

ტურისტული მომსახურების ბაზრის გლობალიზაცია

მედეა ქავთარაძე

ედ, ბათუმის საზღვაო აკადემიის
ასოცირებული პროფესორი

ნათია ბეჟანიძე

ედ, ბათუმის შოთა რუსთაველის
სახელმწიფო უნივერსიტეტის დოქტორანტი

მსოფლიო მნიშვნელოვანი ცვლილებების ეპოქაშია, რაც დაკავშირებულია ეკონომიკის ახალი ტიპის — გლობალური ეკონომიკის გაჩენასთან. მისი განმასხვავებელი თავისებურება მდგომარეობს იმაში, რომ ეკონომიკური საქმიანობის ყველა ძირითადი სახეები — საქონლისა და მომსახურების წარმოება და მოხმარება, მართვა, ინფორმაციის და ტექნოლოგიების გავრცელება, ბაზრების ფუნქციონირება — ხორციელდება გლობალური მასშტაბით. ასე მაგალითად, მ. კასტელსი გლობალურ ეკონომიკას განსაზღვრავს როგორც “ეკონომიკას, რომელსაც შეუძლია იმუშაოს, როგორც ერთიანი სისტემა რეალურ დროით რეჟიმში, მთელი მსოფლიოს მასშტაბით”[1].

გლობალიზაციის პროცესები, ფართო გაგებით, ხასიათდება ეკონომიკური, პოლიტიკური და საზოგადოებრივი ცხოვრების ძირითად სფეროებში ურთიერთკავშირების და ურთიერთდამოკიდებულებების მკვეთრი გაძლიერებითა და გართულებით, რომელიც იძენს პლანეტარულ მასშტაბებს. გლობალიზაცია გამოიხატება მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყნებს შორის მზარდ ურთიერთდამოკიდებულებებში, რაც განპირობებულია საქონლისა და მომსახურებების მზარდი მოცულობების მოძრაობით და მათი გავრცელების მასშტაბების მნიშვნელოვანი გაფართოებით, აგრეთვე ყველა სახის ტექნოლოგიების სწრაფი და ფართო გავრცელებით.[2].

გლობალიზაციის საფუძველს წარმოადგენს მსოფლიო მეურ-

ნეობის ინტერნაციონალიზაციის პროცესი. განსაკუთრებული ინტენსივობით აღნიშნული პროცესი განვითარდა XXს. 60-ნი წლებიდან. ინტერნაციონალიზაციას მივყავართ საერთაშორისო ეკონომიკური თანამშრომლობის განვითარებისაკენ, მისი გაღრმავებისა და ინტენსიფიკაციისაკენ. ამ პროცესის მთავარ მაჩვენებელს წარმოადგენს სახელმწიფოთა შორის ეკონომიკური გაცვლის გაძლიერება, რომელიც ეფუძნება შრომის მზარდ საერთაშორისო დანაწილებას. XXს. 90-იანი წლების შუა პერიოდში აღნიშნულმა პროცესმა მსოფლიოს ეკონომიკური სივრცის მრავალჯერადი დაპატარავება და საერთაშორისო ეკონომიკური კავშირების რთული სისტემის ჩამოყალიბება გამოიწვია.

ეკონომიკური ცხოვრების ინტერნაციონალიზაციის ზრდის ყველაზე ზოგადი მაჩვენებელია საერთაშორისო ვაჭრობის მოცულობის გადიდება. ამ აზრით, მომსახურებებით, მათ შორის ტურისტულით, ვაჭრობა გამონაკლისი არ არის. მომსახურებებით საერთაშორისო ვაჭრობა მნიშვნელოვნად გაიზარდა XXს. ბოლო მესამედში. 1995 წელს მომსახურებების ექსპორტის ყოველწლიურმა მოცულობამ ერთ ტრლნ. დოლარს გადააჭარბა. ხოლო საქონლისა და მომსახურებებით ვაჭრობის საერთო ღირებულებაში მომსახურებების წილმა შეადგინა მეოთხედი. თუ 1980 წელს მომსახურებების მსოფლიო ექსპორტი შეადგენდა 367 მლრდ. დოლარს, 1981 წ. - 803 მლრდ., 2001 წელს ეს მაჩვენებელი 1350 მლრდ. დოლარი იყო. E.ი. XX საუკუნის ბოლო მესამედში მომსახურებების მსოფლიო ექსპორტი ყოველ 10 წელიწადში თითქმის ორჯერ იზრდება[3].

მომსახურებებით ვაჭრობა თანამედროვე ეტაპზე სწრაფად ფართოვდება და სულ უფრო მსხვილ მასშტაბებს იძენს, რითაც მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს ეროვნული ეკონომიკისა და მსოფლიო მეურნეობის განვითარებაზე. მომსახურებების წარმოება განვითარებული ქვეყნების მთლიანი შიდა პროდუქტის სტრუქტურაში ყველაზე დინამიური მუხლია.

ზოგიერთი ქვეყნის მშპ-ს მოცულობა და სტრუქტურა, 2001 წ.

ქვეყანა	მშპ მოცულობა მლრდ. დოლ.	სოფლის მეურნეობა, %	მრეწველობა %	მომსახურე- ბები, %
აშშ	9612680	2,0	18,0	80,0
იაპონია	3394373	2,0	35,0	63,0
გერმანია	2062239	1,2	30,4	68,4
საფრანგეთი	1426548	3,3	26,1	70,6
ბელგია	278629	1,4	26,0	72,6
დიდი ბრიტანეთი	1404385	1,7	24,9	73,4
დანია	147417	3,0	25,0	72,0
ესპანეთი	1363003	2,5	30,4	67,1
კანადა	8560903	3,0	31,0	66,0

წყარო: География: Справочник. М., 2004; Устинов И. Н. Мировая торговля. М., 2002

რა თქმა უნდა მომსახურების გლობალიზაცია განსაკუთრებით დიდ როლს თამაშობს განვითარებული ქვეყნების ეკონომიკაში, მაგრამ არანაკლებ მნიშვნელოვანია მომსახურების ბიზნესის როლი ჩვენი ქვეყნის ეკონომიკაშიც, რამდენადაც ამ სფეროში ინარმოება ქვეყანაში წარმოებული მთლიანი შიდა პროდუქტის 60%, ხოლო დასაქმებულთა რიცხოვნობა შეადგენს ქვეყნის მასშტაბით დასაქმებულთა 59%[4]. მომსახურების ბიზნესის როლის ამაღლება, ძირითადად განპირობებულია მრეწველობის მთელი რიგი დარგების გაუქმებით.

XXI საუკუნის დასაწყისში ყველა სახის მომსახურებების წილი დასავლეთის განვითარებული ქვეყნების მშპ-ში მიუახლოვდა 70%. ამავე დროს შეინიშნება დასაქმებულთა რიცხოვნობის ზრდა მომსახურების სფეროში. აშშ-ში ეს მაჩვენებელი დაახლოებით 80%-ია. აღსანიშნავია, რომ მომსახურებებით მსოფლიო ვაჭრობაში

მსოფლიო ეკონომიკა

უდიდესი მნიშვნელობა აქვს სატრანსპორტო მომსახურებებს და ტურიზმს — ცალკეული მათგანის წილად მოდის თითქმის მეოთხედი (ცხრ. 2).

ცხრილი №2

მომსახურებების მსოფლიო ექსპორტის დარგობრივი სტრუქტურა, 2001 წ.

მომსახურებების დარგები	1988 წ.	1990 წ.	1994 წ.	2001 წ.
მომსახურებების ყველა სახეობები	653,2	853,0	1100,0	1460
ტრანსპორტი	167,2	209,2	250,4	340
მათ შორის სამგზავრო ტრანსპორტი	36,2	49,6	56,9	-
ფრახტი	83,6	103,3	125,0	-
ტრანსპორტის სხვა სახეები	47,7	56,3	68,1	-
მოგზაურობები	190,1	246,9	321,1	465,0
მომსახურებების სხვა სახეები	252,4	349,0	479,1	655,0

წყარო: Дюмулен И. И. Указ. соч. С. 34.

ცხრილი გვიჩვენებს, რომ ტურიზმი, როგორც საერთაშორისო ეკონომიკური ურთიერთობების ერთ-ერთი ფორმა, დღეისათვის იძენს უდიდეს მასშტაბებს და მისი წილი მომსახურებების მსოფლიო ექსპორტის სტრუქტურაში განუხრელად იზრდება და 2001 წელს შეადგინა 465 მლრდ. დოლარი. ტურისტების ჩამოსვლების რიცხოვნობა გაიზარდა 592.1 მლნ ადამიანამდე. თუმცა ტურისტების რიცხოვნობის ზრდის მაჩვენებელი არაერთგვაროვანია მსოფლიოს სხვადასხვა რეგიონებში. გლობალიზაციის თავისებურებას წარმოადგენს, აგრეთვე, გლობალური ეკონომიკის რეგიონალიზაცია. მაგალითად, მ. კასტელსი აღნიშნავს, რომ გლობალური ეკონომიკის სისტემური მახასიათებელია მისი შიდა

დაყოფა რეგიონებად. M მ. კასტელის აზრით, ტურისტული მომსახურებების საერთაშორისო ვაჭრობის სფეროში შესაძლოა სამი რეგიონის გამოყოფა: ჩრდილოეთ ამერიკა, ევროკავშირი და აზია — წყნარი ოკეანის რეგიონი. სტატისტიკური მანაცემები გვიჩვენებენ, რომ ტურიზმის ყველაზე უფრო დინამიური განვითარება მოსალოდნელია აზია - წყნარი ოკეანის რეგიონში, სადაც ჩამოსვლის ზრდის ტემპი 2.5-ჯერ აღემატება ევროპის ანალოგიურ მაჩვენებელს, ხოლო ამერიკისას კი თითქმის 2-ჯერ. (ცხრ. 3).

ცხრილი №3

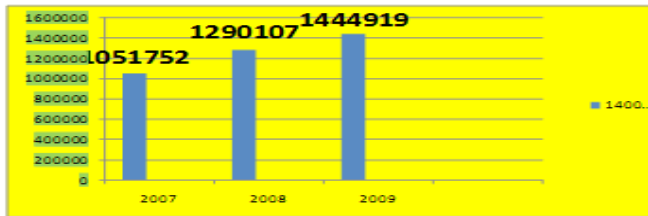
ტურისტების ჩამოსვლის დინამიკა მსოფლიოს რეგიონების მიხედვით

რეგიონები	1995 წ.	2000 წ.	2010 წ.	2020 წ.	2020 წ.,% -ში 1995 წ-თან
ევროპა	335	390	527	717	214,0
აზია-წყნარი ოკეანის რეგიონი	80	116	231	438	547,5
ამერიკა	111	134	195	285	256,8

წყარო: Гуляев В. Г. Туризм: Экономика и социальное развитие. М., 2003. С. 281

რაც შეეხება საქართველოს, 2007 წელს ჩვენს ქვეყანაში ჩამოვიდა 1051752 ტურისტი[5]. 2008 წელს კი ტურისტთა რაოდენობა გაიზარდა მხოლოდ 22%-ით, რადგან იმ დროისათვის საკურორტო სეზონის შუა პერიოდი იყო და რომ არა აგვისტოს ომი, ეს მაჩვენებელი გაცილებით მეტი იქნებოდა. ხოლო 2009 წელს წინა წელთან შედარებით ზრდა მხოლოდ 12%-ს შეადგენდა, რაც მიუთითებს იმაზე, თუ რამდენად მნიშვნელოვანია გარე გარემოს ფაქტორი - “პოლიტიკური სტაბილურობა” ტურიზმის განვითარებისათვის.

საქართველოს სახელმწიფო საზღვარზე ტურისტების ჩამოსვლის
რაოდენობა 2007-2009 წლებში



საერთაშორისო ტურიზმში გლობალიზაცია გახდა ერთ-ერთი ძირითადი ტრენდი, რომელსაც მოჰყვა ბაზრის უმნიშვნელოვანესი წილის და გავლენის სფეროს კონცენტრაცია უმსხვილეს კომპანიათა ხელში. ტურისტულ ბაზარზე გლობალიზაციის პროცესები ხასიათდება შემდეგი თვისებებით: ტექნოლოგიების ცვლილება, სატრანსპორტო ინფრასტრუქტურის მოდერნიზება, საქმიანი აქტივობის ინტერნაციონალიზაცია, საერთაშორისო ტურიზმის რეგულირების მექანიზმის შემუშავება.

ტექნოლოგიების ცვლილებამ და ინფორმაციის გადაცემამ მომსახურების მრავალი სახე ვაჭრობისადმი უნარიანი გახადა. გლობალური ეკონომიკის რეალურად ფუნქციონირებაზე მიუთითებს ინტერნეტის მეშვეობით ელექტრონული ვაჭრობის განვითარება. ინტერნეტის გავრცელებაზე მიგვითითებენ შემდეგი ციფრები: 2001 წელს მომხმარებელთა რაოდენობა 400 მლნ-ზე მეტს ითვლიდა, 2005 წელს მათი რიცხვი გაიზარდა 1 მლრდ-დე, ხოლო 2010 წელს — 2 მლრდ-დე[6]. დიდ როლს თამაშობს ინფორმაციის ინდექსი. ანუ პერსონალური კომპიუტერების გავრცელების დონის მაჩვენებელი (ცრილი 4), რომელიც ქვეყნებს შორის განსხვავებულია (ცხრ. 4).

უახლესი კომუნიკაციების გამოყენებაში ლიდერებია - აშშ, იაპონია, და დასავლეთ ევროპის ზოგიერთი ქვეყანა (იტალია, დიდი ბრიტანეთი, გერმანია). ინფორმაციულმა რევოლუციამ ხელი შეუწყო ტურისტული კავშირების გაფართოებას. ტურისტული პროდუქტი — ერთ-ერთი ყველაზე უფრო მოთხოვნილია

ზოგიერთ ქვეყანაში და რეგიონში ინფორმატიზაციის დონე აშშ-თან
მიმართებაში, %

ქვეყანა (რეგიონი)	ინფორმატიზაციის ინდექსი
აშშ	100
ახალი ინდუსტრიული ქვეყნები	92
დასავლეთ ევროპა	91
იაპონია	86
რუსეთი	8
არაბეთი	4,4
ინდოეთი	0,6

წყარო: Чугров С. Япония в век информатизации МЭ и МО. 2004. № 10.
С. 105

ინტერნეტში. მაგალითად, ინტერნეტის მეშვეობით მომხმარებლები იღებენ მოგზაურობების შესახებ ინფორმაციის დაახლოებით 68.2%-ს. ინტერნეტის მეშვეობით ხორციელდება დაჯავშვნა. ინტერაქტიული სააგენტოების მომსახურებით სარგებლობის პირველხარისხიდან მოტივად მომხმარებლები ასახელებენ მოხერხებულობას (78.4%), მეორე ადგილზეა — ყიდვის მომენტში ზენოლის არ არსებობა (66.4 %), მესამეზე — დროის ეკონომია (64.2 %) და ინფორმაციის მიღების შესაძლებლობა უშუალოდ ტუროპერატორისაგან. უნდა აღინიშნოს, რომ განაწილების გლობალური სისტემები, რეზერვირებისა და დაჯავშნის სისტემები, ისეთები, როგორიცაა “გალილეო”, “ამადეუსი” და სხვ. მნიშვნელოვან როლს თამაშობენ საერთაშორისო ტურიზმში, რადგან მომხმარებლები აქტიურად იყენებენ მათ, როგორც სატრანსპორტო საშუალებებზე და სასტუმროებში ადგილების განაწილების არხების და ტურისტული პროდუქტის მარკეტინგული ინსტრუმენტების სახით.

გლობალურ ეკონომიკაში დიდ როლს თამაშობს ელექტრონული კომერცია. ტურისტულ ბიზნესში ელექტრონულ ვაჭრობას შეუძლია რადიკალურად შეცვალოს ტურისტული პროდუქტების წარ-

მოებისა და გავრცელების სტრუქტურა და აღმოფხვრას მოთხოვნა ისეთ დამატებით (დამხმარე) სტრუქტურებზე, როგორიცაა: განმანანილებელი არხები, საბითუმო ტუროპერატორები და ტურაგენტები. ტელეკომუნიკაციური და ინფორმაციული ტექნოლოგიები იძლევიან ინფორმაციის ნებისმიერი მანძილიდან, დროის ნებისმიერ რეჟიმში მიღების შესაძლებლობას, მათ შორის on-line რეჟიმში.

მაღალი ტემპებით განვითარდება ტურისტების სატრანსპორტო მომსახურების ინდუსტრია. ერთ-ერთ უმსხვილეს დარგს წარმოადგენს ავიასატრანსპორტო მომსახურების სექტორი. განუული მომსახურების საერთო ღირებულებამ 2000 წელს შეადგინა 1 ტრილიონ დოლარზე მეტი. ავიასატრანსპორტო მომსახურების ბაზრის დაახლოებით 70% მოდის მგზავრთა გადაყვანაზე, ამასთან, საერთაშორისო ტურისტული ჩამოსვლების საერთო რიცხოვნობიდან 40% მოდის საჰაერო ტრანსპორტზე[7]. საკმაოდ მაღალი პოპულარობით სარგებლობს საკრუიზო ტურიზმი. მიუხედავად გლობალური ეკონომიკური დაცემისა, ევროპის საკრუიზო ინდუსტრიის მაღალი ზრდა გრძელდება. კრუიზების გლობალური ინდუსტრიის საერთო წვლილი ევროპის ეკონომიკაში 2006 წელთან შედარებით გაიზარდა 54% -ით და 2011 წელს შეადგინა €36700 მლნ[8].

საერთაშორისო და შიდა ტურიზმის გაფართოება, მათ შორის საქმიანი მიზნებით დასასვენებლად გამგზავრება, წლის განმავლობაში რამდენიმე მოკლევადიანი მოგზაურობის განხორციელების ტენდენცია (შვებულების დანანილება) ხელს უწყობს საჰაერო ტრანსპორტით მომსახურების მოთხოვნის გაზრდას. მსოფლიო ტურისტული ორგანიზაციის პროგნოზით 2015 წლამდე ვარაუდობენ მგზავრთა რიცხოვნობის გადიდებას, რომლებიც სარგებლობენ საჰაერო ტრანსპორტით, ყოველწლიურად 3%-ით. ყველაზე მაღალი ზრდაა მოსალოდნელია ახლო აღმოსავლეთში 4.8% წლიურად. სწრაფი ტემპებით გაიზრდება მგზავრთა რიცხოვნობა ევროპის კონტინენტზე — 3.15 % წლიურად; აზია - წყნარი ოკეანის რეგიონშიც ასევე პროგნოზირდება მგზავრთა რიცხოვნობის ზრდის მაღალი ტემპი - 2.7% წლიურად. მაღალი ტემპებით განვითარდება საზღვაო და

სამდინარო კრუიზების ინდუსტრია — დაახლოებით 5% წლიური ზრდა[8]. სარკინიგზო გადაზიდვების ინდუსტრია განვითარდება ტრანსკონტინენტალური და შიდაკონტინენტალური ჩქაროსნული რკინიგზების ხარჯზე. თანდათან შემცირდება საავტომობილო ტურისტული გადაზიდვების ხვედრითი წილი. სატრანსპორტო საშუალებების შეფასების ყველაზე მნიშვნელოვან კრიტერიუმად ითვლება კომფორტის დონე, გადაადგილების უსაფრთხოება, ეკოლოგიური უსაფრთხოება, გადაზიდვის ღირებულება, სისწრაფე, ტევადობა.

გარდა ამისა, გლობალიზაციის მნიშვნელოვანი მახასიათებელია საქმიანი აქტივობის ინტერნაციონალიზაცია. ტურისტული ბიზნესის ინტერნაციონალიზაციის მიზეზს წარმოადგენს ტურპროდუქტის თავისებურება. ტურპროდუქტი, როგორც ცნობილია, წარმოადგენს მომსახურებების კომპლექსს, რომელსაც სთავაზობენ ტურისტს და რომელიც ხშირად გამოიყენება საზღვარგარეთ. მწარმოებელი მაქსიმალური მოგების მისაღებად ცდილობს თავისი გავლენა განავრცოს ტურიზმის სხვა სფეროებზეც. მაგალითად, საჰაერო და საკრუიზო კომპანიებს შეუძლიათ ტუროპერატორებთან, სასტუმრო სექტორთან გაერთიანება. ინიციატივა ხშირად მოდის იმ ფირმებიდან, რომლებიც ბაზირებულნი არიან ტურისტების მომწოდებელ ძირითად ქვეყნებში და რომლებიც ტურისტული მოთხოვნის და ტურისტული ბაზრის განვითარების ტენდენციების შესწავლის წყალობით კონკურენტული უპირატესობების მქონენი არიან.

გლობალურ ინტეგრაციულ პროცესებში აქტიურ როლს თამაშობენ ტრანსნაციონალური კორპორაციები. მათი წარმოშობა განპირობებულია წარმოების კონცენტრაციითა და კაპიტალის ცენტრალიზაციით. ტრანსნაციონალურად ითვლება კომპანია: თუ მას გააჩნია ფილიალებისა და შვილობილი კომპანიების ფართო ქსელი საზღვარგარეთ; თუ მისი საქმიანობა ვრცელდება მსოფლიოს მრავალ ქვეყანაში; თუ შემოსავლებისა და მოგების წილი საზღვარგარეთული საქმიანობიდან საეთო შემოსავლებსა და მოგებასთან შეფარდებით ძალიან მაღალია. ტურისტულ ბიზნესში ტნკ-ს შექმნის ნათელ მაგალითს წარმოადგენს უმსხვილესი ინტეგრირე-

ბული სასტუმროების ჯაჭვი, რომელთა შტაბ-ბინები განლაგებულია აშშ-ში, თუმცა წლიდან წლამდე იზრდება სხვა ქვეყნების როლიც სასტუმრო ბიზნესის მართვაში. ყველაზე ცნობილ სასტუმრო კომპლექსებს, რომელთა მართვა ხორციელდება აშშ-დან მიეკუთვნება Hospitality Franchise System (4400 სასტუმრო 65 ქვეყანაში, ნომრების რაოდენობა 435000), Holiday Inn Worldwide (2031 სასტუმრო 62 ქვეყანაში, ნომრების რაოდენობა 365309), Best Western International (3401 სასტუმრო 60 ქვეყანაში, ნომრების რაოდენობა 276659), Marriott Hotel (898 სასტუმრო 27 ქვეყანაში, ნომრების რაოდენობა 186656), ITT Sheraton (417 სასტუმრო 61 ქვეყანაში, ნომრების რაოდენობა 129937)[9].

სხვა ქვეყნები, რომლებშიც არსებობს სასტუმრო ჯაჭვების შტაბ-ბინები, ეს არის საფრანგეთი (Accor, Club Mediterranee), დიდი ბრიტანეთი (Forte Hotels, Hilton International), გერმანია (Robinson Club GmbH), ესპანეთი (Grupo Sol Melia). საერთაშორისო ჯაჭვში გაერთიანება გულისხმობს, რომ სასტუმროები ატარებენ საჭირო მოქმედებებს თავიანთი კონკურენტუნარიანობის ასამაღლებლად. ცნობილ კორპორაციებს შემუშავებული აქვთ განსაკუთრებული წესები და სტანდარტები, რომლებიც უზრუნველყოფენ მასში შემავალი სასტუმროების კლიენტების მომსახურების სტილის და სცენარის თავისებურებებს. თუმცა, საქმიანი აქტივობის ინტერნაციონალიზაციის პროცესები გამოიხატება არა მარტო სასტუმრო ბიზნესის სფეროში, არამედ სარესტორნე ბიზნესში (McDonalds, Pizza Hart), ტუროპერატორების სექტორში, საჰაერო (მსოფლიო ალიანსების შექმნა) და საკრუიზო გადაზიდვების სფეროში.

გლობალიზაციის პროცესებს თან ახლავს კონკურენტული ბრძოლის მკვეთრი გამწვავება. ტურიზმის სფეროში ფეხს იკიდებენ და შემდგომ ინერგებიან სამრეწველო კომპანიები, ბანკები, ასოციაციები და გაერთიანებები. ბაზრის მრავალი მონაწილე ამცირებს საქმიანობას თავის ტარდიციულ დარგში და მიმართავს ძალისხმევას ტურიზმის სფეროში, რომელიც უფრო მომგებიანად ითვლება. ტურისტულ ბაზარზე წარმოიქმნა კონგლომერატები. მაგალითად, კომპანია Cendant, რომელიც საქმიანობს მსოფლიოს 100-ზე მეტ ქვეყანაში, ტურისტული ბიზნესიდან იღებს შემოსავ-

ლების 32%-ს. უძრავი ქონების ბაზარზე ის ცნობილია ბრენდი „Century 21“-ით (საშუალოდ ყოველ წუთში ხდება 1 ობიექტის ყიდვა-გაყიდვა), ამავე დროს არის მანქანების პარკის მფლობელი (700 ათასი მანქანიდან ყოველ 2 წამში იჯარით გაცემა 1 მანქანა) და სასტუმრო ფრანშიზისა და თაიმშერის მსოფლიო ლიდერი. 2001 წელს კომპანიამ შეიძინა გლობალური გამანაწილებელი სისტემა Galileo და სიდიდით მეხუთე ვირტუალური სააგენტო Cheap Tickets, რომელმაც უზრუნველყო საჰაერო გადაზიდვებზე მისი წვდომა და მისცა ტურისტული ინდუსტრიის ახალი პერსპექტივების გამოყენების შესაძლებლობა.

საერთაშორისო ტურიზმი წარმოადგენს საერთაშორისო ურთიერთობების შემადგენელ ნაწილს, რის გამოც წარმოიქმნება ტურისტული საქმიანობის მთელი კომპლექსის ორგანიზების და მართვის აუცილებლობა, როგორც ცალკეულ სახელმწიფოების ჩარჩოებში, ასევე საერთაშორისო დონეზე. მნიშვნელოვან როლს თამაშობს მსოფლიო ტურისტული ორგანიზაცია, რომელიც დაფუძნდა 1975 წელს და მუშაობს გაერთიანებული ერების ორგანიზაციის პატრონაჟის ქვეშ. მსოფლიო ტურისტული ორგანიზაციის საქმიანობა კონცენტრირებულია ტურიზმის ინფორმაციულ წინ ნაწევზე, მისი მნიშვნელობის გაფართოებაზე, ახალ მატერიალურ ტექნიკური ბაზის შექმნაზე.

ამგვარად, გლობალიზაცია ტურიზმის სფეროში შეიძლება განვსაზღვროთ როგორც ტურისტული ნაკადების, აგრეთვე მომსახურებათა ნაკადების, კაპიტალის, ინფორმაციის და ტექნოლოგიების მკვეთრი გაძლიერების პროცესი, რომელიც ჩვეულებრივ არ ექცევა ნაციონალური სამთავრობო რეგულირების ქვეშ. გლობალიზაციას აქვს ხანგრძლივი მოქმედების ხასიათი, მისი წამყვანი ძალა, უპირველეს ყოვლისა, არის ინფორმაციულ-კომუნიკაციური ტექნოლოგიების სფეროში რევოლუციური ცვლილებები, ბაზრების ლიბერალიზაცია და საერთაშორისო კონკურენციის გამწვავება.

**გამოყენებული ლიტერატურა და
ელექტრონული რესურსები**

1. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М., 2000. С. 105.
2. Максимова М. Проблемы стабильности мировой экономики. МЭ и МО. 2004. № 9. С. 13.
3. Дюмулен И. И. Международная торговля услугами. М., 2003. С. 19. .
4. საქართველოს სტატისტიკური წელიწდეული 2009
5. ბიზნესი და კანონმდებლობა. 2010 №23
6. Иванов Н. Человеческий капитал и глобализация . МЭ и МО. 2004. № 9 С. 21.
7. Дюмулен И. И. Указ. соч. С. 148.
8. www.world-tourism.org
9. www.hotelconsulting.ru.