

ტურიზმის დარგის განვითარების ძირითადი ტენდენციები და მიმართულებები მსოფლიოში

მარინა მეტრეველი
ეკონომიკის დოქტორი,
სტუ პროფესორი,

გიორგი ჯაბნძე
სტუ დოქტორანტი

რეზიუმე

ნაშრომში ტურიზმის დარგი განსაზღვრულია როგორც ნაწილობრივ თვითრეგულირებადი, რთული, სოციალურ-ეკონომიკური სისტემა, რომელსაც გააჩნია ისტორიული, გეოგრაფიული, ეთნიკური, მენტალური, ეკონომიკური და პოლიტიკური საზღვრები. სტატიაში წარმოდგენილი და გაანალიზებულია ტურიზმის დარგის განვითარების ძირითადი ტენდენციები მსოფლიოში. მსოფლიო ტურიზმის განვითარების ძირითად ტენდენციებად წარმოდგენილია შემდეგი პროცესები: დივერსიფიკაცია, გლობალიზაცია, გლოკალიზაცია და უახლეს კოგნიტიურ ტექნოლოგიებთან (ინდუსტრია 4.0) დაკავშირებული ინოვაციების წარმოშობა ტურიზმში.

სტატიაში განხილულია ტურისტული პროდუქტების ისეთი ახალი სახეობები, როგორიცაა: ე-ტურიზმი, მ-ტურიზმი, სოციალურად პასუხისმგებელი ტურიზმი, „შემთხვევითი“ და „საიდუმლო“ ტურიზმი და აგრეთვე ბოლო დროს წარმოქმნილი „ჭკვიანი ქალაქის“ კონცეფციები.

ნაშრომში განსაკუთრებული ყურადღება ეთმობა ტურისტული პროდუქტების პერსონალიზებას.

საკვანძო სიტყვები: ტურიზმის მსოფლიო ტენდენციები, ინოვაციური ტურისტული პროდუქტები, ტურისტული პროდუქტის პერსონალიზება.

შესავალი

ტურიზმის დარგი სისტემური ხასიათის ფენომენია. ტურისტული სისტემა (სისტემის ზოგადი დეფინიციიდან გამომდინარე), შეიძლება განვსაზღვროთ როგორც რთული, ნაწილობრივ თვითმართვადი სოციალურ-ეკონომიკური სისტემა. მას გარკვეული ისტორიული, გეოგრაფიული, ეთნიკური, სულიერი, პოლიტიკური და ეკონომიკური საზღვრები აქვს. იგი წარმოადგენს, კულტურულ-ისტორიული, ინფრასტრუქტურული, საორგანიზაციო და ტექნიკური კომპონენტების გაერთიანებას ტერიტორიის მოსახლეობის ბაზრის იმ მონაწილეებთან, რომლებიც აწარმოებენ და ყიდნიან ფასეულობებს ტურისტთა მოხმარებისთვის.

ნაშრომის მიზანია მსოფლიოში ტურიზმის დარგის განვითარების ძირითადი ტენდენციებისა და ინოვაციურ პროდუქტთა გამოკვლევა და გაანალიზება.

მოცემული მიზნის განხორციელებისთვის დასახული გვაქვს შემდეგი ამოცანები:

- მსოფლიოში ტურიზმის განვითარების ძირითადი ტენდენციების დახასიათება და გაანალიზება;
- ტურიზმის ინოვაციური განვითარების მიმართულებათა გამოკვლევა.

კვლევა განხორციელდა ლოგიკური ანალიზის, სინთეზის, შედარებისა და სტატისტიკის მეთოდების გამოყენებით.

ნაშრომი ეფუძნება:

- ტურიზმის დარგის ქართველ და უცხოელ მკვლევართა მათ შორის: ე. ბარათაშვილის, მ. მეტრეველის, ნ. პაპაჩაშვილის, უცხოელი ავტორების რ. რობერტსონის, მ. სმიტის, ნ. მაკლეოდის, ჰ. კეისა და სხვა მეცნიერთა მოსაზრებებსა და დებულებებს;
- საერთაშორისო ორგანიზაციების, პროგრამებისა და კვლევითი პროექტების, მათ შორის: მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციის (UNWTO), გაეროს ვაჭრობისა და განვითარების კონფერენციის (UNCTAD), G-20-სა და სხვა ორგანიზაციების დოკუმენტებს.

ძირითადი ტექსტი

ტურიზმის სისტემის დახასიათება

ტურიზმის მსოფლიო სისტემა სწრაფი ტემპებით ვითარდება. ტურიზმის წილი შეადგენს მსოფლიოს მთლიანი შიდა პროდუქტის დაახლოებით 0,9%-ს, მსოფლიო ექსპორტისა 6%-ს, მათ შორის - მომსახურების მსოფლიო ექსპორტის დაახლოებით 30%-ს. 260 მილიონზე მეტი სამუშაო ადგილი უკავშირდება ტურიზმსა და მოგზაურობებს (ამასთან, 100 მილიონზე მეტი უშუალოდ ამ დარგში მუშაობს). 2020 წლისათვის - საერთაშორისო მასშტაბით - შემსვლელ ტურისტთა რაოდენობა 1,36 მილიარდს მიაღწევს, ხოლო 2030 წლისათვის - 1,8 მილიარდს. ესე იგი, მოგზაურობებს უკვე დედამიწის ყოველი მეხუთე მცხოვრები. [1]

საერთაშორისო ტურისტულ ბაზარზე მიმდინარეობს ცვლილებები, რომლებიც უფრო თვალსაჩინოდ ვლინდება ტურიზმის სფეროს ლიდერი ქვეყნების რეიტინგში. ბოლო წლებში ევროპისა და ამერიკის რიგ ქვეყნებში (საფრანგეთში, აშშ-ში, ესპანეთში, იტალიასა და გაერთიანებულ სამეფოში), რომლებსაც ხანგრძლივი დროის განმავლობაში წამყვანი მდგომარეობა ეკავათ ტურისტთა ჩამოსვლების რაოდენობის მხრივ, ზრდის ტემპები არა მარტო შეიკვეცა, არამედ შეინიშნება ტურისტთა ჩამოსვლის სტაბილიზაცია და ზოგ შემთხვევაში შემცირებაც კი. ამავდროს, აზიის სწრაფად მზარდი ტურისტული დესტინაციები უდიდეს წარმატებებს აღწევენ და მსოფლიოში წამყვან პოზიციებს იკავებენ ტურისტთა ჩამოსვლების მხრივ. [2]

საქართველოში შემომსვლელ ტურისტთა შორის უმრავლესობა ათი ქვეყნიდან ჩამოდის (იხ. ცხრილი №1). ლიდერობს: სომხეთი, აზერბაიჯანი, თურქეთი და რუსეთი. როგორც ვხედავთ ყველა ჩვენი მეზობელი ქვეყანა, ამდენად სრულიად გაურკვეველია რატომ არ ეწყობა აქტიურად სომხეთსა და რუსეთში ქართული ტურპროდუქტების გამოფენები.

მსოფლიო ტურიზმში შესამჩნევ ტენდენციას წარმოადგენს **დივერსიფიკაცია**. ვითარდება ცენტრიდანული დივერსიფიკაციის სტრატეგია, რომელიც ემყარება უკვე არსებულ ბიზნესში

ცხრილი №1. ლიდერი ქვეყნები ტურისტთა შემოსვლის რაოდენობათა მიხედვით 2015წ.

ქვეყნების რეიტინგის	მლნ. ჩასვლა		ცვლილება, %		მოსახ. მლნ. ადამიანი	უცხოელ ტურისტთა ჩასვლების რაოდენობის შეფარდება ქვეყნის მოსახლეობის რაოდენობასთან
	2014	2015	2013 2014	2014 2015	2015	%
1 საფრანგეთი	81.6	83.0	5.0	1.8	63.409	131
2 აშშ	62.7	67.0	4.9	6.8	314.184	21
3 ჩინეთი	57.6	57.7	3.4	0.3	1354.04	4
4 ესპანეთი	56.2	57.7	6.6	2.7	46.163	125
5 იტალია	46.1	46.4	5.7	0.5	60.821	76
6 თურქეთი	34.7	35.7	10.5	3.0	74.885	48
7 გერმანია	28.4	30.4	5.5	7.3	81.917	37
8 გაერთიანებული სამეფო	29.3	29.3	3.6	-0.1	63.244	46
9 რუსეთი	22.7	25.7	11.9	13.4	143.056	18
10 მალაიზია	24.7	25.0	0.6	1.3	29.457	85
11 საქართველო	5.5	5.9	11.6	7.3	3.7	159

წყარო: World Tourism Organization (UNWTO), ივლისი 2015

ახალი პროდუქტების წარმოების დამატებითი შესაძლებლობების მოძიებასა და გამოყენებას. ტურიზმში გლობალიზაციის ტენდენციების ზეგავლენით ხორციელდება ეროვნული სახელმწიფოს ეკონომიკურ საზღვართა რღვევა, კულტურული იდენტობის ტრანსფორმაცია, ეთნოკულტურათა თავისებურებების ნიველირება და - ტურიზმში - ნორმებისა და სტანდარტების უნიფიკაცია. ამავე დროს მსოფლიოში მოქმედებს ლოკალური, გლობალიზაციის შემხვედრი ტენდენციები - გლობალური ინტერესებისა და ლოკალური თვითმყოფადობის სინთეზი მსოფლიო პროცესებში

ინტეგრაციის მიზნით. სწორედ ამ მოვლენას უწოდა „**გლოკალიზაცია**“ როლანდ რობერტსონმა (1994). [3] გლოკალიზაციის პროცესის განვითარება მდგრადი განვითარების აუცილებლობითაა განპირობებული, რასაც მოჰყვა ინდუსტრია 4.0 (ახალი სამრეწველო რევოლუცია). გლოკალიზაციამ მდგრადი ტურიზმის განვითარება წარმოშვა.

მდგრადი ტურიზმი-2002 წელს მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციისა და გაეროს ვაჭრობისა და განვითარების კონფერენციის (UNCTAD) ერთობლივი პროგრამა „მდგრადი ტურიზმი - სიღატაკის აღმოფხვრის სანინდარია“ (Sustainable Tourism - Eliminating Poverty – ST-EP) მოწონებულ იქნა[4]. მდგრადობა გულისხმობს ტურიზმის ეკოლოგიური, სოციალურ-კულტურული და ეკონომიკური ზეგავლენების წონასწორობას, ასევე - ტურისტთა დადებით ზემოქმედებას ერთმანეთზე. აქედან გამომდინარე, გაჩნდა საქმიანობის ახალი სახეობა - **სოციალურად პასუხისმგებელი** (პასუხისმგებელი ან შეგნებული) ტურიზმი. თუკი მოვიშველიებთ მ. მეტრეველის(2006) [5] ტურისტულ ტერმინთა ინგლისურ-ქართულ განმარტებით ლექსიკონს, მაშინ ცნება „სოციალურად პასუხისმგებელი“ შეიძლება განვსაზღვროთ, როგორც ბუნებისათვის უსაფრთხო ტურიზმი, ტურიზმის სახეები, რომლებიც მინიმალურ ზეგავლენას ახდენს გარემოზე. ელექტრონულ ბიზნესში გაჩნდა ცნებები „ელექტრონული ტურიზმი“(e-tourism) და „მობილური ტურიზმი“ (m-tourism). ელექტრონულ ტურიზმში იგულისხმება ტურიზმის სფეროში მიმდინარე ყველა პროცესის, წარმოებისა და გასაღების, სასტუმროთა, ტურისტული და სარესტორნო ბიზნესის გაციფრვა, რაც ორგანიზაციებს მათი ბიზნესის მაქსიმალური ეფექტიანობითა და ქმედითობით წარმართვის საშუალებას აძლევს. ე-ტურიზმი (e-tourism) წარმოქმნის შესაძლებლობებს გარეშე საინფორმაციო გარემოში ნდობით აღჭურვილ პარტნიორებთან ოპერაციების განვითარებისათვის, ასევე - შიგა საინფორმაციო პროცესების (ინტრანეტი) რეორგანიზაციისა და ყველა დაინტერესებულ მხარესთან ურთიერთქმედების მიზნით ინტერნეტის გამოყენებისათვის. ტურისტულ ბაზარზე იქმნება ონლაინური კომპანიები,

რომლებიც ელექტრონულ ვაჭრობას ეწევიან. ტურისტული მომსახურებით ელექტრონული ვაჭრობის ორგანიზაციის ერთ-ერთ უმსხვილეს ჰოლდინგს წარმოადგენს კერძო კომპანია Travelport, რომლის მფლობელია The Blackstone Group. კომპანიას ეკუთვნის გლობალური გამანაწილებელი კომპანიები Galileo International და Worldspan. 2009 წელს Travelport-მა და PSP International-მა შექმნეს ერთობლივი კომპანია eNett International. ის მსურველებს აწვდის გადასახდელების ორგანიზების მომსახურებას, რომელიც შემუშავებულია ტურიზმის დარგის მოთხოვნილებათა გათვალისწინებით.

სწრაფად იზრდება ქალაქური ტურიზმის მოცულობაც - ქალაქებში მცხოვრებნი ყველაზე აქტიური მოგზაურები და ტურისტული მომსახურების მომხმარებლები არიან. ამასთან, ძირითადი ტურისტული ნაკადები დიდი ქალაქებისკენ მიემართებიან. გაჩნდა ტურისტული პროდუქტის ახალი სახეობაც - city breaks. დიდი ქალაქების ცენტრირებული დივრსიფიკაციის ჩარჩოებში ჩამოყალიბდა ქალაქური დესტინაციების ტიპოლოგია (Smith M., MacLeod N., Robertson M. H. Key 2010).[6]. მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციის პირველ საერთაშორისო კონგრესზე (სტამბოლი, 2012 წლის ნოემბერი) განისაზღვრა პროექტ „ქალაქის“ ხორც-შესხმის ძირითადი საკითხები. პროექტში, განხილულ იქნა Smart City-ს („ჭკვიანი ქალაქი“) კონცეფცია. Smart City-ს დღევანდელი კონცეფცია გულისხმობს ქალაქის ცხოვრების მართვას საინფორმაციო ტექნოლოგიათა დახმარებით(ინუსტრია 4.0). ეს, ძირითადად, ეხება ცხოვრების ექვს სფეროს: მობილურობას, მართვას, ეკონომიკას, გარემოს, ყოფა-ცხოვრებისა და ადამიანების ორგანიზებას. კრიზისის დაწყების შემდგომ პერიოდში ტურისტულ საქმიანობაში თავი იჩინა თვითრეგულირების ტენდენციამ. მისი არსი იმაში მდგომარეობს, რომ კანონის საფუძველზე სახელმწიფოს მმართველობითი ფუნქციები გადაეცემა სუბიექტებს, რომლებიც საჯარო ხელისუფლების ორგანოებს არ წარმოადგენენ. ეს ნიშნავს, რომ სუბიექტები ნებაყოფლობით იკისრებენ გარკვეულ ვალდებულებებს, რათა დაიცვან კოლექტიურად შემუშავებული პრინციპები, რომლებიც არ ეწინააღმდეგება სახელმწიფოს მიერ

დადგენილ ნორმებს. ეს ვალდებულებები ითვალისწინებენ იმ პროცესებისა და კოლიზიების რეგულირებას, რომლებიც წარმოიშობა სამენარმეო და პროფესიონალური საქმიანობის განხორციელებისას სახელმწიფოს უშუალო მონაწილეობის გარეშე. ტურისტული პროდუქტის პერსონალიზაცია. დამთვალეირებლებისადმი (ტურისტების) დამოკიდებულებაში გათვალისწინებულია სოციოლოგიური და ფსიქოლოგიური მიდგომები, სოციალურ-ეკონომიკური ურთიერთქმედების ფორმები (ინტერესები) და მომხმარებლური ქცევა. ტრადიციული პრინციპი - „დავეწიოთ და გავასწროთ დანარჩენებს რაოდენობის მიხედვით“ მთლიანად უნდა იქნას უგულვებელყოფილი. საჭიროა გადასვლა ახალ სამომხმარებლო ღირებულებაზე - ტურისტული პროდუქტის მასობრივ პერსონალიზაციაზე. ზოგიერთი მკვლევარის (ბარათაშვილი ე., ბაკაშვილი ნ., ფარესაშვილი ნ., გეჩბაია ბ., მესხიშვილი დ. 2011, პაპაჩაშვილი ნ. 2013, მეტრეველი მ. 2011, Smith M., MacLeod N., Robertson M. H. Key 2010, და სხვა) [7] მოსაზრებათა თანახმად, XXI საუკუნის მომხმარებლის სურვილები მჭიდროდ იქნება დაკავშირებული მის მორალთან, ზნეობრივ და სულიერ ფასეულობებთან. მომხმარებლის ემოციური ასპექტი უფრო მნიშვნელოვან როლს შეასრულებს, ვიდრე - მატერიალური (ფასობრივი). ბაზარზე განმსაზღვრელი იქნება შთაბეჭდილებათა კომერციალიზაცია. წარმატებული კომპანიები იქნებიან ისინი, რომლებიც დააკმაყოფილებენ ემოციურ მოთხოვნილებებს.

ევროპაში მოდაში შემოდის ეგრეთ წოდებული „შემთხვევითი მოგზაურობა“ (random-trip), როდესაც მოგზაური „ბრმად“ ირჩევს ტურს და ტუროპერატორს მხოლოდ თარიღებსა და მოგზაურობის ბიუჯეტს აცნობებს. იმას, თუ სად გაგზავნის მას სააგენტო, ტურისტი იცებს მხოლოდ გაფრენამდე 24 საათით ადრე. აშშ-ში მნიშვნელოვანი მოთხოვნით სარგებლობს ე.წ. „საიდუმლო მოგზაურობები“, ტურისტის მიერ მითითებული ბიუჯეტის ფარგლებში, კომპანიის სპეციალისტები ადგენენ „საიდუმლო მარშრუტს“. ამავე დროს სანამ ფულადი სახსრები ჩამოწერილი არ იქნება მომხმარებლის ანგარიშიდან, მას არ ეცოდინება, სად უნდა გაემგზავროს. მოყვანილი მაგალითები ხაზს უსვამს მოთხოვ-

ნის დეტერმინანტთა რაციონალურიდან ემოციურ კომპონენტებზე აქცენტირებას(მიდგომათა ცვლილება). ტურიზმის დარგის განვითარების ძირითად ტენდენციათა და მიმართულებათა მრავალფეროვნება და ინოვაციურობა გამუდმებით იცვლება საზოგადოებრივ ურთიერთობათა განვითარების ფაქტორთა ზეგავლენით, რაც გასათვალისწინებელია ტურიზმის ორგანიზების დროს.

დასკვნები

მსოფლიოში მიმდინარეობს ტურისტული ბიზნესის დივერსიფიკაცია საქმიანობის სახეობათა ფართო მრავალფეროვნების გზით. ვითარდება გლობალიზაციის, გლოკალიზაციისა და ტურიზმის მდგრადი განვითარების პროცესები.

შეიმჩნევა ტურისტულ საქმიანობაში შთაბეჭდილებებისა და ემოციათა ინდუსტრიაზე გადასვლის ტენდენცია. ტურისტული საქმიანობის პრაქტიკა უკავშირდება ისეთ ფაქტორებს, როგორებიცაა მდგრადი განვითარება, ხელმისაწვდომობა, დემოგრაფიული ცვლილებები, ცხოვრების სტილი, მუშაობისა და დასვენების ხასიათი.

მსოფლიოში ტურისტული ბიზნესის განვითარების მთავარ ტენდენციებად უახლოეს წლებში ჩამოყალიბდება: 1. მომსახურების პერსონალიზაცია და 2. თითოეული კონკრეტული კლიენტისთვის შემუშავებული ტურისტული პროდუქტის შექმნის შესაძლებლობა. 3. შეიკვეცება ტურისტული მოგზაურობების ხანგრძლივობა, მაგრამ 4. გაიზრდება სიხშირე დასვენებებისა, რომელთა დროს ადამიანი შეძლებს აღიდგინოს სასიცოცხლო ძალები.

ტურიზმის დარგის თანამშრომელთა პროფესიული დონის ამაღლება, კვალიფიცირებული კადრების მომზადება ტურიზმის სფეროსთვის სპეციალურ სასწავლო დაწესებულებებში(სამი ძირითადი მიმართულებით: სწავლება, კვლევა და პრაქტიკული საქმიანობა) კიდევ უფრო დააჩქარებს ტურიზმის სისტემის განვითარებას.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. World Tourism Organization (UNWTO), July 2015;
2. World Economic Outlook Database, April 2016;
3. Robertson R. (1994). Glocalization: Space, time and local theory. *Journal of international communication*, 1 (1)
4. Sustainable Tourism - Eliminating Poverty – ST-EP <http://sdt.unwto.org/en/content/sustainable-tourism-eliminating-poverty-st-ep>
5. მეტრეველი მ. ტურისტულ ტერმინთა ინგლისურ-ქართული განმარტებითი ლექსიკონი. გამომც. შპს „ფოტონი“ თბილისი, 2006. გვ.288;
6. Smith M., MacLeod N., Robertson M. H. Key 2010) Concepts in Tourist Studies. London: SAGE, 2010. p. 180; Madrid: UNWTO, 2012. p. 8. (Cities on the Rise — Competitive Strategies for City Tourism, 2013, URL: http://tourism-intelligence.com/catalog/product_info.php?products_id=266);
7. ბარათაშვილი ე., ბაკაშვილი ნ., ფარესაშვილი ნ., გეჩბაია ბ., მესხიშვილი დ. 2011. თანამედროვე ბიზნეს სტრატეგიები, სახელმძღვანელო. ჩამომცემლობა „უნივერსალი“. თბილისი, გვ., 44; პაპაჩაშვილი ნ. (2011). საერთაშორისო ტურიზმის თავისებურებები და განვითარების თანამედროვე ტენდენციები. კრებული: ტურიზმი ეკონომიკა და ბიზნესი, ბათუმი; მეტრეველი მ. (2012) ტურიზმის ბიზნესი. გამომც. „უნივერსალი“. თბილისი

REFERENCES:

1. World Tourism Organization (UNWTO), July 2015;
2. World Economic Outlook Database, April 2016;
3. Robertson R. (1994). Glocalization: Space, time and local theory. *Journal of international communication*, 1 (1)
4. Sustainable Tourism - Eliminating Poverty – ST-EP <http://sdt.unwto.org/en/content/sustainable-tourism-eliminating-poverty-st-ep>
5. Metreveli M. (2006) English- Georgian explanatory dictionary of tourism terms. “Photon” LTD (Ed.), (p. 288), Tbilisi.
6. Smith M., MacLeod N., Robertson M. H. Key 2010) Concepts in Tourist Studies. London: SAGE, 2010. p. 180; Madrid: UNWTO, 2012. p.

8. (Cities on the Rise — Competitive Strategies for City Tourism, 2013, URL: [http:// tourism-intelligence.com / catalog / product_info. php? products_id=266](http://tourism-intelligence.com/catalog/product_info.php?products_id=266));

7. Baratashvili E., Bakashvili N., Pharesashvili N., Getchbaia B., Meskhishvili D. (2011) The modern business strategy guide. “Universali” LTD (Ed.), (p. 44),Tbilisi. Papatchaishvili N. (2011) The features of international tourism and modern development trends. The collection: Tourism, economics and business, Batumi. Metreveli M. (2012) The business of tourism. “Universali” LTD (Ed.), Tbilisi.

MAJOR WORLD TRENDS AND DIRECTIONS IN TOURISM DEVELOPMENT

Marina Metreveli

Doctor of Economic Sciences,
Professor of Georgian technical university,

Giorgi Jabnidge

Phd Student of Georgian technical university

RESUME

The global tourism industry is defined as partially self-regulating complex socio-economic system that has historical, geographical, etnicheskies, mental, economic, and political boundaries. The paper presents and analyzes the main trends in the development of the tourism industry in the world. The diversification, globalization, glocalization and the emergence of innovations associated with new cognitive technologies (industry 4.0) are main trends of the processes of global tourism development .

The article deals with new types of tourism product such as: e-tourism, m-tourism, socially responsible tourism, „ random-trip” tourism and „ Mysterious” tourism as well, have emerged recently concepts of „smart city”. Particular attention is paid to personalization of travel products.

Keywords: Global tourism trends and directions , Innovative tourism products, personalization of tourism product.