძლება უკეთესი ეფექტის მიღება ბაზარზე, ან შეიძლება ძველი, უკვე არსებულის სრულყოფა რაც უფრო მეტი სარგებლის მოტანას უზრუნველყოფს. თუ გვეცოდინება ბაზრის სიდიდე, სიტუაციას სწორად შევაფასებთ: თუ რა ხდება ბაზარზე, ტურისტული საწარმოს განვითარება როგორ და რა მხრივია შესაძლებელი, რა პოზიცია გვაქვს კონკურენტებთან

შედარებით. სხვადასხვა რეგიონისთვის და პერიოდისთვის შეიძლება შედგეს გაყიდვების პროგრამა. ამიტომაც აუცილებელია რომ განისაზღვროს ბაზრის ზომა, რაც გვეხმარება: ბაზარზე ავამუშავოთ ახალი ტურისტული პროგრამა, გავაფართოვოთ გაყიდვების საზღვარი, უფრო სრულყოფილი გავხადოთ ტურისტული მომსახურება. ახალი ტუროპროდუქტის ან ახალი ტურისტული ბაზრის ათვისებისას აუცილებელია გავითვალისწინოთ მომავალი კლიენტების მოთხოვნილებები და საჭიროებები. მარკეტინგული გამოკვლევების საშუალებით შეიძლება გაკეთდეს პროგნოზი, ეს მიმართულებებია: ბაზრის ტევადობა, მომხმარებლები, კონკურენტები, მომწოდებლები, შუამავლები და ტურისტული პროდუქტი. მარკეტინგული ანალიზი ტარდება მასობრივი ინფორმაციის საშუალებების კონტროლით, მონაცემების შეგროვებით აგენტებიდან და პარტნიორებიდან, ტურისტულ ბაზრობებზე მონაწილეობით, მოსახლეობის წინასწარ შერჩეული ნაწილის ანკეტირებით. (კოჭლამაზიშვილი 2013: 79-82).

ტურისტული ბაზარი მყიდველებისგან და გამყიდველებისგან შედგება, თითოეული მყიდველი განსხვავდება მოთხოვნილებით და ცალკეულ ბაზრის სეგმენტს წარმოადგენს. გამყიდველი ადგენს ცალკეულ პროგრამას მათი მოთხოვნილებების გათვალისწინებით. უნდა შეირჩეს მიზნობრივი ბაზარი, რაც არის საერთო საჭიროებების ან მახასიათებლების მქონე ტურისტების ჯგუფი რომელსაც კომპანია მოემსახურება, რადგან ყველა კლიენტის მოთხოვნილების ერთდროულად შესრულება შეუძლებელია. მიზნობრივი ბაზრის შერჩევაზე დამოკიდებულია წარმოების საქმიანობა და მისი ეფექტიანობა. ბაზრის სეგმენტი უნდა იყოს საკმარისად ტევადი, იმისათვის რომ შეძლოს დანახარჯების დაფარვა და მოიტანოს მოგება, იყოს მზარდი.

ტურისტულმა ფირმამ უნდა მიიღოს ინფორმაცია პროდუქტის დანერგვის შემთხვევაში, იქნება თუ არა მომგებიანი და მომხმარებელთა ჯგუფის მიერ მოწონებული. კონკურენტებს ხომ არ აქვთ მსგავსი პროდუქტი, რომელსაც უფრო მყარი პოზიცია გააჩნია. უნდა შეფასდეს რისკი კონკურენტების მოსალოდნელი რეაქციის შესახებ, გაყიდვების და მოგების მოცულობა უნდა იყოს წინასწარ მიახლოებით პროგნოზირებული (დოლიკაშვილი... 2009).

საქართველოს ტურისტული ბაზრის მდგომარეობის და მისი განვითარების მიმართულებების და პერსპექტივების შესახებ ჩატარებულია არაერთი მარკეტინგული კვლევა. კვლევის მიზანი ტურიზმის ინფრასტრუქტურის, კერძოდ სასტუმრო ბიზნესის მდგომარეობის განსაზღვრა და მისი განვითარების პერსპექტივების დადგენაა.

ტურიზმის ინდუსტრიის ტემპის მაჩვენებელი ყოველ წელს უფრო და უფრო იზრდება. UNTWO-ს გაანგარიშებით საერთაშორისო მოგზაურების სტაბილური, საშუალოდ 3,3%- იანი ზრდის ტემპი 2030 წლამდე შენარჩუნდება. (იხ.დანართი N 2).

საერთაშორისო მოგზაურობის რიცხვის მკვეთრი ზრდა აღინიშნება საქართველოშიც, მაგალითად 2011 წელს უცხოელთა რაოდენობამ 2 822 363 შეადგინა, ეს მაჩვენებელი 39%- იანი ზრდას წარმოადგენს წინა წელთან შედარებით, 2012 წელს უცხოელ მოგზაურთა რაოდენობა 56%- ით გაიზარდა და 4 389 256 მიაღწია, ხოლო 2013 წლის მონაცემებით ტურისტების რაოდენობა წინა წელთან შედარებით 60% ით გაიზარდა. საქართველოს ტურიზმის სექტორის ზრდის ტემპი მსოფლიო ტურიზმის ზრდის მაჩვენებელს უსწრებს, რაც მსოფლიო მოგზაურთა შორის საქართველოში ჩამოსულთა წილის შეფასებით დასტურდება ეს ფაქტი. საქართველოს ტურისტების წილი მთლიან საერთაშორისო მოგზაურთა შორის 2007 წლიდან 2012 წლამდე 0,12% დან 0,29% მდე გაიზარდა. ჩვენც ქვეყანაში ბოლო სამი წლის სტატისტიკური მონაცემები აჩვენებს, რომ საერთაშორისო მოგზაურების ყველაზე დიდი ნაწილი ივლისში და აგვისტოში შემოდის საქართველოში. მოგზაურთა რაოდენობის მხრივ პირველ სამ ადგილს თურქეთი, აზერბაიჯანი და სომხეთი იკავებს. მათზე საქართველოში საერთაშორისო მოგზაურების 76% მოდის.

2014 წლის მონაცემებით საქართველოს ტერიტორიაზე 1051 განთავსების საშუალება იყო 34 751 საწოლით. საწოლების რაოდენობის მხრივ პირველ ადგილზე აჭარის რეგიონი იყო. აქედან 63% სასტუმროზე მოდის, შემდეგ სასტუმრო სახლებზე 16% და საოჯახო სასტუმროებზე 16%. მაგრამ ზაფხულის პერიოდში განთავსების საშუალებებზე მოთხოვნის გადაჭარბება აღინიშნება მიწოდებაზე.(www.gnta.ge www.geostat.ge). რამაც განაპირობა განთავსების საშუალებების რაოდენობის გაზრდა.

2016 წლის მონაცემებით საქართველოში 1225 მოქმედი სასტუმროა 23.1 ათასი ნომრის რაოდენობით. ხოლო საწოლების რაოდენობა ნომრებში 48.6 ათასია.(www.geostat.ge).

2015 წელს სასტუმროებმა 1.8 მილიონი სტუმარი მიიღეს, ეს მაჩვენებელი 2014 წლის მონაცემებს 335- ით აღემატება. ცხრილში მოცემულია ქვეყნების ათეული, საიდანაც ჩამოსულ სტუმრებს მოემსახურნენ :

ცხრილი N6. ქვეყნების ათეული საიდანაც ვიზიტორები შემოვიდნენ 2015 წელი

1	რუსეთი	15%
2	თურქეთი	10.8%
3	ისრაელი	8.2%
4	აზერბაიჯანი	7.6%
5	უკრაინა	7.5%
6	სომხეთი	4.9%
7	პოლონეთი	3,3%
8	გერმანია	2.7%
9	აშშ	2.4%
10	არაბთა საემიროები	2.4%
11	სხვა ქვეყნები	38%

წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

სტატისტიკური აღრიცხვის მონაცემების მიხედვით 2015 წელს საქართველოში 171 ახალი სასტუმრო გაიხსნა, რამაც 25%- ით გაზარდა ქვეყნის სასტუმროების ფართობი. სასტუმროებს საქართველოში 1291 ათასი კვ/მ ფართობი უჭირავთ, ნომრების ფართობი 616 ათასი კვ/მ-ია.

მოქმედი სასტუმროების 99.3 % კერძო საკუთრებაშია, აქედან 9.6%- უცხოელი ფიზიკური და იურიდიული პირის საკუთრებაა, 0.7 % სასტუმროებისა არის სახელმწიფო საკუთრებაში.

2015 წელს წინა წელთან შედარებით სასტუმროებში და სასტუმროს ტიპის დაწესებულებებში სტუმართა რაოდენობა მნიშვნელოვნად გაიზარდა არაბთა გაერთიანებული ემირატებიდან, დაახლოებით 3.6- ჯერ, რუსეთიდან 44%- ით, უკრაინიდან- 40%- ით, გერმანიიდან- 31%-ით, ისრაელიდან- 28.2%-ით, სომხეთიდან- 14%- ით, პოლონეთიდან- 4.9%- ით, თურქეთიდან-4.6%- ით, აშშ-დან 2.8%- ით.

საქართველოს სასტუმროებს საზღვარგარეთიდან უმეტესად რეკრეაციისა და დასვენების მიზნით 64.1%, საქმიანი და პროფესიული მიზნით- 22%, მკურნალობის მიზნით- 1.5%, ხოლო სხვა მიზნით- 12,5% სტუმრობს. იხ.ნახაზი:

ცხრილი N7. არარეზიდენტი სტუმრების განაწილება სტუმრობის მიზნის მიხედვით

რეკრეაცია და დასვენება	64.1%
საქმიანი და პროფესიული	21.9%
მკურნალობა	1.5%
სხვა მიზნები	12.5%

წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

თბილისში რამდენიმე საერთაშორისო ბრენდის სასტუმროა: Redisson Blue Iveria, Tbilisi Marriott, Courtyard Marriot, Sheraton Metekhi Palace, Holiday Inn, Mercure Hotel, Rooms Hotel Tbilisi, Best Western Tbilisi. ბორჯომში Rixos Borjomi Hotel და ბათუმში Hilton Hotel და Redisson Blue განთავსდა. (2014 წელი, მარკეტინგული კვლევა“ ტურისტული ბაზარი და ტურიზმის ინფრასტრუქტურა).

საქართველოში ბოლო წლების განმავლობაში საავიაციო ბაზრის საგრძნობი ზრდა შეიმჩნევა. საქართველოს ბაზარი 2003 წლამდე ამ სფეროში არაკონკურენტული იყო და რამდენიმე ბიზნეს ჯგუფის მიერ კონტროლდებოდა.

დღევანდელი მონაცემებით საქართველოს საავიაციო ბაზრის ლიდერი თურქული ავიაკომპანია Turkish Airlines-ია. 2018 წლის იანვარ-მარტის მონაცემებით კომპანია ავიაბაზრის 12% აკონტროლებს. Turkish Airlines-ი ამ პერიოდში 101 091 მგზავრს მოემსახურა საქართველოს აეროპორტში.

მეორე ადგილზე გადაყვანილი მგზავრების რაოდენობის მიხედვით არის Georgiam Airways-ი. მან 2017 წლის ანალოგიური პერიოდის მონაცემებისგან განსხვავებით Ukraine International Airlines-ი (Flyuia) ჩაანაცვლა. Georgian Airways- ის წილი საქართველოს ბაზარზე 11%-ია. ამ კომპანიამ 89 833 მგზავრი გადაიყვანა.

მესამე ადგილი უნგრულ ავიაკომპანია Wizz Air- ს უკავია, რომელიც ბაზრის 9%-ს მფლობელია. 2018 წლის იანვარ- მარტში ამ ავიაკომპანიამ 73 187 მგზავრი გადაიყვანა.

Fludubai საქართველოს ავიაბაზრის 7%- იანი წილის მფლობელია და 53 575 მგზავრს მოემსახურა აღნიშნულ პერიოდში. გადაყვანილი მგზავრების მიხედვით საქართველოს ავიაბაზრის 3-3%- იანი წილის მფლობელები არიან Air Arabia, Zagros airlines ,Qatat Airways და Qeshm Air-ი. ხოლო 2-2%- იანი წილის მფლობელები AZAL, ATA Airlines, Belavia, Air Astana, Lufthansa da LOT- ი.

2018 წლის იანვარ-მარტის მაჩვენებლებით მგზავრთა რაოდენობის მიხედვით, რეგულარული და არარეგულარული რეისებით გადაყვანილი მგზავრების მიხედვით, ბაზრის 89%-ი უცხოურ ავიაკომპანიებზე მოდის, ხოლო 11% ეროვნულ ავიაკომპანიებზე. ამ მონაცემების მიხედვით საქართველოს აეროპორტებში მგზავრების ნაკადი 35%-ით გაიზარდა. (საქართველოს სამოქალაქო ავიაციის სააგენტო www.gcaa.ge).

„საქართველოს აეროპორტების გაერთიანების“ ინფორმაციის მიხედვით 2018 წლის შვიდი თვის მონაცემებით, საქართველოს აეროპორტები სულ 2,719,920 მგზავრს მოემსახურა. ეს მონაცემი 28%- ით მეტია წინა წლის ამ პერიოდთან შედარებით (2,130,469 მგზავრი). ყველაზე მეტი რაოდენობა მგზავრებისა საქართველოს სამივე საერთაშორისო აეროპორტში ივლისის თვეში დაფიქსირდა.

თბილისის საერთაშორისო აეროპორტით ივლისში 429,088 მგზავრმა ისარგებლა. ეს 16%- ით მეტია წინა წლის ანალოგიურ პერიოდთან შედარებით (371,188 მგზავრი). ხოლო შვიდ თვეში ზრდის მაჩვენებელი 27%- ით გაიზარდა ანალოგიურ პერიოდთან შედარებით (2,104,161 მგზავრი).

ქუთაისის საერთაშორისო აეროპორტსაც ზრდის ტენდენცია აქვს, 2018 წლის ივლისში აეროპორტი მოემსახურა 75,372 მგზავრს, რაც 2017 წლის ანალოგიურ პერიოდთან შედარებით 52%- ით მეტია. შვიდი თვის მონაცემების მიხედვით 2018 წელს ქუთაისის დავით აღმაშენებლის აეროპორტის მგზავრების რაოდენობა 33%- ით გაიზარდა და შეადგინა 310,115 მგზავრი.

ბათუმის საერთაშორისო აეროპორტი 2018 წლის ივლისში 111,325 მგზავრს მოემსახურა, რაც 11%- ით მეტია წინა წლის ანალოგიურ პერიოდთან შედარებით (100,613 მგზავრი). შვიდი თვის ჯამის მიხედვით შარშანდელ იმავე პერიოდთან შედარებით მგზავრების ნაკადი 29%- ით გაიზარდა და 301,597 მგზავრი იყო.

ადგილობრივი აეროპორტები, როგორცაა მესტიის და ამბროლაურის აეროპორტები 2018 წლის შვიდი თვის მონაცემებით 4,047 მგზავრს მოემსახურა და ამ შვიდ თვეში 194 რეისი შესრულდა. (საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო www.economy.ge).

ტურიზმის დაგეგმვის მეთოდები: ტურიზმის მარკეტინგს ნებისმიერი ქვეყნის თუ რეგიონისათვის განსაკუთრებული მნიშვნელობა აქვს. მარკეტინგის წყალობით პოტენციური ტურისტები იღებენ ინფორმაციას მოცემული რეგიონის შესახებ, თუ რატომ უნდა გაუჩნდეთ ამ რეგიონში მოგზაურობის სურვილი. ბაზრის დაგეგმვა არის ტურიზმის განვითარების საერთო დაგეგმვის განუყოფელი ნაწილი. მარკეტინგი საქმიანობის რამდენიმე მიმართულებას მოიცავს:

მარკეტინგული მიზნების განსაზღვრა- რომელი ტიპის და რა რაოდენობის ტურისტია შემოსაყვანი რეგიონში? საბაზრო მიზნები დგინდება ხუთწლიანი პერიოდით და მნახველების სავარაუდო რაოდენობით, მათი ტიპის, ყოფნის ხანგძლივობის, წარმოშობის ქვეყნის მიხედვით. უკვე განვითარებულ ტურისტულ ცენტრებში მარკეტინგული მიზნები შეიძლება დაკავშირებული იყოს ბაზრის ტიპების ცვლასთან, მაგალითად როგორცაა ორიენტაციაა ცვლა უფრო მაღალხარისხოვან და სპეციალიზირებულ ბაზრებზე. ასეთი მიზნები შეჯერებული უნდა იყოს ტურისტული პროდუქტის შესაბამის ცვლილებებთან, რომლებიც დაკავშირებულია ტურისტულ ღირშესანიშნაობებთან, ობიექტებთან და მომსახურებასთან.

მარკეტინგული სტრატეგიის შემუშავება- ეს სტრატეგია შეიცავს საბაზრო მიზნების მიღწევის ყველაზე მნიშვნელოვან და ეფექტურ პრინციპებს და შედგება შემდეგი ელემენტებისგან:

- მარკეტინგის ხასიათი- მიმართულია ტურისტების საერთო ინტერესებისადმი , ან შერჩევითი და მიმართული ტურისტული ბაზრების სპეციფიკურ ხასიათებთან, შედეგად ვლინდება ძირითადი, დამატებითი და შემთხვევითი ბაზრები;

- სარეკლამო- საინფორმაციო ხერხების ძირითადი სახეობები, რომელთა გამოყენებაც საჭიროა და მიმართულია- ტუროპერატორისაკენ, ტურისტი- მომხმარებლისაკენ, ან ორივესკენ ერთდროულად;

- დროში დაგეგმვა ან სარეკლამო- საინფორმაციო ღონისძიებების პრიორიტეტულობის განსაზღვრა ბაზრების ტიპებსა და ქვეყნებთან მიმართებაში. დროში დაგეგმვა შესაძლებელია დამოკიდებული იყოს ობიექტების ექსპლოატაციაში შესვლის ვადებზე.

- იმ რაიონის დახასიათება, რომლის პროპაგანდაცაა ნავარაუდები, ახალ განვითარებად ტურისტულ ცენტრს შეიძლება თავიდან დასჭირდეს იმიჯის შექმნა და მხოლოდ ამის შემდეგ მოხდეს მისი ბაზარზე სტიმულირება;

- ერთ-ერთი ყველაზე მიზანშეწონილი ვარიანტის შერჩევა : ძირითად მომწოდებელ ქვეყნებში სარეკლამო- საინფორმაციო წარმომადგენლობის გახსნა ან სარეკლამო- საინფორმაციო საქმიანობის ორგანიზება საკუთარი ქვეყნის მთავარი უწყებიდან;

- ყველა გაუთვალისწინებელი სიტუაციის აღრიცხვა, მაგ: ადრე დაკეტილი ბაზრის ხელახლა გახსნა.

მარკეტინგული სტრატეგია დაკავშირებული უნდა იყოს როგორც ხანგძლივ, ისე მოკლევადიან მიზნებთან. ამის წყალობით საფუძველი ეყრება გრძელვადიან მიზნებს და უფრო კონკრეტული დაგეგმვისათვის- მოკლევადიან მიზნებს. მარკეტინგული სტრატეგია საჭიროებს საკმაოდ ხშირ გადახედვას, აუცილებლობის შემთხვევაში მასში შეტანილი უნდა იქნეს კორექტივები ნებისმიერი ცვლილების გათვალისწინებით.

ტურიზმისთვის საჭირო სარეკლამო- საინფორმაციო პროგრამების მომზადება- ტურიზმის სტიმულირების პროგრამის საფუძველს წარმოადგენს- მარკეტინგული სტრატეგია, განაწილების მარკეტინგული არხების ცოდნა, სარეკლამო- საინფორმაციო მუშაობის არსებული მეთოდები, ხარჯების მოცულობა. ასეთი პროგრამა გათვლილია სამ- ხუთ წელზე. მასში წლების მიხედვით არის მითითებული საჭირო სარეკლამო- საინფორმაციო ღონისძიებების სახეები და მათი ღირებულება. სარეკლამო- საინფორმაციო ხარჯთაღრიცხვაში ჩვეულებრივ ჩართულია მუდმივი ხარჯები, მაგალითად, სხვადასხვა ქვეყანაში წარმომადგენლობების ან ადგილობრივი ტურისტული საინფორმაციო ბიუროების შენახვის ხარჯები. სარეკლამო- საინფორმაციო ფორმებს შორის ყველაზე უფრო გავრცელებულია:

- ბეჭდვითი მასალის მომზადება (ბროშურები, პლაკატები) და მათი გავრცელება ტურაგენტების, ოპერატორებისა და ტურისტულ მომხმარებლებთან;

- აუდიო ვიზუალური მასალის მომზადება- სლაიდები, დოკუმენტური ფილმები და ვოდეორგოლები პრეზენტაციის მოსაწყობად;
- ჟურნალებში, გაზეთებში, რადიო- ტელევიზიაში განთავსებული რეკლამა;
- სარეკლამო- საინფორმაციო მოგზაურობების მოწყობა გამომგზავნ ქვეყნებში და ტურაგენტებთან უშუალო კონტაქტის დამყარება;
- ტურაგენტების, ტუროპერატორების, პრესის წარმომადგენლობების მოწვევა საკუთარ ქვეყანაში და მათთვის მოგზაურობების ორგანიზება;
- საინფორმაციო გზამკვლევების და მასალების მომზადება და გამოცემა შესაბამის რეგიონზე, თუ ასეთი მანამდე არ არსებობდა.

მარკეტინგის უმნიშვნელოვანესი ელემენტია ტურისტებისათვის ინფორმაციის მიწოდება მოგზაურობის დაწყების წინ და ასევე მოგზაურობის პროცესში. საჭიროა სხვადასხვა სახის ინფორმაციის მიწოდება: რეგიონის გეოგრაფიის, კულტურის, ისტორიის შესახებ. ღირშესანიშნაობები, ობიექტები და მომსახურებები, ტრანსპორტის მუშაობის განრიგი, სამედიცინო პუნქტები, საკონსულოები და სხვა სახის ინფორმაცია, რომელიც აუცილებლად გამოადგება ტურისტს კონკრეტულ რეგიონში. ტურისტული ბიუროები მოხერხებულ ადგილას უნდა განთავსდეს და აუცილებელია დაკომპლექტებული იყოს კვალიფიციური კადრებით.

ტურისტების მოსაზიდად გაწეული სარეკლამო-საინფორმაციო სამუშაო განსაზღვრულ რეგიონში უნდა იყოს ზუსტი. თუ რეკლამა არასწორ წარმოდგენას ქმნის შესაბამის რეგიონზე და ტურისტებს აწვდის ყალბ ინფორმაციას. ისინი გაწბილებულები რჩებიან, ეს განწყობა ვრცელდება მათ ახლობლებზე, მეგობრებზე და სხვ. რის გამოც ტურისტების ნაკადი მცირდება. ჩნდება არასასურველი და უარყოფითი მასალები მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებში. ძალიან ბევრ ქვეყანაში მოქმედი კანონმდებლობის შესაბამისად მომხმარებლების ინტერესების დაცვის თაობაზე ამას შეიძლება მოჰყვეს სასამართლო სარჩელები ტუროპერატორებისა და ტურაგენტების მიმართ.

სახელმწიფო და კერძო სექტორების მიერ სარეკლამო- საინფორმაციო მუშაობა მკაცრად უნდა იყოს კოორდინირებული. ძალიან კარგ პრაქტიკას წარმოადგენს ერთობლივი საინფორმაციო საბჭოების შექმნა ტურიზმის სტიმულირების ღონისძიების

კოორდინირებისა და განხორციელებისათვის. ასეთი საბჭოები ერთობლივად ფინანსდება, პარალელურად კერძო სექტორი თავისი პროდუქციის რეკლამირებას განაგრძობს. მარკეტინგი საგულდაგულოდ უნდა იქნეს დაგეგმილი მთავრობის მიერ და გათვალისწინებული უნდა იყოს საკმარისი ფინანსები. (ხოხობაია 2016).

ტურიზმის განვითარებისთვის ძალიან მნიშვნელოვანია ტურისტული რესურსების პოტენციალი. ტურისტული რესურსები შემდეგნაირად შეიძლება განიმარტოს - ისტორიულ- კულტურული, ბუნებრივი, შემეცნებითი და სოციალურ-საყოფაცხოვრებო რესურსების და ქვეყნის ტერიტორიაზე არსებული ინფრასტრუქტურის ერთობლიობა, რომელიც აკმაყოფილებს ტურისტის მოთხოვნილებებს. ტურისტული რესურსები, განიხილება, როგორ ეკონომიკური ღირებულების მქონე მატერიალური რესურსები ტურიზმის სექტორისათვის. ის გეოგრაფიული ელემენტები, რომლებიც განკუთვნილია ქვეყანაში ან რეგიონში დანიშნულების ადგილზე შემოსული ვიზიტორის კეთილგანწყობის, კომფორტისა თუ სიამოვნების მისაღებად ითვლება ტურისტულ რესურსად. ტურიზმის მიზნით რესურსების გამოყენება შეზღუდულია, რადგან ის ტურისტების ფიზიკურ უსაფრთხოებასა და ჰიგიენური ნორმების მაქსიმალურ დაცვას უნდა უზრუნველყოფდეს. ტურისტული რესურსის კონცეფცია არის პროდუქტი, რომელიც შეიძლება შევთავაზოთ ტურისტს მისი აუცილებელი მოთხოვნის დასაკმაყოფილებლად, იქნება ეს იდეა, რაიმე სახის ობიექტები, თუ გარკვეული ადგილები . (Fernandez 2008:14-15).

2.2. ეროვნულ ეკონომიკაზე ტურიზმის დარგის გავლენის შეფასების მოდელები

ტურიზმი მსოფლიო ეკონომიკაში ერთ-ერთ მნიშვნელოვან როლს ასრულებს. ბოლო წლებში ის მსოფლიო ბიზნესის ერთ-ერთი ყველაზე მომგებიანი საშუალებაა. ეკონომიკის ეს დარგი ძალიან სწრაფად ვითარდება და მისი მნიშვნელოვანი სექტორია.

ტურიზმის დარგის განვითარებას განსაკუთრებით დიდი მნიშვნელობა აქვს პატარა ქვეყნებში. ამ ქვეყნებს არა მარტო მრავალი პრობლემები აქვთ, არამედ მცირე ქვეყნებში

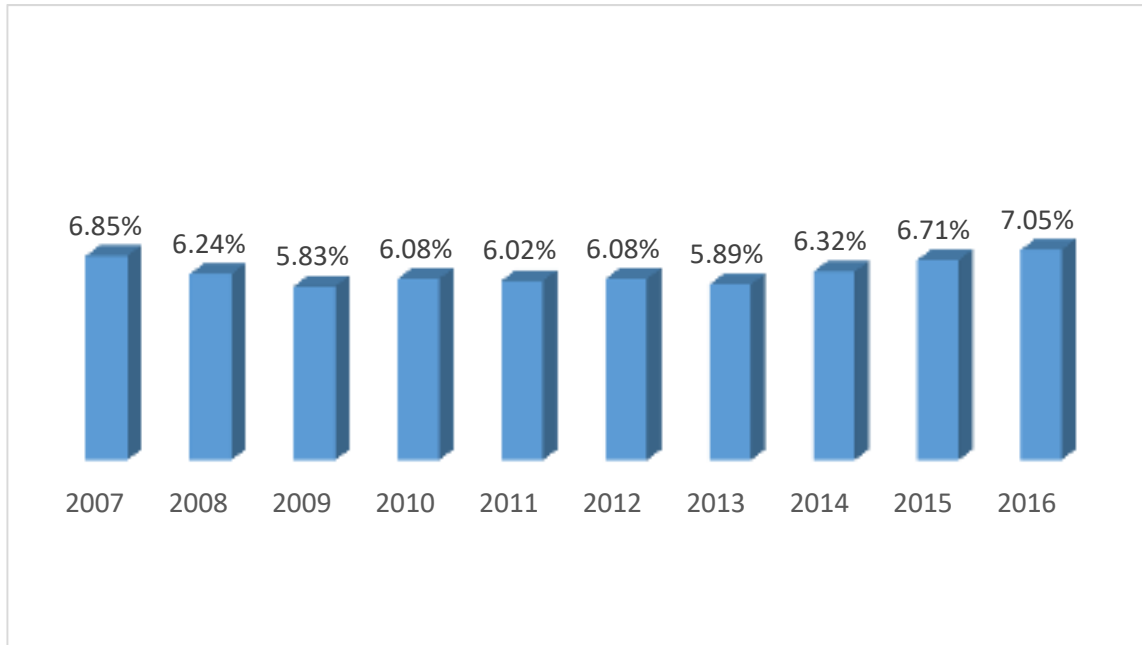
ეკონომიკური და ფინანსური პრობლემები სხვადასხვა ხასიათისაა და განსხვავებულად რეგულირდება, რაც შესაბამისად აისახება სავაჭრო ურთიერთობებზე, მათი დარგების განვითარების მიმართულებებზე და ტემპებზე. მცირე ქვეყნებს არ გააჩნიათ ის მექანიზმები, რომელიც უზრუნველყოფს მათ კონკურენტულ უპირატესობას დიდ ქვეყნებთან ვაჭრობისას. მასშტაბის ეკონომიით მიღებული უპირატესობა ან გაცვლითი კურსით მანიპულაცია არ იძლევა მნიშვნელოვან შედეგებს. დიდი ქვეყნების სავაჭრო და სავალუტო ზონებში მიერთება და გაერთიანება კი პოზიტიურ შედეგებთან ერთად საფრთხეებსაც შეიცავს. (თოქმაზიშვილი 2017:#3).

მცირე ქვეყნებს აქვს მრავალდარგიანი ეკონომიკა, მაგრამ ამისათვის არასაკმარისი რესურსები. რესურსებზე მოთხოვნის დაკამყოფილება კი რესურსების სეზონუდულობის გამო შეუძლებელია. ისინი განიცდიან რეგიონალური ინტეგრაციის აუცილებლობას. მაგრამ აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ ინდუსტრიულად განვითარებული მცირე ქვეყნებისათვის დამახასიათებელია სტაბილური ეკონომიკა, მყარი ფინანსური პოზიციები, მდგრადი განვითარება, ცხოვრების შედარებით მაღალი დონე. რა მდგომარეობაა ამ მხრივ პოსტსაბჭოთა ქვეყნებში? ისინი მიეკუთვნებიან საშუალოზე დაბალი შემოსავლების ქვეყნებს, რომელთა ზრდის ტემპები მაღალია. განსხვავებული მდგომარეობაა პოსტსოციალისტურ ქვეყნებში. პოსტსოციალისტური ევროპის ქვეყნები საშუალოზე მაღალი შემოსავლიანი ქვეყნებია. ამიტომ მათდამი მიდგომა განსხვავებულია. მცირე ქვეყნების ეკონომიკის თავისებურებები ვლინდება მათი მთლიანი ეროვნული პროდუქტის წარმოებაში. ამიტომ პოსტსაბჭოთა ქვეყნების ეკონომიკის ზრდის კარგი მექანიზმი მომსახურების სფეროს განვითარებაა, მათ შორის ტურიზმის დარგის დაჩქარებული ტემპებით განვითარება. რა თქმა უნდა თუ ქვეყანას ამის პოტენციალი გააჩნია, რაც საქართველოს საკმაოდ აქვს.

ქვეყნის ეკონომიკური ზრდის უმნიშვნელოვანეს მაჩვენებელს მთლიანი შიდა პროდუქტი წარმოადგენს. საქართველოში - მთლიან შიდა პროდუქტში მას გარკვეული წილი უკავია, ეკონომიკის ერთ-ერთ პრიორიტეტულ დარგს - ტურიზმი წარმოადგენს. მისი ხვედრითი წილი განუხრელად იზრდება, რომელმაც 2016 წლისათვის 7.05%-ს შეადგინა. ბიზნესგარემოს გაუმჯობესება და ჩვენი ქვეყნის საერთაშორისო ცნობადობის ამაღლება ხელს უწყობს საქართველოს ეკონომიკის მნიშვნელოვანი სექტორის -

ტურიზმის განვითარებას. განსაკუთრებით თვალსაჩინოა ტურიზმის გავლენა ეკონომიკურ მაჩვენებლებზე, მათ შორის დასაქმებასა და საგადასახადო შემოსავლებზე.

დიაგრამა N 1. ტურიზმის წილი საქართველოს მთლიან შიდა პროდუქტში
(2007-2016 წლები)



წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

როგორც დიაგრამის მონაცემებიდან ჩანს, ტურიზმის დარგის წილი მთლიან შიდა პროდუქტში უმნიშვნელო ცვლილებებით ხასიათდება. თუ 2011 წლამდე მისი წილი შემცირების ტენდენციით ხასიათდებოდა, 2014 წლიდან მისი ზრდა ეტაპობრივად ხდება. 2015 წელს 2014 წელთან შედარებით ის გაიზარდა 0.39 პუნქტით, ხოლო 2016 წელს 2015 წელთან შედარებით 0.34 პუნქტით.

მსოფლიოში ტურიზმი ერთ-ერთი უდიდესი ინდუსტრიაა, რომლის განვითარებასაც განაპირობებს ქვეყნის შიდა სტაბილურობა, ეკონომიკური განვითარების მისაღები დონე და უსაფრთხო გარემო. ტურიზმი ხელს უწყობს მშვიდობის განვითარებას და გამყარებას განვითარებად ქვეყნებში, სამუშაო ადგილების შექმნას და შემოსავლების ზრდას. საერთაშორისო ტურიზმი უცხოური ვალუტის შემოსავლის წყაროს წარმოადგენს და ზემოქმედებს ქვეყნის სოციალურ და კულტურულ გარემოზე. თუმცა საერთაშორისო ტურიზმის ზრდას ნეგატიური გავლენის მოხდენაც შეუძლია, მაგალითად ინფლაცია, ეკოლოგიური სიტუაციების გაუარესება და

ადგილობრივი მოსახლეობის ტრადიციების დარღვევა. განსაკუთრებით განვითარებად ქვეყნებში, სადაც ტურისტები უფრო მდიდარი ქვეყნებიდან თავს ახვევენ ადგილობრივ მოსახლეობას მათთვის დამახასიათებელ ცხოვრების სტილს და მოხმარების დონეს. საერთაშორისო ტურიზმის შედეგების თავისდროული და ყოველმხრივი შეფასება ძალიან მნიშვნელოვან ფაქტორს წარმოადგენს ისეთი ეკონომიკური და პოლიტიკური პოლიტიკის შესამუშავებლად, რომელიც საშუალებას მოგვცემს მაქსიმალური სარგებელი მივიღოთ და თავიდან ავიცილოთ საერთაშორისო ტურიზმის უარყოფითი ზემოქმედება.

ტურიზმი არის ეკონომიკის ერთ-ერთი ყველაზე მაღალშემოსავლიანი და სწრაფად განვითარებადი დარგი. მსოფლიო ტურისტული ორგანიზაციის მონაცემებით 2030 წლისთვის უცხოელ ვიზიტორთა რიცხვი 1,8 მილიარდს მიაღწევს. ვიზიტორთა უმრავლესობა ევროპასა და აზია-წყნარი ოკეანის აუზის ქვეყნებში იქნება. (მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაცია UNTWO).

მოგზაურობისა და ტურიზმის ინდუსტრია მომსახურების სექტორებს შორის ერთ-ერთი ყველაზე სწრაფად მზარდია მსოფლიოში. 2013 წელს მოგზაურობისა და ტურიზმის მსოფლიო მონაცემებით ამ დარგის პირდაპირმა კონტრიბუციამ მთლიან შიდა პროდუქტში 2.2 ტრილიონი დოლარი შეადგინა და ხელი შეუწყო 101 მილიონი სამუშაო ადგილის შექმნას. მსოფლიო ეკონომიკის განვითარებაში ტურიზმის სექტორის როლი - მსოფლიოს მშპ-ის 9,5%, ერთი ადგილი ყოველი 11 სამუშაო ადგილიდან, 4,4% მთლიან განხორციელებულ ინვესტიციებსა და 5,4% მსოფლიოს მთლიან ექსპორტში. (Economic Imp. 2014).

ტურიზმის წილი მთლიან შიდა პროდუქტში 2014 წელს გაიზარდა 2013 წელთან შედარებით და შეადგინა 6,32 %, ასევე დინამიურად გაიზარდა 2015 წელს და შეადგინა 6.71%. საქართველოში შემოსავლების რაოდენობა საერთაშორისო ტურიზმიდან გაიზარდა, თუმცა შემცირებულია მხოლოდ 2015 წელს 2014 თან შედარებით. (იხ.დანართი N 3).

საქართველოს ეკონომიკაში ტურიზმი მნიშვნელოვან როლს თამაშობს. ტურიზმის სექტორი საქართველოში სწრაფი ტემპით იზრდება მიუხედავად მსოფლიო კრიზისისა.

ტურიზმის დარგის განვითარებასთან ერთად დიდი ყურადღება ექცევა ტურისტული ნაკადების ანალიზსაც. აღსანიშნავია ტურიზმის სექტორის წვლილი ეკონომიკაში უცხოური ვალუტის შემოდინების მხრივაც. ბოლო წლების განმავლობაში საქართველოში ვიზიტორთა რაოდენობის ზრდის ტემპი ერთ-ერთი ყველაზე მაღალი იყო მსოფლიოში: საერთაშორისო მოგზაურების მთლიანი რაოდენობა თითქმის 300%-ით გაიზარდა და 2016 წელს რეკორდულ მაჩვენებელს 6.350.825- ს მიაღწია (2009 წ: 1.5 მლნ). ტურიზმიდან მიღებული შემოსავლები კიდევ უფრო სწრაფი ტემპით იზრდებოდა - 476 მილიონი აშშ დოლარიდან (2009 წ) 2.16 მილიარდ აშშ დოლარამდე (2016 წ). (საქართველოს ტურიზმის ეკონომიკური მიმოხილვა, საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია, 2014; საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური www.geostat.ge).

საქართველოში შემოსული ვიზიტორთა რაოდენობა ყოველწლიურად იზრდება. მათ დანახარჯებს დიდი გავლენა აქვს საქართველოს საგადასახადო ბალანსზე.

ცხრილი N:8 შემოსავლები საერთაშორისო ტურიზმიდან და პროცენტული ზრდა (ათასი აშშ დოლარი)

2007	383,746	
2008	446,646	+16%
2009	475,889	+7%
2010	659,245	+39%
2011	954,909	+45%
2012	1,410,902	+48%
2013	1,719,700	+22%
2014	1,787,140	+4%
2015	1,936,000	8.3%
2016	2,166,000	11.9%

წყარო: საქართველოს ეროვნული ბანკი, საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია

ტურიზმი ხელს უწყობს ქვეყანაში უცხოური ვალუტის შემოდინებას, აუმჯობესებს ინფრასტრუქტურას და სხვ. ტურიზმი არსებით გავლენას ახდენს რეგიონის ეკონომიკურ განვითარებაზე. ტურიზმიდან რომ მაქსიმალური შედეგი იქნას მიღებული სახელმწიფომ უნდა შეიმუშაოს ტურისტული პოლიტიკა, რომელიც სახელმწიფოს სოციალურ-ეკონომიკური პოლიტიკის შემადგენელი ნაწილი იქნება. (იხ.დანართი N 4).

სახელმწიფოს ტურისტული პოლიტიკა -ეს არის სახელმწიფო ზემოქმედების ფორმების, მეთოდების და მიმართულებების ერთობლიობა ტურიზმის სფეროს ფუნქციონირების მიზნით, რათა მიღწეულ იქნას სოციალურ-ეკონომიკური კომპლექსის დასახული მიზნების შენარჩუნება და განვითარება.

ქვეყნის ტურისტული პოლიტიკის მიმართულებები შემდეგნაირად შეიძლება ჩამოვაყალიბოთ:

- მოგზაურთა უფლებების დაცვა;
- ტურისტული პროდუქტების ეროვნული მწარმოებლების ინტერესთა დაცვა;
- შიდა და შემომავალი ტურიზმის სრული მხარდაჭერა, რომელმაც შესაძლოა მიიღოს შემდეგი სახე:

ა) პირდაპირი ინვესტიციების გაცემა ტურისტული ინფრასტრუქტურის ფორმირებაში;

ბ) ეროვნული ტურისტული პროდუქტის სამეცნიერო და სარეკლამო- საინფორმაციო მხარდაჭერა და ხელშეწყობა მსოფლიო ბაზარზე;

გ) საინვესტიციო ნაკადების საგადასახადო და საბაჟო შეღავათების განხორციელება.

სახელმწიფოს ტურისტული პოლიტიკა ეფუძნება სტრატეგიას და ტაქტიკას:

ტურისტული პოლიტიკის სტრატეგია- მიზნობრივი პროგრამების და განვითარების ერთიანი კონცეფციის შემუშავება, რომელთა განხორციელება მოითხოვს დროს და სოლიდურ ფინანსურ რესურსს. ტურისტული მუშაობის ტაქტიკა- კონკრეტულ სიტუაციაში, კონკრეტული ზომებისა და მეთოდების გამოყენება დასახული მიზნების მისაღწევად.

ტურიზმის ეკონომიკური ზემოქმედებას ხშირად აანალიზებენ ეკონომიკური ზეგავლენის მოდელების მეშვეობით. ეს მოდელებია: მწარმოებლური სიმძლავრის გამოყენების მოდელი (Capacity Utilization Model-CUM), რეგიონალური ეკონომიკის მოდელი Inc (REMI), და დაგეგმვის ზემოქმედების ანალიზის მოდელი (IMPLAN).

CUM (Capacity Utilization Model) -სიმძლავრის გამოყენების მოდელი შემუშავდა 1990 წელს ჰენრი ფიშქაინდის მიერ ეკონომიკური ანალიზისთვის ფლორიდის შტატში. ფიშქაინდმა და მისმა პარტნიორებმა მრავალი ტურისტული კვლევა ჩაატარეს ამ მეთოდის გამოყენებით აშშ- ში და სხვა ქვეყნებში. ეს მოდელი -CUM რაოდენობრივად განსაზღვრავს ეკონომიკის ზეგავლენას (შრომის და ფისკალურს) ადგილობრივ ეკონომიკაზე. მოდელი სასტუმროს ინდუსტრიას განიხილავს ძირითად ელემენტად. იმისათვის რომ რეგიონის ტურისტული შესაძლებლობები გაზომოს, მოდელი იყენებს სასტუმროს ინდუსტრიას, როგორც ძირითად ელემენტს და მნიშვნელოვნად მიიჩნევს მოიპოვოს ინფორმაცია თუ რამდენი ოთახია ხელმისაწვდომი და დაკავებული და როგორ იცვლება მათი მონაცემები გარკვეულ დროში. ეს მოდელი ასევე იყენებს ინფორმაციას თუ რა დროით რჩებიან ვიზიტორები სასტუმროს ნომრებში და ერთმანეთს ადარებს იმ ადამიანების რაოდენობას, ვინც სასტუმროს ნაცვლად ჩერდებიან - მეგობრებთან, ნათესავებთან სახლებში და ადამიანები- რომლებიც სასტუმროში გაჩერების მაგივრად ირჩევენ ბანაკებს კარვებით ან აპარტამენტებს, ასევე ვიზიტორებს რომლებიც გარკვეულ ღონისძიებებზე დასასწრებად და რომლებიც არ რჩებიან იმ ადგილზე.

REMI-(Regional Economic Models ,Inc) -არის ყველაზე გავრცელებული დანახარჯები- გამოშვების მოდელი (Input-Output ანუ I/O Model) ეკონომეტრიკული მოდელი. ის დაფუძნებულია ნეოკლასიკურ თეორიაზე და დაარსდა 1980 წელს. ეს მოდელი აღწერს რეგიონის ეკონომიკაში სექტორებს შორის, ასევე კერძო და სახელმწიფო სექტორებს შორის, ფულის ნაკადების დინებას. რისი შესყიდვა სჭირდება ერთ სექტორს იმისათვის რომ აწარმოოს განსაზღვრული რაოდენობის ღირებულების ნაწარმი- ამით ხდება ფულის ნაკადის პროგნოზირება.

REMI იზიარებს ორ მოსაზრებას - შინამეურნეობები მაქსიმალურად ზრდიან მათ სარგებლიანობას და მწარმოებლები გაზრდიან თავიანთ მოგებას.

ამ მოდელის უპირატესობა ისაა რომ ის არის დინამიკური დანახარჯები-გამოშვების ეკონომეტრიკული მოდელი და შეიძლება მისი გამოყენება ორივე პირდაპირი და არაპირდაპირი ეკონომიკური ეფექტის პროგნოზირებისთვის მრავალწლიანი პერიოდის განმავლობაში მაშინ, როდესაც სხვა მოდელები გამოიყენება სტატიკური ან ერთ წლიანი პერიოდის განმავლობაში.

IMPLAN-(Impact Analysis for Planning) - ეკონომიკური ზეგავლენის დაგეგმვის მოდელი - წარმოადგენს ინფორმაციას პროდუქციის გადინებაზე ერთი ინდუსტრიული სექტორიდან (მწარმოებლიდან) სხვა ინდუსტრიულ სექტორში მომხმარებლებთან. ამ მოდელის თეორიული საფუძველი არის დანახარჯები -გამოშვება. ეს მოდელი შეიმუშავა 1993 წელს ორმა მკვლევარმა მინესოტას უნივერსიტეტში. (Bonn... 2008:769-789).

ნაშრომში ეკონომიკაზე ზემოქმედების ეს მოდელი გამოყენებულია იმის საჩვენებლად, რომ უფრო დეტალურად ხდება რეგიონში დარგის განვითარების შესწავლა, ვლინდება ეკონომიკურ სექტორებს შორის ურთიერთკავშირი, ეკონომიკაში მიმდინარე ცვლილებების შეფასებას უფრო სწორი ანალიზი აქვს. ეს ყველაფერი კეთდება იმისათვის, რომ ტურიზმის დარგის შემოსავლები გაიზარდოს ეკონომიკაში.

მოდელი შეიძლება გამოყენებულ იქნეს რომ გაიზომოს რეგიონული და ადგილობრივი ეკონომიკის გავლენა მოცემულ ცვლილებაზე ან მოვლენაზე. პასუხს იძლევა შემგედ კითხვებზე: როგორ ფუნქციონირებს ადგილობრივი ეკონომიკა? რა იქნებოდა ამ პროექტის ეკონომიკური შედეგები? რა გავლენას მოახდენდა ამ კომპანიის დახურვა ?

სოციალური აღრიცხვა- IMPLAN-ის სოციალური აღრიცხვის სისტემა აღწერს ტრანზაქციებს მწარმოებლებსა და შუალედურ და საბოლოო მომხმარებლებს შორის, სოციალური აღრიცხვის ცხრილის, მატრიცის გამოყენებით. სოციალური ანგარიშების ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ასპექტია ის, რომ ისინი ასევე განიხილავენ არასაბაზრო ტრანზაქციებს, როგორცაა დაწესებულებებს შორის გადასახადების გადარიცხვა.

ნაშრომში ჩვენს მიერ განხილულია მაგალითისთვის ტურიზმის დარგის კვლევის რამოდენიმე მოდელი. თვალსაჩინოებისთვის შერჩეულ იქნა რეგიონი ფლორიდის მაგალითი. ტურიზმის დარგი ფლორიდაში მეტად აქტიურად ვითარდება. ამდენად სპეციალისტებისათვის ეს რეგიონი და რეგიონის ტურიზმის დარგი მუდმივად დაკვირვების და ანალიზის ობიექტია.

ტურიზმი ფლორიდაში პირველ ადგილზეა, რაშიც ხელს უწყობს მისი ბუნებრივი რესურსები, ხელსაყრელი კლიმატი, უზარმაზარი სანაპირო, თემატური პარკები, აეროპორტები და საკრუიზო ინდუსტრიის პორტები, კულტურული ღონისძიებები და

საპენსიო საზოგადოებები. 2006 წელს ფლორიდის ტურისტების რიცხვმა 76.8 მილიონს გადააჭარბა. (Visit Florida, Inc 2005, 2006).

სამსახურები ფლორიდაში პირდაპირ ან არაპირდაპირ კავშირშია ტურიზმთან და ყოველ წელს იზრდება ამ სფეროში დასაქმებულთა რაოდენობა. 2005 წელს ფლორიდის ვიზიტორთა კვლევის ორგანიზაციამ (Florida Visitor Study) განაცხადა, რომ სახელმწიფოში შევიდა 3.7 მილიარდი აშშ. დოლარი ტურიზმის/დასვენების გაყიდვების გადასახადებიდან. 948,700 სამუშაო ადგილი იყო დაკავებული 2005 წელს ტურიზმის დარგში. მთლიანი საგადასახადო შემოსავლების 20% -ს შეადგენდა ტურისტული საგადასახადო შემოსავალი. (Baker, K., Aydin, N. 2005).

პირველი კვლევა დარგის გავლენისა რეგიონის ეკონომიკის განვითარებაზე Stynes სტენსმა (1999წ) ჩაატარა. კვლევები, რომლის მიზანი იყო ეკონომიკური ზეგავლენის განსაზღვრა. მან ყურადღება გაამახვილა რამდენიმე მიდგომაზე რომელიც შეიძლება მკვლევარებმა გაითვალისწინონ: ა) სუბიექტური შეფასებები, რომლებიც ექსპერტთა აზრს ეფუძნება; ბ) მეორადი მონაცემები საერთო (თანმიმდევრული) ფორმით (in aggregate form), რომელიც იყენებს სიტუაციაზე მორგებულ არსებულ შეფასებებს, აღრიცხვებს; გ) მეორადი მონაცემები არათანმიმდევრული (disaggregate) ფორმით, რომელიც მდგომარეობას ერგება გაუმჯობესებული გადაწყვეტილებებით და დ) პირველადი მონაცემები ან ფორმალური მოდელები, რომელიც მოიცავს ვიზიტორთა კვლევებს და რეგიონულ ეკონომიკურ მოდელებს. (Stynes, D.J. 1999).

ერთ-ერთმა მკვლევარმა Ancher-მა აღწერა წყაროები, რომლითაც შეიძლება შეგროვდეს მონაცემები და საჭირო პროცესები, რითაც მოხდება ამ მონაცემების ადაპტაცია და გამოყენება დანახარჯები- შემოსავლების მოდელირებისთვის. მან აღნიშნა, რომ ადგილობრივი და რეგიონალური სამომხმარებლო ხარჯების კვლევა იშვიათად იყო შესაძლებელი და იყო ძვირი და შრომატევადი. თუმცა ამ კვლევამ შეძლო „ძვირადღირებული და შრომატევადი“ მონაცემების გამოყენება, მას შემდეგ რაც ადგილობრივი მონაცემები შეგროვდა პირადი ინტერვიუების შემთხვევითი შერჩევის ნიმუშის გამოყენებით. აქედან გამომდინარე, შეიძლება რომ უფრო ზუსტი შედარება გაკეთდეს ეკონომიკური მოდელების- CUM , REMI და IMPLAN- ის. (Archer, B.H. 1984; 517-519).

Ryan- მა განიხილა ტურიზმის ეკონომიკური ზეგავლენის მოდელები. მან აღნიშნა, რომ, დანახარჯები- წარმოების ანალიზის დროს კიდევ უფრო დახვეწილია ძირითადი კოეფიციენტები (მულტიპლიკატორები). მომსახურების გაწევა განსაკუთრებით ტურიზმის სექტორში შეაფერხა დეფინიციების - განსაზღვრებების სიმცირემ. არ იყო SIC (Standard Industrial Classification (SIC) და NAICS (North American Industry Classification System) კოდები ტურიზმის სექტორისთვის. ამჟამად არსებობს ტურიზმთან დაკავშირებული ორი NAICS კოდი, რომელიც ორ სექტორთანაა დაკავშირებული: 1- კონვენცია და ვიზიტორთა ბიურო და 2- გენერალური ეკონომიკური პროგრამების ადმინისტრაცია. (Ryan, C. 2003: 148-196).

განსაკუთრებით საყურადღებოა 2001 წელს კონექტიკუტის ეკონომიკური ანალიზის ცენტრის (CCEA) მიერ ჩატარებული კვლევა. კვლევის მიზანს წარმოადგენდა კონექტიკუტის მოგზაურობის და ტურიზმის ინდუსტრიაზე ეკონომიკური ზეგავლენის განსაზღვრა - ეკონომიკური ზეგავლენის მოდელის REMI- ს გამოყენებით. მათ გამოიყენეს კვლევის კომპლექსური მეთოდები საიმედო, სანდო შეფასების გამოსათვლელად. მათ შეისწავლეს 8 ოლქი და 11 ტურისტული რაიონი. შედეგებში გამოვლინდა, რომ კონექტიკუტის მოგზაურობის და ტურიზმის ინდუსტრია ასაქმებდა მომუშავეთა უფრო დიდ წილს, ვიდრე ფინანსური, სადაზღვევო და უძრავი ქონების სამსახურები. (CCEA, 2003).

რიკმენმა და შვერმა 1993 და 1995 წლებში ერთმანეთს შეადარეს ეკონომიკური მოდელების REMI და IMPLAN მეშვეობით გამოთვლილი შედეგები. ეს იყო პირველი, მანამდე ასეთი კვლევა არ ჩატარებულა. 2005 წელს პერლიჩმა ჩატარა მსგავსი კვლევა, რომელიც აღწერდა განსხვავებას REMI- ს და გამოშვება- დანახარჯებს შორის. (Rickman, D.S., Schwer, R.K. (1995).

გრინფილდი და კემბელი 1992 წელს და დელერი, ასევე 1992 წელს საბოლოოდ მივიდნენ იმ დასკვნამდე, რომ სტრუქტურული განსხვავებებზე დაყრდნობით REMI -ს და IMPLAN- ის მოდელებს შორის განსხვავებები არ ახდენდა მნიშვნელოვან გავლენას მულტიპლიკატორების შეფასებებზე. 1995 წლის კვლევებში რიკმანმა და შვერერმა აღმოაჩინეს, რომ არსებობს ტენდენცია IMPLAN- ის რეგიონული შესყიდვების კოეფიციენტების (PRCs) გადაჭარბებით შეფასებაზე ზოგიერთ მომსახურების სექტორებში. ისიც იყო განხილული, რომ ადვილი იქნებოდა ამისი გამოსწორება

მომხმარებლის შესაძლებლობების საფუძველზე რომ IMPLAN შეცვალონ და მოარგონ PRCs. თუმცა ამ შეზღუდვამ შეიძლება გამოიწვიოს უნებლიე შეუფასებლობა რადგან ის არის თვითნებური და არა სამეცნიერო. (Crihfield, J.B., and Campbell, H.S. Jr 1992).

კვლევის პროცესში განხილულია ასევე ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი - სამხრეთ კაროლინის მაგალითი. სამხრეთ კაროლინა ერთ-ერთი პირველი შტატია აშშ-ში, სადაც ჯერ კიდევ 2001 წელს დაინერგა ტურიზმის სატელიტური ანგარიში. სარგებლობენ ტურიზმის ეკონომიკური ზემოქმედების გამოთვლის მოწინავე მეთოდოლოგიით და ამ კუთხით დიდი გამოცდილება გააჩნიათ. ტერიტორიით (80.8კმ²) და მოსახლეობით (4.6 მლნ) სამხრეთ კაროლინის შტატი, თითქმის საქართველოს ტოლია. მოგზაურობა და ტურიზმი აღიარებულია შტატის ეკონომიკის პრიორიტეტულ მიმართულებად. ტურიზმის ეკონომიკური ზემოქმედების შეფასების ტიპური, სწრაფი და მარტივი მიდგომა ეყრდნობა ტურისტულ აქტივობის, ხარჯებისა და მულტიპლიკატორების განსაზღვრას. ამგვარი შეფასება შეიძლება რამდენიმე საათში შესრულდეს, არაა ძვირადღირებული და დამოკიდებულია ანალიტიკოსის გამოცდილებასა და შეხედულებებზე.

მეორე, უფრო საფუძვლიანი, სიღრმისეული და მნიშვნელოვანი პირველადი მონაცემების შეგროვება ვიზიტორთა ხარჯების თაობაზე და შედარება ოფიციალური ეკონომიკური მოდელის შეფასებებთან. რეგიონული ეკონომიკური მოდელებიდან ყველაზე გავრცელებულია დანახარჯები- გამოშვების მოდელი (Input-Output ანუ I/O Model). იგი წარმოადგენს მათემატიკურ მოდელს, რომელიც აღწერს რეგიონის ეკონომიკაში სექტორებს შორის ფულის ნაკადების დინებას. ფულის ნაკადის პროგნოზირება ხდება იმის მიხედვით, თუ რისი შესყიდვა სჭირდება თითოეულ სექტორს სხვა ინდუსტრიებისათვის იმისათვის, რომ აწარმოოს ერთი დოლარის ღირებულების ნაწარმი. დანახარჯები- გამოშვების მოდელი ასევე განსაზღვრავს გაყიდვების ნაწილის მოცულობას, რომელიც მიმართულია სარგოსა და ხელფასებზე, მესაკუთრეთა შემოსავლებსა და გადასახადებზე. ამ მოდელიდან მულტიპლიკატორების გამოანგარიშება ხდება რეგიონში ხარჯების რეცირკულაციის შეფასების საფუძველზე. ექსპორტი და იმპორტი განისაზღვრება მოსახლეობისა და ფირმების მიერ ადგილობრივი წყაროებიდან საქონლისა და მომსახურების შესყიდვისადმი მიდრეკილების შეფასების

საფუძველზე. რეგიონის მულტიპლიკატორი უფრო მაღალია თუ რეგიონი უზრუნველყოფილია საკუთარი საქონლით და მომსახურებებით.

სამხრეთ კაროლინის შტატში სარგებლობენ MI_REC/IMPLAN სისტემით (Micro-Implan Receation Economic Impact Estimation System). ეს სისტემა წარმოადგენს მიჩიგანის შტატის სახელმწიფო უნივერსიტეტის მკვლევარების სტინსის და პროპსტის (Stynes and Propst,1992) მიერ შემუშავებულ რეკრეაციისა და ტურიზმის ეკონომიკური ზემოქმედების შეფასების მიკრო- კომპიუტერულ სისტემას. ამ მოდელით გამოთვლილი ტურიზმის ეკონომიკური შენატანის მაჩვენებლები აშშ-ში სამხრეთ კაროლინაში იძლევა შემდეგ მონაცემებს: 2010 წელს ტურიზმის უშუალო (პირდაპირმა) შემოსავლებმა შტატის ეკონომიკაში შეადგინა 9,710 მლრდ დოლარი- მთელი ეკონომიკის 3%, ხოლო მთლიანმა (პირდაპირმა, არაპირდაპირმა და ინდუცირებულმა) შემოსავლებმა 17,039 მლრდ დოლარი, ანუ მთელი ეკონომიკის 6%. ტურიზმის სექტორში დასაქმებულთა რაოდენობამ 2010 წლისათვის სამხრეთ კაროლინაში შეადგინა 107 ათასი ადამიანი, რაც საერთო დასაქმების 6% -ია. არაპირდაპირი და ინდუცირებული დასაქმების გათვალისწინებით დასაქმებულთა რაოდენობამ 160 ათასს მიაღწია, რამაც საერთო დასაქმების 9,2 % შეადგინა. ტურიზმში დასაქმებულთა უდიდესი ნაწილი მოდის სურსათითა და სასმელით მომსახურების სექტორზე რომელშიც 54 ათასი ადამიანია დასაქმებული, ანუ ტურიზმში მთლიანად დასაქმების 51 %. 21 ათასი ადამიანია დასაქმებული განთავსების სექტორში, რაც საერთო დასაქმების 19,7% შეადგენს. 2010 წელს სარგოსა და ხელფასების სახით ტურიზმში გაცემულია 2,768 მლრდ დოლარი, ხოლო არაპირდაპირი და ინდუცირებული ეფექტის გათვალისწინებით- 4,912 მლრდ დოლარი.

სამხრეთ კაროლინის შტატში დანერგილი სისტემის გათვალისწინება მნიშვნელოვნად დაეხმარება საქართველოს ტურიზმის ეკონომიური ზემოქმედების შეფასების მეთოდოლოგიის დანერგვაში. შემუშავებული რეკომენდაციები, ჩვენი აზრით დაეხმარება საქართველოს მთავრობას. ის აჩვენებს მოგზაურობისა და ტურიზმის ეკონომიკური პარამეტრების, ეროვნულ ეკონომიკაში მისი წვლილის ზუსტად დადგენის მნიშვნელობას, ასევე ეკონომიკურ პოლიტიკასა და ეროვნული ტურიზმის განვითარების გეგმებში კორექტირების შეტანის აუცილებლობას. მეთოდოლოგია კერძო

სექტორსაც გამოადგება, ეკონომიკურ პარამეტრებს ასევე გადამწყვეტი მნიშვნელობა აქვს ინვესტიციების გადაწყვეტილების მიღებისას.

საქართველოში ტურიზმის განვითარება ბოლო წლების ერთ-ერთ უმნიშვნელოვანეს პრიორიტეტად მიიჩნევა. მიუხედავად ამისა ჩვენს ქვეყანაში ჯერ კიდევ არ არის კარგად შეფასებული ამ დარგის როლი სახელმწიფოს ეკონომიკის ზრდაში. საქართველოში ტურიზმის კვლევის მიმართულებით არსებული ბევრი პრობლემა იყო და არის: ეროვნულ ტურიზმში არსებული ვითარების შესწავლამ და მისი როლის დადგენის მცდელობამ ქვეყნის ეკონომიკურ ზრდაში გამოავლინა, რომ მიუხედავად საქართველოს წარმატებებისა მსოფლიო ბანკისა და საერთაშორისო საფინანსო კორპორაციის რეიტინგებში, ქვეყნის ტურიზმის სექტორი საერთაშორისო არენაზე არც თუ ისე მიმზიდველად გამოიყურებოდა. მსოფლიო ეკონომიკურ ფორუმზე მსოფლიო მოგზაურობის, ტურიზმის საბჭოთა (World Travel and Tourism Council-WTTC) და Oxford Economics ყოველწლიურ ანგარიშებში საქართველოს მოგზაურობისა და ტურიზმის ინდიკატორები საერთოდ არ ქვეყნდებოდა ამ მონაცემთა არარსებობის გამო. პრაქტიკულად შეუძლებელი იყო ტურიზმის წილის დადგენა ეროვნულ ეკონომიკაში, ადრე არ აღირიცხებოდა მოთხოვნა მოგზაურობაზე და ტურიზმზე, მოგზაურობისა და ტურიზმის ეკონომიკის წილი მშპ-ში, დასაქმების დარგში და ა.შ. ეკონომიკური პარამეტრების შეფასების რაიმე მეთოდოლოგია არ არსებობდა საქართველოში. გაურკვეველი ვითარება იყო მომსახურების ექსპორტის, საერთაშორისო ტურიზმში ექსპორტ-იმპორტის ბალანსის და სხვა საკითხებში. გასული საუკუნის მეთოდიტ-საზღვრის გადმოკვეთა რაოდენობის აღრიცხვა ვერავითარ წარმოდგენას ვერ ქმნის მის ეკონომიკურ მნიშვნელობაზე.

ტურიზმის სატელიტური ანგარიში (Tourism Satellite Account-TSA), რომლის გარეშეც შეუძლებელია მოგზაურობისა და ტურიზმის რეალური ეკონომიკური მონაცემების დადგენა არ იყო დანერგილი საქართველოში. ეს ანგარიში რეკომენდირებულია გაეროს მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციის მიერ 2000 წელს და დანერგილია მსოფლიოს 200-მდე ქვეყანაში. ტურიზმი მნიშვნელოვანი როლს თამაშობს ეკონომიკური ზრდის სტიმულირებაში, სამუშაო ადგილების და პოზიტიური გარე ფაქტორების შექმნაში, რაც ზეგავლენას ახდენს ეკონომიკურ აქტივობებზე. ამიტომ აუცილებელია:

- 1) ქვეყანაში მოწესრიგდეს ტურიზმის სტატისტიკა და დაინერგოს ტურიზმის სატელიტური ანგარიში თანამედროვე მოთხოვნების შესაბამისად;
- 2) საქართველოში დაინერგოს დანახარჯები- გამოშვების მოდელი ტურიზმის ეკონომიკური ანალიზისათვის. ძალიან კარგი იქნება თუ მოხდება MI_REC /IMPLAN სისტემის ადაპტირება.
- 3) დაინერგოს „მოგზაურობის ეკონომიკური ზემოქმედების მოდელი“ (Travel Economic Impact Model-TEIM). ეს მოდელი საშუალებას მისცემს დარგობრივი მართვის ორგანოებს შეაფასონ საქართველოს მცხოვრებლების ტურისტული აქტივობის ეკონომიკური ზემოქმედება ეროვნულ და რეგიონულ ეკონომიკაზე. (მარგველაშვილი 2011).

ტურიზმის პრიორიტეტად გამოცხადება მისი რეალური ეკონომიკური სურათის ცოდნის გარეშე არასწორია და ეკონომიკური ზრდის ნაცვლად შეიძლება საპირისპირო ეფექტი მოიტანოს. იმისათვის რომ, ტურიზმში სწორი გადაწყვეტილება იქნეს მიღებული აუცილებელია ეკონომიკური ანალიზის ჩატარება. ტურიზმის ეკონომიკური ზემოქმედების ანალიზი ძალიან მნიშვნელოვან ინფორმაციას იძლევა. ის აფასებს ტურისტული საქმიანობის შენატანს რეგიონის, ქვეყნის ეკონომიკაში. ეკონომიკური ზემოქმედების ანალიზი ავლენს ეკონომიკურ სექტორებს შორის ურთიერთკავშირს და იძლევა შეფასებებს ეკონომიკაში მიმდინარე ცვლილებების შესახებ.

2.3. საერთაშორისო ტურიზმის გავლენა ეროვნულ ეკონომიკაზე.

ეროვნული ეკონომიკის განვითარება, მით უფრო ტურიზმის დარგის განვითარება საერთაშორისო ტურიზმის და მისი ზეგავლენის გარეშე წარმოუდგენელია. გლობალურ ეკონომიკურ სივრცეში ეროვნული ეკონომიკის როლი დამოკიდებულია მის პოლიტიკურ და ეკონომიკურ კონკურენტუნარიანობაზე და სიძლიერეზე. ეროვნული

ეკონომიკის კონკურენტუნარიანობა და თავის მხრივ გლობალიზაცია დაკავშირებული პროცესებია, რომლებშიც აისახება კომპანიების, დარგების, ქვეყნის ინტერესების და ცალკეული ინდივიდების წინააღმდეგობრივი ურთიერთობები. გლობალიზაცია სხვადასხვა სისტემების დაახლოებას და მათ შორის არსებული განსხვავების არ არსებობას და წაშლას გულისხმობს ისეთ სფეროებში, როგორცაა: ტექნიკა, ვაჭრობა, ფინანსები, კომუნიკაცია, მეცნიერება, კულტურა, რელიგია და სხვა.

ღია ეკონომიკის პირობებში ქვეყნის ეკონომიკა დაკავშირებულია მსოფლიო ეკონომიკასთან. გლობალიზაცია ზრდის ქვეყნების ეკონომიკურ თანამშრომლობას და გულისხმობს მსოფლიო ეკონომიკის გარდაქმნას ერთიან საწარმოო ბაზრად, სადაც საქონელი თავისუფლად მოძრაობს.

საერთაშორისო ტურიზმის განვითარების ერთ-ერთი ძირითადი ტენდენცია გლობალიზაცია- საერთაშორისო ტურიზმის განვითარებას ძალიან უწყობს ხელს, ზრდის მოთხოვნას ტურისტულ მომსახურებებზე. ტურისტული საქმიანობის ტრანსნაციონალიზაცია და ინტერნაციონალიზაცია საერთაშორისო ტურიზმის გლობალიზაციის საფუძველია. ტრანსნაციონალიზაციის პროცესები კერძო კაპიტალების საერთაშორისო დაკავშირებას იწვევს, ასევე სტრატეგიული ალიანსების ჩამოყალიბებას და მათ გავრცელებას. შედეგად ფართოდ ვრცელდება ტურისტული მომსახურების საერთაშორისო სტანდარტები, სხვადასხვა კომპანიები თანამშრომლობენ, ერთიანდებიან, ქმნიან ალიანსებს და ერწყმიან ერთმანეთს. ინტერნაციონალიზაციის პროცესი გულისხმობს შრომის საერთაშორისო დანაწილებაზე დაფუძნებულ ეკონომიკურ გაცვლებს მომსახურების სფეროში. საერთაშორისო ვაჭრობა მომსახურებით სწრაფად ვითარდება და ეკონომიკის დარგში მნიშვნელოვანი ადგილი უკავია. (ყორდანაშვილი 2012: 29-48).

ტექნოლოგია არა მხოლოდ აკავშირებს ქვეყნებს და კომპანიებს გლობალიზაციის პირობებში, არამედ აკავშირებს მომხმარებლებს და კომპანიებს, აკავშირებს ერთმანეთთან ადამიანებს სხვადასხვა ქვეყნებიდან. ბიზნესის წარმატება სწორედ ადამიანების ერთმანეთთან დაკავშირებით მიიღწევა. (Kotler P. 2010:33).

გლობალიზაციის პროცესში საერთაშორისო ბიზნესის განვითარებას მრავალი ფაქტორი უწყობს ხელს. ასევე ზრდის მრავალი მექანიზმი გამოიყენება. ერთ-ერთი

ინფორმაციული ტექნოლოგიებია. კერძოდ „ახალი ეკონომიკის“ პირობებში დარგების განვითარების მექანიზმებიც განსხვავებულია. „ახალ ეკონომიკაში“ მომსახურების, და საქონლის წარმოება და რეალიზაცია საინფორმაციო ტექნოლოგიების გამოყენებით სრულდება, რომლებიც დიდ გავლენას ახდენენ ამათუიმ დარგის საქმიანობაზე და განვითარებაზე. გლობალიზაცია და ინფორმაციული ტექნოლოგიები მჭიდროდაა ერთმანეთთან დაკავშირებული. ინტერნეტ საშუალებების გამოყენება, ელექტრონული ვაჭრობა გლობალიზაციის პირობებში ეკონომიკის ფუნქციონირების ძირითადი საშუალებებია.

თანამედროვე საზოგადოების განვითარებაში დიდი როლი ითამაშა ტექნოლოგიების განვითარებამ. სოციალურ და ეკონომიკურ განვითარებაში შესაძლებლობების ლიმიტი გაზარდა. ინტერნეტმა შეცვალა დროის მცნება და მენეჯმენტის ჩამოყალიბებაში დიდი წვლილი შეიტანა. (Abrate 2012).

ელექტრონული ტექნოლოგიები ხელს უწყობს ქვეყნის ტურისტული პოტენციალის წარმოჩენას, ონლაინ ტურიზმის განვითარებას, საერთაშორისო ტურიზმის წინსვლას. ბიზნესის და საზოგადოების კეთილდღეობა იზრდება , რადგან სტიმულირდება ცოდნა და იდეები, პროექტების და ონლაინ აქტივობების მეშვეობით.

ქვეყნის ეკონომიკაში ელექტრონული მთავრობის სისტემას მნიშვნელოვანი წვლილი შეაქვს, იზრდება ტურიზმის წილი, ხდება ტურიზმის ეფექტიანი დაგეგმვა, მაღლდება ტურიზმის სოციალურ-ეკონომიკური სარგებელი. ელექტრონული სისტემის ფართო დანერგვა ტურიზმის დარგში:

- დადებით გავლენას ახდენს ქვეყნის ტურისტულ ფასეულობებზე;
- მდგრადი ტურიზმის განვითარებას უწყობს ხელს;
- კორპორაციულ სოციალური პასუხისმგებლობას ამაღლებს;
- ქვეყნის ტურისტულ პოტენციალს უკეთესად წარმოაჩენს;
- მეტი ყურადღება ეთმობა არქიტექტურული ძეგლების და მემკვიდრეობის დაცვას და მოვლას;
- საგრძნობლად ზრდის ტურისტულ ბიზნესში ინვესტიციებს;
- ტურისტულ პროდუქტს მეტად ხელმისაწვდომს ხდის;

- ტურისტული პროდუქტის და ფასის შესაბამისობას აბალანსებს. (აბულაძე, წოწკოლაური2016:154-157).

ზემოთ ხსენებულმა გლობალურმა პროცესებმა ძალიან დიდი გავლენა მოახდინა საერთაშორისო ტურიზმზე. ახალი ინფორმაციული ტექნოლოგიების გამოყენების შედეგად შეიქმნა მსოფლიო მასშტაბის ელექტრონული სადისტრიბუციო სისტემები. განსაკუთრებით შეიძლება გამოვყოთ დაჯავშნის გლობალური კომპიუტერული ქსელები. მათი გამოყენებით ავიაკომპანიები უკავშირდებიან სასტუმროებს, ტურისტულ ორგანიზაციებს, ავტომობილების გაქირავების სააგენტოებს და ტურიზმთან დაკავშირებულ სხვადასხვა კომპანიებს. ამ დაჯავშნის გლობალურმა კომპიუტერულმა ქსელმა ტურისტული მომსახურების პოტენციალი ძალიან გააფართოვა, გაააქტიურა ტურისტული პროდუქტის მწარმოებლის და მომხმარებლის ერთობლივი მუშაობა, გააადვილა ტურისტული პროდუქტის საბოლოო მომხმარებლამდე დაყვანის პროცესი. ტურიზმი დღეს განიხილება, როგორც გლობალური კომპიუტერიზებული ბიზნესი, რომელიც ინფორმაციული ტექნოლოგიების მეშვეობით ტურისტულ პროდუქტს ინდივიდუალურს, მიმზიდველს და მოქნილს ხდის. ტურიზმის ბაზარზე მომუშავე ადამიანებს აუცილებლად სჭირდებათ ინფორმაცია რომელიც უნდა შეაგროვონ, დაამუშავონ და საბოლოო და სწორი გადაწყვეტილება მიიღონ. ინფორმაცია და ტურიზმი ერთმანეთთან დაკავშირებულია, რადგანაც ტურის ყიდვა ინფორმაციაა, ინფორმაციის საფუძველზე იღებენ მოგზაურობის თაობაზე გადაწყვეტილებას, დღეში რამდენჯერმე მიმოცვლიან ინფორმაციას ტურიზმის ბაზრის მონაწილეები.

საერთაშორისო ტურიზმის განვითარებას ძალიან უწყობს ხელს საყოველთაო კულტურული ფასეულობების, საერთაშორისო კულტურის ფორმირების პროცესი. უცხო ქვეყნის კულტურის შემადგენელი ნაწილები, ელემენტები მსოფლიოს მრავალი ქვეყნის და ქალაქისთვისაა დამახასიათებელი. სხვადასხვა ქვეყნის მოსახლეობის ცხოვრების წესი უფრო და უფრო უახლოვდება ერთმანეთს. მაგალითად გავრცელებულია ტანსაცმლის ბრენდები, სასმელები, საჭმელი, ავტომობილები და სხვა.

საერთაშორისო ტურისტულ ბიზნესში ფართოდ გავრცელებულია თანამშრომლობის ფორმა- სტრატეგიული ალიანსი- ეს იურიდიულად დამოუკიდებელი ფირმების ნებაყოფლობითი თანამშრომლობის ფორმაა. ეს გარკვეული

მიზნების და ეფექტის მისაღწევად გამოიყენება. კომპანიები სტრატეგიულ რესურსებს აერთიანებენ და სტრატეგიული ალიანსის სახით, ძალების გაერთიანებით ბაზარზე აძლიერებენ პოზიციებს, რაც ეხმარებათ სხვა კომპანიებთან კონკურენტულ ბრძოლაში.

სწრაფად იზრდება ტურისტული მომსახურების სფერო და ამ სფეროში დასაქმებულთა რიცხვი, რაც ეკონომიკის განვითარების და მოსახლეობის ცხოვრების დონის ამაღლების შედეგია. მომსახურების ახალი სახეების შექმნა და ძველის, ტრადიციულის განვითარება ამ სფეროში არსებულ კომპანიების რიცხვის ზრდას უწყობს ხელს.

ტურიზმი სწრაფად რეაგირებს ეკონომიკის აღმავლობასა და დაცემაზე. ტურიზმის მსოფლიო ექსპერტების მიერ დადგენილია, რომ ქვეყანაში ტურიზმის განვითარება და ეკონომიკურ მდგომარეობა ერთმანეთთანაა დაკავშირებული. ასევე ტურიზმს ახასიათებს სწრაფი გამოცოცხლების უნარი და სხვა დარგებთან შედარებით ეკონომიკური კრიზისის გავლენას შედარებით ნაკლებად განიცდის. (ყორდანაშვილი 2012: 29-48).

ტურიზმის დარგისადმი გაზრდილია ბიზნესმენტა ინტერესი, მათთვის მიმზიდველია ის, რომ ტურიზმის ბიზნესი შესაძლებელია მცირე ინვესტიციით დაიწყო, რაც სხვა დარგში ნაკლებად შესაძლებელია. ტურიზმის ბიზნესში მცირე, საშუალო და მსხვილი საწარმოები წარმატებით ვითარდება და სწრაფად ხდება დაბანდებული თანხის ამოღება. ტურიზმი მსოფლიო ეკონომიკაში ერთ-ერთ მომგებიან ბიზნესად ითვლება და დიდ როლს ასრულებს დარგის ეკონომიკის განვითარებაში. (ტუროპერეტივინგი 2015: 8).

როგორც ავღნიშნეთ ტურიზმი მსოფლიო ეკონომიკაში ერთ-ერთ მნიშვნელოვან როლს თამაშობს. ბოლო წლებში ის მსოფლიო ბიზნესის ერთ-ერთი ყველაზე მომგებიანი საშუალებაა. ეკონომიკის ეს დარგი ძალიან სწრაფად ვითარდება და ის მისი მნიშვნელოვანი სექტორი გახდა.

მსოფლიოში ტურიზმი ერთ-ერთი უდიდესი ინდუსტრიაა, რომლის განვითარებასაც განაპირობებს ქვეყნის შიდა სტაბილურობა, ეკონომიკური განვითარების მისაღები დონე და უსაფრთხო გარემო. ტურიზმი ხელს უწყობს მშვიდობის განვითარებას და გამყარებას განვითარებად ქვეყნებში, სამუშაო ადგილების შექმნას და შემოსავლების ზრდას. საერთაშორისო ტურიზმი უცხოური ვალუტის

შემოსავლის წყაროს წარმოადგენს და ზემოქმედებს ქვეყნის სოციალურ და კულტურულ გარემოზე. თუმცა საერთაშორისო ტურიზმის ზრდას ნეგატიური მოვლენის მოხდენას შეუძლია, მაგალითად ინფლაცია, ეკოლოგიური სიტუაციების გაუარესება და ადგილობრივი მოსახლეობის ტრადიციების დარღვევა. საერთაშორისო ტურიზმის შედეგების თავისდროული და ყოველმხრივი შეფასება ძალიან მნიშვნელოვან ფაქტორს წარმოადგენს, რომელიც საშუალებას მოგვცემს მაქსიმალური სარგებელი მივიღოთ და თავიდან ავიცილოთ საერთაშორისო ტურიზმის უარყოფითი ზემოქმედება.

მე-20 საუკუნის 80- იანი წლებიდან აღინიშნება მოგზაურთა პრიორიტეტებში ცვლილებები. მოგზაურები უპირატესობას ანიჭებენ მთას- ცხელი მზის მაგივრად, ხოლო დიდი ქალაქების ნაცვლად მცირე დასახლებებს. ეს ხელს უწყობს აგროტურიზმის განვითარებას, რომელსაც ტურისტული ბაზრის 15%- ზე მეტი უკავია. (საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია).

ტურიზმი არის ეკონომიკის ერთ-ერთი ყველაზე მაღალშემოსავლიანი და სწრაფად განვითარებადი დარგი. მსოფლიო ტურისტული ორგანიზაციის მონაცემებით 2030 წლისთვის უცხოელ ვიზიტორთა რიცხვი 1,8 მილიარდს მიაღწევს. ვიზიტორთა უმრავლესობა ევროპასა და აზია- წყნარი ოკეანის აუზის ქვეყნებში მოიმატებს. (World Tourism Organization- UNTWO).

მომსახურების სექტორებს შორის ერთ-ერთი ყველაზე სწრაფად მზარდია მსოფლიოში ტურიზმის და მოგზაურობის ინდუსტრია. 2013 წელს მოგზაურობისა და ტურიზმის მსოფლიო მონაცემებით ამ დარგის პირდაპირმა წვლილმა მთლიან შიდა პროდუქტში 2.2 ტრილიონი დილარი შეადგინა და ხელი შეუწყო 101 მილიონი სამუშაო ადგილის შექმნას. მსოფლიო ეკონომიკის განვითარებაში ტურიზმის სექტორის როლი - მსოფლიოს მშპ-ის 9,5%, ერთი ადგილი ყოველი 11 სამუშაო ადგილიდან, 4,4% მთლიან განხორციელებულ ინვესტიციებსა და 5,4% მსოფლიოს მთლიან ექსპორტში. (Economic impact 2014).

ტურიზმის წილი მთლიან შიდა პროდუქტში 2014 წელს 2013 წელთან შედარებით გაიზარდა და შეადგინა 6,32 %, ასევე დინამიურად გაიზარდა 2015 წელს და შეადგინა 7,1 %. საქართველოში შემოსავლების რაოდენობა საერთაშორისო ტურიზმიდან გაიზარდა, შემცირებულია მხოლოდ 2015 წელს 2014 თან შედარებით. (იხ.დანართი N 3).

საქართველოში შემოსული ვიზიტორთა რაოდენობა ყოველწლიურად იზრდება. მათ დანახარჯებს დიდი გავლენა აქვს საქართველოს საგადასახადო ბალანსზე. (საქართველოს ტურიზმის ეკონომიკური მიმოხილვა, საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია, 2014; საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური www.geostat.ge).

ტურიზმის განვითარების კონცეფცია - კონცეფციის მიზანია თანამედროვე, მაღალეფექტიანი და კონკურენტუნარიანი კომპლექსის შექმნა, რომელიც უზრუნველყოფს საქართველოს და უცხოეთის მოქალაქეების ეფექტიან ტურისტულ მომსახურებას და მნიშვნელოვან წვლილს შეიტანს ქვეყნის ეკონომიკის განვითარებაში. მიზანი რომ მიღწეულ იქნას ამისთვის საჭიროა გატარდეს ღონისძიებები, რომელთა შორის მნიშვნელოვანია: საერთაშორისო პრაქტიკასთან შესატყვისი ტურიზმის განვითარების ნორმატიულ-სამართლებრივი ბაზის შექმნა; პირდაპირი ინვესტიციების ხელშემწყობი მექანიზმების შექმნა შიდა და შემომავალი ტურიზმის განვითარებისათვის; ტურისტული საქმიანობის სერტიფიკაციის და ლიცენზირების მკაცრი სისტემის დანერგვა და ა.შ. სახელმწიფო, რომელიც ტურიზმს აწვითარებს, ცდილობს რომ მისგან მიიღოს მაქსიმალური ეკონომიკური ეფექტი. რაც ნიშნავს იმას, რომ მიიღოს მოგება ანუ ეკონომიკური ეფექტი ტურიზმის ორგანიზაციის, რეგიონის მოსახლეობის მომსახურების და ტურიზმის სფეროში დასაქმებული ფირმების საქმიანობიდან. (ხოხობაია 2016).

თავი 3. ტურიზმის დარგის განვითარების მიმართულებები

3.1. ტურიზმის განვითარების სტრატეგია გლობალიზაციის პირობებში

დღეისათვის ტურისტული ინდუსტრია ერთ-ერთი ყველაზე მზარდი ინდუსტრიაა მსოფლიოში. ის წარმოადგენს ვალუტის მოძრაობის მოძრაობის მნიშვნელოვან გენერატორს და სასიცოცხლოდ მნიშვნელოვანია ბევრი ქვეყნისათვის.

დღეს ტურისტული ბაზარი განიცდის ცვლილებებს, ეს გამოწვეულია ახალი ეკონომიკური და სოციალური ურთიერთობების განვითარების ახალ საფეხურზე გადასვლით. (Yeoman 2008).

ეკონომიკურ დონეზე ბაზარზე ახალი ურთიერთობების გაჩენის აუცილებლობა შეიმჩნევა, განსაკუთრებით ორმხრივი ურთიერთობაა საჭირო ეკონომიკურად განვითარებად და განვითარებულ ქვეყნებს შორის. (Yeoman 2012). ამ საჭიროების წარმოქმნა გლობალიზაციის შედეგად გაჩნდა, რაც პირველ ადგილზე აყენებს ბაზრის საჭიროების კონცეფციის ცნებას და კიდევ უფრო ბიზნესის კონკურენტუნარიანობას. გაჩნდა ახალი სავაჭრო სეგმენტი როგორცაა BRIC (ბრაზილია, რუსეთი, ინდოეთი და ჩინეთი), ეს ტერმინი პირველად გამოიყენა გოლდმან საქსმა, მისი აზრით ამ სახელმწიფოების ეკონომიკური მაჩვენებელი 2050 წლისთვის გადააჭარბებს დიდი შვიდიანის ანალოგიურ მონაცემს და სწორედ ამ ქვეყნების მეშვეობით მოხდება მსოფლიო ეკონომიკის ძირითადი ზრდა. BRIC- ის ქვეყნებს მომგებიან პოზიციაში აყენებს მსოფლიო ეკონომიკისთვის აუცილებელი რესურსები: ბრაზილია -სასოფლო სამეურნეო პროდუქციის უდიდესი მწარმოებელი, რუსეთი- მინერალური რესურსების ყველაზე მსხვილი ექსპორტიორი, ინდოეთი- იაფი ინტელექტუალური სამუშაოები, ჩინეთი- იაფი შრომითი რესურსები. ეს ქვეყნები ცენტრალურ და აღმოსავლეთ ევროპის გარდამავალი ეკონომიკის მქონე ქვეყნებში, ასევე განვითარებადი ქვეყნების ეკონომიკაში აზიასა და სამხრეთ აზიაში დიდ წვლილს შეიტანს. (Yeoman 2008: 25).

საერთაშორისო ბაზარზე გაჩნდა ტურიზმის სექტორის გაზრდის მოთხოვნა. UNTWO-ს მონაცემებით ამ მოთხოვნის შედეგად 1950 წელს 25 მილიონი ტურისტიდან, 2013 წელს მილიარდამდე გაიზარდა ეს რიცხვი. ხოლო 2030 წლისათვის ვარაუდობენ ამ

რიცხვის 1 მილიარდ 8 მილიონამდე გაზრდას. ეს რიცხვი მოწმობს იმას, რომ მსოფლიო ეკონომიკა ვითარდება. რასაც ხელს უწყობს გლობალიზაცია, ტექნოლოგიების განვითარება და ახალი დანიშნულების ადგილების მიღწევადობა საჰაერო ტრანსპორტის მეშვეობით. (Gustavo 2013: 14).

ამ გარემოში ტურიზმის მნიშვნელობა უფრო ძლიერდება, როგორც სოციალური და ეკონომიკური აქტივობა, რასაც ადასტურებს მთელს მსოფლიოში გლობალური ტურიზმის მოთხოვნის გაზრდა. ამის გათვალისწინებით ტურიზმის ბიზნესის ძირითადი „მოთამაშეები“ ირჩევენ ახალ სტრატეგიულ ვარიანტებს, რომლებიც უზრუნველყოფს მათ კონკურენტუნარიანობას ახალ ტრანსნაციონალურ გარემოში, ტურიზმის ბაზრის სწრაფი განვითარება ხელს უწყობს დიდი სასტუმროების ქსელის და ბრენდების შექმნას, მათ გაერთიანებას. (O’Neil J... 2011).

ამის ერთ-ერთი მაგალითია ესპანური სასტუმროების ქსელის-AC Hotels და ამერიკული Marriott შერწყმა. ამერიკული სასტუმროების ქსელის Marriott-ის 2010-2015 წლების სტრატეგიულ გეგმაში შედიოდა სასტუმროების ნომრების გაორმაგება -400000 ოთახიდან 80000 ოთახამდე ხუთი წლის პერიოდის განმავლობაში. ახალი ბრენდის სახელი გახდა AC Hotel by Marriott. (Canina L... 2010).

უნდა აღინიშნოს, რომ ევროპა ისევ რჩება საერთაშორისო ტურიზმის, მიმღები ქვეყნის მთავარ მიმართულებად. დასავლეთ ევროპის ქვეყნები, ისევე როგორ აზია და შუა აღმოსავლეთის ქვეყნები რჩებიან ტურისტების ძირითად მიმღებებად. ეს ქმნის კონკურენტულ გარემოს ამ ქვეყნებს შორის.

ხუთი ძირითადი ტურისტული მიმართულება 1950 წელს ბაზარზე 71% შეადგენდა, ხოლო 2009 წელს ეს რიცხვი შემცირდა და 31% შეადგინა. სხვა 15 მიმართულება 44% წარმოადგენს. (Gustavo 2013: 14).

ცხრილი N 9. ყველაზე მოთხოვნადი საერთაშორისო ტურისტული მიმართულებები 1950-2010 წლებში

1950		1970		1990		2010	
1 აშშ		იტალია		საფრანგეთი		საფრანგეთი	
2 კანადა		კანადა		აშშ		აშშ	
3 იტალია	71%	საფრანგეთი	43%	ესპანეთი	38%	ჩინეთი	31%
4 საფრანგეთი		ესპანეთი		იტალია		ესპანეთი	
5 შვეიცარია		აშშ		უნგრეთი		იტალია	
6 ირლანდია		ავსტრია		ავსტრია		გაერთ.სამეფო	
7 ავსტრია		გერმანია		გაერთ.სამეფო		თურქეთი	
8 ესპანეთი	17%	შვეიცარია	22%	მექსიკა	19%	გერმანია	14%
9 გერმანია		იუგოსლავია		გერმანია		მალაიზია	
10 გაერთ. სამეფო		გაერთ.სამეფო		კანადა		მექსიკა	
11 ნორვეგია		უნგრეთი		შვეიცარია		ავსტრია	
12 არგენტინა		ჩეხოსლოვაკია		საბერძნეთი		უკრაინა	
13 მექსიკა	9%	ბელგია	10%	პორტუგალია	10%	ჩინეთი	10%
14 ნიდერლანდები		ბულგარეთი		მალაიზია		რუსეთი	
15 დანია		რუმინეთი		ხორვატია		კანადა	
საერთო სხვა რაოდ.	3% 25 მლნ.	სხვა 166 მლნ.	25%	სხვა 441 მლნ.	33%	სხვა 940 მლნ.	45%

წყარო: UNWTO

ტურიზმის განვითარება დიდწილად დამოკიდებულია სხვადასხვა კომპონენტებზე, რომლებიც საბოლოოდ მისი განვითარების დაჩქარების პერსპექტივებს ქმნიან. მეტად მნიშვნელოვანია სატრანსპორტო საშუალებები, მარკეტინგი, სახელმწიფო სექტორის როლი ტურიზმის განვითარების საქმეში.

ტურიზმის სფერო ადამიანების დასაქმების დარგში ერთ-ერთი პირველია, ეს ხელს უწყობს ქვეყნის ეკონომიკას და განვითარებას. ტურიზმი ახალ გამოცდილებებს, განტვირთვას, ჯანსაღ დასვენებას, სოციალური ურთიერთობებს გვთავაზობს. (Albrecht 2016:14).

ტურიზმის ბიზნესმა განიცადა დიდი სტრუქტურული ცვლილებები, რომელმაც შესაძლებელი გახადა ადამიანების ყოველდღიური ცხოვრება გამხდარიყო უფრო გლობალური და დინამიური. (Tribe 2010).

ტურიზმის სფეროში 21-ე საუკუნეში ახალი დინამიკა შეიმჩნევა, რამაც ამ სფეროში კონკურენტუნარიანი გარემო ჩამოაყალიბა. ეს უბიძგებს ინდუსტრიულ კომპანიებს, რომ ახალი მარკეტინგული სვლები განახორციელონ. (Gustavo 2013: 13).

ქვეყნის ეკონომიკური ზრდისთვის ზოგადად და განსაკუთრებით საქართველო-სათვის ძალიან მნიშვნელოვანია ტურიზმის განვითარება. ის ძალიან მიმზიდველი დარგია ჩვენთვის და არსებითია ქვეყნის სოციალურ-ეკონომიკური განვითარებისათვის. ხელს უწყობს მოსახლეობის სოციალურ-ეკონომიკური დონის გაუმჯობესებას, უცხოური ინვესტიციების მოზიდვას. მისი როლი და მასშტაბები მუდმივად იზრდება, რაც ადასტურებს ჩვენი ქვეყნის აქტუალობას მსოფლიოში. საქართველოს დიდი ტურისტული შესაძლებლობები გააჩნია რადგან გამოირჩევა ბუნებრივ- კლიმატური მრავალფეროვნებით: პირველი -ეს არის შავი ზღვის სანაპირო ზოლი, მეორე-დიდი და მცირე კავკასიონის მთაგრებილები.

საქართველოს ეკონომიკისთვის ძალიან მნიშვნელოვანია ტურიზმის დარგის განვითარება. უპირველეს ყოვლისა ტურიზმის განვითარება მოხსნის დასაქმების პრობლემას, გაზრდის უცხოური ვალუტის შემოდინებას ქვეყანაში, როგორც ტურისტების ზრდის გზით, ასევე მათთვის ინფრასტრუქტურის კეთილმოწყობისთვის უცხოური ინვესტიციების ზრდით. საქართველოს დიდი პოტენციალი გააჩნია ტურიზმის და საკურორტო საქმიანობის - თავისი ბუნებრივ-გეოგრაფიული, რეკრეაციული, ისტორიულ-კულტურული მემკვიდრეობის გამო. მნიშვნელოვანია სახელმწიფო სექტორის მხრიდან მნიშვნელოვანი ღონისძიებების გატარება ამ სექტორის განვითარების საქმეში.

მეტად მნიშვნელოვანია ტურიზმის სფეროში დასაქმებული კადრების კვალიფიკაციის ამაღლება და სრულყოფა. ტურიზმის ზრდა და მომსახურების მოცულობა დამოკიდებულია ბუნებრივ- კლიმატურ პირობებზე და ამ ბიზნესის სპეციფიკურობას განაპირობებს მისი სეზონურობა. რადგან საქართველოს დიდი პოტენციალი გააჩნია საზღვაო, ისტორიულ, კულტურულ, სამთო ტურიზმის

განვითარების მხრივ , ძალიან დიდი ძალისხმევაა საჭირო რომ ეს მრავალფეროვანი შესაძლებლობები გამოყენებულ იქნას.

საქართველო მსოფლიო ბაზარზე შედარებით ახალი ობიექტია და ჯერჯერობით არ არის სათანადოდ დამკვიდრებული. ბაზრის პარამეტრები - მოთხოვნის ზრდა, მოთხოვნის ტიპები, ობიექტები არ არის ჯერ სტაბილური და ზუსტად გათვლილი. ტურიზმი ისეთი დარგია რომელიც უმნიშვნელო ფაქტორზეც კი სწრაფად რეაგირებს, რაც თავს იჩენს ტურისტული ნაკადების შემცირებაში. საქართველოში დასახვეწია დარგის მართვასა და დაგეგმვაში არსებული ხარვეზები. უნდა გათვალისწინებული იქნეს უცხოეთის გამოცდილება, რომელიც შეესაბამება ადგილობრივ, სპეციფიკურ პირობებს და მათზეა მორგებული.

უამრავ უპირატესობასთან ერთად ტურიზმის განვითარებას თან ახლავს უარყოფითი მხარეები, მაგალითად: დაავადების გავრცელება, ტერორიზმის საფრთხე. შესაძლოა უცხოელი ინვესტორი დაინტერესებული იყოს მოგების მიღებით მოკლევადიან პერიოდში და არ ითვალისწინებდეს ქვეყნის გრძელვადიანი მყარი განვითარების ინტერესს. სახელმწიფოს მხრიდან ამის თავიდან ასაცილებლად საჭიროა დაწესდეს გარკვეული მონიტორინგი ტურიზმის სფეროში (განსაკუთრების ეკოტურიზმის). დაძაბული და არასტაბილური მდგომარეობა ქვეყნის შიგნით და ასევე- მეზობელ ქვეყნებში, უარყოფით გავლენას ახდენს ტურიზმის განვითარებაზე. ტურიზმის განვითარებისთვის სახელმწიფო პროგრამებს ძალიან დიდი მნიშვნელობა ენიჭება. ეს ემსახურება საზოგადოებაში ცოდნის ამაღლებას იმის შესახებ თუ რა სტანდარტებია და მოთხოვნებია თანამედროვე ტურიზმის ინდუსტრიაში, როგორია ტენდენციები და მომავალი პერსპექტივები, როგორ შეიძლება გაუმჯობესდეს ტურისტების მომსახურება. შესაძლებელია კონსულტანტების მოწვევა განვითარებული ტურიზმის მქონე ქვეყნებიდან, იმისათვის რომ დახმარება გაუწიონ იმ ადამიანებს რომლებიც ფლობენ საოჯახო და დიდ სასტუმროებს და განკარგავენ სხვადასხვა ტურისტულ ცენტრებს. ისინი ტრენინგების და პრაქტიკის მეშვეობითაც შეასწავლიან სასტუმროს მფლობელებს და მენეჯერებს კულტურული განსხვავებულობის ასპექტებს, ასწავლიან როგორ გააუმჯობესონ ტურისტების მომსახურება და ზუსტად განსაზღვრონ მიმართულებები რომ უკეთესი გახდეს მათი ბიზნესი.

შიდა ტურიზმი აღნიშნული ინდუსტრიის მნიშვნელოვანი სფეროა. მას თან ახლავს სერიოზული ეკონომიკური, სოციალური და კულტურული სარგებელი. მოსახლეობას საშუალება ეძლევა გაეცნოს თავისი ქვეყნის ისტორიას, ბუნებას, კულტურას. საკუთარ ქვეყანაში ხარჯავს თანხას, რაც ხელს უწყობს საგადაამხდელო ბალანსის გაუმჯობესებას, რადგან მოსახლეობის მიერ საკუთარი სახსრების ხარჯვა მათსავე ქვეყანაში ამცირებს ქვეყნიდან გასული ვალუტის ოდენობას. შიდა ტურიზმის განვითარება ასევე ხელს უწყობს სამუშაო ადგილების ზრდას და ბიზნესის განვითარებას.

ტურიზმის გლობალური ბიზნესი ძალიან კონკურენტულია. ამიტომ საჭიროა მოხდეს საკუთარი ქვეყნის უპირატესობების დემონსტრირება. განვითარებადი ქვეყნების ტურიზმის განვითარებაში დიდ როლს ასრულებს რეკლამა. მნიშვნელოვანია გამოყენებულ იქნას მსოფლიოს წამყვანი ტელეარხების ეთერი, სხვადასხვა სარეკლამო რგოლის და დოკუმენტური ფილმის განთავსებით მაყურებელმა უნდა ნახოს რა შესაძლებლობები აქვს ქვეყანას და რატომ არის ამ ქვეყანაში სტუმრობა საინტერესო. ასეთი გადაცემების მეშვეობით შესაძლოა დაინტერესდეს ინვესტორი. (ჭანია 2016).

დღეისათვის ტურიზმი საქართველოში განვითარების ახალ ეტაპზე იმყოფება და სწრაფად ვითარდება. მიუხედავად ამისა, ეროვნულ ეკონომიკაზე მისი გავლენა ჯერ კიდევ უმნიშვნელოა. წარმოგიდგინთ საქართველოს ტურიზმის SWOT- ანალიზის მატრიცას:

ცხრილი N10. ტურიზმის დარგის მახასიათებლები

ძლიერი მხარეები (S)	შესაძლებლობები (O)
<ul style="list-style-type: none"> -მოსახერხებელი გეოგრაფიული მდებარეობა; -ხელსაყრელი ბუნებრივი პირობები და რეკრეაციული რესურსები; -მდიდარი ისტორიულ-კულტურული მემკვიდრეობა, თვითმყოფადი კულტურა; -იაფი სამუშაო ძალა; 	<ul style="list-style-type: none"> -ეკონომიკის სწრაფი ზრდა; -უცხოელი ტურისტების ინტერესი საქართველოსადმი; -ქვეყნის მთავრობის ინტერესი ტურიზმის შემდგომი განვითარებისათვის; -ტურიზმის სფეროში მოქმედი კერძო სექტორის ზრდა;

<p>-ღია ეკონომიკა და ლიბერალური ბიზნეს გარემო;</p> <p>-საკმაოდ დემოკრატიული პოლიტიკური სისტემა;</p> <p>-ტურიზმის განვითარების პროგრამების სახელმწიფო მხარდაჭერა.</p>	<p>-ისტორიულ-კულტურული ძეგლების აღდგენა და რეკონსტრუქცია;</p> <p>-მეზობელი ქვეყნების ინტერესი ტურიზმის სფეროში ერთობლივი პროექტების განხორციელებაში.</p>
<p>სუსტი მხარეები (W)</p>	<p>სამიშროებები (T)</p>
<p>-პოლიტიკური არასტაბილურობა, დაკარგული ტერიტორიები და გეოპოლიტიკური რისკების მაღალი დონე;</p> <p>-არასრულყოფილი ინსტიტუციური და სამართლებრივი მექანიზმები ტურისტული საქმიანობის სტიმულირებისთვის;</p> <p>-ტურისტული ინფრასტრუქტურის განვითარების დაბალი დონე;</p> <p>-მენეჯმენტის დაბალი დონე;</p> <p>-ინფორმაციული უზრუნველყოფის დაბალი დონე;</p> <p>-პირდაპირი საერთაშორისო რეისების ნაკლებობა;</p> <p>-მომსახურე პერსონალის დაბალი პროფესიული დონე და კულტურა;</p> <p>-მოსახლეობის დაბალი შემოსავლები;</p> <p>-მაღალი ფასები მომსახურებაზე.</p>	<p>-ბიზნესის წარმოების ხარჯების ზრდა;</p> <p>-ინფლაციის ზრდა;</p> <p>-უსაფრთხოების პრობლემა;</p> <p>-უცხოელთა მიერ ქვეყნის ტურისტული ბაზრის ძირითადი სეგმენტის დაკავება;</p> <p>-საბიუჯეტო კრიზისი;</p> <p>-სუსტი ორიენტაცია ტურისტული პროდუქტის ხარისხზე;</p> <p>-ტურისტული პროდუქტების სუსტი პრემიუმენი;</p> <p>-ტურისტული სააგენტოების ორიენტაცია ტურისტთა გაყვანაზე და არა მათ შემოყვანაზე;</p> <p>-ენის პრობლემა.</p>

მატრიციდან ჩანს, რომ საქართველოს ბიზნესის სფეროს განვითარების ძლიერ მხარეებთან ერთად საკმაოდ დიდი შესაძლებლობებიც აქვს, მაგრამ მათ გამოყენებას

აფერხებს მთელი რიგი სუსტი მხარეები და საშიშროებები. ამ უარყოფითი მხარეების დაძლევისათვის დაკავშირებული საქართველოს ტურისტული ინდუსტრიის განვითარების პერსპექტივები. ამაში მთავარი როლი სახელმწიფომ უნდა შეასრულოს.

ტურიზმის ქარტიის თანახმად, სახელმწიფო მოვალეა შეიმუშაოს და განახორციელოს შიდასაქვეყნო და საერთაშორისო ტურიზმის ჰარმონიული განვითარების უზრუნველსაყოფად მიმართული პოლიტიკა და იღვწოდეს იმ ადამიანთა დასვენების ორგანიზებისათვის, ვინც ამით სარგებლობს. ამ მიზნით თითოეული სახელმწიფო ვალდებულია:

ა) იზრუნოს შიდასაქვეყნო, ისე საერთაშორისო ტურიზმის მოწესრიგებული და ჰარმონიული განვითარებისათვის;

ბ) შეუფარდოს ტურიზმის პოლიტიკა საერთო განვითარების პოლიტიკას, რომელიც ხორციელდება ადგილობრივ, რეგიონულ, ეროვნულ და საერთაშორისო დონეზე. გააფართოვოს თანამშრომლობა ტურიზმის სფეროში როგორც ორმხრივ, ისე მრავალმხრივ საფუძველზე და ამ მიზნით გამოიყენოს ტურიზმის მსოფლიო ორგანიზაციის შესაძლებლობებიც.

3.2. ტურისტული კომპანიების როლი დარგის სტრატეგიულ დაგეგმვაში

ტურისტული ორგანიზაცია ის ძირითადი რგოლია რომელიც ბაზარზე ყველა მონაწილის ურთიერთკავშირს უზრუნველყოფს და მისი მუშაობის ეფექტიანობაზე დამოკიდებულია ტურისტული დარგის მუშაობდა მთელს ქვეყანაში. ტურისტულ კომპანიას რომ ეფექტიანი მუშაობა ჰქონდეს საჭიროა: პერსონალი იყოს პროფესიონალი,

პერსონალი სწორად იმართებოდეს და რაც მთავარია ტურისტულმა კომპანიამ მოგება მიიღოს. (კოჭლამაზიშვილი...2013: 52-55).

ტურისტული კომპანიის საქმიანობის დროს ძალიან მნიშვნელოვანია ისეთი საკითხები, როგორცაა:

- ეფექტიანი და მუდმივი რეკლამა;
- მომსახურების კარგი ხარისხი;
- კონკურენტების და ბაზრის შესახებ ინფორმაცია, ტურისტულ მომსახურებებზე ყველანაირი ინფორმაციის შეგროვება;
- პროფესიონალი თამანშრომლები;
- მომხმარებლებთან და კლიენტებთან კეთილგანწყობილი ურთიერთობა;
- ოფისთან პარკირების შესაძლებლობა და კარგი მდებარეობა.

ტურისტული მომსახურების ორგანიზატორები საქართველოში ტურისტული ფირმები არიან. საქმიანობის მიხედვით ისინი სრული მომსახურების ან შეზღუდული მომსახურების მქონე არიან. მათ სრულ მომსახურებაში შედი სხვადასხვა სახის ტურების მომზადება, როგორცაა: ტურისტული, სათავგადასავლო, ბიზნეს, საგანმანათლებლო, ავტო და სხვა, ასევე ამას გარდა, ბილეთების გაყიდვა და დაჯავშნა, ტვირთის გადაზიდვა, სავიზო მომსახურება, სასტუმროების დაჯავშნა, მოგზაურობის დაზღვევა, რესტორნების დაჯავშნა და სხვა დამატებითი მომსახურების გაწევა. არსებული მოთხოვნიდან გამომდინარე, ტურისტული კომპანიების უმეტესობა საქართველოში შეზღუდული მომსახურებით ხასიათდება. საქართველოში ჩამოსული ტურისტების უმრავლესობა არის ბიზნეს ტურისტი, ამიტომ ტურისტულ ტურებზე და შესაბამის მომსახურებაზე მოთხოვნილება ნაკლებია. ისინი მხოლოდ შემოიფარგლებიან სავიზო მომსახურებით, სასტუმროში განთავსებით, ტრანსპორტირებით, ზოგიერთ შემთხვევაში კონგრეს მომსახურებით.

ზოგიერთი ტურისტული ფირმები, ტურისტებს სთავაზობენ საქართველოს ტურისტული, რეკრეაციული და ისტორიულ-კულტურული რეგიონების მონახულებას და დასვენებას. ტურისტულ ფირმებს, რომლებიც ტურისტების გაყვანაზე მუშაობენ შეზღუდული მომსახურება აქვთ, რადგან საქართველოდან გასული ტურისტების უმრავლესობა დიდი ხნით რჩება იმ ქვეყანაში სადაც ჩადის და აღარ საჭიროებს

დამატებით ბიზნეს და ტურისტულ მომსახურებას. ტურისტულ ფირმებს, რომლის საქმიანობაში შედის ტურისტების გაყვანა, ძირითად უწევთ: სავიზო მომსახურების გაწევა და დაზღვევის გაკეთება. ტურისტს აზღვევს ტურისტული სააგენტო, მას სადაზღვევო კომპანიასთან დადებული აქვს კონტრაქტი და ამ ყველაფერს კანონმდებლობით დადგენილი წესის დაცვით ახორციელებს. ტურისტის სიცოცხლისა და ჯანმრთელობის დაზღვევა ნაზღაურდება საქართველოს კანონმდებლობით. ტურიზმის დარგის უფლებამოსილი ორგანო, ხელისუფლების აღმასრულებელ ორგანოებთან ერთად შეიმუშავებს ტურისტების დაცვისა და უსაფრთხოების პროგრამას, რომელიც უნდა განახორციელონ ტურისტულმა ორგანიზაციებმა და მათ ხელმძღვანელობამ. იგივე ორგანო ხელს უწყობს სასწავლო პროგრამებისა შექმნას, ტურისტული ინდუსტრიისათვის კადრების მომზადების და კვალიფიკაციის ასამაღლებლად გადამზადებას.

ზოგიერთი ტურისტული ფირმები სთავაზობენ მომხმარებელს სასწავლო ტურებს, რომლებიც საქართველოში, განსაკუთრებით ბოლო დროს ძალიან გავრცელებულია. საქართველოს ტურისტული ორგანიზაციების უმრავლესობა მარკეტინგულ გამოკვლევებს არ ატარებს, მაგრამ იყენებენ სტიმულირებას, რაც მარკეტინგული კომპლექსის ერთ-ერთი ელემენტია, სტიმულირების მეთოდებს შორის რეკლამას და გასაღების სტიმულირებას მიმართავენ ყველაზე მეტად.

ტურისტული პროდუქტის მოხმარების პროცესში ფასდება ტურისტული ორგანიზაციების საქმიანობა. ტურისტები და მოგზაურები სააგენტოს მიმართავენ იმის მიხედვით თუ როგორი იმიჯი აქვს მათ. იმიჯის ფორმირებისათვის ეფექტური სარეკლამო კამპანიის წარმოებასთან ერთად ფირმის მიერ გაწეული მომსახურების მაღალი ხარისხი და საიმედოობაა საჭირო.

დღეს მთელს მსოფლიოში მიმდინარეობს ინტეგრაციული პროცესები, რომლებიც სხვადასხვა სახელმწიფოს შორის მჭიდრო ურთიერთკავშირსა თუ თანამშრომლობას გულისხმობს. ინტეგრაციის მთავარი პირობა არის განვითარების დონის ამაღლება ყველა სფეროში, მათ შორის ტურიზმშიც, რომელიც ერთ-ერთ პრიორიტეტულ დარგადაა აღიარებული. რამდენადაც უზრუნველყოფილია ტურისტების უსაფრთხოება ქვეყანაში, იმდენად წარმატებული ურთიერთობაა ქვეყნებს შორის. ტურისტულ ქვეყანაში უნდა არსებობდეს იმისი გარანტია, რომ ამ სფეროს განვითარებას არ შეეშლება ხელი ქვეყანაში

არსებულ სხვადასხვა ფაქტორების გამო, რომლებიც არაპროგნოზირებადი და სახიფათოა. როგორცაა: ტერაქტები, რთული პოლიტიკურ- ეკონომიკური ვითარება, ტურისტებისა გაქურდება, გატაცება. ასევე ბუნებრივი სტიქიური მოვლენები, ეკოლოგიური პრობლემები და სხვა.

ასეთი სახის უარყოფითი ფაქტორები მნიშვნელოვნად აფერხებს ტურისტების მომსახურებას, ამცირებს მათ რაოდენობას, თავისუფლად გადაადგილებას, რაც უდიდესი ზარალია ქვეყნის ტურისტული ინდუსტრიის და ეკონომიკისთვის. ტურისტული სფეროს მთავარი პირობა და ფაქტორი არის ტურისტთა უსაფრთხოების დაცვა.

აღნიშნულ საკითხებზე მუშაობა მხოლოდ სახელმწიფო სექტორის პრეროგატივაა და არა საზოგადოების ან კერძო სტრუქტურის. ეს მონაცემები მოითხოვენ სრულყოფილ დამუშავებას და გადამწყვეტი მნიშვნელობა აქვს საინვესტიციო გადაწყვეტილებების მიღებაში. შექმნილი ვითარება კი სერიოზული შემაფერხებელი ფაქტორია ეროვნული ტურიზმის განვითარებისათვის.

დარგის კონკურენტუნარიანობის ამაღლება მოითხოვს უფრო მეტ ძალისხმევას, სამოქალაქო ინფრასტრუქტურის განვითარებას. საჭიროა მეტი მუშაობა საერთაშორისო არხებით უცხოურ ტურისტულ კომპანიებთან, რათა გაიზარდოს შემომსვლელი ტურისტების რაოდენობა. ამისათვის საჭიროა დარგის მარეგულირებელი მოწესრიგებული საკანონმდებლო ბაზა, უსაფრთხოება და დაცულობა.

ყოველივე ეს შესაძლებლობას აძლევს დარგში მომუშავე ბიზნეს სუბიექტებს გააფართოვონ მომხმარებელთა წრე, გამოიყენონ გლობალიზაციის შესაძლებლობები, შეიმუშავონ მარკეტიგული საქმიანობის სტრატეგია როგორც შიდა ბაზრისთვის, ასევე საერთაშორისო ბაზარზე სამუშაოდ.

განსაკუთრებული როლი ამ საქმიანობაში ადამიანურ რესურსს ენიჭება. ტურისტული საწარმოს პერსონალი უნდა იყოს კარგად მომზადებული, ერკვეოდეს საკანონმდებლო დოკუმენტებში, იცოდეს საერთაშორისო ნორმები და წესები დოკუმენტების მოსამზადებლად, რეგულარულად უნდა აიმაღლოს კვალიფიკაცია. ასევე აუცილებელია საწარმოში გამოყენებული ტექნიკური და ინფორმაციული სისტემების განვითარების მაღალი დონე, რაც დიდ გავლენას ახდენს კლიენტთა

მომსახურების ხარისხზე და სისწრაფეზე. მხოლოდ ასეთ საწარმოებს შეუძლიათ გავლენა მოახდინონ ეკონომიკის ზრდაზე. ამას მოწმობს ტურიზმის დარგის მკვლევართა მოსაზრებებიც.

ტურისტული საწარმო ეროვნული ეკონომიკის დამოუკიდებელი ნაწილია. ის დამოუკიდებლად წყვეტს ისეთ საკითხებს როგორცაა: რა ტიპის მომსახურება უნდა აწარმოოს, მომსახურება როგორ უნდა გაეწიოს მომხმარებელს, რა ფასად გაყიდოს, სად განათავსოს თავისი ოფისი და სხვა. (დოლიკაშვილი... 2009).

ტურიზმიდან მიღებული ეფექტი ქვეყანაში შემოსული ვიზიტორების რიცხვით და ტურისტული საწარმოს საქმიანობიდან მიღებული შემოსავლების მიხედვით განისაზღვრება. ქვეყნის ეკონომიკაზე ტურიზმის მოქმედებს პირდაპირ და ირიბად. პირდაპირ მაშინ მოქმედებს, როცა ტურისტების მიერ ჩასვლის ადგილზე დახარჯული თანხას მოაქვს შემოსავალი. ირიბი ეფექტია, როცა ტურისტი მოგზაურობის დროს ხარჯავს თანხას სასტუმროში, სადილობს, ყიდულობს სუვენირებს და სხვა. (კოჭლამაზიშვილი 2013).

მთელს მსოფლიოში ტურისტული სააგენტოების დიდი ნაწილი არის მცირე და საშუალო ზომის საწარმოები. როდესაც მცირე საწარმო იმართება სწორი სტრატეგიით, ის თავისუფლად უწევს კონკურენციას თავისზე უფრო დიდ ორგანიზაციებს. ეს გლობალური საინფორმაციო ქსელის განვითარების შედეგია (WWW). ტურიზმის ინდუსტრიას ამის გამოყენებით შეუძლია დაიკავოს ლიდერი პოზიცია, ეს მისი დადებითი მხარეა. ტურიზმის ინდუსტრია დაჯავშნის სისტემების და მიწოდებით თვალსაზრისით ძალაუფლებას ფლობს. 1980 წელს სასტუმროების საინფორმაციო სისტემის გაერთიანება გამოჩნდა -The Hotel Information System Coalition, THISCO. ამ სისტემის მეშვეობით ტურისტებს შესაძლებლობა მიეცათ ინტერნეტის საშუალებით დაეჯავშნათ მათთვის სასურველი სასტუმრო. (Edgell Srand D.L, Jason T. Swanson, 2008). ინტერნეტ სისტემის საერთაშორისო ქსელში ყველა სასტუმროს შესაძლებლობა აქვს თანაბარ პირობებში იმუშაოს, როგორც საერთაშორისო ბრენდულ სასტუმროების ქსელმა, ასევე პატარა კერძო სასტუმროებმა. მომხმარებელს შეუძლია თავის საჭიროებისამებრ ყველანაირი ტიპის სასტუმროს დაჯავშნა ონლაინ ქსელით. (Doganis 2001).

აღსანიშნავია ავიაკომპანიების ფრენების, რეისების დაჯავშნის სისტემის განვითარება. მომსახურების რაოდენობების გაზრდა ონლაინ რეჟიმში ბოლო ოცი წლის განმავლობაში მოხდა, ესაა სასტუმროების და ავია ბილეთების დაჯავშნა, მანქანების დაქირავება და სხვა. ერთ-ერთი მაღალი ხარისხის ავიაკომპანიის დაჯავშნის სისტემა რაც პირველად დაინერგა იყო ამერიკული ავიაკომპანია „საბრე“- Airlines „Sabre CRS“. რაც ასევე აგროვებდა მომხმარებლების საკრედიტო ბარათების მეშვეობით გადახდილ ინფორმაციას. (Edgell Srand D.L, Jason T. Swanson, 2008).

სააგენტოები ხუთი სახის გადასახადს იხდიან: მოგების გადასახადი, ქონების გადასახადი, დღგ უცხოელი ტურისტების შემოყვანის დროს, საშემოსავლო გადასახადი, კურორტების გამოყენებაზე გადასახადი და ერთჯერადი მოსაკრებლის სახით ლიცენზიის ყიდულვა. საერთო-სახელმწიფო გადასახადებისა, ადგილობრივი გადასახადების გადამხდელები არიან. საკურორტო და სასტუმრო გადასახადებს იხდიან ფიზიკური პირები, რომლებიც ისვენებენ და მომსახურებას იღებენ საკურორტო ადგილებში.

საქართველოში ტურიზმის განვითარება ორი მხრის ხელშეწყობით უნდა განხორციელდეს, რაც ერთი მხრივ სახელმწიფოა და მეორეს მხრივ მეწარმე სუბიექტები. სახელმწიფოს აკისრია ვალდებულება, რომ უზრუნველყოს ქვეყანაში ისეთი გარემო, სადაც შესაძლებელი იქნება ნორმალურად იფუნქციონიროს სამეწარმეო საქმიანობამ. ამ ორი მხარის შეწყობილი მუშაობა განაპირობებს ეკონომიკურ სტაბილურობას და განვითარებას.

ჩამოსული ტურისტების უმეტესობა საქართველოში არის ბიზნეს ტურისტი-90-95%, ამიტომ სრულ ტურისტულ მომსახურებაზე მოთხოვნილება არაა დიდი, მათ მხოლოდ უნდათ ტრანსპორტით მომსახურება, სასტუმროში განთავსება და სხვა. ზოგიერთი ტურისტული, ისტორიულ-კულტურული, რეკრეაციული ადგილის მონახულება.

ზოგიერთი ტურისტული ფირმა მუშაობს ტურისტების გაყვანაზე. მათაც შეზღუდული მომსახურება აქვთ, რადგან ტურისტების უმრავლესობა, რომელიც საქართველოდან გადის დიდი ხნით ჩერდება საზღვარგარეთ და დამატებითი ტურისტული მომსახურეობა აღარ სჭირდება.

ტურისტული ფირმები ასევე სთავაზობენ სასწავლო ტურებს, რომლებიც ამ ბოლო დროს განსაკუთრებით გავრცელდა და პოპულარული გახდა.

ტურისტული ფირმები ხშირად მიმართავენ რეკლამას გაზეთში, ჟურნალში, ვებ-გვერდებზე განათავსებენ. ცდილობენ რომ დადებითი იმიჯი შეიქმნან საზოგადოებაში, რადგანაც ძალიან ბევრი ტურისტი ტურისტულ ორგანიზაციას ხშირად სწორედ იმიჯიდან გამომდინარე მიმართავს, რისთვისაც რეკლამის გარდა აუცილებელია მომსახურების მაღალი ხარისხი და საიმედოობა. (საქართველოს ახალგაზრდა ეკონომისტთა ასოციაცია, Economists.ge 2008).

მრავალ ქვეყანაში ტურისტული ფირმა ბევრ ისეთი ტურისტულ პაკეტს სთავაზობს მომხმარებელს, რაც მათ ეხმარება თავიანთი მოგზაურობა უფრო საინტერესოდ და ხელმისაწვდომ ფასში დაგეგმონ. ევროპაში და ჩრდილოეთ ამერიკაში მოსახლეობას უდიდესი ნაწილი სწორედ ტუროპერატორებისაგან შეთავაზებული ტურებით სარგებლობს. მათი მეშვეობით, მათ მიერ მოწოდებული ინფორმაციის და შეთავაზებული ტურების გათვალისწინებით გეგმავენ თუ სად გაატარონ არდადეგები. (Pedersen 2002: 22).

დიდი ტურისტული სააგენტოები ტურისტული აგენტების მეშვეობით წარადგენენ თავიანთ პროდუქტს, ხალხს აცნობენ მათ სარგებლიანობას, ასევე ვებ-გვერდებზე განთავსებული ინფორმაციის საშუალებითაც დიდ ინფორმაციას გასცემენ, არიგებენ ბროშურებს.

დღესდღეისობით ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის ბაზაში რეგისტრირებულია 636 ტურისტული კომპანია. (22 მარტი, 2018 წელი). კვლევაში გამოკითხვის მთავარი მიზანი იყო ტურისტული კომპანიების საქმიანობის თავისებურებების შესწავლა. კომპანიები შერჩეულ იქნა თავისი მუშაობის სპეციფიკიდან გამომდინარე. ისინი სერვისს სთავაზობენ როგორც ტურისტულ ჯგუფებს, ასევე ცალკეულ პირებს. ორგანიზებას უწევენ გაცვლით და შემომავალ ტურებს საქართველოში. ტურისტებს სთავაზობენ ყველანაირ ტურს: სპეციალიზებულ სალაშქრო ტურებს, კულტურულ ტურებს, სათავგადასავლო, ღვინის, ზამთრის ტურებს და სხვ.

ნაშრომში კვლევის სპეციფიკიდან გამომდინარე არ იქნა გათვალისწინებული ტურაგენტური საქმიანობით დაკავებული კომპანიების და ფიზიკური პირების

საქმიანობის შედეგები, მითუმეტესამ სუბიექტების სტატისტიკური აღრიცხვა სრული არ არის.

ნაშრომზე მუშაობის პერიოდში გაკეთდა კითხვარი (იხ. დანართი N 5) , რომლის მიზანსაც წარმოადგენდა ტურისტული კომპანიების საქმიანობის თავისებურებების შესწავლა. გამოკითხვის მასალების მიხედვით დადგენილ იქნა ტურისტული საქმიანობის, ტურისტული კომპანიების მდგომარეობა საქართველოში, მისი თავისებურებები, პრიორიტეტები და მიმართულებები. მივიღეთ გარკვეული სახის ინფორმაცია იმის თაობაზე თუ რაზე შეიძლება აქცენტის გაკეთება, რომ ხელი შეეწყოს ამ სფეროს განვითარებას, შესაძლებელი გახდეს უფრო მეტი ტურისტის მოზიდვა ქვეყანაში.

გამოკითხა 25 ადგილობრივი ტურისტული კომპანია. უმეტესობა საქართველოს ბაზარზე 10 წელზე მეტია ფუნქციონირებს. მათ დიდ ნაწილს პარტნიორები ჰყავთ საზღვარგარეთ და მათ მიერ შემოთავაზებულ ტურისტულ პაკეტებს ხშირად სთავაზობენ ადგილობრივ მომხმარებლებს. ადგილობრივი მომხმარებლები უფრო მეტად გასვლითი ტურებისადმი იჩენენ დაინტერესებას და ამ სახის მომსახურებისთვის აკითხავენ ტურისტულ კომპანიებს.

გამოკითხულ ტურისტულ კომპანიებში - თუ რომელია ქართველი ტურისტების ყველაზე მოთხოვნადი გასვლითი ტურებიდან, დასახელდა ორი ტურისტული მიმართულება - ეგვიპტე და თურქეთი. გაირკვა, რომ ასეთი ინტერესი განპირობებულია ვიზალიბერალიზაციით, ასევე მოიმატა ევროპის ტურებზე მოთხოვნამ, თუმცა ზემოთ ნახსენები ორი ქვეყანა მაინც ლიდერობს.

მომხმარებლების დიდი ნაწილი იყენებს განვადებას. ასევე ტურისტულ ორგანიზაციებს აქვთ ფასდაკლებები ერთგულ მომხმარებლებზე, ასევე ოჯახურ და ჯგუფურ პაკეტებზე.

უცხოელი ტურისტული ჯგუფები საქართველოში ძირითადად 12-18 კაციან ჯგუფებად ჩამოდიან. მათ აინტერესებთ საქართველოს ისტორია, ხუროთმოძღვრების ძეგლები, ტრადიციები და ცხოვრების წესი, დასვენება.

საქართველოში ყველაზე უფრო მეტი მოთხოვნაა ზღვის კურორტებზე, ზამთრის კურორტებზე, მაღალმთიან კურორტებზე. ასევე პოპულარულია ერთდღიანი ტურები მცხეთაში, ერთდღიანი ღვინის ტურები, სვანეთის, ხევსურეთის და ტაო- კლარჯეთის მოსანახულებელი ტურები.

საქართველოში ტურისტული ჯგუფები შემოდინან როგორც დსთ-ს ქვეყნებიდან, ასევე ევროპის და აზიის ქვეყნებიდან. ყველაზე მეტი ტურისტი საქართველოში შემოდის რუსეთიდან, უკრაინიდან და ცენტრალური ევროპიდან.

ტურისტებს ბოლო წლებში ძირითადად აინტერესებთ და ითხოვენ კულტურულ (კახეთი, ყაზბეგი შიდა ქართლი) , გამაჯანსაღებელ (განსაკუთრებით მოთხოვნაა ამ მხრივ კახეთის რეგიონზე) და ექსტრემალურ (თუმეთში, ხევსურეთში) ტურებს.

ტურისტული კომპანიების მეშვეობით საქართველოში ძირითადად ჯგუფებად ჩამოდინან 38-45 წლის ტურისტები. ხშირია წყვილების და ოჯახებით ჩამოსვლაც. ტურისტები ტურისტული კომპანიების შესახებ ინფორმაციას იღებენ რეკლამების და ახლობლების მეშვეობით. ამიტომ ტურისტულმა კომპანიებმა უნდა იზრუნონ საკუთარი ვებ- საიტების სრულყოფაზე, ინტერნეტ ტექნოლოგიების უფრო ეფექტიანად გამოყენებაზე.

უცხოელი მომხმარებლები ყველაზე მეტად მოითხოვენ დაცული იყოს მათი უსაფრთხოება, ასევე მნიშვნელოვანია მათთვის ტრანსპორტირების საშუალებების შერჩევა, დიდ მნიშვნელობას ანიჭებენ სასტუმროს, ინფრასტრუქტურას და კვებას.

უმეტესად ირჩევენ სამ ვარსკვლავიან სასტუმროებს, სადაც ღამის გათევასთან ერთად გათვალისწინებულია საუზმე (B&B), ხოლო თბილისის გარეთ ოჯახური ტიპის სასტუმროს.

ტურისტული სააგენტოებისგან შეძენილი ტურების საშუალო ხანგძლივობა ერთკვირიანი პაკეტებია. დაახლოებით ერთ კვირიანი ტური საქართველოში შემოსული ტურისტებისთვის 1300-1500 \$ ღირს.

ჩვენი ქვეყანა უძველესი ისტორიის მქონე ქვეყანაა და მდიდარი კულტურული მემკვიდრეობა გააჩნია. ძირითადი კულტურული მარშრუტები ხორციელდება კახეთში, ყაზბეგში, შიდა ქართლში. ასევე სამცხე ჯავახეთში, სადაც ქალაქი -გამოქვაბულებია,

ქუთაისში საიდანაც ხდება ბაგრატის ტაძრის და გელათის ტაძრების მონახულება. სათაგადასავლო ტურები ძირითადად თუშეთში, ხევსურეთში და სვანეთში ხორციელდება, ტურისტებს ეს მხარეები ხიბლავს თავიანთი ბუნებით, ლანდშაფტით და უნიკალური შეგრძნებებით.

ღვინის და აგრო- ტურიზმის ტურისტულ მიმართულებად კახეთია დასახელებული. ჯანმრთელობის და სპა- ტურიზმის უფრო მეტად განვითარების პოტენციალი დიდია ჩვენს ქვეყანაში, თუმცა უფრო მეტი რესურსი და ძალისხმევაა საჭირო, რომ ეს მიმართულებები უფრო მეტად განვითარდეს. ამის მაგალითს წარმოადგენს მეზობელი ქვეყნების ტურიზმი და ტურისტული პროდუქტები. (ოქროცვარიძე ...2011).

საქართველოს მეზობელი ქვეყნები თურქეთი და სომხეთი უძველესი ისტორიის მქონე ქვეყნებია და მდიდარი კულტურული მემკვიდრეობა აქვთ. თურქეთში ძალიან არის განვითარებული ინფრასტრუქტურა და ტურისტებს მრავალფეროვან ტურისტულ პროდუქტებს თავაზობენ. საქართველო მათგან დიდი კონკურენციას განიცდის. ამიტომ ტურიზმის განვითარებისათვის საჭიროა მოკლე პერიოდში მნიშვნელოვანი ღონისძიებების შემუშავება და გატარება.

მართალია სახელმწიფო კონკრეტულ ღონისძიებებს ახორციელებს, მაგრამ საჭიროა უფრო ქმედითი ნაბიჯების გადადგმა ტურისტული ინფრასტრუქტურის გაუმჯობესების და ახალი ტურისტული პროდუქტების შექმნის და ტურისტებისათვის შეთავაზების მიზნით.

2011 წელს საქართველოს მთავრობამ შეიმუშავა „საქართველოს სტრატეგიული განვითარების ათპუნქტიანი გეგმა- მოდერნიზაციისა და დასაქმებისათვის“, რომლის თანახმად :

- ტურიზმის განვითარება უნდა განხორციელდეს ორი მიდგომის კომბინირებით: „ჰორიზონტალური პოლიტიკით“, რაც მიმართულია ტურიზმისათვის წამახალისებელი გარემოებების შექმნით და „ვერტიკალური მიდგომის“ გამოყენებით, რაც არის ტურისტულ ინფრასტრუქტურაში ინვესტირება.

- საქართველოს მთავრობის მიზანია რომ საქართველო გახადოს ზამთრის ტურიზმის ერთ-ერთი ცენტრი.

-გაიზარდოს ყოველწლიური ტურისტული სარეკლამო კამპანიები იმ ქვეყნებში საიდანაც მაღალია ტურისტების მოზიდვის პოტენციალი, კერძოდ-ბელორუსი, უკრაინა, პოლონეთი, ისრაელი, ბალტიისპირეთის ქვეყნები.

- დაბალბიუჯეტური ავიაკომპანიების მოზიდვა ძალიან პროიროტეტულია.

საქართველოს რეგიონული განვითარების 2010-2017 წწ. სახელმწიფო სტრატეგიაში ტურიზმის განვითარების ხელშეწყობის საკითხზე აღნიშნულია:

1) ტურიზმის განვითარებისთვის შესწავლილი უნდა იყოს ქვეყანაში არსებული პოტენციალი და რესურსები რეგიონების მიხედვით სრულყოფილი მონაცემთა ბაზის შექმნის მიზნით. დეტალურად უნდა იქნეს აღინუსხული არსებული ინფრასტრუქტურის ობიექტები, ასევე ტურიზმის ცალკეული დარგების განვითარებისთვის რეგიონებში არსებული ბუნებრივი და სხვა სახის რესურსები და ამ მონაცემების საფუძველზე შეიქმნას მონაცემთა ბაზა.

2) რეგიონებში არსებული რესურსების შესახებ საინფორმაციო ბაზის გამოყენებით უნდა შემუშავდეს ტურიზმის დარგის კომპლექსური განვითარებისთვის გრძელვადიანი სტრატეგია.

3) უნდა შემუშავდეს შესაბამისი მექანიზმები ტურიზმის დარგის დევერსიფიცირების და შიდა ტურიზმის განვითარების მიზნით. ეს ხელს შეუწყობს ტურიზმის სხვადასხვა სახეობის განვითარებას ქვეყანაში. ეს სახეობებია: კულტურული ტურიზმი, კურორტებზე დასვენება, ეკოტურიზმი, სათავგადასავლო ტურიზმი, აგროტურიზმი-ღვინის და ადგილობრივი სამზარეულოს ტურები, სამედიცინო ტურიზმი, საქმიანი და პროფესიული ტურიზმი, სპორტული ტურიზმი.

ტურისტული ნაკადის ზრდის უზრუნველსაყოფად უნდა შემუშავდეს ტურისტული ინფრასტრუქტურის განვითარების ხელშეწყობის შესაბამისი პირობები. უნდა განთავსდეს საინფორმაციო დაფები და საგზაო ტურისტული ნიშნები.

ტურიზმის მსოფლიო ორგანიზაციას თავის რეკომენდაციებში აღნიშნული აქვს, რომ ტურიზმის განვითარების თანამედროვე ეტაპზე მხოლოდ სახელმწიფო და მთავრობა თამაშობს უპირველეს როლს მის განვითარებაში, ხოლო კერძო სექტორი ნაწილობრივ მონაწილეობს. იმ ქვეყნებში სადაც ტურიზმის სექტორი კარგადაა განვითარებული ამ მიზნით შექმნილია ორგანიზაციები, რომლებიც სამინისტროებს

ექვემდებარება და ხშირ შემთხვევებში სხვა ქვეყნებშიც აქვს წარმომადგენლობები. ამ ორგანიზაციების მთავარი მიზანია ტურიზმის განვითარების წინაპირობის შექმნა და მსოფლიო ბაზარზე მიმზიდველი ტურისტული ადგილის სახით თავისი ქვეყნის წარდგენა. ისინი ამუშავებენ ტურისტებისთვის მიმზიდველ პროგრამებს და ავრცელებენ ინფორმაციას ტურისტული მარშრუტების შესახებ. დიდ ბრიტანეთში ასეთ ორგანიზაციას British Tourist Authority-BTA ჰქვია, ირლანდიაში- Irish Board, ესპანეთში- Turespana, იტალიაში- ENIT, ნორვეგიაში- NORTRA და ა.შ. მათი მეშვეობით მუშავდება გასაყვანი ტურიზმის სტიმულირების სახელმწიფო პროგრამები, რომლებიც შეღავათიან დაბეგვრას ითვალისწინებენ, ასევე სასაზღვრო- საბაჟო რეჟიმის გამარტივებას, ხელსაყრელ საინვესტიციო პირობებს, კადრების მომზადებას და სხვ.

საქართველოში ტურიზმის განვითარებაზე პასუხისმგებელი ორგანოა საქართველოს ტურიზმისა ეროვნული ადმინისტრაცია, რომელიც სახელმწიფოს კონტროლით თავის საქმიანობას დამოუკიდებლად წარმართავს. მისი მისიაა გაზარდოს საქართველოს, როგორც ტურისტული ქვეყნის ცნობადობა საერთაშორისო ბაზარზე; უზრუნველყოს ქვეყანაში როგორც შემოყვანის, ისე შიდა ტურიზმის განვითარების სტიმულირება; ხელი შეუწყოს ბიზნესისთვის ხელსაყრელი გარემოს შექმნას; გაზარდოს ქვეყნის კონკურენტუნარიანობა საერთაშორისო ტურისტულ ბაზარზე; უზრუნველყოს უსაფრთხო ქვეყნის იმიჯის პოპულარიზაცია და ძლიერი ბრენდის ჩამოყალიბება.

ასევე მისი პრეროგატივაა საქართველოში ტურიზმის განვითარების სახელმწიფო პოლიტიკის ჩამოყალიბება და განხორციელება; ტურიზმის განვითარების საფუძველზე ქვეყანაში მაღალი საექსპორტო შემოსავლების ზრდისა და ახალი სამუშაო ადგილების შექმნის ხელშეწყობა;

საქართველოს ტურიზმისა ეროვნული ადმინისტრაციის საქმიანობის პრიორიტეტული მიმართულებებია:

- საქართველოს, როგორც ტურისტული დანიშნულების ადგილის პოპულარიზაცია სხვადასხვა მარკეტინგული აქტივობების საშუალებით;
- მაღალკვალიფიცირებული კადრების მომზადება ტურიზმის სფეროში მომსახურების ხარისხის გაუმჯობესების მიზნით;

- ტურისტული ღირსშესანიშნაობების სათანადო კონკურენტუნარიანი ფასის მქონე ტურისტულ პროდუქტად შეფუთვა;

- ქვეყნის მასშტაბით ტურისტული ინფრასტრუქტურის განვითარება;

- სამომხმარებლო ფასეულობების სტანდარტების შექმნა და მათი

კონკურენტუნარიანობის უზრუნველყოფა შემდეგი პარამენტრებით: პროდუქტი, ფასი, ხარისხი. (www.gnta.ge საქართველოს ეროვნული ტურიზმის ადმინისტრაცია, საქართველოს რეგიონული განვითარების და ინფრასტრუქტურის სამინისტრო).

საქართველოს, როგორც ტურისტული ქვეყნის პოპულარიზაციისთვის სააგენტო აქტიურად იღებს მონაწილეობას სხვადასხვა ქვეყნებში გამართულ ტურისტულ გამოფენა- ბაზრობებში, სადაც ვიზიტორებს აწვდის ვრცელ ინფორმაციას ქვეყნის შესახებ. სააგენტოს ინიციატივით ეწყობა გაცნობითი ტურები უცხოელი ჟურნალისტებისთვის და პრესის წარმომადგენლები სტუმრობენ საქართველოს სხვადასხვა რეგიონს. ისინი შემდეგ ამზადებენ სატელევიზიო სიუჟეტებს და ბეჭდავენ სტატიებს, რაც ხელს უწყობს საქართველოს პოპულარიზაციას. სააგენტო ასევე მუშაობს შიდა ტურიზმის პოპულარიზაციის საკითხებზე, ახორციელებს ბევრი სახის პროექტს. ყოველივე ეს ხელს უწყობს საზოგადოების დაინტერესებას შიდა ტურიზმით.

2009 წლის 15-16 დეკემბერს ქ. სოფიაში გაიმართა შავი ზღვის ეკონომიკური თანამშრომლობის ორგანიზაციის (BSEC) ტურიზმის საკითხებზე თანამშრომლობის სამუშაო ჯგუფის შეხვედრა, სადაც განიხილეს ტურიზმის სფეროში თანამშრომლობისა და ერთობლივი პროექტების განხორციელების საკითხები. მასში მონაწილე ქვეყნებმა წარადგინეს სხვადასხვა ტურისტული პროექტები განსახილველად. საქართველომ მოახდინა “The Cave“, “Golden fleece“, “Legend of Argonautus“ პროექტების პრეზენტაცია. არგონავტების მარშრუტის რეალიზაცია ხელს შეუწყობს ქვეყნებს შორის ტურისტული ნაკადების ზრდას და საკრუიზო ბიზნესის განვითარებას.

ფრანგმა სპეციალისტებმა შეფასებებისა და დასკვნების საფუძველზე არჩევანი შეაჩერეს წყალტუბოს მღვიმეზე, რომელიც მთლიანად არგონავტების ლეგენდაზეა აგებული. სპეციალისტებმა დაადგინეს, რომ მღვიმე ყოველწლიურად მიიღებს 310500 ვიზიტორს. ძალიან დიდი ყურადღება ეთმობა სვანეთის, თუშეთის, ყაზბეგის, ანაკლიის და სხვა ადგილების ტურისტული პოტენციალის ათვისებას. შესაძლებელია ასევე

ტურისტების დაინტერესება ისეთი მარშრუტებით, როგორც არის „აბრეშუმის გზა“, „საქართველო- ღვინის სამშობლო“, „ალექსანდრე დიუმას მოგზაურობა საქართველოში“ და სხვა.

საქართველოში ტურიზმისა დაგეგმვა და განვითარება უნდა მოხდეს მდგრადი განვითარების სამი ძირითადი პრინციპის გათვალისწინებით:

1) ეკოლოგიური მდგრადობა- რომელიც უზრუნველყოფს საბაზრო ეკოლოგიური პროცესების, ბიომრავალფეროვნების და ბიოლოგიური რესურსების ერთობლივ განვითარებას;

2) სოციალური მდგრადობა- რომელიც უზრუნველყოფს ისეთ მდგრადობას, რომლის დროსაც ადამიანების ცხოვრება, მათი ეროვნული კულტურა და ღირებულებები ყოველმხრივ დაცულია და კულტურული თვითმყოფადობა უფრო მტკიცდება;

3) ეკონომიკური მდგრადობა- რომელიც უზრუნველყოფს განვითარების ეკონომიკურ ეფექტიანობას და რესურსების გამოყენების არჩეული მეთოდი იძლევა ამ რესურსების მომავალი თაობებისათვის შენარჩუნების გარანტიას.

ტურიზმის მდგრადი განვითარებისთვის საქართველოში საჭიროა ქვეყნის ტურისტული მიმზიდველობისა და ტურიზმის კონკურენტუნარიანობის ამაღლებაზე გამიზნული სტრატეგია, რომელიც მსოფლიო ბაზარზე ღირსეული ადგილის დამკვიდრებაში დაეხმარება საქართველოს და არსებული რესურსების რაციონალურ გამოყენებას შეუწყობს ხელს. ამისათვის საჭიროა:

- ტურიზმის განვითარების სტრატეგიის შემუშავება 2014-2030 წლებისთვის, რომელიც დაფუძნებული უნდა იყოს ტურიზმის სტრატეგიული სახეობის და მისი განვითარების მიმართულებების შერჩევაზე და საქართველოს ტურიზმის ძლიერი მხარეების განვითარებაზე;

- შეიქმნას კონკურენტუნარიანი ტურისტული კომპლექსი, რომელიც დააკმაყოფილებს ქართველი და უცხოელი მომხმარებლების მოთხოვნილებებს და შესაბამისი ანალიზის გათვალისწინებით განხორციელდება;

- შეიქმნას მაღალი ხარისხის ტურისტული პროდუქტი და მომსახურების ხარისხი გახდეს უფრო მაღალი;

- საგარეო და საშინაო ბაზარზე ხარისხიანი ტურისტული პროდუქტის გატანის და სარეკლამო- საინფორმაციო პოლიტიკის პროგრესული მეთოდების გამოყენება;

- მასპინძლობის ინდუსტრიის მონიტორინგის ეფექტიან მექანიზმებზე დამყარებული ტურისტული მომსახურების ხარისხის კონტროლის ეროვნული სისტემების შექმნა;

- ტურისტული ინფრასტრუქტურის რეკონსტრუქცია და განვითარება;

- საინვესტიციო გარემოს გაუმჯობესება და ინვესტიციების მოზიდვა;

- პერსონალის პროფესიული მომზადების და გადამზადების ერთიანი სისტემის შექმნა;

- მართვის თანამედროვე ტექნოლოგიების დანერგვა;

- ყველა გასატარებელი ღონისძიების კომპლექსურობისა და სისტემურობის უზრუნველყოფა.

საქართველოს აქვს ტურიზმის პერსპექტიული სახეების განვითარების ძალიან კარგი პერსპექტივები, როგორცაა- სათავგადასავლო, ეკოლოგიური, კულტურულ-შემეცნებითი, თემატური კრუიზები. ტურიზმი უნდა გახდეს ქვეყნის ეკონომიკის ერთ-ერთი წამყვანი დარგი და უზრუნველყოს მოსახლეობის კეთილდღეობა, ხოლო საქართველომ ტურიზმის მსოფლიო ბაზარზე ღირსეული ადგილი დაიმკვიდროს. (საქართველოს ტურიზმის სტრატეგია 2025, gnta.ge).

3.3. ტურიზმის განვითარების სტრატეგია და მისი როლი ეროვნულ ეკონომიკაში

საქართველოს ეკონომიკის განვითარებაში ტურიზმს მნიშვნელოვანი ადგილი უჭირავს. ტურისტულ ქვეყნებში ტურიზმის მეშვეობით ვითარდება მომსახურების და ვაჭრობის სფეროები, რაც დასაქმების და სავალუტო შემოსავლების ზრდას იწვევს. ტურიზმი ჩვენი ქვეყნის ეროვნული ეკონომიკის განვითარების პრიორიტეტებს შორისაა.

საქართველო მცირე ტერიტორიის მიუხედავად თავისი განსხვავებული ბუნებრივი ლანდშაფტით გამორჩეული და უნიკალურია. მას ახასიათებს მაღალმთიანი ადგილები, თოვლიანი მწვერვალები, ნოტიო სუბტროპიკული ჰავა.

როგორც ავღნიშნეთ ქვეყანაში მრავლადაა სამკურნალო და მინერალური წყლები, დაახლოებით 2400 ბუნებრივი მინერალური წყაროა აღრიცხული, მათი 65% მჟავე და გოგირდოვანია. 1990 წლამდე საქართველოს ტურიზმის მთავარი მიზანი იყო შვებულების პერიოდში მინერალური წყლებით მკურნალობა. საქართველოში ამ მიზნით 4 მილიონამდე ტურისტი ჩამოდიოდა. ტურისტული მოგზაურობა საქართველოში ძირითადად კურორტზე დასვენებას და რეკრეაციას ეფუძნებოდა. გასართობი ტურიზმი შავი ზღვის სანაპიროზე იყო განვითარებული. დღეისათვის საქართველოს ტურიზმის განვითარებისთვის განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია ჩვენი ქვეყნის სხვადასხვა კუთხის კულტურული ტრადიციები. ლანდშაფტის რესურსის და ამ ტრადიციების ერთობლიობა წარმოადგენს ტურიზმის განვითარების ძალიან მნიშვნელოვან კომპონენტს. საქართველოში ჩამოსულ ტურისტებს შეუძლიათ ისიამოვნონ ულამაზესი ბუნებით და 35 ათასი ისტორიული ძეგლის მონახულებით. ასევე ზრდის ტენდენცია ახასიათებს ზამთრის კურორტებს ტურისტულ ბაზარზე (მეტრეველი 2011 :328-331).

საქართველოში ტურიზმი ეროვნული ეკონომიკის განვითარების პრიორიტეტულ მიმართულებაა და აუცილებელია ქვეყნის ეკონომიკაში ამ დარგის რეალური როლის განსაზღვრა. უნდა შეიქმნას ქვეყნის ტურისტული იმიჯი, რისთვისაც აუცილებელია შემდეგი ღონისძიებების გატარება:

სამართლებრივ სფეროში : საკანონმდებლო ბაზის სრულყოფა, სტანდარტიზაციისა და სერტიფიკაციის მეთოდოლოგიის შემუშავება, ქვეყანაში შემოსვლის, გასვლის, ყოფნის საკითხების დახვეწა;

ეკონომიკის სფეროში: ტურიზმის განვითარების პროგრამების მიზნობრივი საბიუჯეტო დაფინანსება, საგადასახადო რეგულირება, ტურიზმის საინვესტიციო გარემოს სრულყოფა, ადამიანისეულ კაპიტალში ინვესტიციების გაზრდა;

სოციალურ სფეროში: სოციალური ტურიზმის პრობლემის გადაჭრა;

სამეცნიერო-საგანმანათლებლო სფეროში: ტურიზმის სფეროს აქტუალური საკითხების კვლევების აქტივაცია, საინფორმაციო- ანალიტიკური ცენტრის შექმნა, პროფესიული კადრებით უზრუნველყოფა;

ტურიზმის ორგანიზაციის სფეროში: საქართველოს იმიჯის ფორმირება ეროვნულ და საერთაშორისო ბაზრებზე, ტურისტული პროდუქციის წინ წაწევაში ხელშეწყობა, ტურისტული საქმიანობის და ინვესტიციების კოორდინაცია. (ყორდანაშვილი 2012).

ტურიზმის განვითარების პროცესისთვის აუცილებელია დარგის დაგეგმვა, რაც მოიცავს მომავალი მდგომარეობის წინასწარ განსაზღვრას და დასახული მიზნის განხორციელების გზებს, საშუალებებს და ვადებს. ტურიზმის დაგეგმვა ყველა დონეზე წარმოადგენს აუცილებელ პირობას მისი წარმატებული განვითარებისა და მართვისათვის. უპირველეს ყოვლისა ტურიზმის დაგეგმვა ხდება ეროვნულ და რეგიონალურ დონეზე, რაც შემდგომში იძლევა საშუალებას, რომ უფრო კონკრეტული მასშტაბებით განვაითაროთ ღირშესანიშნაობები, კურორტები და სხვადასხვა სახის ტურიზმი.

საქართველოში ტურიზმის დაგეგმვა უნდა ხორციელდებოდეს შემდეგი პირობების გათვალისწინებით:

- 1) ტურიზმის პოლიტიკის -მიმართულების გარკვევა, რა მიზნებს ისახავს და როგორ უნდა მივაღწიოთ ამ მიზნებს;
- 2) ეკონომიკური, სოციალური და კულტურული პირობების ოპტიმიზაცია და შესაბამისობა;
- 3) ტურიზმისა და ეკონომიკის სხვა დარგების მჭიდრო ურთიერთკავშირი.

ჩვენ ქვეყანას აქვს ისეთი რესურსები-ეფექტური ლანდშაფტი, კლიმატი, კულტურული მემკვიდრეობა -რომლითაც შეგვიძლია კონკურენცია გავუწიოთ მდიდარ ტურისტული გამოცდილების მქონე ქვეყნებს. ქვეყანაში ტურიზმი სწორად უნდა განვითარდეს რომ არ მოხდეს ეკონომიკური და ეკოლოგიური კატასტროფები.

საქართველოში სულ უფრო აქტიური გახდა გარემოს დასაცავად ეროვნული პარკების სისტემის ჩამოყალიბებაზე ზრუნვა, მის ტერიტორიაზე ეკოტურიზმის განვითარება და ეკოტურიზმის საშუალებით ქვეყნის ჩამორჩენილი რეგიონების სოციალურ-ეკონომიკური მდგომარეობის გაუმჯობესება.

დღეისათვის საქართველოში შექმნილია ბორჯომ-ხარაგაულის, კოლხეთის, თუშეთის ეროვნული პარკები. იქ მრავლადაა ისეთი ენდემები, რომლებიც ამ რეგიონის გარდა არსად გვხვდება. უმთავრეს სიმდიდრეს წარმოადგენს ბუნებრივი ტყეები, რომლებსაც ქვეყნის ტერიტორიის სოლიდური ნაწილი უკავია. გავრცელებულია წითელ წიგნში შეტანილი თელა, დუმა, წაბლი და სხვა.

ტურიზმის განვითარების სტრატეგიის შემუშავებისას დადებითი ეკოლოგიული შედეგების გათვალისწინებით, საჭიროა შემდეგი ძირითადი პრინციპების გათვალისწინება:

- უწყვეტი განვითარების უზრუნველყოფა;
- სამეცნიერო და ტექნოლოგიური ინოვაციების აქტიური დანერგვა;
- რესურსების რაციონალური გამოყენება;
- საზოგადოების ეკონომიკური და ეკოლოგიური პასუხისმგებლობის ამაღლება.

აღნიშნულის შესრულებას შესაბამისი მატერიალური, სამეცნიერო და ინტელექტუალური საფუძველი სჭირდება. მისი შექმნა კი ხანგრძლივ დროს და დიდ მატერიალურ დანახარჯებს მოითხოვს.

ეკოლოგიური პრობლემების გადაწყვეტაში დიდი მნიშვნელობა აქვს შესაბამისი კანონმდებლობის შექმნას. უნდა განისაზღვროს ქვეყნის ბუნებრივ-რესურსული პოტენციალის გარემოს დაზინძურების თავიდან აცილების, შრომისა და დასვენების ხელსაყრელი პირობების შექმნის პრინციპები და მეთოდები.

- ტურიზმის ყველა სექტორი უნდა ვითარდებოდეს ერთმანეთთან შეთანხმებულად და შეწყობილად;

- ტურიზმის განვითარებაზე უნდა იყოს დაწესებული აუცილებელი და მუდმივი კონტროლი. (დოლიკაშილი... 2009).

„სტრატეგიული დაგეგმვა“ ტურიზმის დაგეგმვის ერთ-ერთი მექანიზმია. ეს არის პროცესი, რომლის მიზანია ტურიზმიდან სარგებლის მიღება ისე, რომ შედეგი წარმოადგენდეს შესაბამისი ხარისხის და მიწოდების რაოდენობის ბალანსს სათანადო მოთხოვნის დონეზე. ტურიზმის სტრატეგიული დაგეგმვის დროს გათვალისწინებული უნდა იქნეს ეკონომიკური, გარემოს დაცვის და სოციალურ-კულტურული ფაქტორები და მათი ურთიერთობა მდგრადი ტურიზმის განვითარებისათვის. ესაა სტრუქტურა

რომელიც შექმნილია იმისათვის, რომ ნებისმიერი ტურიზმის ორგანიზაციის მიმართულება ან დანიშნულების ადგილი უზრუნველყოს და ხაზი გაუსვას ხარისხს, ეფექტიანობას და ეფექტურობას. ტურიზმის დაგეგმვის პროცესი ითვალისწინებს, რომ დანიშნულების ადგილი ადაპტირებული უნდა იყოს ახალ, თანამედროვე ტენდენციებთან რაც ცვლის ბაზარს და კონკურენტულ საბაზრო გარემოს.

დანიშნულების ადგილებს, რომლებიც კარგად დაგეგმილია ტურიზმში, როგორც წესი, აქვთ კონკურენტული უპირატესობა ბაზარზე. კარგი დაგეგმვა მოქმედებს მოკლევადიან მიზნებზე და მიზნად ისახავს და ორიენტირებულია მოგების, შემოსავლის მიღების მოტივაციაზე და ხაზს უსვამს ბევრ მნიშვნელოვან სამომავლო საკითხებს, რაც ბევრად სასარგებლოა მთელი საზოგადოებისათვის.

მდგრადი ტურიზმის მართვა ცნობილია, როგორც ტურიზმის დაგეგმვის მნიშვნელოვანი ასპექტი და დიდი ყურადღება ექცევა. კვლევების უმრავლესობა გვიჩვენებს, რომ კარგად შესწავლილი, კარგად დაგეგმილი და გამართულ ტურიზმის პროგრამას, რომელიც ითვალისწინებს ბუნებრივ და კულტურულ გარემოს, გააჩნია კარგი შესაძლებლობა ადგილობრივი ეკონომიკის გაუმჯობესების თვალსაზრისით. ტურიზმის დაგეგმვა მნიშვნელოვანია ტურიზმის მდგრადობისთვის და ხელს უწყობს ბუნებრივი რესურსების დაცვას, რაზეც დამოკიდებულია ტურიზმის დარგი.

ტურიზმის დაგეგმვას წარსულში არ ექცეოდა ისეთი ყურადღება როგორც დღეს. კარგად დაგეგმვის შემთხვევაში შეიძლება ბევრი რამ შეიცვალოს უკეთესობისკენ და განვითარდეს. ტურიზმის პოლიტიკასა და ტურიზმის დაგეგმვას შორის არსებობს მჭიდრო კავშირი. გეგმა მოიცავს ბევრ ეტაპს, დაწყებული ტურიზმის პროდუქტების მატერიალური საწარმოო მარაგებიდან, დამთავრებული განვითარების გეგმით. ეს არის ინტეგრაციული პროცესი. ტურიზმის დაგეგმვა აბალანსებს ეკონომიკურ მიზნებს გარემოს შენარჩუნების საჭიროებიდან გამომდინარე, ხაზს უსვამს ხარისხს, ეფექტურობას და ეფექტიანობას მთელი პროცესის განმავლობაში.

ტურიზმის სტრატეგიულ დაგეგმვაში აერთიანებენ რამდენიმე ეტაპს: განვითარების ხედვა, მისიის ფორმულირება, მიზნები, სტრატეგია და ტაქტიკა. დაგეგმვის ადრეული პროცესის დროს უნდა ჩამოყალიბდეს დაინტერესებული პირების და ჯგუფების გუნდი. ეგ გუნდი შესაძლოა აერთიანებდეს მარკეტინგის და გაყიდვების დეპარტამენტებს,

სასტუმროებისა და კურორტების მენეჯერებს, პარტნიორობას უწევდეს საზოგადოებრივი ტრანსპორტის და ავიახაზების დეპარტამენტებს და სხვა ტურიზმის დარგის ორგანიზაციებს. ძალიან მნიშვნელოვანია ბევრი ორგანიზაციის და ცალკეული პირის ჩართვა, რომელთაც აქვთ უნარი გავლენა მოახდინონ ტურიზმის წარმატებაზე, დაგეგმვის მიზნებისა და ამოცანების შესრულებაზე. (Edgell Srand D.L, Jason T. Swanson, 2008:279-323).

სტრატეგიული დაგეგმვის მეშვეობით **სწორად უნდა განაწილდეს რესურსები**- რაც მოიცავს ნედლეულის და მასალების, კაპიტალის შეზღუდული რესურსების, დეფიციტური მმართველობითი კადრების და ტექნოლოგიური კადრების განაწილებას. ასევე ორგანიზაცია კარგად უნდა **ადაპტირდეს გარე სამყაროსთან** - ეს გულისხმობს სტრატეგიული ხასიათის ყველა ქმედებას, რომელიც ორგანიზაციის ურთიერთობას გააუმჯობესებს გარე სამყაროსთან. სტრატეგიულმა დაგეგმვამ უნდა უზრუნველყოს ასევე **შინაგანი კოორდინაცია** - სადაც იგულისხმება სტრატეგიული საქმიანობის კოორდინაცია შინაგანი ოპერაციების ეფექტიანი ინტეგრაციის მიღწევის მიზნით. ასევე სტრატეგიულმა დაგეგმვის მეშვეობით უნდა მოხდეს **ორგანიზაციული სტრატეგიის შეცნობა** - მენეჯერთა აზროვნების სისტემატიური განვითარება წარსული გამოცდილების გათვალისწინებით.

სტრატეგიული გეგმის მეშვეობით ორგანიზაცია წარმართავს თავის საქმიანობას დიდი პერიოდით, ხანდახან შესაძლოა კორექტირდეს. სტრატეგიული დაგეგმვა მომავალი პრობლემების და შესაძლებლობების საშუალებაა, მაგრამ წარმატების გარანტიას არ იძლევა, თუ ორგანიზაციაში მენეჯმენტის ფუნქციები არ იქნება სათანადოდ შესრულებული, ესეთ დროს შეიძლება მაღალ დონეზე შედგენილმა გეგმამაც განიცადოს წარუმატებლობა. ხელმძღვანელობას ძალიან ეხმარება სტრატეგიული დაგეგმვა მოქმედების გზების დაზუსტებაში. არასწორი გადაწყვეტილების მიღების რისკს ამცირებს დასაბუთებული საგეგმო გადაწყვეტილებების მიღება.

სტრატეგია განსაზღვრული წესების ნაკრებია, რომლითაც ორგანიზაცია მმართველობითი გადაწყვეტილებების მიღების დროს ხელმძღვანელობს. თანამედროვე ორგანიზაციის საქმიანობის ეფექტიანობა სტრატეგიულ მენეჯმენტზეა

დამოკიდებული. „სტრატეგიული მენეჯმენტი“- ეს ტერმინი ხმარებაში გასული საუკუნის 60-70- იანი წლებში შემოვიდა, ოპერატიული მართვიდან აქცენტი გადავიდა სტრატეგიულ მართვაზე ორგანიზაციის გარე გარემოს ცვლილებებთან ადაპტირების საშუალებით, რადგანაც კონკურენციის გამწვავების პირობებში გარე გარემომ არსებითი მნიშვნელობა შეიძინა ბიზნესის წარმატებით მართვისა და განხორციელებისათვის. სტრატეგიული მენეჯმენტი ორგანიზაციის მართვაა რომელიც ადამიანთა პოტენციალს ემყარება, როგორც ორგანიზაციის საფუძველს, ბიზნესს ორიენტაციას აძლევს მომხმარებელთა გადახდისუნარიან მოთხოვნილებებზე, მოქნილად რეაგირებს ცვლილებებზე გარე გარემოსთან. ეს ყველაფერი ხელს უწყობს, რომ უპირატესობა მოიპოვოს კონკურენტულ გარემოში და მიაღწიოს მიზნებს გრძელვადიან პერსპექტივაში.

სტრატეგიული მენეჯმენტი კონკურენტულ ბრძოლაში წარმატებული გადარჩენის მნიშვნელოვანი პირობაა, როცა ორგანიზაციაში არასტრატეგიულობა შეიმჩნევა, ეს ხშირად დამარცხებას იწვევს. არასტრატეგიულობა ორი ფორმით გამოვლინდება ხოლმე: ორგანიზაციები ისე გეგმავენ თავიანთ საქმიანობას, რომ გარე გარემოზე არ აკეთებენ გათვლას, ისე რომ მასში არ მოხდება არანაირი ცვლილება. და გრძელვადიანი გეგმების შედგენისას ემყარებიან გარე გარემო ფაქტორების წინა წლების მდგომარეობას. პროგრამის შემუშავება იწყება შიდა გარემოს და რესურსების ანალიზით. ასეთი სახით დაგეგმილი ბიზნესის მოცულობა არ იძლევა იმის პასუხს, თუ რამდენად მიიღებს ბაზარი ორგანიზაციის მიერ შექმნილ პროდუქტს და რა რაოდენობა გაიყიდება და რა ფასში.

სტრატეგიულ მენეჯმენტი ბევრ უპირატესობასთან ერთად არაა დაზღვეული გამოყენების შეზღუდვებისა და ნაკლოვანებებისგან. სტრატეგიული მენეჯმენტი ვერ ინარჩუნებს გამოყენების უნივერსალურობას გარე გარემოში ცვლილებების დროს კონკრეტულ სიტუაციებში, როცა სპეციფიკური მიდგომაა საჭირო. აუცილებელია სტრატეგიული მენეჯმენტის პრაქტიკული გამოყენების მეთოდოლოგიის სწორად გამოყენება. მეთოდოლოგიის გამოყენების რამდენიმე ეტაპია:

- 1) შედეგების კონტროლის საფუძველზე მართვა, როცა ცვლილებებზე საწარმოს რეაქცია მოვლენათა დასრულების ბოლოს ხდება. ეს რეაქციული ადაპტაციაა და ყველაზე ბუნებრივია ორგანიზაციისთვის. მოითხოვს ახალი სტრატეგიის

დამუშავებას, სისტემის ადაპტაციას- ეს მიუღებელია ცვლილებათა ტემპების ზრდის პირობებში;

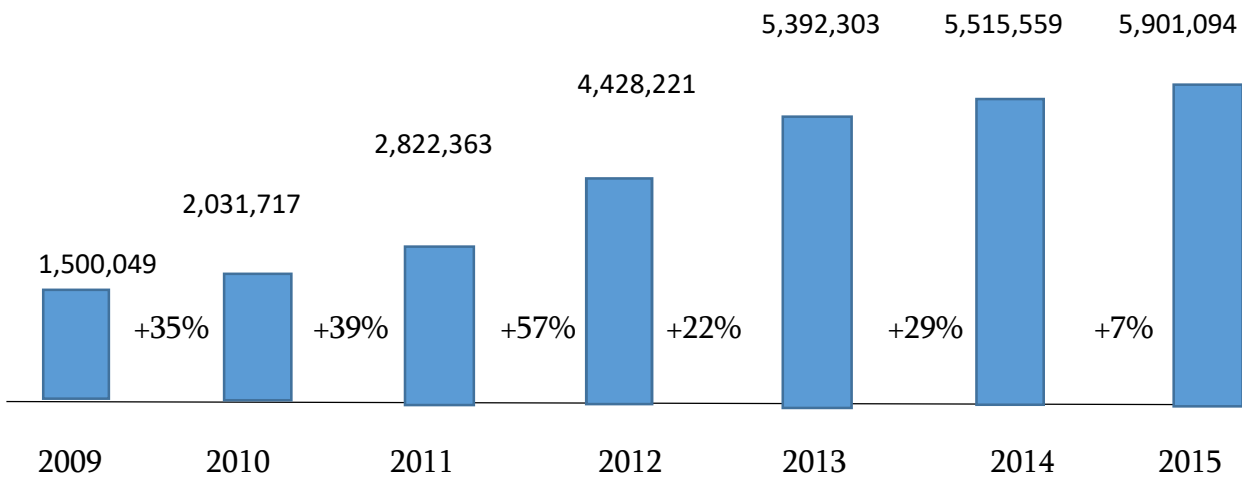
- 2) ექსტრაპოლაციის საფუძველზე მართვა. ამ დროს ცვლილებების ტემპი ჩქარდება, მაგრამ მომავლის წინასწარ პროგნოზირება კიდევ შესაძლებელია წარსული ტენდენციების ექსტრაპოლაციის საშუალებით (გრძელვადიანი დაგეგმვა);
- 3) ცვლილებათა წინასწარ პროგნოზირების საფუძველზე მართვა, როცა ცვლილებათა ტემპი ჩქარდება, წარმოიშვება მოულოდნელი მოვლენები, მაგრამ არა ისე რომ, სამომავლო ტენდენციების გათვალისწინება და მათზე რეაქციის განსაზღვრა შეუძლებელი იყოს შესაბამისი სტრატეგიის შემუშავებით (სტრატეგიული დაგეგმვა);
- 4) მოქნილ სასწრაფო გადაწყვეტილებათა საფუძველზე მართვა, რომელიც ისეთ პირობებში ყალიბდება, როცა ბევრი მნიშვნელოვანი ამოცანაა გადასაწყვეტი და მათი გათვალისწინება შეუძლებელია (სტრატეგიული მენეჯმენტი).

სტრატეგიული მენეჯმენტის საფუძველს სტრატეგიული დაგეგმვა წარმოადგენს. სტრატეგიული მენეჯმენტი დაკავშირებულია ორგანიზაციის მიზნების განსაზღვრასა და გარე გარემოსთან განსაზღვრული ურთიერთობების დამყარებასთან. ეს გარე სამყაროსთან ურთიერთობების დამყარებაში ეხმარება და მიზნების განსაზღვრას უწყობს ხელს.

იმისათვის, რომ მიღებული შემოსავლები გაიზარდოს და ტურიზმის დარგის მნიშვნელობა ამაღლდეს საქართველოს მთავრობამ საჭიროა შეიმუშაოს და განახორციელოს გეგმა, რომელიც მდიდარ ბუნებრივ და კულტურულ რესურსებს მსოფლიო დონის ტურისტულ პროდუქტად აქცევს. ეს გამოიწვევს უფრო მეტი ტურისტის შემოსვლას რეგიონში.

ტურიზმის ადგილობრივი და მსოფლიო ტენდენციები ასეთია: 2009 წლიდან 2015 წლამდე პერიოდში საქართველოს ვიზიტორთა რაოდენობის ზრდის ტემპი ერთ-ერთი ყველაზე მაღალი იყო მსოფლიოში: საერთაშორისო მოგზაურების მთლიანი რაოდენობა 293%-ით გაიზარდა და 5.9 მილიონს გადააჭარბა. 2009 წელს ეს რიცხვი იყო 1.5 მილიონი. ტურიზმიდან მიღებული შემოსავლები 476 მილიონი აშშ დოლარიდან 1.9 მილიარდ აშშ დოლარამდე გაიზარდა.

დიაგრამა N:2



ცხრილი N:11

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	ცვლილება (2014-2015)
სულ	2,031,717	2,822,363	4,428,221	5,392,303	5,515,559	5,901,094	7%
24 საათი და მეტ	1,067,338	1,318,968	1,789,592	2,065,296	2,229,094	2,281,971	2.4%
ერთდღიანი ვიზიტი	695,767	1,011,990	1,883,670	2,138,216	2,172,429	2,218,288	2.1%
ტრანზიტი	268,612	491,405	754,959	1,188,791	1,114,036	1,400,835	25.7%

წყარო: საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია

ეს მაჩვენებლები გვიჩვენებს თუ როგორ გაიზარდა ვიზიტორის მიერ საშუალოდ დახარჯული თანხა, მაგრამ გლობალურ მაჩვენებელს ჯერ კიდევ ჩამორჩება.

ვიზიტორთა უმრავლესობა მეზობელი ქვეყნიდანაა და 85% სახმელეთო ტრანსპორტით შემოდის საქართველოში. მხოლოდ 13% ვიზიტორებიდან სტუმრობს საქართველოს საჰაერო ტრანსპორტით.

საჭიროა მოგზაურებისთვის მაღალი ხარისხის, საუკეთესო შთაბეჭდილებების, მრავალფეროვანი ტურისტული პროდუქტის შეთავაზება. ყურადღება უნდა გამახვილდეს შემდეგზე:

- 1) საქართველოს აქვს უნიკალური კულტურა, ხელოვნება, მუსიკა, რელიგია, ისტორია, ცეკვა, საერთაშორისო და ადგილობრივი მნიშვნელობის კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლები, საიდანაც სამი UNESCO-ს „მსოფლიო მემკვიდრეობის სიაში“ არის შესული, ხოლო ორი „არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის სიაში“;
- 2) 87 დაცული ტერიტორია. აქედან 11 ეროვნული პარკია, რაც ქვეყნის ფართობის 8.62% წარმოადგენს.
- 3) კარგი ბიზნეს და საინვესტიციო გარემო;
- 4) კარგი კლიმატური პირობები;
- 5) ღვინის სამშობლოს სტატუსი;

ქვეყანამ იმისათვის, რომ მსოფლიო დონის, კონკურენტუნარიანი ტურისტული პროდუქტი შექმნას აუცილებელია:

- კერძო და სახელმწიფო სექტორებს შორის უნდა თანამშრომლობის გაუნჯობესება
- ტურიზმთან დაკავშირებული ინფრასტრუქტურის სრულყოფა;
- საერთაშორისო და შიდა ბაზარზე ქვეყნის ტურისტული პოტენციალის რეკლამირება და იმიჯის შექმნა;
- მაღალი ხარისხის მომსახურების შეთავაზება ტურისტებისთვის, განსაკუთრებით იქ სადაც ყველაზე მაღალია ტურიზმის განვითარების პოტენციალი;
- საგანმანათლებლო პროგრამების ხელმისაწვდომობის გაზრდა ქვეყნის მასშტაბით;
- მონაცემთა შეგროვების და ანალიზის, ბაზრის კვლევისა და მარკეტინგული შესაძლებლობების გაუმჯობესება;
- ახალი ტურისტული პროდუქტის შეთავაზება და და ძველის დივერსიფიკაცია.

ვიზიტორებისთვის სასურველი ტურისტული ქვეყნის იმიჯის შექმნა სახელმწიფოს ამოცანაა, მან უნდა აწარმოოს ქვეყნის საიმიჯო სარეკლამო კამპანია. რადგან ტურიზმი საქართველოს ეკონომიკური განვითარების ერთ-ერთ მთავარ სფეროდაა აღიარებული, საჭიროა იმისათვის რომ წარმატებას მიაღწიოს მასშტაბურად შეისწავლოს ქვეყნის სოციალური სტრუქტურა, განათლება, რელიგია.

თუ ყველა ზემოაღნიშნული გათვალისწინებული იქნება და შესაბამისი მუშაობა იქნება ჩატარებული, 2025 წლისათვის საქართველო ცნობილი იქნება, როგორც მოწინავე,

ყველა სეზონის, მაღალი ხარისხის ტურისტული ქვეყანა, გამორჩეული თავის კულტურული და ბუნებრივი მემკვიდრეობით, სტუმარ-მასპინძლობის უძველესი ტრადიციით და მსოფლიო დონის მომსახურებით.

საქართველო ტურიზმის დარგში არსებული კონკურენციის მოწინავე რიგებში წარმოჩინდება თუ ინფრასტრუქტურაში განხორციელდება სტრატეგიული ინვესტიციები. ტურისტების მიერ დახარჯული თანხის შედეგად ტურიზმის წვლილი საქართველოს ეკონომიკის ზრდასა და განვითარებაში მნიშვნელოვნად მოიმატებს. ვიზიტორთა მომსახურების ხარისხსა და პროდუქტების მრავალფეროვნებას უფრო მეტი ყურადღება დაეთმობა, ვიდრე მათ რაოდენობას.

საქართველოს ტურიზმის სტრატეგიის შემუშავების პროცესი, მსოფლიო ბანკის ჩართულობით, ერთი წლის განმავლობაში მიმდინარეობდა. გაიმართა კონსულტაციები ორგანიზაციებსა და სპეციალისტებთან, მათ შორის იყვნენ სახელმწიფო ხელისუფლების და მუნიციპალიტეტის ორგანოების წარმომადგენლები, ტურ-ოპერატორები, წარმომადგენლები სატრანსპორტო სფეროდან, ინვესტორები, დაცულ ტერიტორიებსა და კულტურულ მემკვიდრეობებზე პასუხისმგებელი სამსახურები და სხვა დაინტერესებული მხარეები. მომზადდა სტრატეგია საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის, მსოფლიო ბანკის და სხვა წყაროებიდან მიღებული კვლევების და მონაცემების ანალიზის საფუძველზე.

სტრატეგია ორ ეტაპად შემუშავდა- პირველში მოცემულია დეტალური სიტუაციური ანალიზი -ტურიზმის მნიშვნელობის ზრდის და ამონაგების მიღების ძირითადი დამაბრკოლებელი ფაქტორები და შესაძლებლობები, გაკეთებულია მათი შესწავლა და ანალიზი.

მეორე ეტაპი მომზადდა სამუშაო ჯგუფის რეკომენდაციების გათვალისწინებით და წარმოადგენს სამოქმედო გეგმას. განისაზღვრა განხორციელების ვადები, საჭირო დაფინანსების წყაროები და შედეგების საზომი ინდიკატორები. საჭიროა პირველ რიგში განისაზღვროს მიზნები:

- მსოფლიოში ყველაზე მაღალგადახდისუნარიან ტურისტულ ბაზრებზე ძალიან დიდი მოთხოვნა ქვეყნის კულტურული და ბუნებრივი სიმდიდრის გამოყენებით ტურისტებისათვის ამაღელვებელი შთაბეჭდილებების შექმნა;

- მაღალგადახდისუნარიანი საჰაერო ბაზრებიდან მგზავრობის გამარტივება;
- ქვეყანაში ვიზიტორთა თავისუფალი გადაადგილებისათვის შიდა სატრანსპორტო ქსელების გაუმჯობესება;
- ტურისტთა მომსახურების გაუმჯობესება უცხო ენების, ტრანსპორტირების, განთავსების საშუალებების მეშვეობით, იმისათვის რომ ვიზიტორები განმეორებით ესტუმრონ ქვეყანას და სხვა მოსურნეებსაც დადებითი ინფორმაცია გადასცენ;
- მაღალგადახდისუნარიანი ტურისტული ბაზრებთან ეფექტური კავშირების დამყარების მიზნით კვლევების და მარკეტინგული რესურსების გამოყენება;
- ბაზრის კვლევის შესაძლებლობების გაუმჯობესება და მონაცემთა შეგროვება, იმისათვის რომ უკეთ იქნას შესწავლილი მაღალგადახდისუნარიანი ტურისტული ბაზრის მოთხოვნები.

„საქართველოს ტურიზმის სტრატეგია 2025“- ის შემუშავების დროს დაისახა ტურიზმის დარგის განვითარების გეგმა. განისაზღვრა დარგის განვითარების საბაზისო და სამიზნე ინდიკატორები. გეგმაში ასახულია:

- შემოსავლები ტურიზმიდან გაიზარდოს არსებული დონიდან 1.9 მილიარდი აშშ დოლარიდან 6.6 მილიარდ აშშ დოლარამდე;
- საშუალოდ დახარჯული თანხა თითოეული ვიზიტორის 328 აშშ დოლარიდან უნდა გაიზარდოს 600 აშშ დოლარამდე;
- მშპ- ში შეტანილი პირდაპირი წილი უნდა შეადგენდეს 7.9%- ს;
- არსებული 5 დღიდან 7 დღემდე უნდა გაიზარდოს ვიზიტის საშუალო ხანგრძლივობა;
- აზიის, ჩრდილოეთ ამერიკის და დასავლეთ ევროპის მაღალგადახდისუნარიანი ბაზრებიდან ვიზიტორთა რაოდენობის გაორმაგება;
- დასაქმებული ადამიანების რაოდენობა 158,515 დამ უნდა გაიზარდოს 90%- ით, ანუ დაახლოებით 301,284- მდე.

ცხრილი N 12. დარგის განვითარების საბაზისო და სამიზნე ინდიკატორები

ინდიკატორი	2015	2025
საერთაშორისო მოგზაურობები	5,901,094	11,000,000

შემოსავლები საერთაშორისო ტურიზმიდან	1.9 მლრდ. აშშ დოლარი	6.6 მლრდ. აშშ დოლარი
ტურიზმის წილი მშპ-ში	6.7%	7.9%
ტურიზმთან ასოცირებულ ინდუსტრიებში სამუშაო ადგილების საშუალო წლიური რაოდენობა	158,515	301,284
ვიზიტორის საშუალო დანახარჯი	328 აშშ. დოლარი	600 აშშ. დოლარი
გაჩერების საშუალო ხანგრძლივობა	5	7
პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები (ტურიზმი და მომიჯნავე სექტორები)	723 მლნ. აშშ დოლარი	1,178 მლნ. აშშ დოლარი
საერთაშორისო შემოსვლების სტრუქტურა-თურქეთის, უკრაინის, თურქმენეთის და დსთ-ს ქვეყნების წილი საერთაშორისო შემოსვლებში	92%	70%
საერთაშორისო შემოსვლების სტრუქტურა სხვა ქვეყნების წილი საერთაშორისო შემოსვლებში	8%	30%

წყარო: საქართველოს ტურიზმის ეროვნული სააგენტო, საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო

ინდიკატორები მიზნის მიღწევაში დიდ როლს ასრულებენ. იმისათვის რომ მიზანი მიღწეულ იქნას საჭიროა ყველა ზემოთ მოცემულ ინდიკატორისთვის შესაბამისი მოქმედებების განხორციელება:

ცხრილი N:13

ინდიკატორები	ინსტრუმენტები მიზნის მისაღწევად
საერთაშორისო მოგზაურობები	<ul style="list-style-type: none"> -ტურისტული ინფრასტრუქტურის განვითარება; -მაღალი ხარისხის მომსახურების შეთავაზება; -ქვეყნის ცნობადობის გაზრდა;
შემოსავლები საერთაშორისო ტურიზმიდან	<ul style="list-style-type: none"> -ტურისტული პროდუქტის განვითარება; -მაღალი ხარისხის მომსახურების შეთავაზება;
ტურიზმის წილი მშპ-ში	<ul style="list-style-type: none"> -ინვესტიციების მოზიდვა ტურიზმის სექტორში; -კერძო სექტორის ზრდის ხელშეწყობა; -ტურისტული პროდუქტის განვითარება;
ტურიზმთან ასოცირებულ ინდუსტრიებში სამუშაო ადგილების საშუალო წლიური რაოდენობა	<ul style="list-style-type: none"> -სამუშაო შეხვედრები ტურიზმის სექტორში, ლექციები, ტრენინგები; -წამახალისებელი აქტივობები; -კერძო სექტორის ზრდის ხელშეწყობა;
ვიზიტორის საშუალო დანახარჯი	<ul style="list-style-type: none"> -მაღალი ხარისხის მომსახურების შეთავაზება; -კონცენტრირება მაღალანაზღაურებად სეგმენტზე; -ახალი ტურისტული პროდუქტის შეთავაზება და ძველის დივერსიფიკაცია;
გაჩერების საშუალო ხანგრძლივობა	<ul style="list-style-type: none"> -მაღალი ხარისხის მომსახურება; -ახალი ტურისტული პროდუქტის შეთავაზება და არსებულის დივერსიფიკაცია; -კონცენტრირება იმ ვიზიტორებზე, რომლებიც დიდი ხნით რჩებიან ქვეყანაში- მარკეტინგული კამპანიები;
პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები (ტურიზმი და მომიჯნავე სექტორები)	<ul style="list-style-type: none"> -ტურისტული ინფრასტრუქტურის განვითარება; -ხელსაყრელი გარემოს შექმნა; -ქვეყნის ცნობადობის გაზრდა;
საერთაშორისო შემოსვლების სტრუქტურა- თურქეთის, უკრაინის, თურქმენეთის და დსთ-ს ქვეყნების წილი საერთაშორისო შემოსვლებში	<ul style="list-style-type: none"> -მარკეტინგული კამპანიები; -საერთაშორისო გამოფენებში მონაწილეობა; -საპრომოციო გამოფენებში მონაწილეობა.

საერთაშორისო შემოსვლების სტრუქტურა სხვა ქვეყნების წილი საერთაშორისო შემოსვლებში	
---	--

წყარო: საქართველოს ტურიზმის ეროვნული სააგენტო, საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო

ქვეყანამ სასურველ შედეგს რომ მიაღწიოს საჭიროა სტრატეგიის განხორციელებისთვის გადაიდგას გარკვეული ნაბიჯები და დაიგეგმოს შემდეგი ქმედებები:

- უნდა განისაზღვროს ბაზრების პრიორიტეტები, საქართველოს ტურიზმის განვითარების და მარკეტინგის სტრატეგია ისეთი მიზნობრივი ბაზრების მომსახურებაზე და დაინტერესებაზე უნდა იყოს ორიენტირებული, რომლებიც ჩადებული ინვესტიციებიდან ყველაზე მეტ ამონაგებს (მოგებას) მოიტანენ.

- წარმატებულად რომ განვითარდეს ტურიზმის სფერო ქვეყანაში, სახელმწიფო ხელისუფლება და მუნიციპალიტეტის ორგანოები სრულად უნდა იყოს ჩართული, მათ შორის განსაკუთრებით საიმიგრაციო, ინფრასტრუქტურის, საზოგადოებრივი უსაფრთხოების სამსახურები.

- ძალიან მნიშვნელოვანია კერძო სექტორის როლი- ტურიზმი უნდა განვითარდეს საბაზრო ტენდენციებზე დაყრდნობით, ინდუსტრიის თაოსნობით და მთავრობისა და სამოქალაქო საზოგადოებასთან თანამშრომლობით.

- ტრენინგების, განათლების ხელშეწყობით და საზოგადოებაში ტურიზმის მნიშვნელობის შესახებ ცნობიერების ამაღლებით საქართველოს სტუმართმოყვარეობის კულტურა მომსახურების სფეროზე უნდა აისახოს.

- გათვალისწინებული უნდა იყოს „ეროვნული გეოგრაფიული საზოგადოების - (National Geographic Society) „გეო-ტურიზმის“ კონცეფცია. ტურიზმის ეს სახეობა ორიენტაციას აკეთებს გეოგრაფიული თავისებურებების შენარჩუნებაზე და დაცვაზე, გარემოს, კულტურული მემკვიდრეობის, ადგილობრივი მოსახლეობის კეთილდღეობის ხელშეწყობაზე.

დასკვნა

საქართველოში ტურიზმი ეროვნული ეკონომიკის განვითარების პრიორიტეტულ სფეროდაა აღიარებული, რაც არ არის შემთხვევითი. საქართველოს ბაზარი მოცულობით მცირეა და ამიტომაც მცირეა მისი ტევადობა, წარმოების მაღალი ტემპებით განვითარებისთვის. საქართველოს სამრეწველო პროდუქციისათვის გარე ბაზარი ამ დროისთვის არაა ადვილად ასათვისებელი. აქედან გამომდინარე შიდა ბაზრის გაფართოება და ექსპორტი პრობლემაა. სხვა დარგებთან შედარებით, ტურიზმს ეს პრობლემა არ გააჩნია, იმიტომ რომ, ექსპორტიც და იმპორტიც შიდა ბაზრის გაფართოებაზეა მიმართული. ამისთვის საჭიროა საქართველოს ეკონომიკაში ტურიზმის და კურორტების დარგის რეალური ადგილის დადგენა .

ტურიზმის განვითარება შეუძლებელია ქვეყანაში პოლიტიკური და ეკონომიკური სტაბილურობის არარსებობის, ქვეყნის მდგრადი სოციალური და ეკონომიკური მდგომარეობის და ზრდის გარეშე. ქვეყანაში საჭიროა შეიქმნას გამართული ინფრასტრუქტურა, შეიქმნას უსაფრთხო გარემო, სრულყოფილი საბანკო და სადაზღვევო სისტემა. საჭიროა სოფლის მეურნეობის, კავშირგაბმულობის, მომსახურების სფეროების მოწესრიგება და განვითარება.

საქართველოში ტურიზმის დარგის განვითარებისათვის პირველ რიგში აუცილებელია:

- უნდა შეიქმნას ტურიზმის ხელშემწყობი ორგანიზაციული სტრუქტურები, კერძო სექტორის დამხმარე ასოციაციები, მოწესრიგდეს სასტუმროების ქსელი;

- საჭიროა კანონმდებლობის და საკანონმდებლო აქტების სრულყოფა რომელიც არეგულირებს ტურიზმის დარგის ფუნქციონირებას და ხელს უწყობს მის განვითარებას. მაგალითად, ლიცენზირებული მოთხოვნები სასტუმროებისა და ტურისტული სააგენტოების მიმართ;

- აუცილებელია მომსახურე პერსონალისთვის შეიქმნას საგანმანათლებლო პროგრამები, მათი სერთიფიცირების მიზნით. ეს დაეხმარება ტურისტული კომპანიების კვალიფიციური კადრებით უზრუნველყოფას;

- ტურიზმის სფეროს მუშაკები, განსაკუთრებით ისინი ვისაც ტურისტებთან პირდაპირი კონტაქტი აქვთ ვალდებული არიან კარგად იცნობდნენ ტურისტული

მომსახურების პირობებს. ქვეყნის ისტორიასა და კულტურული ძეგლების შესახებ ინფორმაციას კვალიფიციურად აწვდიდნენ ვიზიტორებს.

- საქართველოში უკვე არსებობს ტურიზმის დარგისთვის კადრების მომზადების სპეციალური სასწავლებლები. საქართველოს უმაღლეს სასწავლებლების ცალკეულ ფაკულტეტზე შესაძლებელია პროფესიის დაუფლება ტურიზმის დარგის შემდეგი სპეციალობებით: „საერთაშორისო ტურიზმის ეკონომიკა“, „ტურიზმის მენეჯმენტი და სასტუმრო მეურნეობა“ და სხვა. საჭიროა მეტი კონტაქტების და ურთიერთობების გაფართოება უცხოეთის შესაბამის უმაღლეს სასწავლებლებთან და მათი გამოცდილების გადმოღება.

- პერსონალის პროფესიული განვითარება შეუძლებელია პროფესიული გადამზადების გარეშე. პროფესიული მომზადება წარმოადგენს მიზნობრივ, სწავლების კონკრეტულ მიმართულებას, რომლის საბოლოო მიზანია კომპანიების და ფირმების უზრუნველყოფა კვალიფიციური კადრებით, რომელთა პროფესიული დონე სრულიად შეესაბამება ორგანიზაციის საწარმო-კომერციულ მიზნებს. სწავლების პროგრამა შედგენილი უნდა იყოს პერსონალის სტრუქტურის კონკრეტული თავისებურებებისა და ყოველი საწარმოს განვითარების ამოცანების გათვალისწინებით. ტურისტული ფირმის პერსონალის მომზადება ემსახურება ფირმის წინაშე მდგარი ამოცანის წარმატებით გადაჭრას. საბაზო მომზადების სისტემაში გამოყენებული მეთოდები და ხერხები უნდა იყოს მოდერნიზებული და სწავლება უნდა წარმოადგენდეს კომპლექსურ, უწყვეტ პროცესს. ცოდნის საფუძველზე პერსონალს უნდა შეეძლოს სწრაფად შეაფასოს სიტუაცია და შეარჩიოს მოქმედების ოპტიმალური ვარიანტი.

- ტურიზმის განვითარება უკავშირდება ბუნებას, ისტორიულ და კულტურულ მემკვიდრეობას. მას დიდად უწყობს ხელს ქვეყანაში არსებული ტურისტული რესურსი. რესურსები ეხმარება ტურისტულ რეგიონებს ვიზიტორების მოზიდვაში. ტურისტების მოსაზიდად აუცილებელია სუფთა ეკოლოგიური გარემო, გამართული ინფრასტრუქტურა და საინტერესო ტურისტული მარშრუტები.

- ტურიზმის განვითარებას ხელს უწყობს ადგილობრივი მოსახლეობის ამ სფეროთი დაინტერესება, რაც ამავე დროს მათი დასაქმების კარგი ფაქტორია.

- ტურიზმის განვითარების მნიშვნელოვანი ხელშემწყობი პირობაა რეგიონები-სათვის ტურიზმის სახეობების შერჩევა. ტურიზმის კარგად შერჩეულ სეგმენტს შეუძლია უფრო მეტი ვიზიტორის მოზიდვა რეგიონში და ეხმარება რეგიონის ბიუჯეტს.

- შესწავლილი უნდა იქნეს ტურისტული ღირსშესანიშნაობები. გაკეთდეს რეკლამა ტურისტული მარშრუტების შესახებ, სხვადასხვა ენებზე მომზადდეს ტურისტებისათვის საჭირო ლიტერატურა.

- ისტორიული ძეგლები საქართველოს კულტურული მემკვიდრეობის ერთ-ერთ მნიშვნელოვანი ნაწილია. მათი კომპლექსური დაცვის ეფექტიანი მოდელის ამოქმედება უშუალოდაა დაკავშირებული კულტურული მემკვიდრეობის მენეჯმენტთან. ძეგლთა დაცვის უპირველეს საშუალებას წარმოადგენს ძეგლთა აღრიცხვა მათი სახელმწიფო რეესტრში გატარების მიზნით, რაც მათ კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის კანონით დადგენილ ფარგლებში მოაქცევს.

- ტურიზმის განვითარების პოლიტიკა მოიცავს ღონისძიებების ნუსხას, რომელიც ეხება ტურიზმის განვითარების სხვადასხვა სფეროებს. უფრო მეტი დაინტერესებაა საჭირო ხელისუფლების მხრიდან. მან მნიშვნელოვანი როლი უნდა ითამაშოს ტურისტული პოლიტიკის განსაზღვრაში. ტურიზმის განვითარების პოლიტიკა უნდა ასახავდეს ეკონომიკურ, ეკოლოგიურ და სოციალურ ასპექტებს. უნდა შეიქმნას გარემო სადაც კერძო და სახელმწიფო სტრუქტურების ინტერესები გაერთიანდება, ისინი ერთობლივად იმუშავენ და ერთმანეთს ხელს არ შეუშლიან. ზოგიერთი საკითხის გადაწყვეტა აუცილებელია ერთობლივად, მთლიანობაში.

გამოყენებული ლიტერატურა

- 1) **აბულაძე... 2016:** აბულაძე რ, წოწკოლაური ფ, ელექტრული ბიზნესი, თბილისი, 2016;
- 2) **ალფაიძე 2016:** ალფაიძე მ., ტურისტული ბიზნესის „ეპოქა“ საქართველოში, საქართველოს ეროვნული უნივერსიტეტი (სეუ), პირველი საერთაშორისო სამეცნიერო კონფერენცია, თბილისი, 2016;
- 3) **ბარბაქაძე 2012:** ბარბაქაძე კ., ტურიზმი საქართველოში, ტურიზმის სიახლეები საქართველოში, 2012;
- 4) **ბახტაძე 2001:** ბახტაძე ე, ტურიზმის ბაზრის მარკეტინგული კვლევის ინფორმაციული უზრუნველყოფის საკითხები, სამეცნიერო ნაშრომთა კრებული, თსუ, თბილისი, 2001;
- 5) **ბურკაძე 2004:** ბურკაძე თ, ტურიზმის ადგილი საქართველოს ეკონომიკაში და მისი განვითარების პერსპექტივა, ჟურნალი -ეკონომიკა, 2004;
- 6) **გელაშვილი, დიხამინჯია 2016:** გელაშვილი მ, დიხამინჯია ი ,საქართველოს ეროვნული უნივერსიტეტი (სეუ), ტურიზმის განვითარების ტენდენციები საქართველოში: პრობლემები და პერსპექტივები, თბილისი 2016;
- 7) **გელდნერი 2013:** გელდნერი ჩ ბ, „ტურიზმი -საფუძვლები - პრაქტიკა თეორია“, შოთა რუსთაველის სახელმწიფო უნივერსიტეტი“, 2013;
- 8) **დაცული 2015:** დაცული ტერიტორიების სააგენტოს 2015 წლის ანგარიში
- 9) **დოლიკაშვილი... 2009:** დოლიკაშვილი ლ, ჩეკურიშვილი ნ, ღვინჯილია მ- ტურიზმის ეკონომიკა, თბილისი 2009;
- 10) **ზურაბიშვილი 2006 :** ზურაბიშვილი თ, თვისებრივი მეთოდები სოციალურ კვლევაში, თბილისი, 2006;
- 11) **თოქმაზიშვილი 2017:** მ. თოქმაზიშვილი მ, გლობალიზაცია და ბიზნესი, თბილისი, 2017;
- 12) **კოჭლამაზიშვილი ... 2013:** კოჭლამაზიშვილი ლ, ქართველიშვილი ლ ,ტურისტული საწარმოს მენეჯმენტი, თბილისი, 2013;
- 13) **კოჭლამაზიშვილი. ..2009:** კოჭლამაზიშვილი ლ, გორგაძე ბ, კულტურათმორისი კომუნიკაცია, თბილისი, 2009;

- 14) **მარგველაშვილი 2011: მარგველაშვილი მ.** „ამერიკული გამოცდილება ქართული ტურიზმის განვითარებისათვის, Economic Value of Domestic Travel and its Estimation Methodology , 2011, „ტურიზმის ეკონომიკური ზემოქმედების შესწავლის ეტაპები“, „ტურიზმის ეკონომიკური ანალიზის მნიშვნელობა და სახეები“2012, მე-3 საერთაშორისო სამეცნიერო- პრაქტიკული კონფერენცია „ტურიზმი: ეკონომიკა და ბიზნესი“(ბათუმი), კონფერენციის მასალები
- 15) **მარგველაშვილი 2000: მარგველაშვილი მ,** ტურიზმის განვითარებაში ახალი ეტაპი იწყება, ჟურნალი -ეკონომიკა, 2000;
- 16) **მარგველაშვილი 2001: მარგველაშვილი მ,** საერთაშორისო ტურიზმის კვლევის ზოგიერთი მეთოდოლოგიური ასპექტი, ჟურნალი -ეკონომიკა, თბილისი, 2001;
- 17) **მანველიძე 2011: მანველიძე რეზო,** ეკონომიკური გლობალიზაცია და რეგიონული ეკონომიკის განვითარების ტენდენციები, ჟურნალი „მეცნიერება და ცხოვრება „N 1 (3), თბილისი ,2011;
- 18) **მესხია 2010: მესხია ი,** საქართველოში ტურიზმის განვითარების ინსტიტუციონალური და მიკროეკონომიკური გარემო“, I საერთაშორისო- პრაქტიკული კონფერენცია- „ტურიზმი: ეკონომიკა და ბიზნესი“ მასალები, 2010;
- 19) **მეტრეველი 2011: მეტრეველი მ,** ტურიზმის ეკონომიკა და პოლიტიკა , თბილისი, 2011, ტურიზმის და სტუმარმასპინძლობის საფუძვლები, 2011;
- 20) **მეტრეველი 2011: მეტრეველი მ,** ტურიზმის ეკონომიკა და პოლიტიკა, თბილისი, 2011;
- 21) **მიქაშავიძე. ..2015: მესხია ი,** საქართველოში ტურიზმის განვითარების ინსტიტუციონალური და მიკროეკონომიკური გარემო“, I საერთაშორისო- პრაქტიკული კონფერენციის- „ტურიზმი: ეკონომიკა და ბიზნესი“ მასალები, 2010 ;
- 22) **ოქროცვარიძე... 2011: ოქროცვარიძე ა,** ვადაჭკორია მ, ოქროცვარიძე ლ, ტურიზმის და მასპინძლობის მენეჯმენტი, თბილისი 2011;
- 23) **რაჯებაშვილი 2012: რაჯებაშვილი გ,** მწვანე ალტერნატივა, საჯარო პოლიტიკის ნარკვევი, ტურიზმის განვითარება საქართველოში, თბილისი, 2010;
- 24) **საქართველოს ახალგაზრდა ეკონომისტთა ასოციაცია, Economists.ge;**
- 25) საქართველოს ეროვნული ბანკი;
- 26) საქართველოს კანონი „ტურიზმის და კურორტების შესახებ“;

- 27) საქართველოს რეგიონული განვითარების და ინფრასტრუქტურის სამინისტრო;
- 28) საქართველოს პრეზიდენტის 1998 წლის 5 ოქტომბრის 551 ბრძანებულება;
«საქართველოში საექსკურსიო საქმიანობის მოწესრიგების ღონისძიებათა შესახებ»;
- 29) საქართველოს პრეზიდენტის 1999 წლის 13 მარტის 178 განკარგულება «ტურიზმის სფეროში სტატისტიკური აღრიცხვის მდგომარეობისა და მისი სრულყოფის შესახებ»;
- 30) საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური;
- 31) საქართველოს შინაგან საქმეთა სამინისტრო;
- 32) საქართველოს ტურიზმის სტრატეგია 2025;
- 33) საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია;
- 34) შინაგან საქმეთა სამინისტრო, საინფორმაციო-ანალიტიკური დეპარტამენტი-საინფორმაციო ცენტრი, police.ge;
- 35) **ტუროპერეიტინგი 2015:** განათლების ხარისხის განვითარების ეროვნული ცენტრი, თბილისი, 2015;
- 36) **უგრელიძე. ..2001:** უგრელიძე ე, მელაძე მ, ტურიზმის განვითარების თანამედროვე ტენდენციები, მარკეტინგის აქტუალური საკითხები, სამეცნიერო ნაშრომთა კრებული, თსუ გამომცემლობა, თბილისი, 2001;
- 37) **შუბლაძე 2004:** შუბლაძე ვ, საქართველოს ტურიზმის განვითარების დაჩქარების ეკონომიკური და ორგანიზაციული ფაქტორები, ჟურნალი- მაკროეკონომიკა, 2004;
- 38) **შუბლაძე. ..2008:** შუბლაძე გ , მღებრიშვილი ბ, ფ. წოწკოლაური ფ, მენეჯმენტის საფუძვლები , თბილისი 2008;
- 39) **წულაძე 2008:** წულაძე ლ., რაოდენობრივი კვლევის მეთოდები, თბილისი, 2008;
- 40) **ყორღანაშვილი 2012:** ყორღანაშვილი ლ., ტურიზმის ეკონომიკა, თბილისი 2012, საერთაშორისო ტურისტული ბიზნესი გლობალურ ეკონომიკაში, თბილისი -2012;
- 41) **ჭანია 2016:** მაია ჭანია მ, „ტურიზმის განვითარების პერსპექტივები და ეკონომიკური ზრდა საქართველოში“ , I საერთაშორისო სამეცნიერო კონფერენცია 2016;
- 42) **ხაზარაძე 2008:** ხაზარაძე ნ, ტურიზმის განვითარების სოციალურ-ეკონომიკური მნიშვნელობა და შესაძლებლობები საქართველოში, სამეცნიერო- ანალიტიკური ჟურნალი -„საქართველოს ეკონომიკა“, თბილისი, 2008;

- 43) **ხიზანიშვილი 2016:** ხიზანიშვილი მ, ივ.ჯანაშიშვილის სახ. თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი, სტუდენტთა 76-ე საუნივერსიტეტო სამეცნიერო მოხსენებათა კრებული, 2016;
- 44) **ხოხობაია ტურიზმის დაგეგმვა და მენეჯმენტი:** ხოხობაია მ, თსუ, ტურიზმის დაგეგმვა და მენეჯმენტი, სალექციო კურსი, 2016;
- 45) **Abrate 2012:** Abrate, G., Fraquelli, G., & Viglia, G. (2012). Dynamic pricing strategies: Evidence from European hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 31(1), 160-168, 2012, <http://dx.doi.org/10.1016/j.ijhm.2011.06.003>
- 46) **Adams...2007:** Adams J, Khan H.T.A, Robert Raeside R., David White D., *Research Methods for Graduate Business and Social Science Students*, New Delhi, 2007;
- 47) **Albrecht 2016:** Albrecht D. Christoph, „Tourismus 2025 Fit fur die Zukunft?“ ,2016
- 48) **Archer, B.H. 1984:** Archer, B.H. , *Economic impact: misleading multiplier*, *Annals of Tourism Research*, Vol 11, No 3, 1984;
- 49) **Baker, K., Aydin, N. 2005:** Baker, K., and Aydin, N., *Special report by the Florida TaxWatch Center for Tourism , in The Impact of Tourism on Florida’s Economy: Telling a More Complete Story*, Florida TaxWatch Report, Tallahassee, FL. 2005;
- 50) **Berg 2001:** Berg L Bruce, *Qualitative Research Methods For The Social Science*, Boston, 2001;
- 51) **Bonn... 2008:** Bonn M.A, Harrington J, *A comparison of three economic impact models for applied hospitality and tourism research*, *Tourism Economics*,2008;
- 52) **Canina L... 2010:** Canina, L., Kim, J., & Ma, *What We Know About M&A Success – a Research Agenda for Lodging Industry*. *Cornell Hospitality Quarterly*, 51(1), 81-101, 2010, <http://dx.doi.org/10.1177/1938965509354448>
- 53) **Chang 2007:** Chang P. R., *Toutism Management in the 21st Century* , New-york, 2007;
- 54) **Connecticut Center for Economic Analysis (CCEA) 2003:** Connecticut Center for Economic Analysis (CCEA) , ‘The 2001 economic impact of Connecticut’s travel and tourism industry’, Report, Connecticut Center for Economic Analysis, University of Connecticut, Storrs, CT, 2003;
- 55) **Crihfield, J.B., and Campbell, H.S. Jr 1992:** Crihfield, J.B., and Campbell, H.S. Jr, ‘Evaluating alternative regional planning models’, *Growth and Change*, 1992;
- 56) **Deller, S.C. 1992:** Deller, S.C , ‘A consistent cross-analysis of two regional economic modeling systems: a comparison of REMI and IMPLAN’ Working Paper, Department of Agricultural and Resource Economics, University of Maine, Orono, ME.,1992;

- 57) **Doganis R. 2001:** Doganis R, The Airline Business in the 21st Century. New York: Routledge, 2001
- 58) **Dwyer L...2012:** Dwyer L., Gill A., Seetaram N., „Handbook of Research Methods in Tourism: Quantitative and Qualitative Approaches,” Australian School of Business, at the University of New South Wales, 2012;
- 59) **Economic Imp. 2014 :** Economic Impact of Travel and Tourism 2014, Annual Update, WTTC 2014;
- 60) **Edgell Srand D.L, Jason T. Swanson, 2008:** Edgell Srand D.L, Jason T. Swanson ,Tourism Policy and Planning. Yesterday, today and tomorrow ,2008;
- 61) **Fernández 2008:** Fernández R.N., Management of Tourism in Heritage Sites”, UNESCO World Heritage Centre, 2008;
- 62) **Georgian 2016:** Georgian Tourism in Figures, structure and Industry Data, 2016;
- 63) **Goeldner 2002:** Goeldner C. R.,Tourism Principles ,Practics, Philisophies, Michigan State University, USA, 2002;
- 64) **Gustavo 2013:** Gustavo N, Marketing management Trends inTourism and Hospitality Industry: Facing the 21 st Centure Environment,International Journal of Marketing Studies, 2013;
- 65) **IUCN-** International Union for Conservation of Nature
- 66) **International 1999:** International Tourism: A Global Perspective, WTO, 1999, WTO Tourism Education and Training Series, Editor: Chuck Y. Gee, Eduardo Fayos-Sola,1999;
- 67) **Johannesburg Summit.A/conf.199/20:** World Summit on Sustainable Development-WSSD, Johannesburg Summit.A/conf.199/20;
- 68) **Kotler...2010:** Kotler, P, Kartaya, H, Setiawan, I, Marketing 3.0 - From Products to Customers to the Human Spirit. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc , 2010;
- 69) **Leavy 2017:** Leavy P.,Research Design, Quantitative, Qualitative, Mixed methods, Art-based, Community based, 2017;
- 70) **Marketing 1999:** Marketing Tourism Destinations Online: Strategies for Information Age, WTO, Madrid, 1999.
- 71) **Mazurek 2014:** Mazurek M, Competitiveness inTourism- Models of tourism, Competitiveness and Theit Applicability, Portugal, 2014;

- 72) **Mihajlovic 2014:** Mihajlovic I, Krzelj Z, The impact of Globalisation on the Development of Tourism within Social and Economic Changes, 2014;
- 73) **Middleton 2001:** Middleton V, Marketing in Travel and Tourism ,Oxford, Third edition, 2011;
- 74) **Nigel ... 2008:** Nigel E, Campbell D, Stonehouse G, Strategic Management for Travel and Tourism, 2008;
- 75) **O'Neil, J...2011:** O'Neil, J., Carlbäck, M., Do brands matter? A comparison of branded and independent hotels' performance during a full economic cycle. International Journal of Hospitality Management, 30(3), 515-521, 2010 <http://dx.doi.org/10.1016/j.ijhm.2010.08.003>
- 76) **Pender...2005:** Pender L, Sharpley R, Management of Tourism, Great Britain, 2005;
- 77) **Pedersen 2002:** Pedersen A., managing Tourism at World Heritage Sites, UNESCO World Heritage Centre, Paris, 2002
- 78) **Rickman, D.S., Schwer, R.K. 1995:** Rickman, D.S., and Schwer, R.K. (1995a), 'Multiplier comparisons of IMPLAN and REMI across versions: illuminating black boxes', Environment and Planning A, 1995, Rickman, D.S., and Schwer, R.K., 'A systematic comparison of the REMI and IMPLAN models: the case of Southern Nevada', Review of Regional Studies, Vol 23, 1993;
- 79) **Robert W.Wyllie 2011:** Robert W.Wyllie, The introduction to tourism, Venture Publishing ,2011;
- 80) **Ryan, C. 2003:** Ryan, C. , 'The economic impacts of tourism', in Recreational Tourism: Demand and Impacts, Aspects of Tourism, Second Edition, Multilingual Matters/Channel View Publications, Clevedon, 2003;
- 81) **Stynes, D.J. 1999:** Stynes, D.J. (1999), Guidelines for Measuring Visitor Spending, Michigan Tourism Economic Impact Model, 1999;
- 82) Tourism Highlights 2015 Edition : UNTWO-Tourism Highlights 2015 Edition;
- 83) Tourism Highlight 2000, WTO, Madrid;
- 84) Tourism Highlight 2001, WTO, Madrid;
- 85) Tourism Highlight 2002, WTO, Madrid;
- 86) Tourism Highlight 2003, WTO, Madrid;
- 87) Tourism Highlight 2004, WTO, Madrid;

88) Tourism Highlight 2005, WTO, Madrid;

89) Tourism Highlight 2006, WTO, Madrid;

90) Tourism within Social and Economic Changes, European Scientific Journal, 2014;

91) **Tourism Satellite Account-TSA;**

92) **Tribe 2010:** Tribe, J., Strategy for Tourism. Oxford: Goodfellow Publishers, 2010;

93) UNTWO- World Tourism Organization, Tourism Highlights, 2010 Edition;

94) UNTWO- World Tourism Organization, Tourism Highlights, 2011 Edition;

95) UNTWO- World Tourism Organization, Tourism Highlights, 2012 Edition;

96) UNTWO- World Tourism Organization, Tourism Highlights, 2013 Edition;

97) UNTWO- World Tourism Organization, Tourism Highlights, 2014 Edition;

98) UNTWO- World Tourism Organization, Tourism Highlights, 2015 Edition;

99) UNTWO- World Tourism Organization, Tourism Highlights, 2016 Edition;

100) UNTWO- World Tourism Organization, Tourism Highlights, 2017 Edition;

101) **Visit Florida, Inc 2005, 2006:** Visit Florida, Inc , Department of Marketing and Statistics, Tallahassee, FL. 2005, 2006;

102) **World Overview and Tourism Topics, Tourism Market Trends, 2001;**

103) **World 2003:** World Trade Development in 2002 and Prospects for 2003;

104) **Yooshik 2002:** Yooshik Y, Development of structural model for Tourism Destiantion Competitiveness, Blacksburg, 2002;

105) **Yeoman 2008:** Yeoman, I., Tomorrow's Tourist: Scenarios & Trends. Oxford: Elsevier, 2008;

106) **Yaoman 2012:** Yeoman, I., Rebecca, T., & Mars, M. (2012). 2050: Tomorrow's Tourism. Bristol: Channelview, 2012:

107) **Вахмистров, Вахмистрова 2005:** Вахмистров В.П., Вахмистрова С.И., Правовое обеспечение туризма: Учебное пособие. - СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2005;

108) **Севастьянова 2006:** Севастьянова С.А. Формирование интегрированной системы управления устойчивым развитием сферы туризма в регионе. - СПб.: 2006;

109) **Сухенко К.Э... 2007:** Сухенко К.Э., Воронин А.Н. Теоретические и методические аспекты совершенствования государственного регулирования туризмом в регионах //Проблемы современной экономики. - 2007. - № 3 (23);

- 110) **Каурова 2006:** Каурова А.Д. Организация сферы туризма: Учебное пособие.
Издание 2-е, перераб. и доп. СПб.: «Издательский дом Герда», 2006;
- 111) **Туризм 2010 :** Туризм как сектор экономики ,2010;

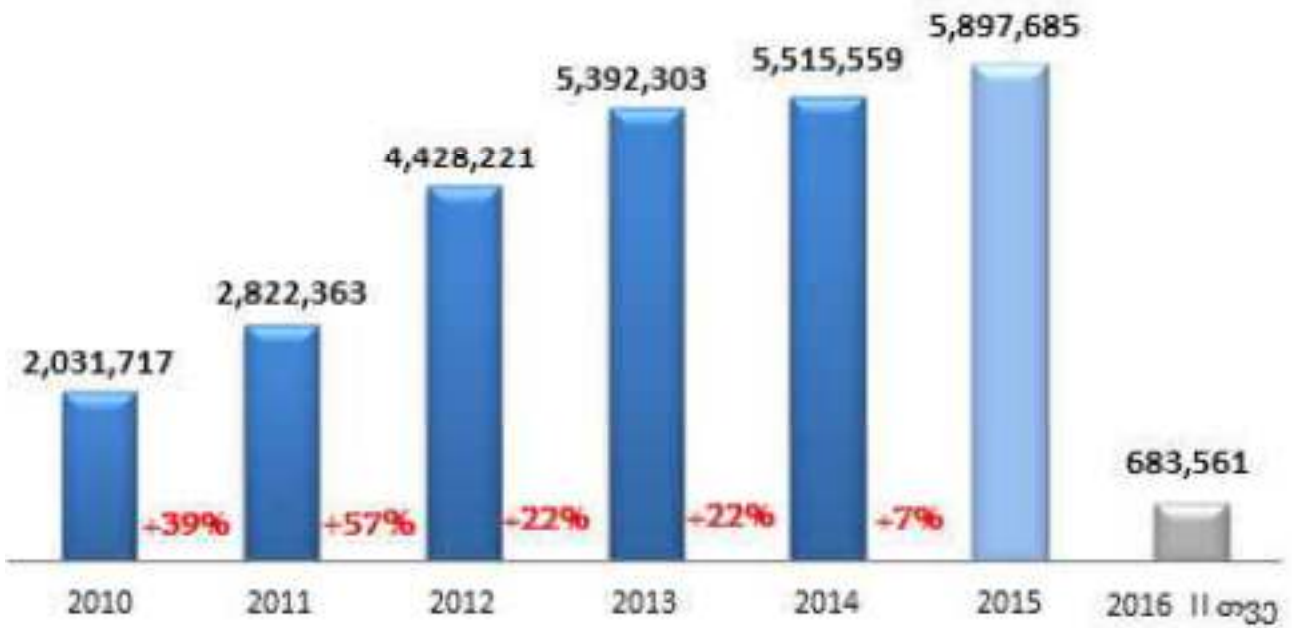
ელექტრონული რესურსები:

- 112) npl.gov.ge -საქართველოს პარლამენტის ეროვნული ბიბლიოთეკა
- 113) www.wikipedia.org
- 114) www.radiotavisufleba.ge
- 115) www.newsline.ge

დანართები

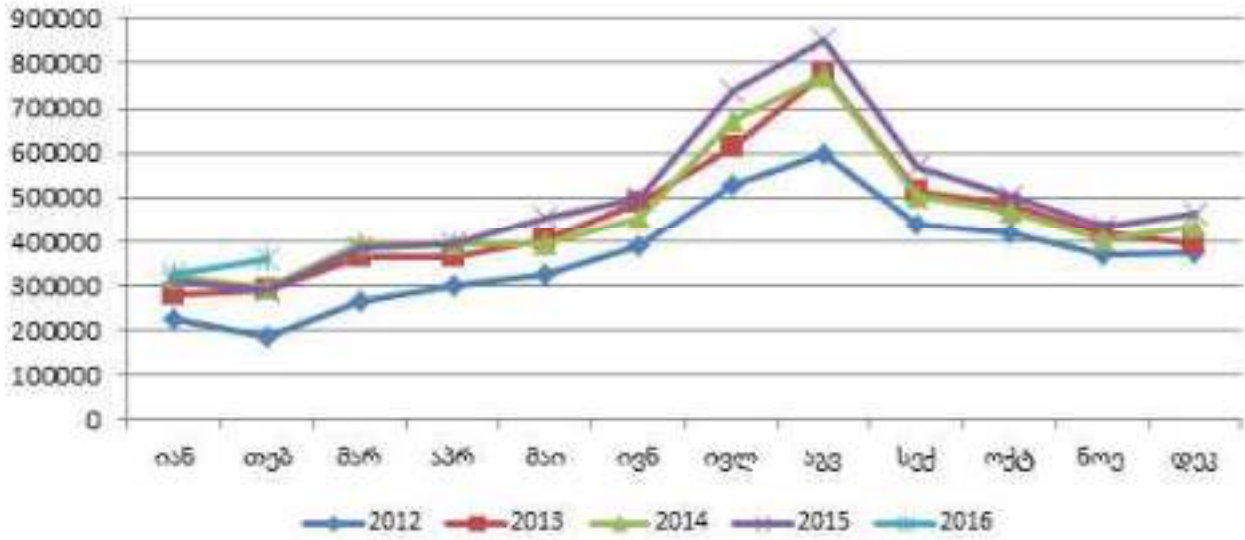
დანართი N 1

საერთაშორისო მოგზაურების სტატისტიკა



წყარო: შინგან საქმეთა სამინისტრო

საერთაშორისო მოგზაურები (რაოდენობა)



დანართი N 3

ტურიზმის წილი მთლიან შიდა პროდუქტში

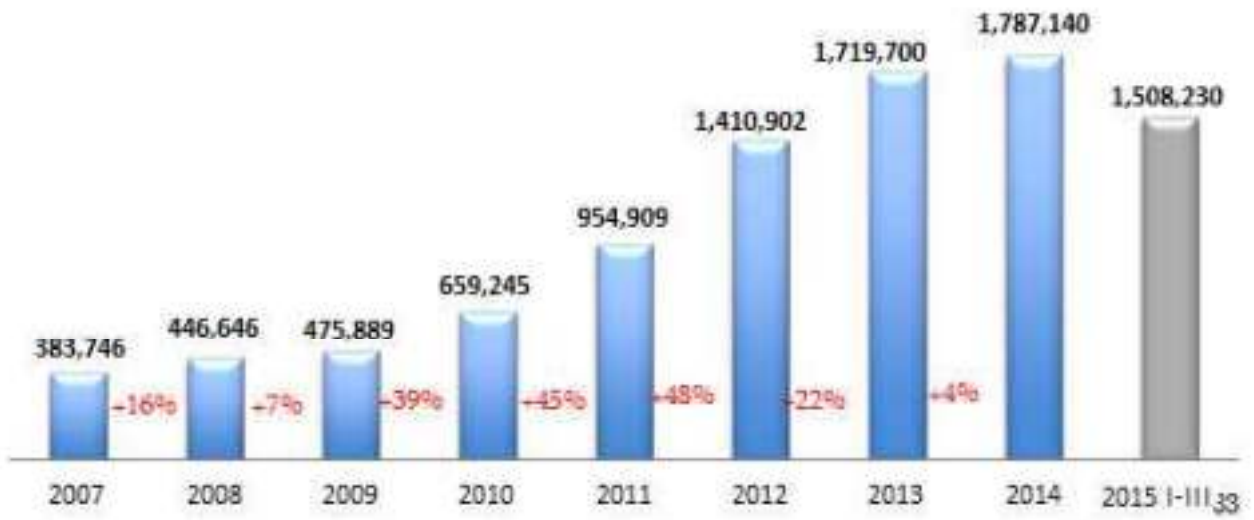


2007 2008 2009 2010 2011 2012 2013 2014 2015 წ-წ

წყარო: სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

დანართი N 4

შემოსავლები საერთაშორისო ტურიზმიდან
(1000 აშშ დოლარი)



წყარო: საქართველოს ეროვნული ბანკი

დანართი N 5

კითხვარი ტურ-ოპერატორი კომპანიების საქმიანობის შესწავლისათვის:

1) რამდენი წელია რაც ბაზარზე ფუნქციონირებთ?

5-ზე ნაკლები	
5-10 წელი	
10 -15 წელი	
15-ზე მეტი	

2) რომელი სახის ტურიზმზეა მოთხოვნა?

გასვლითი ტურიზმი	
შემომავალი ტურიზმი	

შიდა	
ტურიზმი	

3) საქართველოში უფრო მეტად რამდენკაციანი ტურისტული ჯგუფები შემოდის ?

6-12 კაციანი	
12-18 კაციანი	
18-25 კაციანი	
25-ის ზემოთ	
ინდივიდუალური	
წყვილები	

4) რომელია საქართველოს ტურისტების ყველაზე მოთხოვნილი მიმართულება?

იტალია	
ესპანეთი	
რუსეთი	
ეგვიპტე	
თურქეთი	
უკრაინა	
ინგლისი	
არაბთა გაერთიანებული სამედიოები	
საფრანგეთი	
სხვა ქვეყანა	

5) მომხმარებლები რა მეთოდით იხდიან მოგზაურობის საფასურს?

ნაღდი ანგარიშწორებით	
საბანკო ანგარიშწორება	
განვადება	

6) გაქვთ თუ არა ფასდაკლებები, და ძირითადად როგორ ტურისტულ პაკეტებზე?

ოჯახური პაკეტები	
------------------	--

ჯგუფური პაკეტი	
კორპორატიული	
ერთგული მომხმარებლები	
ინდივიდუალური პაკეტი	

7) როგორი ტიპის განთავსების საშუალებას ირჩევენ ძირითადად მომხმარებლები?

5 ვარსკვლავიანი სასტუმრო	
4 ვარსკვლავიანი სასტუმრო	
3 ვარსკვლავიანი სასტუმრო	
მოტელი	
კემპინგი	
ოჯახური ტიპის სასტუმრო	
ჰოსტელი	

8) რომელია ყველაზე მოთხოვნადი საქართველოს კურორტებს შორის?

ყაზბეგი	
სიღნაღი	
ბათუმი	
ქობულეთი	
ბორჯომი	
გუდაური	
ბაკურიანი	
ლიკანი	
სხვა	

9) როგორი ტიპის ტურების მოთხოვნაა?

სვანეთის სამღლიანი ტური (მესტია-უშგული)	
ხევსურეთის ორღლიანი ტური (შატილი-მუცო-ფშავი)	
თუშეთის სამღლიანი ტური (ომალო-შენაკო-დართლო)	
ტეო-კლარჯეთის ტური	
მცხეთის ტური	
ერთღლიანი კახეთის ღვინის ტური	
კახეთის ერთღლიანი ტური (სიღნაღი-ბოდბე-ნინოს წყარო)	
დავით გარეჯში ერთ ღლიანი ტური	
ყაზბეგის ერთღლიანი ტური (ყაზბეგი-გერგეთის სამება-სნო)	
ჯომარდი (არაგვზე-მტკვარზე-რიონზე)	

Week-end ტურები გუდაურში (თხილამურები და სატუმროს დაჯანშნა)	
ბაკურიანის ტურები	
ერთ და ორდღიანი ტურები ვაშლოვანში (ვაშლოვანის დაცული ტერიტორია)	
ერთდღიანი ტურები ახალციხეში (ბორჯომი-მწვანე მონასტერი-საფარა-რაბათი)	
ერთდღიანი ტური ვარძიაში(ფარავნის ტბა-ახალციხე-ხერთვისი-ვარძია)	
ერთდღიანი ტური ქუთაისში (გელათი-მოწამეთა-სათაფლია)	
ერთდღიანი ტურები შიდა ქართლში(გორი-სტალინის მუზეუმი-უფლისციხე)	
ერთდღიანი ტური იმერეთში (კაცხის სვეტი)	
ერთდღიანი ტური იმერეთში (კუთაისი-პრომეთეს მღვიმე)	
ტური სამეგრელოში (მაერტვილის კანიონი-ნიქალაქევი-ზუგდიდი-ანაკლია)	
სამდღიანი ტური რაჭაში (ამბროლაური-ბარაკონი)	
სანადირო ტურები (თევზაობა მდინარეში-ტბაზე)	

10) ტურისტული კომპანიების დახმარებით ძირითადად საიდან შემოდის ყველაზე მეტი ტურისტი საქართველოში?

აზერბაიჯანი	
რუსეთი	
ყაზახეთი	
ინდოეთი	
სომხეთი	
თურქეთი	
ირანი	
უკრაინა	
ისრაელი	
საუდის არაბეთი	
ცენტრალური ევროპის ქვეყნები	
ბალტიისპირეთის ქვეყნები	

11) ტურისტული კომპანიების მეშვეობით ჯგუფებად რა ასაკის ტურისტები შემოდებიან საქართველოში?

18 წლის ქვემოთ	
19-37 წელი	
38-45 წელი	
46-55 წელი	
55-60 წელი	
60 წლის ზემოთ	

12) როგორ ამჯობინებენ ჩამოსვლას?

დამოუკიდებლად	
წყვილები	
ოჯახებით	
ჯგუფებად	

13) ძირითადად სად ანთავსებთ რეკლამას თქვენი ტურისტული ფირმის შესახებ?
მომხმარებელი რისი მეშვეობით იგებს და მოგმართავთ თქვენ?

რადიოში	
ტელევიზიით	
ჟურნალებში და გაზეთებში	
ახლობლების მეშვეობით	

14) ყველაზე მეთად რას მოითხოვენ, რას ანიჭებენ უფრო მეტ მნიშვნელობას
მოგზაურობისას უცხოელი ტურისტები?

უსაფრთხოება	
სასტუმრო	
დაზღვევა	
ტრანსპორტირება	
გიდი	
კვება	

15) რა არის ტურისტული სააგენტოებისგან შეძენილი ტურის საშუალო ხანგრძლივობა?

3-7 დღე	
1 კვირა	
10 დღე	
2 კვირა	
20 დღე	

15) რა არის ერთკვირიანი ტურის საშუალო საფასური საქართველოში შემოსული ტურისტისთვის?

500 \$ ქვემოთ	
500-1000 \$	
1000-1200\$	
1300\$-1500\$	
1500-2000\$	
2000\$ ზემოთ	

16) ძირითადად როგორი სახის ტურებია მოთხოვნადი?

კულტურული	
აგროტურიზმი	
სათავგადასავლო	

გამაჯანსაღებელი	
ბიზნეს	
ექსტრემალური	
საგანმანათლებლო	
საკურორტო	
სამედიცინო	