



ტურიზმის თანამედროვე მიმართულებების განვითარება საქართველოში

ლელა ბიჭიაშვილი
ეკონომიკის დოქტორი

საქართველოს გეოგრაფიული მდებარეობიდან გამომდინარე ისტორიულად, სხვადასხვა ეკონომიკური და კულტურული განვითარების მქონე ხალხების შემაკავშირებლის როლი ეკისრებოდა. სწორედ აქ იყრიდა თავს აღმოსავლეთისა და დასავლეთის, ასევე სამხრეთისა და ჩრდილოეთის ეკონომიკური ინტერესები. უამრავი სავაჭრო გზა გადიოდა საქართველოს ტერიტორიაზე, მათგან ერთ-ერთის, აბრეშუმის სავაჭრო გზის დასახელებაც კი კმარა. ისტორიულად საქართველოს გეოპოლიტიკური მდებარეობა ქმნიდა ქვეყნის ეკონომიკური აყვავების საფუძველს. აღნიშნულიდან გამომდინარე, საქართველოს ოდითგანვე ჰქონდა და დღესაც გააჩნია ევროპისა და აზიის და ზოგადად მსოფლიო კულტურულ-ეკონომიკური მაკავშირებლის ფუნქცია.

90-იანი წლებიდან მსოფლიო ეკონომიკაში მიმდინარე ცვლილებები დაკავშირებული იყო ბაზრების ლიბერალიზაციასთან, რაც ხორციელდებოდა კაპიტალის მობილობის გაზრდის პირობებში. ამას თან დაერთო საყოველთაო კომპიუტერიზაცია და გლობალური ინტერნეტ-ქსელის ათვისება. მეცნიერები და ექსპერტები ყოველივე ამას „თანამედროვე ეკონომიკას“ უწოდებენ, რომელიც გავლენას ახდენს ისეთი არამატერიალური სფეროს განვითარებასა და ფუნქციონირებაზე, რომელსაც მიეკუთვნება ტურისტული ინდუსტრია. ჯერ კიდევ 2001 წელს, ამერიკის შეერთებული შტატების ფედერალური სავაჭრო კომისიის განცხადებით ვაჭრობის მოცულობა ინტერნეტის მეშვეობით ორმაგდებოდა ყოველ 100

დღეში. ბუნებრივია ინტერნეტი ტურისტული ბაზრების გაფართოების საშუალებასაც იძლევა, კიდევ უფრო აღრმავებს ტურ-ოპერატორთა საერთაშორისო კავშირებს. დღეს ტურიზმი წარმოადგენს ყველაზე განვითარებულ დარგს ინტერნეტ ქსელში.

მიმდინარე მსოფლიო გლობალიზაციის პირობებში, აუცილებლად მიგვაჩნია საქართველოში ისეთი ტურისტული მიმართულების სწრაფი განვითარება, როგორიც არის ბიზნეს-ტურიზმი. რომელიც საშუალებას მისცემს საქართველოს შეასრულოს მისი ისტორიული დანიშნულება.

ბიზნეს-ტურიზმის განსაზღვრისათვის კარგად გამოდგება მისი ინგლისური აბრევიატურა, რომელსაც ხშირად მის მაგივრად იყენებენ- MICE (Meetings Incentives Conferences Exhibitions), რაც ქართულად - საქმიან შეხვედრებს, წამახალისებელ (მასტიმულირებელ) ტურიზმს, კონფერენციებსა და გამოფენებს ნიშნავს.

ბიზნეს ტურიზმი მრავალნახნაგოვანი საქმიანობაა და მის 73%-ზე მეტს საქმიანი, კორპორატიული შეხვედრები (corporate travel) შეადგენს - სადაც მოიაზრება, როგორც ინდივიდუალური საქმიანი მოგზაურობები, აგრეთვე სავაჭრო და სამრეწველო კორპორაციების მიერ დაგეგმილი შეხვედრები. საქმიანი ტურიზმის 16%-ს შეადგენს ეკონომიკური, პოლიტიკური, სამეცნიერო, რელიგიური და სხვა ორგანიზაციების მიერ განხორციელებული სემინარები, კონფერენციები და ყრილობები. ხოლო დარჩენილი 11% მოდის სამრეწველო-სავაჭრო გამოფენებში, ბაზრობებში მონაწილე ტურისტებზე.

თვითონ საქმიანი ტურიზმის (ბიზნეს ტურიზმის) მცნება მსოფლიო სტანდარტების მიხედვითაც შედარებით ახალი მცნებაა. იგი ევროპასა და ამერიკაში გასული საუკუნის 80-იანი წლების დასაწყისში გაჩნდა, ხოლო აღმოსავლეთ ევროპის ქვეყნებში კი 90-იანი წლების ბოლოს.

საქმიანი ტურიზმი (business travel) ტურიზმის ყველაზე სწრაფად განვითარებადი მიმართულებაა. თუ ზოგადად ტურიზმის ბაზარი 10-12%-ით იზრდება, ბიზნეს ტურიზმის ზრდა 30%-ს შეადგენს.

ასოციაცია „ Global Business Travel Association” კვლევის განყოფილებამ „GBTA Foundation” გამოაქვეყნა დეტალური მოხსენება, რომელშიც მსოფლიოს მასშტაბით გაანალიზებულია საქმიანი ტურისტული სექტორის მიმდინარე დანახარჯები და მისი უახლოესი

ხუთი წლის ზრდის პროგნოზი. კვლევებმა გამოავლინა, რომ 2010 წელს მონაცემები გაიზარდა 8,4%-ით - 2009 წლის მონაცემებთან შედარებით, ხოლო 2011 წელს 9,2%-ით - 2010 წელთან შედარებით და 1 ტრილიონ დოლარს მიაღწია.

კვლევების შედეგად დგინდება, რომ მსოფლიო ეკონომიკის აღდგენა ხდება ორი განსხვავებული გზით, რომელთაც სხვადასხვა ზრდის ტემპი გააჩნიათ. მაგალითად, ისეთ განვითარებად ქვეყნებში, როგორიცაა: ინდოეთი, ჩინეთი, ბრაზილია, რუსეთი - გლობალური საქმიანი ტურიზმის ზრდის ტემპი 2-3-ჯერ აღემატება ისეთი განვითარებული ქვეყნების ზრდის ტემპს, როგორიცაა: აშშ, საფრანგეთი, დიდი ბრიტანეთი და გერმანია.

2011-2015 წლების საქმიანი ტურიზმის განვითარების პროგნოზი			
განვითარებადი ქვეყნები	%	განვითარებული ქვეყნები	%
ჩინეთი	11,2	აშშ	3,8
ინდოეთი	10,8	დიდი ბრიტანეთი	5,4
რუსეთი	7,1	საფრანგეთი	3,3
ბრაზილია	7,0	გერმანია	2,9

საბაზრო საზღვრებისა და საქმიანი კონტაქტების გაფართოვება თანამედროვე ეკონომიკის პირობებში, საშუალებას იძლევა, განვითარდეს ტურიზმის ყველაზე ახალი და პერსპექტიული სახეობა - საქმიანი ტურიზმი. საქმიანი ტურიზმი დიდ როლს თამაშობს ნებისმიერი ქვეყნის ეროვნული ეკონომიკის განვითარებაში და ხელს უწყობს მის (ეროვნული ეკონომიკის) ინტეგრაციას მსოფლიო ბაზარზე. თანამედროვე ეკონომიკის პირობებში შესაძლებელი გახდა საბაზრო საზღვრების გაფართოვება დანახარჯების შემცირებით. ეს შეეხო როგორც ინფორმაციის მოძიებას, მონაცემთა გაცვლას, ასევე ურთიერთქმედების დანახარჯების ეფექტურ მართვას.

საქმიანი კომუნიკაცია, ტექნოლოგიებისა და ინფორმაციების გაცვლა, ახალი ბაზრების ათვისება, ინვესტირებისათვის ახალი

პარტნიორებისა და პროექტების მოძიება, პერსონალის კვალიფიკაციის ამაღლება - ყოველივე ეს წარმოადგენს საქმიან ტურიზმს.

მსოფლიო ეკონომიკის გლობალიზაციამ და ამ პროცესებთან დაკავშირებულმა საქმიანმა, სამეცნიერო და კულტურული კავშირების ინტენსიფიკაციამ, საქმიანი ტურიზმი გადააქცია ერთ-ერთ ნამყვან, ყველაზე შემოსავლიან და აქედან გამომდინარე მსოფლიო ტურისტული მეურნეობის დინამიურად განვითარებულ დარგად. აღნიშნული გვაცდევს იმის საშუალებას, ვუწოდოთ მას XXI საუკუნის დასაწყისის ფენომენი.

უცხოელი და სამამულო ექსპერტების აზრით, საქმიანი ტურიზმი (business travel) ყოველთვის მხარს უჭამს მსოფლიო ეკონომიკაში მიმდინარე ცვლილებებს, მომხმარებელთა მოთხოვნილებებიდან გამომდინარე, ითვისებს და სთავაზობს ახალ მომსახურებებს.

მიუხედავად იმისა, რომ ბოლო 10 წლის განმავლობაში ამ მიმართულებით მნიშვნელოვანი ცვლილებები განხორციელდა, მეცნიერები ვარაუდობენ, რომ 2010-2020 წწ. მსოფლიო ეკონომიკა სერიოზულ ცვლილებებს განიცდის. შეიქმნება პირობები, როდესაც მილიონობით ადმიანის ინტეგრაცია მოხდება განვითარებულ ბაზარზე. ზოგიერთი ექსპერტის აზრით, 2020 წლისთვის საერთაშორისო საქმიანი მოგზაურობები გაიზრდება 3-ჯერ. ამასთან ამ სექტორში ბრუნვა გაიზრდება 5-ჯერ. პროგნოზებიდან გამომდინარე, ასევე ვარაუდობენ, რომ ტურისტულ სფეროში გაიზრდება ავიაბილეთების გაყიდვებისა და ბრონის მოცულობა, აგრეთვე, გაიზრდება კორპორატიულ კლიენტებზე ტურების ცალკეული სეგმენტების რეალიზაცია საქმიანი და ინდივიდუალური მოგზაურობის ორგანიზებისათვის (სასტუმროებში განთავსება, ავტომობილის არენდა, სამედიცინო დაზღვევის მიღება და ა.შ.)

გლობალურ ეკონომიკაში დაწყებული ახალი პერიოდი აღინიშნება, როგორც ახალი და საშიში ერა- მსოფლიო ტერორისტული აგრესიის ერა. 2001 წ. 11 სექტემბრის ტერორისტული აქტი და მომდევნო ტერაქტებმა ინდონეზიაში, ლონდონში, იორდანიაში, ეგვიპტის კურორტებზე და ა.შ. - მნიშვნელოვანი საფრთხის წინაშე დააყენა თუ მთლიანად საერთაშორისო ტურიზმი არა, ყოველ შემთხვევაში ამ მრავალდარგობრივი სეგმენტის მნიშვნელოვანი

ნაწილი მიანიჭ. ეს პერიოდი მიიჩნევა ტურისტული ინდუსტრიის სავალალო პერიოდად. უამრავმა ტურისტმა უარი განაცხადა საერთაშორისო მოგზაურობაზე და უპირატესობა მიანიჭა შიდა მარშრუტებს. ამან ხელსაყრელი პირობები შეუქმნა ტურიზმის შიდა ინდუსტრიის განვითარებას: რაიონის სასტუმროებს, კემპინგებს, სათხილამურო კურორტებს და ა.შ. ამრიგად საერთაშორისო ტურიზმის ძირითადი მოთხოვნა კომფორტულ გარემოსთან ერთად ტურისტთა უსფრთხოების გარანტიებიც იქცა.

დღევანდელ პირობებში ახლო აღმოსავლეთის ქვეყნებში მიმდინარე მოვლენებმა (ეგვიპტის, სირია და ა.შ) გამოანთავისუფლა ტურისტთა დიდი ნაწილი, რომლებიც თავს არიდებენ ამ ქვეყნების ცნობილ ტურისტულ ცენტრებში დასვენებას, მიუხედავად ავიაგადაღებისა და ჰოტელიერების მიერ შექმნილი მოქნილი ფასდაკლების სისტემისა.

საქართველოს ტურინდუსტრია ეწყობა მუშაობის ახალ პირობებს, რომელიც გამოწვეულია მსოფლიო პოლიტიკური არასტაბილურობით და ეძებს ახალ გადაწყვეტილებებს. ასევე მნიშვნელოვანია ტურისტული განათლებაც თანამედროვე ეკონომიკურ გარემოში. პროფესიონალურ ტურისტულ განათლებას გვთავაზობენ უმაღლესი სასწავლო დაწესებულებები, თუმცა ევროპელი ექსპერტები აღნიშნავენ, რომ ტურიზმი ეკონომიკის ერთ-ერთ სექტორს მიეკუთვნება და თანამედროვე პირობებში არ არის რეკომენდირებული განათლების მიღება ხანგრძლივი პერიოდის განმავლობაში. საფრანგეთში ორწლიანი სწავლების შედეგად შესაძლებელი ხდება კონკურენტუნარიანი ტურისტული განათლება მიიღოს ყოველწლიურად 3000-ზე მეტმა სტუდენტმა, ამასთან აღსანიშნავია, რომ სასწავლო პროცესის ნახევარზე მეტს სტუდენტები ტურისტულ საწარმოებში ატარებენ, სადაც პრაქტიკული შეხება აქვთ იმ საკითხების გადაჭრასთან, რომლებიც მათი მომავალი საქმიანობის ძირითად მიმართულებებს წარმოადგენს.

საქართველოში ტურიზმისა და კურორტების განვითარებაში სახელმწიფო მარეგულირებელის როლი ტურიზმის სახელმწიფო სააგენტოს აკისრია, რომელსაც ევალება სწორი სახელმწიფო პოლიტიკის შემუშავება და ამ პოლიტიკის გატარებაზე ზრუნვა. ჩვენი

აზრით, აღნიშნული პოლიტიკა უნდა წარმოადგენდეს მოქნილ სისტემას, რომელიც მგრძნობიარეა და რეაგირებს ყველა ტურისტულ ბაზარზე არსებულ ცვლილებაზე, გააჩნია სიახლეების მიმართ სწრაფი ადაპტაციის და ახალი საინფორმაციო ტექნოლოგიების ათვისების უნარი, მსოფლიოში მიმდინარე ეკონომიკური და პოლიტიკური ცვლილებების გათვალისწინებით უნდა შეეძლოს სწრაფი და მოთხოვნების შესაბამისი რეაგირების მოხდენა.

ამრიგად, აღნიშნულ სტატიაში წარმოადგენილია სხვადასხვა ქვეყნების გამოცდილების მოკლე ანალიზი და კვლევა, რის საფუძველზეც მიგვაჩნია, რომ საქართველოს გეოგრაფიული მდებარეობის, ისტორიულ-კულტურული მემკვიდრეობის გათვალისწინებით, სწორი ეკონომიკური პოლიტიკის შემთხვევაში გააჩნია დიდი პერსპექტივა ტურიზმის, კერძოდ კი მისი კონკრეტული მიმართულების საქმიანი ტურიზმის (ბუსინესს ტრაველ) განვითარებისათვის.

ლიტერატურა:

1. ლ. დოლიკაშვილი , ნ. ჩეკურიშვილი , მ. ლვინჯილია - „ტურიზმის ეკონომიკა“, თბ. 2009.
2. გ. შუბლაძე. ლ. დოლიკაშვილი- „ტურიზმის მარკეტინგი“ თბ. 2009.
3. მ. მეტრეველი - „ტურიზმისა და სტუმართმასპინძლობის საფუძვლები“. თბ. 2008;
4. კოტლერი, ბოუენი, მეიკენზი. - „მარკეტინგი. სტუმართმოყვარეობა. ტურიზმი“თბ. 2007წ.
5. დ. კბილაძე, ნ. აბესაძე, ს. მეტრეველი-„სტატისტიკა ეკონომიკასა და ბიზნესში“. თბ.2008.
6. Янкевич В.С. – Маркетинг в гостиничной индустрии и туризме. М., 2005.
7. www.tourizm.gov.ge
8. www.cooltourcompany.com
9. www.unwto.org
10. www.marketingpower.com
11. www.businessweek.com
12. www.tourprom.ru/news