

ტურიზმის სავარაუდო ნეგატიური გავლენა ქვეყნის ფინანსურ სტაბილურობაზე (საქართველოს მაგალითზე)

The alleged negative impact of tourism on the country's financial stability (on the example of Georgia)

ვალერი მოსიაშვილი - პროფესორი,
ეკონომიკის კვლევის და განვითარების ინსტიტუტი

მედეა ჭელიძე - ასოცირებული პროფესორი,
საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი

Valeri Mosiashvili - Professor,
Institute of Economic Research and Development

Medea Chelidze - Assoc. Professor,
Georgian Technical University

რეზიუმე: ტურიზმი არსებით გავლენას ახდენს რეგიონის ეკონომიკურ განვითარებაზე, ხელს უწყობს ქვეყანაში უცხოური ვალუტის შემოდინებას, აუმჯობესებს ინფრასტრუქტურას და ა.შ. ტურიზმიდან მაქსიმალური შედეგის მიღებისათვის ყოველი სახელმწიფო ამუშავებს ტურისტულ პოლიტიკას, რომელიც წარმოგვიდგება სახელმწიფოს სოციალურ-ეკონომიკური პოლიტიკის სახედ (სახეობად, შემადგენელ ნაწილად).

სახელმწიფოს ტურისტული პოლიტიკა - ეს არის სახელმწიფო ზემოქმედების ფორმების, მეთოდებისა და მიმართულებების ერთობლიობა, ტურიზმის სფეროს ფუნქციონირებაზე, რათა მიღწეული იქნას სოციალურ-ეკონომიკური კომპლექსის დასახული მიზნების შენარჩუნება და განვითარება.

Abstract: It is a special function of PR management that exists because of the relationship between cooperation, company and society. Solve conflict situations, problems and manage complex processes. Study the public opinion and effectively change positions according to demand. Public Relations is an art to achieve harmony among human beings, which inevitably serves the truth. It is called an umbrella that covers not only companies, but social institutions, hospitals, state institutions, foundations, educational and religious organizations. There are many examples of mistakes and failures in political, economic and social life. The cause may be different, but it is possible to have something in common and it is

common with the community, groups, and consumers. PUBLIC RELATIONS is an important part of any system governing the public in connection with the public.

The first common national PR organization was created in the United States, Chicago in 1915 when seven bankers established financial advertising association and are still leading financiers with their active and cash-strapped PR. Since 1999, as a study discipline in the Georgian market, and from 2003 several specialized PR companies have appeared on the market. In recent years, PR units have been created as a structural unit and established in private companies and state structures, but development is needed and some progress is needed. All this is for the state, domestic and international donor organizations.

საკვანძო სიტყვები: ტურისტული პოლიტიკა, ტურისტული პროდუქტი, ტურისტული პოტენციალი, ტურიზმის ინდუსტრია, მულტიპლიკატორის ეფექტი;

Key Words: Travel Policy, Tourist product, Tourism potential, Tourism industry, The multiplier effect.

შესავალი: ტურიზმი არსებით გავლენას ახდენს რეგიონის ეკონომიკურ განვითარებაზე, ხელს უწყობს ქვეყანაში უცხოური ვალუტის შემოდინებას, აუმჯობესებს ინფრასტრუქტურას და ა.შ. ტურიზმიდან მაქსიმალური შედეგის მიღებისათვის ყოველი სახელმწიფო ამუშავებს ტურისტულ პოლიტიკას, რომელიც წარმოგვიდგება სახელმწიფოს სოციალურ-ეკონომიკური პოლიტიკის სახედ (სახეობად, შემადგენელ ნაწილად).

სახელმწიფოს ტურისტული პოლიტიკა - ეს არის სახელმწიფო ზემოქმედების ფორმების, მეთოდებისა და მიმართულებების ერთობლიობა, ტურიზმის სფეროს ფუნქციონირებაზე, რათა მიღწეული იქნას სოციალურ-ეკონომიკური კომპლექსის დასახული მიზნების შენარჩუნება და განვითარება.

ძირითადი ტექსტი: ზოგადად ქვეყნის ტურისტული პოლიტიკის მიმართულებები შესაძლოა შემდეგნაირად ჩამოვყალიბოთ:

- მოგზაურთა უფლებების დაცვა;
- ტურისტული პროდუქტების ეროვნული მწარმოებლების ინტერესებთა დაცვა;
- შიდა და შემომავალი ტურიზმის სრული მხარდაჭერა, რომელმაც შესაძლოა მიიღოს შემდეგი სახე (რომელიც შეიძლება ამ სახით წარმოგვიდგეს):

ა) პირდაპირი ინვესტიციების გაცემა ტურისტული ინფრასტრუქტურის ფორმირებაში;

ბ) ეროვნული ტურისტული პროდუქტის სამეცნიერო და სარეკლამო-საინფორმაციო მხარდაჭერა და ხელქეწყობა მსოფლიო ბაზრაზე;

გ) საინვესტიციო ნაკადების საგადასახადო და საბაჟო შეღავათების განხორციელება.

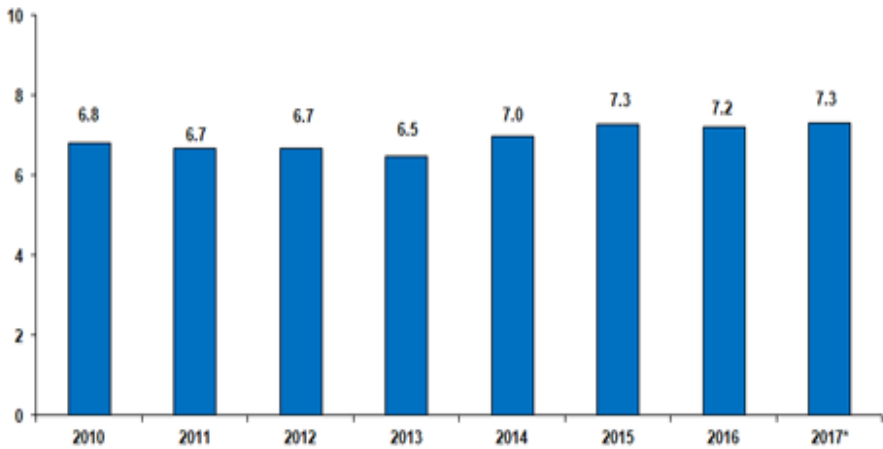
სახელმწიფოს ტურისტული პოლიტიკა ეფუძნება სტრატეგიასა და ტაქტიკას:

ტურისტული სტრატეგია - მიზნობრივი პროგრამების და განვითარების ერთიანი კონცეფციის შემუშავება, რომელთა განხორციელება მოითხოვს დროს და სოლიდურ ფინანსურ რესურსს.

ტურისტული ტაქტიკა - კონკრეტულ სიტუაციაში, კონკრეტული ზომებისა და მეთოდების გამოყენება დასახული მიზნების მისაღწევად (მაგალითად “ეროვნული ტურიზმის განვითარების სტრატეგია 2025”⁸).

8 <http://www.economy.ge/ge/media/news/saqartvelos-mtavroba-damsofllo-banki-quoterovnuli-turizmis-ganvitarebis-strategia-2025quot-s-seimusavebs>

კონცეფციის ძირითადი მიზანია თანამედროვე მაღალეფექტური და კონკურენტუნარიანი კომპლექსის შექმნა, რომელიც უზრუნველყოფს საქართველოს და უცხოეთის მოქალაქეების ეფექტიან ტურისტულ მომსახურებას, და მნიშვნელოვან წვლილს შეიტანს ქვეყნის ეკონომიკის განვითარებაში. აღნიშნული მიზმის რეალიზაციისთვის (უზრუნველსაყოფად) ვფიქრობთ საჭიროა რიგი ღონისძიებების გატარება (ტურიზმის ტაქტიკა), რომელთა შორის მნიშვნელოვანია: საერთაშორისო პრაქტიკასთან შესატყვისი ტურიზმის განვითარების ნორმატიულ-სამართლებრივი ბაზის შექმნა; პირდაპირი ინვესტიციების ხელშემწყობი მექანიზმების შექმნა შიდა და შემომავალი ტურიზმის განვითარებისთვის; ტურისტული საქმიანობის სერთიფიკაციისა და ლიცენზირების მკაცრი სისტემის დანერგვა და სხვ.



* დაზუსტებული მონაცემები გამოქვეყნდება 2018 წლის 15 ნოემბერს.

ნახ. 1 ტურიზმის წილი ქვეყნის მთლიან გამოშვებაში⁹

9 http://geostat.ge/index.php?action=page&p_id=118&lang=geo

გადამოწმებული იქნა 20.05.2018.

ნებისმიერი სახელმწიფო, რომელიც ანვითარებს ტურიზმს, მიისწრაფვის, რომ მისგან მიიღოს მაქსიმალური ეკონომიკური ეფექტი. ტურიზმის ეკონომიკური ეფექტიანობა ნიშნავს, მიიღოს მოგება (ეკონომიკური ეფექტი) ტურიზმის ორგანიზაციისაგან სახელმწიფო მასშტაბით, რეგიონის მოსახლეობის მომსახურების მასშტაბით, ტურიზმის სფეროში დასაქმებული ფირმების მასშტაბით.

ტურიზმი, როგორც მომსახურებით ვაჭრობა, მსოფლიო ბაზარზე შესაძლოა მოვიხსენიოთ როგორც უჩინარი ექსპორტი, რომელსაც შეაქვს თავისი წილი ქვეყნის საგადასახდელო ბალანსში.

პოზიტიურად უნდა იქნას მიჩნეული სიტუაცია, როდესაც ტურისტების მიერ ქვეყანაში ვალუტის შემოდინება აღემატება ქვეყნიდან ნაღდი ვალუტის გადინებას.

თანამედროვე პერიოდში, როდესაც არც თუ ისე დიდი ხნის წინ (ფაქტობრივად მიმდინარე წლის მარტის დასაწყისამდე), საქართველოს ეროვნული ვალუტა ლარი განიცდიდა დევალვაციას აშშ დოლარის და სხვა ქვეყნების ვალუტების მიმართ, უცხოური ვალუტა იძენს მეტ მსყიდველობით უნარს. ეს შესაძლოა ზოგადად მოსახლეობაში იწვევს უკმაყოფილებას (გასაგები მიზეზების გამო: მსყიდველობითი უნარის დაცემა, ფიქსირებულშემოსავლიანი მოსახლეობის რეალური შემოსავლის შემცირება, ეროვნულ ვალუტაში არსებული დანაზოგების კლება, ნეგატიური დამოკიდებულება ეროვნული ვალუტის მიმართ და სხვ), მაგრამ უნდა გახდეს უცხოელი ტურისტებისთვის სტიმულის მიმცემი, შედეგად გაზარდოს ტურისტული ნაკადების მოდინება (ტურიზმის ექსპორტი), რაც თავის თავად უნდა გახდეს მთლიანი შიდა პროდუქტის ზრდის ხელისშემწეობი ფაქტორი. როგორც ყველა ქვეყანაში ზოგადად, მათ შორის კონკრეტულად საქართველოში ტურიზმის ექსპორტის ზრდა პოზიტიურ გავლენას იქონიებს საგადასახდელო ბალანსზე, შეძლებს მზარდი უარყოფითი წმინდა ექსპორტის შემცირებას. მაგრამ უნდა ითქვას, მიმდინარე ეტაპზე

საქართველოს მთლიან შიდა პროდუქტში ტურიზმი წარმოდგენილია მოკრძალებული ხვედრითი წილით (საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის ინფორმაციით, 2017 წელს, წინასწარი მონაცემებით მისი წილი მთლიან გამოშვებაში შეადგენს 7.3 პროცენტს, ნაცვლად 7.2 პროცენტისა 2016 წელს¹⁰).

ტურიზმის სფეროებში პროდუქციის მთლიანი გამოშვება (მლნ. ლარი)				
1		2015	2016	2017*
2				
3	სასტუმროებისა და კემპინგების მომსახურება	499,3	604,0	788,1
4	რესტორნების, ბარების, სასადილოების მომსახურება და შზა საკვების მიწოდება	1 051,2	1 130,5	1 222,3
5	სარკინიგზო ტრანსპორტი	134,0	103,6	97,0
6	სხვა სახმელეთო ტრანსპორტი და საზღვაო და კაბოტაჟური წყლის ტრანსპორტი	687,5	757,9	861,2
7	საჰაერო ტრანსპორტი	203,9	210,0	283,2
8	სამოგზაურო ბიუროებისა და ტურისტული აგენტების საქმიანობა; ტურისტებისათვის დახმარების აღმოჩენა	931,2	920,7	985,5
9	სულ, ტურიზმის სფეროებში პროდუქციის მთლიანი გამოშვება	3 507,1	3 726,8	4 237,4
10	ქვეყნის პროდუქციის მთლიანი გამოშვება საბაზისო ფასებში, (მლნ. ლარი)	48 250,5	51 662,3	57 671,7
11	ტურიზმის სფეროების წილი ქვეყნის მთლიან გამოშვებაში (%)	7,3	7,2	7,3
* დაზუსტებული მონაცემები გამოქვეყნდება 2018 წლის 15 ნოემბერს.				

ნახ. 2 ტურიზმის სფეროში მთლიანი გამოშვება¹¹

ასევე უნდა ითქვას, რომ ეს სტატისტიკური მონაცემები არ გვაძლევს საშუალებას გავაკეთოთ უფრო მეტად არგუმენტირებული და კონკრეტული დასკვნები ტურიზმის განვითარების შესახებ რეგიონალურ ჭრილში, რაც საშუალებას მოგვცემდა ანალიზი გაგვეკეთებინა რომელი რეგიონი და ტურიზმის რომელი სეგმენტი (სფერო) იძლევა მეტ შემოსავალს, შეასაბამისად, რომელი სფერო საჭიროებს მეტ დახმარებას. კვლევის პერიოდში სამწუხაროდ ვერ მოვიძიეთ ოფიციალური ინფორმაცია თუ რა წილითაა წარმოდგენილი ამა თუ იმ რეგიონის მთლიან შემოსავლებში ტურიზმიდან შემოსავალი, რაც შეეხება ე.წ. ექსპერტულ შეფასებებს

10 http://geostat.ge/index.php?action=page&p_id=118&lang=geo

გადამოწმებული იქნა 20.05.2018.

11 http://geostat.ge/index.php?action=page&p_id=118&lang=geo

გადამოწმებული იქნა 20.05.2018.

და სტატისტიკა, არც თუ ისე იშვიათად მას ტენდენციური ხასიათი აქვს და ნაკლებ სარწმუნოდ მიგვაჩნია.

ის თუ რა გავლენას ახდენს საგადასახდელო ბალანსის მდგომარეობა ქვეყნის მშპ-ზე, განისაზღვრება შემდეგი ფორმულით:

$$\text{მშპ} = \text{ხ}_{\text{სამ}} + \text{ინ} + \text{ს}_{\text{მო}} + (\text{ექსპ} + \text{იმპ})$$

სადაც, $\text{ხ}_{\text{სამ}}$ არის სამომხმარებლო ხარჯი;

ინ - ინვესტიციები;

$\text{ს}_{\text{მო}}$ - სამთავრობო დანახარჯი;

ექსპ - ექსპორტი;

იმპ - იმპორტი.

მოყვანილი ფორმულად კარგად ჩანს, რომ თუ იმპორტი აღემატება ექსპორტს, მაშინ ქვეყნის მშპ-ს ექნება ნაკლები მაჩვენებელი. ამიტომ საქართველოს ეკონომიკისთვის ხელსაყრელია მოვიზიდოთ რაც შეიძლება მეტი ტურისტი ქვეყანაში, და დავაინტერესოთ ისინი დახარჯონ მეტი ფულადი რესურსი, ვიდრე ქვეყნიდან გასული ტურისტი (საქართველოს მოქალაქე, რეზიდენტი) დახარჯავს საზღვარგარეთ მოგზაურობისას.

ტურიზმის პირდაპირი გავლენა ზოგადად ქვეყნის ეკონომიკაზე და კონკრეტულად რეგიონზე - ეს არის ტურისტიდან შემოსავალი, რომელსაც იგი შეიძენს ქვეყანაში ტურიზტული პროდუქტის და მომსახურებისთვის. პირდაპირი გავლენა გაიგება, როგორც ტურისტების ფულადი შენატანი ტურისტული კომპანიის მუშაკთა მატერიალური უზრუნველყოფის და ახალი სამუშაო ადგილების შექმნაში. ტურისტების დანახარჯები ზრდის ტურისტული რეგიონის შემოსავლებს, რომელიც თავის მხრივ ქმნის შემდეგ ჯაჭვს „ხარჯი - შემოსავალი - ხარჯი“ და ა.შ. აქედან გამომდინარე მთლიანი შემოსავლის გაანგარიშება ტურიზმიდან საკმაოდ რთულია,

კოდი	სექციის დასახელება	2018*		
		იანვარი-აპრილი	I კვ.	აპრილი
	იმპორტი - სულ	2 821 805,4	2 094 399,1	727 406,3
	მათ შორის:			
0	საკვები პროდუქტები და ცოცხალი ცხოველები	305 673,5	222 008,9	83 664,6
1	სასმელები და თამბაქო	58 159,3	40 218,0	17 941,3
2	არასაკვები ნედლი მასალები, საწვავის გარდა	185 707,5	128 352,0	57 355,5
3	მინერალური საწვავი, საცხები და მათთან დაკავშირებული მასალები	460 556,2	367 139,0	93 417,2
4	ცხოველური და მცენარეული ზეთები, ცხიმები და ცვილები	17 598,0	12 090,4	5 507,6
5	ქიმიკატები და მასთან დაკავშირებული პროდუქტები, სხვაგან დაუსახელებელი	301 679,3	221 946,8	79 732,6
6	სამრეწველო საქონელი (ზაწარმი) ძირითადად კლასიფიცირებული შემადგენელი ნედლეულის მიხედვით	418 193,0	303 326,1	114 866,9
7	მანქანები და სატრანსპორტო მოწყობილობები	745 633,3	541 321,5	204 311,8
8	შერეული სამრეწველო საგნები (წივთები)	265 061,4	194 784,0	70 277,4
9	საქონელი, რომელიც სხვაგან არაა კლასიფიცირებული სესკ-ში	63 543,8	63 212,4	331,4
* წინასწარი მონაცემები.				

რამდენადაც აქ ასევე გასათვალისწინებელია არაპირდაპირ, ირიბი გავლენა რეგიონის ეკონომიკაზე.

ირიბი გავლენა („მულტიპლიკატორის ეფექტი“), გამოიხატება რეგიონში ტურიზმიდან შემოსული თანხების ცირკულაციამში. შემოსავლებიდან მულტიპლიკატორის ეფექტი შესაძლოა გამოვლინდეს სხვადასხვა კუთხით, მაგალითად რეგიონის ბიუჯეტის საგადასახადო შემოსავლები (გადასახადები, მოსაკრებლები) გაიზრდება ტურიზმის სფეროში დასაქმებული

კომპანიების მიერ ბიუჯეტის სასარგებლოდ გადახდილი თანხიდან, ტურიზმის სფეროში დასაქმებული კომპანიები (იქ დასაქმებული მოსახლეობის ნაწილი), შეიძენს მეტი რაოდენობის ადგილობრივი წარმოების პროდუქტსა და მომსახურებას, როგორც უცხოელი ტურისტების, ასევე საკუთარი მოთხოვნილების დაკმაყოფილებისთვის და სხვ.

შემოსავლები ტურიზმიდან, ბევრად დიდი პოზიტიური შედეგის მომტანია იმ შემთხვევაში, როდესაც ტურისტული კომპანიები თავიანთი საქმიანობის განხორციელების პერიოდში შეიძენენ ადგილობრივ (რეგიონალურ) პროდუქტსა და მომსახურებას. ამ პროდუქტისა და მომსახურების გამყიდველები, თავის მხრივ გასცემენ ხელფასს მის მიერ დაქირავებულ ადამიანებზე, რომლებიც

ნახ. 3. საქართველოს იმპორტი საერთაშორისო სტანდარტული კლასიფიკაციის (SITC) სექციების მიხედვით (ათასი აშშ დოლარი)¹²

ნახ. 3. საქართველოს იმპორტი ფართო ეკონომიკური კატეგორიების (BEC) მიხედვით (ათასი აშშ დოლარი)¹³

ასევე შემოსავალს ხარჯავენ საქონლისა და მომსახურების შეძენაზე, წაახალისებენ ეკონომიკის სხვა სფეროს დარგებს. მაგრამ თუ დასაქმებული მათ მიერ გამომუშავებული ხელფასის მნიშვნელოვან ნაწილს დახარჯავენ იმპორტირებული პროდუქციის შეძენაზე, მაშინ ჩვენს მიერ მოყვანილი ზემოთ ციკლი, ჯაჭვი („ხარჯი - შემოსავალი - ხარჯი“), იქნება მოკლე და საბოლოო ჯამში ადგილი ექნება რეგიონიდან, მთლიანობაში ქვეყნიდან ნაღდი ფულის გადინებას. პირდაპირი და ირიბი შემოსავლები კომბინაცია დიდ გავლენას ახდენს, როგორც კონკრეტული რეგიონის, ასევე მთელი

12 http://geostat.ge/?action=page&p_id=133&lang=geo გადამოწმებული იქნა 20.05.2018.

13 http://geostat.ge/?action=page&p_id=133&lang=geo გადამოწმებული იქნა 20.05.2018.

ქვეყნის ეკონომიკაზე. ისიც გასათვალისწინებელია, რომ ტურიზმიდან შემოსული თანხების მთლიანი მოცულობა ვერ იქნება ათვისებული რეგიონში და ნაწილი გაედინება, მაგრამ სასურველია რაც სეიდლება ნაკლები ნაღდი ფულის გადინებას ქონდეს ადგილი. რა მეტი თანხა „დამაგრდება“ ადგულზე, შესაბამისად მეტი იქნება მულტიპლიკატორის ეფექტი.

ზემოთ აღნიშნულიდან შესაძლებელია აღვნიშნოთ, რომ

კოდი	კატეგორიის დასახელება	2018*		
		იანვარი-აპრილი	I კვ.	აპრილი
	იმპორტი - სულ	2 821 805,4	2 094 399,1	727 406,3
	მათ შორის:			
1	საქვები პროდუქტები და სასმელები	318 964,9	231 368,0	87 596,9
2	სამრეწველო მარაგები სხვა ადგილას დაუსახელებელი	732 730,0	523 875,6	208 854,4
3	საწვავი და საცხები მასალები	456 535,6	364 593,8	91 941,8
4	კაპიტალური საქონელი (გარდა სატრანსპორტო მოწყობილობებისა), მათი ნაწილები და საკუთნოები	459 401,3	327 084,4	132 316,9
5	სატრანსპორტო მოწყობილობები, მათი ნაწილები და საკუთნოები	318 757,4	236 282,2	82 475,2
6	სამომხმარებლო საქონელი სხვა ადგილას დაუსახელებელი	472 030,2	348 106,1	123 924,1
7	დანარჩენი საქონელი სხვა ადგილას დაუსახელებელი	63 386,0	63 089,0	297,0
* წინასწარი მონაცემები.				

* წინასწარი მონაცემები.

იმისათვის რათა ტურიზმის სფეროდან მიღებული შემოსავალი (დადებითი ეფექტი) იყოს რეალური და ტურისტების რაოდენობრივი ზრდა არა მარტო სტატისტიკურ მაჩვენებლებს „ალამაზებდეს“, არამედ აისახოს რეალურ ეკონომიკაზე, ვფიქრობთ აუცილებელია საქართველოში ჩამოსულ (არც თუ ისე მცირე რაოდენობის) ტურისტებსა და ვიზიტორებს შევთავაზოთ ადგილობრივი წარმოების (რეგინში რეგიონალური და ზოგადად ქვეყანაში წარმოებული), პროდუქტი, დავაინტერესოთ („ვაიძულოთ“) მისი შემენით, რადგამ მხოლოდ მომსახურებიდან შემოსულ თანხას არ აქვს (ვერც იქნება) დიდი ეფექტი (განსაკუთრებით მულტიპლიკატორის ეფექტი დაბალია). რამდენადაც ტურისტის მიერ გაწეულ დანახარჯებში, ექსპერტული შეფასებით საკმაოდ დიდი ხვედრითი წილით გამოირჩევა დანახარჯი კვების პროდუქტებზე, თუ ჩვენ ვერ შევძლებთ

ტურისტების მიერ შეძენილი (მოხმარებული) კვების პროდუქტების მაქსიმალური რაოდენობა იყოს სამამულო წარმოების, გამოვა, რომ ტურიზმის სფეროდან მიღებული შემოსავლების დიდი ნაწილით წავახალისებთ არა ქართულ წარმოებას, არამედ იმ ქვეყნებისას საიდანაც ვეწევით კვების პროდუქტების იმპორტს. სამწუხაროა რომ კვების პროდუქტების იმპორტი საკმაოდ შთამბეჭდავია და დიდი მასშტაბს აღწევს (ნახ. 3. და ნახ. 4.), შედეგად დიდია თანხების გადინება („გაჟონვა“) ქვეყნიდან, მაშინ როცა შესაძლებელია ტურიზმის ინდუსტრიით მიღებული პირდაპირი და ირიბი ეფექტი კომბინაციაში იყოს უფრო დიდი, მეტი შედეგის მომტანი, როგორც მთლიანად ქვეყნის მასშტაბით, ასევე კონკრეტული რეგიონისთვის.

დასკვნა. დასკვნის სახით შესაძლებელია აღვნიშნოთ, რომ ტურიზმი არსებით გავლენას, როგორც ზოგადად ქვეყნის, ასევე კონკრეტულად მისი რეგიონის ეკონომიკურ განვითარებაზე, ხელს უწყობს ქვეყანაში უცხოური ვალუტის შემოდივნებას, აუმჯობესებს ინფრასტრუქტურას და ა.შ. ტურიზმიდან მაქსიმალური შედეგის მიღებისათვის ყოველი სახელმწიფო ამუშავებს ტურისტულ პოლიტიკას, რომელიც წარმოგვიდგება სახელმწიფოს სოციალურ-ეკონომიკური პოლიტიკის შემადგენელ ნაწილად. სახელმწიფოს ტურისტული პოლიტიკა თავის მხრივ ეფუძნება ტურისტულ სტრატეგიასა (მიზნობრივი პროგრამების და განვითარების ერთიანი კონცეფციის შემუშავება, რომელთა განხორციელება მოითხოვს დროს და სოლიდურ ფინანსურ რესურსს) და ტაქტიკას (კონკრეტულ სიტუაციაში, კონკრეტული ზომებისა და მეთოდების გამოყენება დასახული მიზნების მისაღწევად).

ტურიზმს გააჩნია მნიშვნელოვანი პოტენციალი, როგორც ქვეყნის ეკონომიკური განვითარების მნიშვნელოვან ბერკეტს, მაგრამ ის არ არის პანაცეა და შესაძლოა თან ახლდეს ეკონომიკური და სხვა სახის მანკიერებები.

ტურიზმის განვითარების უპირატესობას ქვეყნისთვის და მისი რეგიონისთვის მიეკუთვნება:

- რეგიონში ფულადი ნაკადის;
- ეროვნული შემოსავლის ზრდა;
- ახალი სამუშაო ადგილების შექმნა;
- გასართობი და დასასვენებელი ინფრასტრუქტურის რეფორმირება, რომელიც შესაძლოა გამოყენებული იქნას როგორც ტურისტების ესე ადგილობრივი მოსახლეობის მიერ;
- კაპიტალის, მათ შორის უცხოურის ზრდა;
- მოცემული ბიუჯეტის საგადასახადო შემოსავლების ზრდა.

ტურიზმის განვითარების ნეგატიური გავლენა შესაძლოა მდგომარეობდეს იმაში, რომ ტურიზმის განვითარება:

- გამოიწვევს ფასების ზრდას ადგილობრივ საქონელსა და მომსახურებაზე, სასოფლო სამეურნეო პროდუქტზე, სხვა ბუნებრივ რესურსებსა და უძრავ ქონებაზე;
- ხელს შეუწყობს ნაღდი ფულის გადინებას საზღვარგარეთ ტურიზმის იმპორტის შემთხვევაში;
- იწვევს ეკოლოგიურ და სოციალურ პრობლემებს და შესაძლოა ზიანი მიაყენოს ეკონომიკის სხვა დარგების განვითარებას.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. <http://www.economy.ge/ge/media/news/saqartvelos-mtavroba-damsofli-banki-quaterovnuli-turizmis-ganvitarebis-strategia-2025quot-seimusavebs> გადამოწმებული იქნა 20.05.2018.
2. http://geostat.ge/?action=page&p_id=133&lang=geo გადამოწმებული იქნა 20.05.2018.
3. http://geostat.ge/index.php?action=page&p_id=118&lang=geo გადამოწმებული იქნა 20.05.2018.
4. http://tourlib.net/books_tourism/kvartalnov_tourism10.htm გადამოწმებული იქნა 20.05.2018.