

საქართველოს ტურიზმის განვითარების სტრატეგიის მოდელი

მარინა მეტრეველი, სტუ-ს პროფესორი,
ნონა ახვლედიანი, ანსუ-ს პროფესორი

Summary

The tourism policy is a purposeful planning of tourism and promotion of tourism development by the state. The economic policy of tourism of Georgia must be based on the theoretical foundations of economics and tourism development. The tourist market must be competitive, i.e. maximally free, and the legislation must be oriented on the protection of the competitive market. The tourist market development must be reached at the expense of small business development in the first instance. For the tourist industry of Georgia to develop, the tourist product production technology (production culture) should be developed.

Establishment of a tourism innovative environment in the country is possible only in terms of vast scientific potential and state support.

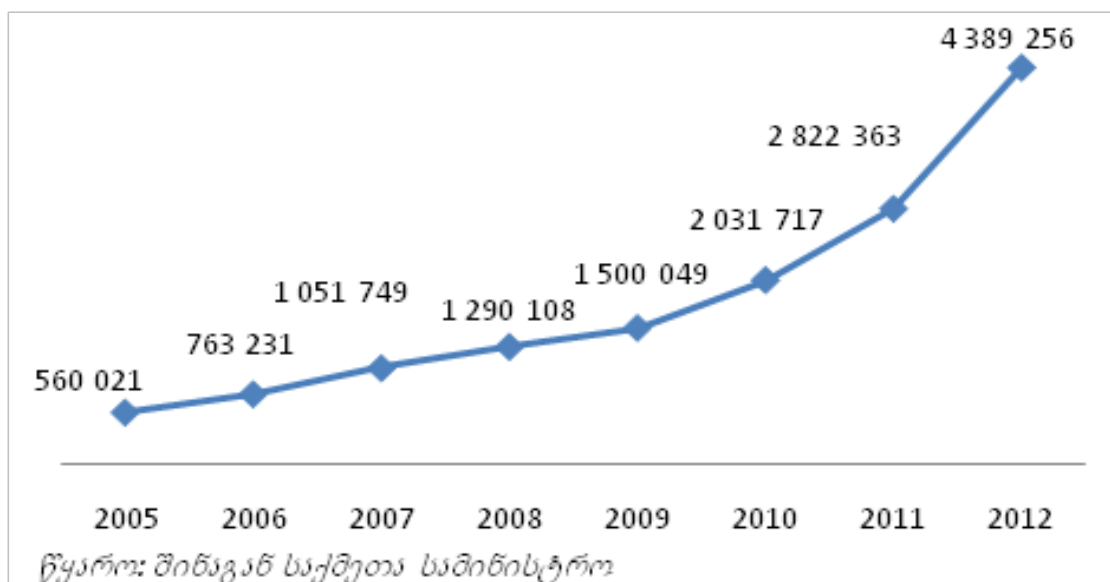
The policy of tourism development must ensure the right view of the branch development (national traditions, values and trends), so that to make tourism, as an inter-branch complex, the basis for the economic development in the country.

ტურიზმს სამართლიანად უწოდებენ მსოფლიო ეკონომიკის ერთ-ერთ უმნიშვნელოვანეს სფეროს. თუმცა, მხოლოდ ციფრებით ვერ განვსაზღვრავთ ტურიზმის მნიშვნელობას. მიუხედავად მისი მასშტაბებისა და გავრცელების გეოგრაფიული არეალისა, ტურიზმს ადამიანების ზედასხვაგვარად აღიქვამენ. ცხადია, უმეტესობისათვის ტურიზმი დასვენების, ქალაქის აურზაურიდან თავის დაღწევისა და რელაქსაციის სინონიმია მაშინ, როდესაც მათთვის, ვინც ტურიზმის სექტორშია დასაქმებული და სხვათა დასვენებაზე ზრუნავს, ტურიზმი უბრალოდ, სამუშაოა, ტურისტული დანიშნულების პუნქტებში მაცხოვრებლებისათვის ტურიზმი შეიძლება წარმოადგენდეს პრობლემას, რომელსაც ტურისტული სეზონის დროს როგორმე “უნდა გაუძლონ”. შესაბამისად, სახელმწიფოების დონეზე მთავრობები ტურიზმს ეკონომიკური და სოციალური განვითარების პოლიტიკის უცილობელ ემენტად თვლიან. ტურიზმის პოლიტიკა არის სახელმწიფოს მიერ ტურიზმის მიზანმიმართული დაგეგმვა და მისი განვითარების ხელშეწყობა.

იმის და მიუხედავად, რომ ტურიზმი განიხილება, როგორც სოციალური აქტივობა (მილიონობით ადამიანის მოგზაურობა საკუთარი ქვეყნის ტერიტორიაზე ან მის ფარგლებს გარეთ), დიდ ბიზნესსაც

დიაგრამა 1.

საერთაშორისო მოგზაურების რაოდენობა



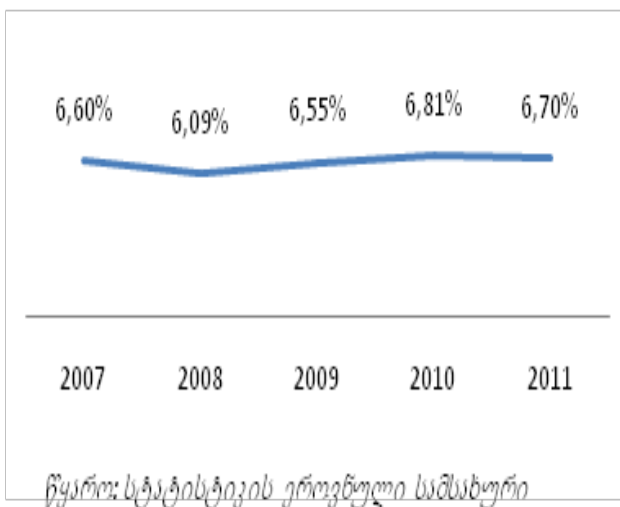
წარმოადგენს, რაც ნიშნავს იმას, რომ ტურისტული დანიშნულების პუნქტების უმეტესობა სტუმრებს (ტურისტებს) მხოლოდ ფილანტროპული მიზნებით როდი მასპინძლობს-ტურიზმის განვითარების მიზანი ამა თუ იმ რეგიონში ადგილობრივი ეკონომიკის ხელშეწყობა და გაძლიერებაა ტურიზმის ხარჯზე.

ბოლო წლების განმავლობაში საერთაშორისო მოგზაურების რაოდენობა საქართველოში სწრაფი ტემპით იზდებოდა. 2011 წელს, უცხოელ მოგზაურთა რიცხვმა 2 822 363 შეადგინა, რაც 39%-ით მეტია წინა წლის ანალოგიურ მაჩვენებელზე. 2012 წელს უცხოელ მოგზაურთა რაოდენობა 56% გაიზარდა და 4 389 256 მიაღწია.[5] (იხ. დიაგრამა 1.)

საქართველოს საერთაშორისო მოგზაურების 86% მეზობელი ქვეყნებიდან სტუმრობდა (სომხეთი, აზერბაიჯანი, რუსეთი და თურქეთი) - მოგზაურების რაოდენობის მიხედვით თურქეთს, აზერბაიჯანსა და სომხეთს პირველი სამი ადგილი უკავია. სამი ქვეყანა ერთად მთლიანი მოგზაურების რაოდენობის 76% შეადგენს. ზრდის ტემპის, პირველი 10 ქვეყნიდან, შედარებით სწრაფი ზრდა აღინიშნება ირანიდან, ყაზახეთიდან, რუსეთიდან და სომხეთიდან ჩამოსულ ტურისტთა რაოდენობაში (შესაბამისად 511%, 236%, 118% და 99%).[5]

დიაგრამა 2.

ტურიზმის წილი მთლიან გამოშვებაში



შესაბამისად გაიზარდა საერთაშორისო ტურიზმიდან მიღებული შემოსავლები, რომელმაც 2011 წელს 938 297 000 აშშ დოლარს მიაღწია. მიუხედავად იმისა, რომ 2008 წელს ტურიზმის წილი მთლიან გამოშვებაში მსოფლიო ფინანსური კრიზისის გამო შემცირდა, 2009 წლიდან ამ მაჩვენებელმა მნიშვნელოვანი ზრდა განიცადა და მთლიანი გამოშვების 7% შეადგინა.[6](იხ. დიაგრამა 2.)

საქართველოში ვიზიტით მყოფი საერთაშორისო მოგზაურები ხასიათდებიან შემდეგი თავისებურებებით: საქართველოში ვიზიტის ყველაზე პოპულარული მიზეზი დასვენება და რეკრეაციაა (40%); უცხოელებ-

ის მეოთხედზე მეტი მეგობრის (8%) ან ნათესავების (17%) მოსანახულებლად ჩამოდის; მოგზაურების 8% ქვეყანას ბიზნესის და პროფესიული, 7% შოპინგისთვის და 12% სხვა მიზნებისთვის სტუმრობს; ვიზიტის საშუალო ხანგრძლივობა 9 დღეა; საერთაშორისო მოგზაურებს შორის გადაადგილების ყველაზე პოპულარული სატრანსპორტო საშუალება სახმელეთო ტრანსპორტია (ავტობუსი 47%, საკუთარი ავტომობილი 28% და ნაქირავები ავტომობილი 5%).

საჰაერო ტრანსპორტიდან საერთაშორისო ავიაზღვები ტურისტთა 12%, ხოლო საქართველოს ავიაზღვებით — 3% მოგზაურობს. მატარებელს და საზღვაო ტრანსპორტს უმნიშვნელო წილი, შესაბამისად 3% და 1% უკავია. საქართველოში მოგზაურობისას უცხოელი ვიზიტორების რიგით პირველ სამ აქტივობას წარმოადგენს: დასვენება და რეკრეაცია (36%), ქართული კერძების დაგემოვნება (35%), ბუნების/ლანდშაპტის გაცნობა (35%); მოგზაურობის ყველაზე პოპულარული ქალაქებია თბილისი (45%) და ბათუმი (40%).

საერთაშორისო ვიზიტორების 27% საერთოდ არ ათევენ ღამეს საქართველოში; ვიზიტორების იმ ნაწილიდან, რომლებიც ღამისთევით რჩებიან ქვეყანაში, ყველაზე ხშირად გამოყენებული განთავსების საშუალება სასტუმროა (36%); ვიზიტორების დაახლოებით მესამედი (34%) რჩება მეგობრის ან ნათესავის კერძო ბინაში; სხვა ტიპის განთავსების საშუალებები ნაკლებად გამოიყენება საერთაშორისო ვიზიტორების მიერ; მოგზაურთა 9% ჩერდება სასტუმრო სახლში; ვიზიტორების 11% კი ოთახს ან ბინას ქირაობს; საერთაშორისო მოგზაურების 49% მარტო მოგზაურობს, 22% მეგობრებთან, 16% კი ოჯახის წევრებთან ერთად; მოგზაურების 70% ვიზიტს თავადვე გეგმავს; ვიზიტების მხოლოდ 16%-ია ორგანიზებული მეგობრების/ოჯახის წევრების მიერ, ხოლო 8% დამსაქმებელი ორგანიზაციის მიერ. ტურისტული კომპანიის მიერ ორგანიზებული ვიზიტების რაოდენობა უმნიშვნელოა და 1,4%-ს შეადგენს. საერთაშორისო ვიზიტორების საშუალო ხარჯი საქართველოში 536 ლარია, რომლიდანაც უდიდესი ნაწილი (23%) მოდის საკვებსა და სასმელზე, 18% შოპინგზე, განთავსების საშუალებებზე 18%, ხოლო 7% ადგილობრივ ტრანსპორტზე იხარჯება.[3]

ქვეყანაში 1051 განთავსების საშუალებაა 34 751 სანოლი ადგილით (ლიდერობს აჭარის რეგიონი). სასტუმროებზე სანოლი ადგილების რაოდენობის 63% მოდის, მას მოსდევს სასტუმრო სახლები და საოჯახო სასტუმროები, თითოეული 16%-იანი წილით. ბოლო პერიოდში ვიზიტორების რაოდენობის მკვეთრ ზრდასთან ერთად, საშუალოვადიან პერსპექტივაში აღინიშნება განთავსების საშუალებებზე მოთხოვნის გადაჭარბება მიწოდებაზე. მოსალოდნელია, რომ მოთხოვნის ზრდა განთავსების საშუალებების რაოდენობის გაზრდის საფუძველი გახდება.

საქართველოს საერთაშორისო ჯაჭვის სასტუმროებს წარმოადგენს: Radisson Blue Iveria, Tbilisi Marriott, Courtyard Marriot, Sheraton Metekhi Palace,

Holiday Inn da Citadines. Kempinski, Hilton, Holiday Inn, Ritz-Carlton, Marriott. საერთაშორისო ბრენდის სასტუმროების გარკვეული რაოდენობა ახლო მომავალში დაიწყებს ფუნქციონირებას საქართველოს სპაკურორტებზეც.[3]

ერთ-ერთი უმთავრესი პრობლემა, რომელიც იწვევს ქვეყანაში ტურიზმის განვითარების შეფერხებას, დაკავშირებულია ტურისტული ინფრასტრუქტურის ჯერ კიდევ არსებულ სიმწირესთან. არასაკმარისია ტურისტთა განთავსების საშუალებები: სასტუმროები, სასტუმრო სახლები, მოტელები, ჰოსტელები და ა.შ., რაც განსაკუთრებით რეგიონებში და მთავარ გზებზეა შესამჩნევია. სასტუმროებისა და სხვა განთავსების საშუალებების დეფიციტი მნიშვნელოვნად მწვავდება ტურისტულ-საკურორტო სეზონების პერიოდში.

2012 წელს საქართველოს ავიაბაზარზე, ახალი მოთამაშე, კატარის ავიახაზები შემოვიდა ბაქო-თბილისის მარშრუტის გახსნით. კატარის ავიახაზები პირველია ყურის გადამზიდავებს შორის საქართველოში და მეორეა ახლო აღმოსავლეთის გადამზიდავებს შორის Fly Dubai-ს შემდეგ. კატარის ავიახაზები უზრუნველყოფს კავშირს ახლო აღმოსავლეთის, აფრიკისა და აზიის ქალაქებთან. 2012 წლის ივნისში, Air Astana-მ გაზარდა “ალმა-ატა—თბილისის” რეისების რაოდენობა სამიდან ოთხამდე კვირაში.[3]

China Southern Airlines-მაც 2012 წლიდან გაზარდა “ურუმჩი-თბილისის” ფრენების რაოდენობა ორიდან-სამჯერ კვირაში. გადამზიდავი იყენებს ურუმჩის, როგორც სატრანზიტო ცენტრს მისი სწრაფად მზარდი ქსელისთვის ცენტრალურ აზიასა და აღმოსავლეთ ევროპაში. 2012 წლიდან საქართველოს საავიაციო ბაზარს დაემატა ადგილობრივი კომპანია Fly GeorgiadaAir Caucasus. სამომავლოდ ხსენებული ავიახაზები მნიშვნელოვან კონკურენციას გაუწევენ „საქართველოს ავიახაზებს“. კიდევ ერთი ავიაკომპანია, რომელიც მზარდ ინტერესს გამოხატავს საქართველოს მიმართ არის AirBaltic, რომელიც ემსახურება “რიგა-თბილისის” მიმართულებას სამჯერ კვირაში და განიხილავს ოთხი ფრენის შეთავაზებას.[2]

ქვეყანაში შემოსული ტურისტების რაოდენობისა და მათგან მიღებული შემოსავლების დათვლის მეტოდიკის არარსებობა მრავალი წელია წარმოადგენს პრობლემას, როგორც ქვეყნის ტურიზმის აღმასრულებელი ხელისუფლების ორგანოს, ისე ტურისტული ბიზნესსაქმიანობის მიმართულებების დაგეგმვისა და ქვეყანაში ტურიზმის პოლიტიკის მიზანმიმართულად განხორციელებისათვის.

აღნიშნული პრობლემის გადაწყვეტის მიზნით 2010 წლიდან ეკონომიკური და მდგრადი განვითარების სამინისტროს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის მხრიდან (სხვა დაინტერესებულ ორგანიზაციებსა და ექსპერტებთან ერთად) ტურისტული ბაზრის შემდეგი მაჩვენებლების შესამუშავებლად: ქვეყანაში შემოსული და ქვეყნიდან გასული ტურისტების რაოდენობის, ტურიზმის ექსპორტისა (საერ-

თაშორისო ვიზიტორების მიერ განეული დანახარჯების) და იმპორტის (საქართველოს მოქალაქეების მიერ სხვა ქვეყნებში მოგზაურობისას განეული ხარჯების), ტურიზმის ინდუსტრიაში დასაქმებულთა რაოდენობის, დარგში მიზიდული ინვესტიციების და ბიუჯეტში ტურიზმიდან შემოსავლების მოცულობის შეფასება. აღსანიშნავია რომ საქსტატი უკვე ატარებს სასტუმროებისა და რესტორნების კვლევას (მომსახურების სტატისტიკის მუხლი), მაგრამ ქვეყნის სპეციფიკიდან გამომდინარე აუცილებელია განისაზღვროს განთავსების საშუალებების ტიპები, აღირიცხოს ვიზიტორების რაოდენობა კვარტალურად, ვინაიდან განთავსების საშუალებები, განსაკუთრებით რეგიონებში, სეზონურად არის დატვირთული. აგრეთვე, სეზონურად იცვლება შემოსავალი სასტუმროს თითოეული ნომრის გაქირავებიდან. ასევე, დღეისათვის არ მოგვეპოვება ისეთი მნიშვნელოვანი მაჩვენებელი, როგორცაა — განთავსების საშუალების დატვირთვის კოეფიციენტი. ზემოაღნიშნული სტატისტიკური მონაცემების არსებობა განსაზღვრავს ქვეყნის ეკონომიკაში ტურიზმის როლს და დარგის განვითარების სწორი პოლიტიკის შემუშავების აუცილებელობას.

ქართული ეკონომიკის განვითარების უმნიშვნელოვანესი ფაქტორია კონკურენციული უპირატესობების ჩამოყალიბება სატრანზიტო ფუნქციის განხორციელების პირობებში, რომელშიც უმთავრესი ყურადღება უნდა გამახვილდეს ე.წ. ლოჯისტიკურ უპირატესობაზე (ტრასეკას პროექტის განხორციელებაზე – ტვირთებისა და ტურისტების გადაადგილებაზე). მხოლოდ აღნიშნულის გათვალისწინებით შეიძლება გარანტირებული იყოს ტურიზმის, როგორც ეკონომიკის დარგის პრიორიტეტულობა. ტურიზმის განვითარების სტრატეგიული მიმართულებები უმნიშვნელოვანესია ეროვნული ეკონომიკის განვითარების პოლიტიკის სწორად განხორციელებაში, რაც ეფუძნება გრძელვადიანი პროგნოზებითა და განვითარების კონცეფციებით ჩამოყალიბებულ სტრატეგიას.

შესაბამისად, საქართველოში ტურიზმის განვითარების პოლიტიკის გატარებისათვის პირველი რიგის ღონისძიებებს წარმოადგენს: [1] 1. ქვეყნის ტურიზმის განვითარების ერთიანი სტრატეგიისა და პოლიტიკის ძირითადი მიმართულებების შემუშავება; 2. ტურიზმის საკანონმდებლო ბაზის განახლება (არსებული შეცვლა და ახლის შექმნა); 3. ტურიზმის გლობალურ ბაზარზე ქართული ტურ-პროდუქტის კონკურენტუნარიანობის ამაღლება; 4. საქართველოს მოსახლეობის ინფორმაციული ვაკუუმის გარღვევა და ტურისტულ საქმიანობაში თანამონაწილეობის უზრუნველყოფა (ტურიზმის განვითარების მნიშვნელოვანი შემადგენელი); 5. კონცენტრაცია შიდა ტურისტულ ბაზარზე მარკეტინგული მენეჯმენტის სტრატეგიის გამოყენებით, მოთხოვნის ახალი სეგმენტის შექმნითა და შემდგომში გაფართოებით; 6. ტურიზმში, ეკოლოგიის, როგორც ეკონომიკის საფუძველის აღიარება; 7. ტურიზმის კადრების

მომზადებისა და განათლების დონის ამაღლება; 8. კომუნიკაციისა და ელექტრონული ბიზნესის განვითარების ხელშეწყობა (საქართველოს, როგორც მოგზაურობისა და ტურიზმის სასურველი ქვეყნის, ცნობადობის გაზრდა); 9. ტურისტის უსაფრთხოებისა და დაზღვევის უზრუნველყოფის შემუშავება და დანერგვა.

ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, საქართველოს ტურიზმის განვითარების სტატეგიული მიზნებისა და გრძელვადიან პერსპექტივებს წარმოადგენს: საქართველოს ეკონომიკის ზრდა ტურიზმის განვითარებით და ქართული ტურისტული პროდუქტისათვის გლობალურ ბაზარზე კონკურენციული უპირატესობის შექმნა. საქართველოს ტურიზმის განვითარების სტატეგიული მიზნებიდან გამომდინარე, დარგის განვითარების პრიორიტეტული მიმართულებებია: შიდა ტურიზმის განვითარება; შემომყვანი ტურიზმის ხელშეწყობა და სტიმულირება; ტურისტული ინფრასტრუქტურის განვითარება; კადრების მომზადება და გადამზადება; საკანონმდებლო ბაზის სრულყოფა და ევროკავშირის კანონმდებლობასთან მისი ჰარმონიზაცია; საქართველოს, როგორც ტურისტული ქვეყნის, იმიჯის შექმნა და პოპულარიზაცია როგორც ქვეყნის შიგნით, ასევე ქვეყნის გარეთ.

შესაბამისად, თანმდევი სტრატეგიები: ტურისტული ბაზრის განვითარებისათვის მცირე ბიზნესის, მთავრობის მხრიდან, საკანონმდებლო და ფინანსური ხელშეწყობა; ტურიზმის რეგიონული განვითარების გენერალური გეგმების, ე.წ. „მასტერ პლანების“ შემუშავება; მომსახურების სტანდარტების დანერგვა; საკურორტო და სარეკრეაციო ზონების დაგეგმვა-განვითარება; საერთაშორისო სტანდარტების შესაბამისი ტურისტული პიქტოგრამების მოწყობა ქვეყნის მთელ ტერიტორიაზე, განსაკუთრებით, ცენტრალურ გზებსა და ტურისტული ცენტრების სიახლოვეს; ტურისტთა მოსაცდელი — დასასვენებელი ადგილებისა და სანიტარულ-ჰიგიენური მომსახურებისთვის საჭირო ინფრასტრუქტურის შექმნა.

განვითარების ღონისძიებების შემდგომი ეტაპებია: ტურიზმის მონოპოლისტური კონკურენციის ბაზრის ჩამოყალიბება ანუ ჯერ შიდა ბაზარზე ერთობლივი მოთხოვნის ზრდა ტურპროდუქტზე, ხოლო შემდგომში უნდა ჩამოყალიბდეს ერთობლივი მოთხოვნა მაღალხარისხოვან პროდუქტზე, რაც საფუძველს დაუდებს ტურიზმში მონოპოლისტური კონკურენციის ბაზარს; გაგრძელდეს შემოყვანის ტურიზმის განვითარების ხელშეწყობა, რომლის პრიორიტეტული მიმართულებები იქნება კულტურული ტურიზმი, ეკოტურიზმი, აგროტურიზმი, სამთო ტურიზმი, ღვინის ტურიზმი.

ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, საქართველოს ტურიზმის განვითარების ძირითადი მიმართულებებია: ტურიზმის დარგის საკანონმდებლო უზრუნველყოფა; ტურიზმის დარგის მოკლევადიანი და გრძელვადიანი სტრატეგიის შექმნა; ტურიზმის დარგის

პროფესიული და აკადემიური განათლების სისტემის ჩამოყალიბება; ქართული ტურისტული პროდუქტის რეკლამა და პრომოუშენი; ტურიზმიდან ბიუჯეტში შემოსავლების დათვლის უახლესი მეთოდის შემუშავება.

საქართველოსათვის ტურიზმის ყოველმხრივ განვითარებას უდიდესი მნიშვნელობა აქვს არა მხოლოდ ეკონომიკური თვალსაზრისით, არამედ სახელმწიფოსა და ერის ისტორიის, კულტურული მემკვიდრეობისა და ქართველი ხალხის მრავალსაუკუნოვანი ტრადიციების პოპულარიზაციისათვის. ქვეყანაში შიდა ტურიზმის განვითარება შეაკავშირებს ჩვენი სამშობლოს ყველა კუთხეს, საზოგადოებას კი შეამჭიდროვებს საერთო ეროვნული ინტერესების გარშემო. ტურიზმის განვითარების პოლიტიკამ უნდა უზრუნველყოს დარგის განვითარების სწორი ხედვა (ეროვნული ტრადიციები, ღირებულებები და მიმართულებები), რათა ტურიზმი, როგორც დარგ-თაშორისი კომპლექსი, რეალურად გახდეს ქვეყნის ეკონომიკის განვითარების საფუძველი.

საკვანძო სიტყვები: ტურიზმი, პოლიტიკა, სტრატეგია, სტატისტიკა

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. მეტრეველი მ., „ტურიზმის ეკონომიკა და პოლიტიკა“, ფავორიტიპრინტი, თბ., 2011
2. საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტროს ინფორმაცია, თბ., 2012
3. საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტროს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის ინფორმაცია, თბ., 2012
4. საქართველოს ეროვნული ბანკის ინფორმაცია, თბ., 2012
5. საქართველოს შინაგან საქმეთა სამინისტროს ინფორმაცია, 2012
6. საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის ინფორმაცია, თბ., 2012
7. <http://www.georgia.travel/travel/index.php?page=3&sub=4&lang=1>
8. http://www.mfa.gov.ge/?lang_id=GEO
9. <http://www.mrdi.gov.ge/>
10. <http://www.police.ge/>
11. <http://www.unesco.org>
12. <http://www.unwto.org>