

საერთაშორისო ტურიზმი და გლობალიზაცია

რეზიუმე

თანამედროვე ეტაპზე რეგიონული ტურიზმი განიხილება, როგორც ეკონომიკური კატეგორია, რომელიც გამოხატავს სოციალურ-ეკონომიკური პროცესების ურთიერთქმედებას. მისი წარმატებული განვითარება დამოკიდებულია არსებული ფაქტორების სწორ გათვლაზე, რადგან ამ ფაქტორებს შეუძლია ხელი შეუწყოს ადგილობრივი ტურიზმის განვითარების ტემპებსა და მის გასვლას ტურისტული მომსახურების საერთაშორისო ბაზარზე. აქედან გამომდინარე, ნაშრომში წარმოდგენილია ის ძირითადი ფაქტორები, რომლებიც ზემოქმედებს ახდენენ ტურიზმის განვითარებაზე საქართველოში, ამასთან, როგორც ირკვევა, ტურისტული მოთხოვნების ფაქტორები პრიორიტეტულია ტურიზმის მდგრადი განვითარებისთვის. ნაშრომში განხილულმა მექანიზმებმა ტურიზმის მდგრადი განვითარების პრინციპებთან დაკავშირებით საშუალება მოგვცა შეგვეშუქებინა რიგი ხერხები და მეთოდები.

ტურიზმის მდგრადი განვითარებისთვის ტურისტული კომპანიების მარკეტინგულ საქმიანობაში გამოყენებული უნდა იქნას გლობალური საკომუნიკაციო სისტემა. მისი მიმზიდველობა მრავალფეროვან შესაძლებლობებში მდგომარეობს. ტურიზმი ჩართული უნდა იყოს ტერიტორიული დაგეგმარების ნაციონალურ სტრატეგიაში, განსაკუთრებით, ტურიზმის ახალი ინფრასტრუქტურული ობიექტების განთავსებისას. ამრიგად, იმისათვის, რომ ტურიზმმა საქართველოში მიაღწიოს მდგრად განვითარებას, ჯერ კიდევ ბევრი რამ არის დასახვეწი. მიგვაჩნია, რომ საჭიროა მუშაობა ინფრასტრუქტურის გაუმჯობესებაზე, სერვისისა და მომსახურების დონის ამაღლებაზე, რეკლამირების გაფართოებაზე, მენეჯმენტის დახვეწაზე, ასევე, სახელმწიფო პროგრამებისა და პროექტების გაძლიერებაზე, ინვესტიციების გაზრდაზე. საქართველოს ყველა პირობა და საშუალება აქვს, რომ გახდეს საერთაშორისო ტურიზმის ერთ-ერთი მაღალგანვითარებული ცენტრი.

მურმან ბლიაძე
სტუ-ს პროფესორი

მურმან ბლიაძე
სტუ-ს მაგისტრი

ტურიზმი, როგორც მომსახურების ინდუსტრია, XXI საუკუნეში სწრაფი ტემპით ვითარდება. მაღალი ეკონომიკური და სოციალური ეფექტიანობის გამო მას ეკონომიკური ფენომენის სტატუსი მიენიჭა. ტურიზმი, ასევე, განიხილება, როგორც საერთაშორისო ბიზნესის სახეობა და მსოფლიო მეურნეობის განვითარების მნიშვნელოვანი ბერკეტი. იგი საერთაშორისო ეკონომიკური ურთიერთობების შემადგენელი ნაწილია, მისი როლი და მნიშვნელობა განუწყვეტლივ იზრდება როგორც ქვეყნის ეკონომიკაში, ისე საზოგადოებაში მთლიანად. ტურიზმის განვითარება პირდაპირ კავშირშია სახელმწიფოთა ურთიერთობებთან, სოციალურ, საგანმანათლებლო და ეკონომიკურ სფეროებთან.

ტურიზმი, როგორც სოციალურ-ეკონომიკური მოვლენა, გარკვეულ გავლენას ახდენს არა მარტო რეგიონზე, რომელშიც ვითარდება, არამედ ადამიანის და საზოგადოების მატერიალურ და სულიერ სფეროებზეც. როგორც ეკონომიკური მოვლენა, ტურიზმი დაკავშირებულია სამეწარმეო საქმიანობასთან, წარმოებასა და მომსახურების გაწევასთან, როგორც სოციალური მოვლენა - ტურიზმი განუყოფელია მომსახურებაზე მოთხოვნისგან, უკავშირდება ადამიანთა მოთხოვნილებებს, მათ დასვენებას, შემოსავლებს, ცხოვრების წესს და ა.შ.

საერთაშორისო ტურისტული ბაზრის ფორმირება შეიძლება აღიწეროს ოთხი საკანძო კომპონენტის ერთობლივი მოქმედებით:

1. საერთაშორისო მოგზაურობაზე მოთხოვნის ფორმირება;
2. საერთაშორისო მოგზაურებისთვის სხვადასხვა სახის სერვისების მიწოდების კომპონენტების ჩამოყალიბება;
3. საერთაშორისო მოგზაურობისთვის

აუცილებელი სატრანსპორტო საშუალებების განვითარება

4. მთავრობის როლი საერთაშორისო მოგზაურობის პროცესის უზრუნველყოფაში.

როდესაც საუბარია ტურიზმის ეკონომიკურ მნიშვნელობაზე, საჭიროა ითქვას, რომ იგი, უპირველეს ყოვლისა, აისახება ტურისტების მოთხოვნასა და მოხმარებაში. სწორედ ტურისტული შემოსავლები, დანახარჯები და ტურისტული ნაკადები წარმოადგენს საერთაშორისო ტურიზმის სტატისტიკის ძირითად მაჩვენებლებს. სწორედ მოხმარების მეშვეობით აძლევს ბიძგს ტურიზმი ქვეყნისა და რეგიონის სამეურნეო საქმიანობას, ზრდის ტურისტული სფეროს საწარმოების შემოსავლებს, ასტიმულირებს მომსახურების სფეროს განვითარებას, ადიდებს მოთხოვნას გარკვეული რეგიონის საქონელსა და მომსახურებაზე, ზრდის საქონელბრუნვას.

მსოფლიო ტურისტულ ბაზარზე დასვენების მიმართ მოთხოვნა განსაკუთრებით გაიზარდა კაპიტალიზმის აღმოცენების შემდეგ ევროპაში, რაც ტურიზმში პერსონალის შრომის ნაყოფიერებისა და, შესაბამისად, დატვირთვის ინტენსიურობის მკვეთრმა ამაღლებამ განაპირობა. მწარმოებლური ტექნიკის დანერგვამ მნიშვნელოვნად შეამცირა ორგანიზაციაში დასაქმებულთა, შესაბამისად, დასვენებისთვის ფინანსური რესურსების გამოყოფის უნარის მქონე ტურისტების რაოდენობა. თანამედროვე საერთაშორისო ტურიზმის წარმოშობის პირველ წყაროდ მაღალგანვითარებული ქვეყნები მიიჩნევა, სადაც სამუშაო დროის წლიურ, კალენდარულ რეჟიმს გამოეყო საშვებულებო და დასვენების დრო. მეორე მსოფლიო ომის შემდეგ ტურიზმმა განსაკუთრებული განვითარება ჰპოვა. გლობალურ დონეზე უსაფრთხოების ახალი პირობები შეიქმნა, რამაც ხელი შეუწყო მოგზაურებთა მასიურ გადაადგილებებს არა მარტო საკუთარ ქვეყანაში და კონტინენტზე, არამედ სხვა კონტინენტებზეც. ცხადია, ამას მოჰყვა ტურიზმის ახალი სახეობების გაჩენა და ტურისტული მომსახურების ფართო დივერსიფიკაცია. ამ ტენდენციებით ხასიათდებოდა მთელი მსოფლიო, მიუხედავად იმისა, თუ რომელ ეკონომიკურ სისტემას განეკუთვნებოდა ესა თუ ის ქვეყანა - კაპიტალისტურს თუ სოციალისტურს. აღსანიშნავია, რომ არსებობს

მრავალი გარემო ფაქტორი, რომლებიც ხელს უნდა უშლიდეს ტურიზმის განვითარებასა და ზრდას. ამ ფაქტორებს მიეკუთვნება, მაგალითად: მსოფლიო ეკონომიკური კრიზისი, ტერორიზმი, რესპირატორული დაავადებები, ვირუსული გრიპები, მიწისძვრები, ცუნამები და სხვა ბუნებრივი კატაკლიზმები. მიუხედავად პრობლემებისა, ტურიზმმა განაგრძო განვითარება. მას ხელი ვერ შეუშალა ზემოთ აღნიშნულმა ფაქტორებმა.

2001 წელს მსოფლიო ტურისტულ ბაზარზე მომხდარი ნეგატიური ცვლილებები უშუალოდ უკავშირდება აშშ-ში 11 სექტემბრის ტერორისტულ აქტს. ამ პრობლემასთან დაკავშირებით, დაფიქსირდა სხვადასხვა სახის ტენდენცია:

- მოგზაურობა სახლთან ახლო ადგილებში, შიდა ტურიზმის ჩათვლით, უფრო მიმზიდველი გახდა, დიდ მანძილზე მოგზაურობასთან შედარებით;

- უფრო მდგრადი გახდა ისეთი სეგმენტები, როგორიცაა მეგობრების და ნათესავების მონახულება და დამოუკიდებელი მოგზაურობა;

- დანიშნულების ადგილები უპირატესობას იძენენ უფრო მისაღები სავალუტო კურსით, რადგან ფასი ხდება საკვანძო ფაქტორი;

- კომპანიები კონცენტრირებას ახდენენ გაყიდვების მოცულობაზე, რათა კონკურენტუნარიანობა შეინარჩუნონ.

კრიზისის დაძლევაში მნიშვნელოვანი როლი შეასრულა მარკეტინგულმა ღონისძიებებმა: ქვეყნები აქტიურად მონაწილეობდნენ გამართულ საერთაშორისო ტურისტულ ბაზრობებში. 2001 წლის კრიზისმა კატალიზატორის როლი შეასრულა საერთაშორისო ტურიზმის განვითარებაში. მან დააჩქარა ისეთი ცვლილებები, რომლებიც დიდი ხანია მიმდინარეობს ტურისტულ ინდუსტრიაში. კერძოდ, ესენია: პირდაპირი დაჯავშნის სისტემისა და ინტერნეტის გამოყენება, საცალო ტურისტული სააგენტოების რიცხვის შემცირება და სხვა. ამრიგად, მსოფლიო ტურიზმს გადამწყვეტი როლი აკისრია მშვიდობის შენარჩუნებაში, მატერიალური საშუალებებისა და სამუშაო ადგილების შექმნაში.

2002 წელს მსოფლიო ტურისტულ სტრუქტურაში ევროპას მეორად ჰქონდა შენარჩუნებული პირველი ადგილი, ხოლო მეორე პოზიციაზე გამოვიდა აზია-წყნარი ოკეანის

რეგიონი. აფრიკასა და ახლო აღმოსავლეთში შეინიშნებოდა საერთაშორისო ტურისტული ჩასვლების ზრდა, თუმცა ამ რეგიონთა საბაზისო დონე ისევ დაბალი იყო. 2003 წელს მსოფლიო ტურიზმის შემდგომი განვითარების შემაფერხებელ ფაქტორად იქცა ერაყის კონფლიქტი და პნევმონიის ეპიდემია. ამ წელს მსოფლიო ტურისტულ ბაზარზე, ტურისტების სიმრავლით, გამოირჩეოდა საფრანგეთი, ესპანეთი, აშშ, იტალია და ჩინეთი. ამ დროისთვის, ტურიზმიდან მიღებული შემოსავლის მიხედვით, პირველი ადგილი ეჭირა აშშ-ს. მას მოჰყვებოდა ესპანეთი, საფრანგეთი, იტალია და ჩინეთი. 2003 წლისთვის აშკარა გახდა, რომ საერთაშორისო ტურიზმის გეოგრაფია მკვეთრად იცვლება როგორც ტურისტების წარმოშობი, ისე ტურისტების მიმდები ქვეყნების თვალსაზრისით. ლიდერ პოზიციებზე კვლავ დარჩნენ ტრადიციულად „მხარჯავი“ ქვეყნები – აშშ, გერმანია და იაპონია, თუმცა მოგზაურების რაოდენობა გაიზარდა მსოფლიოს სხვა რეგიონებში მდებარე ქვეყნებიდანაც. ამავე დროს, ტურისტული დანიშნულების ადგილის მხრივ გააქტიურდა აზია-წყნარი ოკეანის რეგიონი. ეს მიუთითებს იმაზე, რომ საერთაშორისო ტურიზმის განვითარება გლობალურ მოვლენას წარმოადგენს და მოიცავს პრაქტიკულად ყველა რეგიონს მსოფლიოში.

თანამედროვე საერთაშორისო ტურისტული ბაზრის ფორმირება დიდი ხნის განმავლობაში მიმდინარეობდა და მასზე გავლენას ახდენდა მოგზაურობაზე მოთხოვნის, მოგზაურებისთვის სხვადასხვა სახის სერვისების მიწოდების, სატრანსპორტო და მთავრობის ზემოქმედების ფაქტორები. საერთაშორისო მოგზაურობაზე მოთხოვნის პირველ ფორმებს წარმოადგენდა მომლოცველობა, ადამიანთა სურვილი – მოენახულებინათ ცნობილი ადგილები, შემდგომ პერიოდში ამას დაემატა სპეციფიკური ხასიათის მოგზაურობანი, როგორიცაა, მაგალითად, მოგზაურობა განათლების მიღების, გაჯანსაღების და ძალების აღდგენის მიზნით. ამჟამად საერთაშორისო სამოგზაურო ბაზარი საკმაოდ სტრუქტურირებულია და გამოირჩევა მოთხოვნილებათა მრავალფეროვანი სპექტრით. საერთაშორისო მოგზაურებისადმი სერვისის მიწოდება ასევე განვითარდა თავდაპირველი, მარტივი ფორმებიდან (ქარვასლები, სასტუმრო სახლები) პირველ ტურისტულ ოპერატორებსა

და ტურისტულ სააგენტოებამდე და დღეს, თანამედროვე ტექნოლოგიებისა და, განსაკუთრებით, ინტერნეტის ზემოქმედების შედეგად, მან აბსოლუტურად იცვალა ფორმა და შესაძლებელი გახდა ნებისმიერი სახის მოთხოვნილების დაკმაყოფილება კომფორტის ნებისმიერი ხარისხით. სატრანსპორტო საშუალებათა განვითარებამ განსაკუთრებით შეუწყო ხელი საერთაშორისო მოგზაურობის პროცესს და თანდათანობით ხელმისაწვდომი გახდა ყველაზე ძნელად მისაწვდომი დანიშნულების ადგილები. გემთმშენებლობამ და რკინიგზის განვითარებამ განსაკუთრებით დიდი როლი ითამაშა საერთაშორისო მოგზაურობის პროცესში. დღეს, სატრანსპორტო სფერო ხასიათდება მოგზაურობის საშუალებათა დიდი მრავალფეროვნებით, ასევე, განვითარებული ინფრასტრუქტურით, რაც საშუალებას აძლევს თანამედროვე მოგზაურს, ეფექტურად გადაადგილდეს დანიშნულების ერთი ადგილიდან მეორეში. წლების მანძილზე ვითარდებოდა მთავრობის როლიც საერთაშორისო ტურიზმის სფეროში და დღესდღეობით ის მოიცავს რეგულირების მრავალგვარ ინსტრუმენტს, რომლებიც საერთაშორისო ტურისტული ბაზრის ფუნქციონირების სხვადასხვა ასპექტს ეხება. როგორც ჩანს, საერთაშორისო ტურიზმის თანამედროვე ბაზრის ყოველი ელემენტი (მოთხოვნა, სერვისების მიწოდება, ტრანსპორტი და მთავრობის მონაწილეობა) განვითარების ერთიან კანონზომიერებას ეფუძნება: ბაზარი ყალიბდება, როგორც ძალზე სეგმენტირებული, სტრუქტურირებული სისტემა, რომელზეც გამოდიან მრავალფეროვან მოთხოვნილებათა მქონე მოგზაურები, მათთვის მიწოდებას უზრუნველყოფენ მიმწოდებლები, რომლებიც ასევე გამოირჩევიან დიდი მრავალფეროვნებით, მოგზაურთა გადაადგილებას უზრუნველყოფს სხვადასხვა სახის სატრანსპორტო საშუალება, მთავრობას კი ბაზარზე ზემოქმედების მრავალი ინსტრუმენტი გააჩნია.

თანამედროვე ეტაპზე კაცობრიობის ევოლუცია სამყაროს, როგორც ერთიანი სივრცის, მოწყობის (მონდელისტური თეორია) შეუქცევადი პროცესის ნაწილი გახდა. გლობალურმა ტრანსფორმაციამ აქტიური ხასიათი შეიძინა, რომლის შედეგების წინასწარმეტყველება, ფაქტობრივად, შეუძლებელია. მეკლვეართა ერთი ნაწილი გლობალიზაციას განიხილავს, როგორც პოლიტიკური, ეკონომიკური, კულტურული, სო-

ციალური და სხვა პროცესების ერთობლიობას, რომელიც ცვლის ისტორიული პროცესების ხარისხს, აყალიბებს მათში ახალ ძალებსა და მიმართულებებს. საერთაშორისო ტურიზმში ჩართვის საშუალება არა მარტო დასვენების, გართობისა და კულტურული თვითმყოფადობის შენარჩუნების უფლებაა. ეს, იმავდროულად, ბევრად უფრო სამართლიანი საერთაშორისო პოლიტიკური და ეკონომიკური წესრიგის დამყარებისა და გადაადგილება-მოგზაურობის თავისუფლების მოპოვების შანსია. ამრიგად, შეიძლება ითქვას, რომ საერთაშორისო ტურიზმი ხელს უწყობს ახალი ტიპის სივრცობრივი კავშირების დამყარებას, რომლებიც ამცირებს ახალი ომების, რეგიონული კონფლიქტების წარმოქმნის, ან გაყინული კონფლიქტების გაღვივების რისკს, სხვადასხვა ქვეყნის კულტურული ფასეულობების და ტექნოლოგიური მიღწევების ურთიერთგაზიარების ხარჯზე, ხელს უწყობს მათი კულტურული მემკვიდრეობის გამდიდრებას და განახლებას.

საერთაშორისო ტურისტულ ბაზარზე მიმდინარე ტენდენციები მრავალი მკვლევრის მიერ არის აღწერილი. მაგალითად, აბდურაზაკოვას კვლევის მიხედვით, XXI საუკუნეში საერთაშორისო ტურიზმის სახეობათა განვითარების პოზიციიდან რამდენიმე ძირითადი ტენდენცია არის განხილული: ტურიზმის ტრადიციული ფორმების ახალი განვითარება, ტურიზმში ახალი ტექნოლოგიების გამოყენება, მიმართულებების არჩევისას ტურისტების პრეფერენციების ცვლილება.

გლობალიზაციამ, შეცვალა რა სოციალური და ეკონომიკური ცხოვრების პირობები მსოფლიო მასშტაბით, მოიტანა ახალი რეალობა მოგზაურთათვის, ასევე, მასპინძლობის ინდუსტრიისა და ტურიზმის სფეროში სახელმწიფო პოლიტიკის განმახორციელებლებისთვის. გაჩნდა ტურიზმის დარგში სხვადასხვა ქვეყნის ურთიერთთანამშრომლობის საფუძველი და შესაძლებლობა. საერთაშორისო ტურიზმი მრავალი ქვეყნისთვის ეკონომიკის აღორძინებისა და განვითარების უმნიშვნელოვანეს ფაქტორად იქცა. თანამედროვე მოთხოვნა საერთაშორისო სამოგზაურო ბაზარზე ხასიათდება ინფორმირებული და გათვითცნობიერებული მომხმარებლით, რომელიც მოგზაურობის დროს იყენებს სხვადასხვა ტიპის სატრანსპორტო საშუალებებს, მოგზაურობს სხვადასხვა ტიპის მოთხოვნების დაკმაყოფილების მიზნით, გარდა ამისა, აცნობიერებს გარემოსდაცვით ღირებულებებს და პატივს სცემს ადგილობრივ კულტურას. ამავე დროს, თანამედროვე სამოგზაურო ბაზარი გადატვირთულია მრავალი სახის ინფორმაციით ტურისტული დანიშნულების ადგილების თაობაზე, რაც წარმოშობს ინფორმაციის გადაჭარბებულ ნაკადს და ართულებს მომხმარებლის მიერ ოპტიმალური არჩევანის გაკეთების შესაძლებლობას. ამავე დროს, საერთაშორისო სამოგზაურო ბაზარზე თანამედროვე პირობებში მიწოდების მხრიდან გამოდიან მდგრადობის პრინციპებით მომუშავე მეწარმეები, რომლებიც თავიანთ საწარმოო ოპერაციებში ცდილობენ შემოიტანონ გარემოსდაცვითი პრაქტიკა და ჩართონ წარმოების პროცესში ადგილობრივი მოსახლეობა, გაითვალისწინონ წარმოების სოციალური და კულტურული პირობები.

საერთაშორისო სამოგზაურო ბაზარზე თანამედროვე პერიოდში მომუშავე მეწარმეები გამუდმებით სთავაზობენ მომხმარებელს ახალი ტიპის ტურებს, რითაც ცდილობენ გაიმარჯვონ მწვავე კონკურენტულ ბრძოლაში. გარდა ამისა, თანამედროვე პირობებში ფიქსირდება ტურიზმის ინდუსტრიის კომპანიების სპეციალიზაციის გაღრმავება – ჩნდება ბაზრის სპეციფიკურ სეგმენტებზე მომუშავე კომპანიები. თანამედროვე საინფორმაციო ტექნოლოგიები საშუალებას აძლევს თანამედროვე ბაზარზე მოქმედ კომპანიებს, გააფართოვონ ბაზრის გეოგრაფიული არეალი, მოძებნონ მომხმარებელი სხვადასხვა სოციალურ სეგმენტში, განახორციელონ ფართომასშტაბიანი სარეკლამო კამპანია და ა. შ. თანამედროვე ტრანსპორტის განვითარება ახალი რეალებს ქმნის საერთაშორისო ტურისტული ბაზრისთვის. თანამედროვე სატრანსპორტო საშუალებების ტვირთ და მგზავრტევადობის ზრდა, მოძრაობის სიჩქარის გადიდება ზრდის მოგზაურთა ნაკადებს და ტურისტული დანიშნული ადგილების ხელმისაწვდომობას. მსხვილი სატრანსპორტო კვანძები, თანამედროვე საინფორმაციო ტექნოლოგიები და მსხვილი გადამზიდავები საშუალებას აძლევს მომხმარებელს, უფრო ეფექტურად დაგეგმოს და განახორციელოს საკუთარი მოგზაურობა. სატრანსპორტო სფეროს განვითარება ხელმისაწვდომს ხდის მოგზაურობის ისეთ სპეციფიკურ სახეობებს, როგორიცაა კოსმოსური ტურიზმი. თანამედროვე პირობებში იცვლება

და იზრდება მთავრობის როლი საერთაშორისო ტურისტულ ბაზარზე. მთავრობა თავზე იღებს ტურისტული მომსახურების სტანდარტების დაცვისა და ტურისტული პროდუქტის ხარისხის კონტროლის ფუნქციებს; იცავს მომხმარებელთა უფლებებს, უზრუნველყოფს სამოგზაურო კონტრაქტების შესრულებას; ახდენს ინტერესთა ჯგუფების თავმოყრასა და კოორდინირებას ტურისტული დანიშნულების ადგილის სტრატეგიული გეგმის შემუშავებისა და განხორციელების პროცესში; ცდილობს ადგილობრივი მოსახლეობის ჩართვას საერთაშორისო ტურიზმის მომსახურე სფეროებში და უზრუნველყოფს მათი შესაბამისი კვალიფიკაციით აღჭურვას; თანამშრომლობს სხვა მთავრობებთან მოგზაურობის გაადვილების, ეკოლოგიის საერთაშორისო უსაფრთხოების თვალსაზრისით; ხელს უწყობს ქვეყნის დეპრესიული რეგიონების განვითარებას ტურიზმის განვითარების პროგრამების განხორციელების მეშვეობით.

საერთაშორისო ტურიზმი საერთაშორისო სავაჭრო სისტემის შემადგენელ ნაწილს წარმოადგენს, რადგანაც ტურისტული მომსახურების გაცვლით ორივე ქვეყანა სარგებლობს და მრავალი ქვეყნის ექსპორტსა და იმპორტზე მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს. ტურისტი სხვა, ანუ მიმღებ ქვეყანაში თავისებურ ექსპორტს წარმოადგენს, რამეთუ სარგებლობს ყველა სახის მომსახურებით (კვება, გადაადგილება, სამედიცინო დახმარება და ა. შ.). საერთაშორისო ტურიზმი ხელს უწყობს ეკონომიკის სფეროში საქონლისა და მომსახურების ნაკადის აქტიურ მოძრაობას.

ტურიზმის თავისუფალი ეკონომიკური ზონები მსოფლიო პრაქტიკაში საკმაოდ გავრცელებული მოვლენაა. ისინი ძირითადად უცხოელ ტურისტებსა (მეზობელ სახელმწიფოებზე) ორიენტირებული, ამიტომ მათი ინფრასტრუქტურა, ჩვეულებრივ, უფრო მაღალ დონესა და სტანდარტებს უნდა აკმაყოფილებდეს. მსოფლიო გამოცდილების გათვალისწინებით, საქართველოში დაიწყო ქობულეთისა და ანაკლია-ზუგდიდის თავისუფალი ტურისტული ზონების შექმნა. მსგავსი ზონების ჩამოყალიბება საქართველოს სხვა რეგიონებშიც (სიღნაღი, დმანისი, ყაზბეგი და სხვა) იგეგმება. მათი ამოქმედებით საქართველოს ტურიზმის სფერო ახალ განზომილებას მიიღებს და როგორც ეკონომიკური ინტეგრაცი-

ის მარტივი ფორმა, მეზობელ სახელმწიფოებთან თანამშრომლობას განამტკიცებს. შესაბამისად, მეზობლობის ფაქტორის როლი საქართველოს ტურიზმის განვითარებაში კიდევ უფრო გაძლიერდება.

ტურიზმში, ისევე, როგორც ეკონომიკის სხვა სფეროებში, ძლიერდება წარმოებისა და კაპიტალის კონცენტრაციის პროცესი. წარმოების კონცენტრაციის ერთ-ერთი ფორმაა მისი დივერსიფიკაცია, ე.ი. საწარმოს საქმიანობის სფეროს გაფართოება სხვა სახის ბიზნესის ხარჯზე. ამიტომ, მეტად აქტუალურია საერთაშორისო ეკონომიკური ურთიერთობის სფეროში ავიაკომპანიებისა და ტურისტული ფირმების კოოპერაციის შესაძლებლობის შესწავლა.

ტურიზმის ბიზნესში შესაძლებელია წარმოების სამი სტრატეგიის გამოყოფა:

- ჰორიზონტალური ინტეგრაცია, რომელიც მოიცავს ერთ საწარმოში ტურისტული საქმიანობის სხვადასხვა მიმართულებას;

- სატრანსპორტო ან სხვა კომპანიებთან ინტეგრაცია;

- ვერტიკალური ინტეგრაცია, დაწყებული ავიაკომპანიით და ტურპროდუქტის შექმნით, და დამთავრებული მისი რეალიზაციით, სასტუმროებითა და მომსახურებით.

ტურიზმის განვითარების ორგანიზაციულ-ეკონომიკურმა შესაძლებლობებმა საერთაშორისო მასშტაბით შექმნა კარგი პირობები ცალკეულ ქვეყანაში ტურიზმის დარგის განვითარებისათვის. მათი უმრავლესობისთვის საერთაშორისო ტურიზმი წარმოადგენს: ვალუტის შემოდინების უმნიშვნელოვანეს წყაროს და ფაქტორს, რომელიც უზრუნველყოფს საგადასმდელო ბალანსის ზრდას; სხვადასხვა დარგის დივერსიფიკაციისა და განვითარების მძლავრ სტიმულს (ჩნდებიან ტურიზმის სფეროს მომსახურე დაწესებულებები და ცალკეული დარგები).

გათვალისწინებული უნდა იყოს ისიც, რომ საერთაშორისო ტურიზმის განვითარება სულაც არ ნიშნავს, რომ უცხოურ კაპიტალს აუცილებლად უცხოურივე შრომითი რესურსები მოჰყვება. საკვებით შესაძლოა, როგორც სამშენებლო, ისე ექსპლუატაციის ეტაპებზე ჩართული იყოს არა რომელიმე ქვეყნის შრომითი რესურსები, არამედ აბსოლუტურად ინტერნაციონალური ნაკრები, გამომდინარე მათი კომპეტენტურობისა და გამოცდილების დონიდან, მათ შორის, ადგი-

ლობრივი მოსახლეობაც. საერთაშორისო ტურიზმი ხსნის შრომისა და კაპიტალის ბაზრებს, ამწვავებს კონკურენციას, რის გამოც დასაქმების შესაძლებლობა ყველაზე ეფექტურად მოქმედ წარმოების ფაქტორებს ეძლევათ, მიუხედავად იმისა, ადგილობრივია ეს ფაქტორები, თუ უცხოური. თუ მოკლევადიან პერიოდში ამას მოჰყვება უსიამოვნება ადგილობრივთა მხრიდან, გრძელვადიან პერიოდში, მწვავე კონკურენტულ გარემოში გადარჩენისთვის ბრძოლაში, ადგილობრივი რესურსების ეფექტურობა ასევე გაიზრდება, რაც დადებითად იმოქმედებს ადგილობრივ სოციალურ და ეკონომიკურ მდგომარეობაზე ზოგადად.

საერთაშორისო ტურისტულ ბაზარზე ტურისტების წარმომშობ ქვეყანასა და საქართველოს, როგორც ტურიზმის მასპინძელ ქვეყანას შორის დამყარებული ურთიერთობები საერთაშორისო ტურიზმის სხვადასხვა ტიპის რისკებს ექვემდებარება:

– ბიზნესის წარმატებას მმართველ პარტიასთან დაახლოება განაპირობებს, რის გამოც ყოველი პოლიტიკური ცვლილება ცვლის დარგში მოქმედ ეკონომიკურ აგენტებს. მიუხედავად იმისა, რომ ყოველი ახლად მოსული მთავრობა ხმამაღლა აფიქსირებს, რომ ბიზნესს ხელს არ შეუშლის, და ყოველი მომდევნო ხელისუფლების პირობებში ბიზნესი სულ უფრო მეტად თავისუფალი ხდება, ამკარაა, რომ ხელისუფლების ცვლას მოსდევს ბაზარზე მოთამაშეთა სტრუქტურის ცვლილება. ეს იმდენად ხდება არა იმდენად სახელმწიფო დაწესებულებებში მომუშავე პირთა მიზეზით, რამდენადაც თავად სამეწარმეო სექტორის წარმომადგენელთა გამო, რომლებიც, საქართველოში ჯერჯერობით არსებული სტერეოტიპით, უფრო აქტიურად ბედავენ საინვესტიციო-სამეწარმეო აქტივობის განხორციელებას, თუ მოქმედ მთავრობასთან უფრო მეტი სიახლოვე გააჩნიათ.

– კონკურენციის გამწვავება სხვა ტურისტული დანიშნულების ადგილების მხრიდან. როგორც უკვე აღინიშნა, თანამედროვე საერთაშორისო ტურისტული ბაზარი გლობალიზაციის ასპექტში დგას კონკურენციის გამწვავების ფაქტის წინაშე, როდესაც მომხმარებლისთვის ბრძოლა მიმდინარეობს როგორც ბაზარზე უკვე არსებული, ისე მასზე ახლად შესული ტურისტული დანიშნულების ადგილების მხრიდან. საქართველოს, ამ ბაზარზე ადგილის დამ-

კვიდრებისა და შენარჩუნებისთვის, უწევს ქვეყნის ტერიტორიაზე განთავსებული ტურისტული დანიშნულების ადგილების მიერ შეთავაზებული სერვისების ხარისხის გამყდმებული ამადლება და შინაარსის გამრავალფეროვნებაზე ზრუნვა, ახალი ტურისტული დანიშნულების ადგილების შეთავაზება ბაზრისთვის, რომელზეც ყოველდღე ჩნდება ახალი სერვისი. ამასთან, საერთაშორისო სამოგზაურო ბაზარზე ახალი მოთამაშეები ჩნებიან საქართველოს ახლო საზღვარგარეთის ქვეყნებში, რაც განსაკუთრებით ამწვავებს კონკურენციას მომხმარებლისთვის ამ რეგიონში.

საერთაშორისო ტურისტულ ბაზარზე საქართველოს მონაწილეობა სხვადასხვა სახის რისკებთან არის დაკავშირებული - პოლიტიკურ ცვლილებათა კავშირი ეკონომიკურ ურთიერთობებთან, კონკურენციის გამწვავება, საერთაშორისო ტურისტული ნაკადების გადიდების გამო ეკოლოგიური ბალანსის დარღვევა, სპეციალური მოთხოვნებისა და მიზნების მქონე მოგზაურისთვის შესაბამისი სერვისების ინფრასტრუქტურის არარსებობა. საქართველოში, საერთაშორისო მოგზაურთა მომსახურების სფეროში, ერთდროულად ფუნქციონირებენ მსხვილი, საშუალო და წვრილი მეწარმეები, რომლებიც განსხვავებული შემოსავლის და სამგზაურო ინტერესის ჯგუფებს აწვდიან სერვისს. მოგზაურთა ძირითადი მასა ორგანიზებულ ტურებს წარმოადგენს, რომელსაც კონკურენტი ფირმები ახორციელებენ. არაორგანიზებული, ინდივიდუალურ საფუძველზე დაგეგმილ მოგზაურობათა მასშტაბი შედარებით მცირეა. საერთაშორისო კონკურენტული გარემო, განსაკუთრებით, საერთაშორისო ბრენდული კომპანიების გააქტიურება საქართველოში საერთაშორისო მოგზაურთა მომსახურების სფეროში ხელს უწყობს მომსახურების ხარისხის მაღალი სტანდარტების გავრცელებას ტურიზმის ინდუსტრიაში. საქართველოს მონაწილეობა საერთაშორისო სამოგზაურო ბაზარზე არსებულ ეკონომიკურ ურთიერთობებში შეიძლება შემდეგი სპეციფიკური მახასიათებლებით ავსახოთ: საქართველო მოქმედებს უკიდურესად სეგმენტირებულ და სტრუქტურირებულ ბაზარზე, რომელზეც გამოდიან მრავალი, სხვადასხვა ტიპის მოთხოვნის მქონე მოგზაურები, ხოლო ბაზარზე მოქმედი ინდუსტრიის წარმომადგენლები, ასევე, აწოდებენ სხვადასხვა ტიპის, შინაარსის, ხარისხისა და ფასის მომსახ-

ურებას, რომელთაც ახლავს გაყიდვების სტიმულირების სხვადასხვა სახის მეთოდები, რაც ნიშნავს, რომ მოცემული ბაზარი უფრო მონოპოლისტურ-კონკურენტულს წარმოადგენს, ვიდრე ოლიგოპოლიურს. ამავე დროს, საქართველო ბაზარზე გამოდის უფრო მეტად „კლასიკური“, ტრადიციული ტიპის ტურისტული სერვისებით და არა ნიშური მომსახურებით.

საერთაშორისო ტურისტული ბაზრის ეროვნულ ეკონომიკაზე გავლენის სოციალური და ეკონომიკური ინსტრუმენტების დანახვა შესაძლებელია მხოლოდ ერთიანი მექანიზმის მეშვეობით, რომელიც თანმიმდევრულად აღწერს საერთაშორისო ტურისტულ ბაზარზე მოქმედ ეკონომიკურ აგენტთა საქმიანობის სტიმულებს, აჩვენებს პროცესებს, რომლებიც მიმდინარეობს ამ ბაზარზე; განიხილავს შედეგებს, რომლებიც დგება ტურისტული დანიშნულების მოცემულ ადგილებში საერთაშორისო ტურისტულ ბაზარზე მათი საქმიანობის შედეგად; ასევე, განიხილავს უკუკავშირს - შედეგებს, რომლებიც ტურისტული დანიშნულების ადგილებზე მიმდინარე მოვლენების გამო დგება გლობალურ დონეზე, საერთაშორისო ტურისტული ბაზრისთვის. საბოლოო ჯამში, ეს ქმნის პროცესების, გავლენებისა და შედეგების ერთიან სისტემას, რომელშიც შეიძლება აღიწეროს მოგზაური, ტურიზმის ინდუსტრიის წარმომადგენელი, დანიშნულების ადგილის მენეჯმენტის ორგანო და ადგილობრივი მოქალაქე. სქემის ყოველი ელემენტი განიხილება სოციალურ, გარემოსდაცვით და ეკონომიკურ ასპექტებში. მიზეზების ბლოკი აღწერს მოგზაურის, ტურისტული ინდუსტრიის წარმომადგენლისა და ტურისტული დანიშნულების ადგილის მენეჯმენტის ორგანიზაციის მოტივებს, რომლებიც უბიძგებენ მათ იმოქმედონ საერთაშორისო ტურისტულ ბაზარზე. ეს ფაქტორებია: მოთხოვნა მოგზაურობაზე, რეკრეაციაზე, ახლის შეცნობაზე; ცნობისმოყვარეობა; კულტურათაშორისი დიალოგის სურვილი; საერთაშორისო მოგზაურობისთვის.

მიზეზების ბლოკი აღწერს მოგზაურის, ტურისტული ინდუსტრიის წარმომადგენლისა და ტურისტული დანიშნულების ადგილის მენეჯმენტის ორგანიზაციის მოტივებს, რომლებიც უბიძგებენ მათ იმოქმედონ საერთაშორისო ტურისტულ ბაზარზე. ეს ფაქტორებია: მოთხოვნა მოგზაურობაზე, რეკრეაციაზე, ახლის შეცნო-

ბაზე; ცნობისმოყვარეობა; კულტურათაშორისი დიალოგის სურვილი; საერთაშორისო მოგზაურობისთვის 114 საკმარისი შემოსავლების დონე; ეკოლოგიურად სუფთა გარემოში მოგზაურობის სურვილი; სოციალური პასუხისმგებლობა თანამშრომელთა და საზოგადოების მიმართ; მეტი მოგების მიღების სურვილი; ეკოტურისტული პროდუქტების შექმნის სურვილი; სიღარიბის დაძლევა; საბიუჯეტო შემოსავლების გადიდება; ეკოლოგიური ბალანსის შენარჩუნება.

პროცესების ბლოკი აღწერს საერთაშორისო მოგზაურის მიერ ტურისტული პროდუქტის მოხმარებას, ტურიზმის ინდუსტრიის წარმომადგენლის მიერ ბაზარზე საკუთარი მომსახურების მიწოდებას, ასევე, ტურისტული დანიშნულების ადგილის მენეჯმენტის ორგანიზაციის მიერ სხვადასხვა სახის ღონისძიებათა განხორციელებას, რომლებიც ამ ადგილზე საერთაშორისო ტურიზმის განვითარებას უწყობს ხელს. პროცესების ბლოკი ისეთი ელემენტებისგან შედგება როგორიცაა: დასვენების და რეკრეაციის პროცესი, კულტურათაშორისი დიალოგის წარმართვა; მოგზაურობა შესაბამისი თანხის საფასურად და ტურისტულ პაკეტში შესული სერვისების მოხმარება; ურთიერთობა ბუნებრივ გარემოსთან, შთაბეჭდილების მიღება და გარემოზე ზემოქმედების პროცესი; კორპორაციული კულტურის პროცესების შესაბამისად მოქმედება და საზოგადოებრივი ურთიერთობის პოლიტიკის წარმოება; მოთხოვნის შესაბამისი ტურისტული პაკეტების გამოშვება და კონკურენტულ ბაზარზე მიწოდება; გარემოს გამოყენება და გარემოზე ზემოქმედება ტურისტული პაკეტების წარმოების და რეალიზაციის პროცესში; ადგილობრივ მოქალაქეთა საერთაშორისო ტურიზმთან დაკავშირებულ ინდუსტრიაში ჩართვისთვის აუცილებელი ღონისძიებების გატარება; ინფრასტრუქტურის მოწესრიგება, ტურისტული დანიშნულების ადგილის პრომოუშენი, დაბეგვრა და გადასახადების მოკრება; გარემოს დაცვითი პოლიტიკის პროცესი.

შედეგების ბლოკი აღწერს იმ ცვლილებებს ტურისტული დანიშნულების ადგილის ადგილობრივი მოსახლეობისთვის, ტურისტული ინდუსტრიის წარმომადგენლებისთვის და ტურისტული დანიშნულების ადგილის მენეჯმენტის ორგანიზაციისთვის, რომლებიც მოიცავს შედეგობრივ მოვლენებს: იცვლება დასაქმებისა და სიღარიბ-

ის დონეები; იცვლება შემოსავლის დონე; იცვლება ადგილობრივი მოქალაქის საცხოვრებელი გარემოს მდგომარეობა; იცვლება სოციალურ ურთიერთობათა სისტემა დამსაქმებელსა და დასაქმებულს, დამსაქმებელსა და საზოგადოებას შორის; იცვლება ტურიზმის ინდუსტრიაში წარმოდგენილი ორგანიზაციების რენტაბელობა; იცვლება ტურიზმის ინდუსტრიაში წარმოდგენილი ორგანიზაციების გარემოზე ზემოქმედების მასშტაბები და ფორმა; იცვლება სოციალური და პოლიტიკური ვითარება ტურისტული დანიშნულების ადგილზე; იცვლება საბიუჯეტო შემოსავლების და სახელმწიფო შესყიდვების მასშტაბები და სტრუქტურა; იცვლება გარემოს მდგომარეობა ტურისტული დანიშნულების ადგილზე.

უკუკავშირის ბლოკი აღწერს იმ გავლენებს, რომლებსაც ადგილი აქვს საერთაშორისო ტურისტულ ბაზარზე მას შემდეგ, რაც ამ ბაზარზე მიმდინარე მოვლენები ცვლის სიტუაციას ტურისტული დანიშნულების ადგილზე; ამ ადგილებზე მიმდინარე ეს მოვლენები, საბოლოო ჯამში, გროვდება მასშტაბურ უკუგავლენაში, რომელიც ასევე ცვლის სიტუაციას საერთაშორისო ტურისტულ ბაზარზე. ამის შედეგად: იცვლება სოციალურ-კულტურული თვალსაწიერი; იცვლება ხელმისაწვდომი ტურისტული დანიშნულების ადგილებისა და მოგზაურობის სახეობების რაოდენობა; იცვლება მოგზაურობის ეკოლოგიური ასპექტები; იცვლება მიდგომები მენეჯმენტის მიმართ და ჩნდება კოოპერაციის ტენდენციები; იცვლება კონკურენციის ხარისხი; იცვლება ეკოლოგიური პრობლემების გაცნობიერების ხარისხი; იცვლება ადგილობრივ თვითმმართველობებს შორის ურთიერთობების ხარისხი; მიდრეკილება კოოპერაციის მიმართ; გარემოსდაცვითი პრობლემები იძენს გლობალურ ხასიათს.

ტურიზმის გავლენის ძალას ეკონომიკაში განსაზღვრავს ის, თუ რამდენად გარდაიქმნება ტურიზმის პირდაპირი გავლენა ირიბ და ინდუცირებულ გავლენად. ძირითადად, ეს დამოკიდებულია იმაზე, თუ რამდენად ინტეგრირებულია ტურიზმი ეროვნულ ეკონომიკაში. ინტეგრირების ამ ხარისხს ჩაკეტილ ეკონომიკურ სისტემაში განსაზღვრავს მოთხოვნის ფაქტორები (მიდრეკილება მოგზაურობისკენ, მიდრეკილება გარკვეული ტურისტული პროდუქტების მოხმარებისკენ, საზოგადოების კეთილდღეობა,

ადგილობრივთა დამოკიდებულება მოგზაურებისადმი) და მიწოდების ფაქტორები (ტურისტული რესურსები და მათი გამოყენების დონე, მეწარმეობის ტრადიციები, ინფრასტრუქტურის განვითარების დონე, მიწის ბაზრის განვითარების დონე, განათლების სისტემა და შრომის მწარმოებლურობა, კაპიტალის ბაზრის განვითარების დონე, ტექნოლოგიები). ღია ეკონომიკურ სისტემაში ამას ემატება საერთაშორისო ფაქტორები (ვალუტის კურსი, იმპორტის წილი ტურისტულ პროდუქტში, მოგზაურობის სიმარტივე, კეთილდღეობა პარტნიორ ქვეყანაში, წილი საერთაშორისო ბაზარზე).

ეკონომიკურ სისტემაზე ტურიზმის გავლენის ძალის მიხედვით, შეიძლება გამოვყოთ ქვეყნების ორი ძირითადი ჯგუფი. პირველი ჯგუფის ქვეყნებისთვის გავლენის საერთო სტრუქტურაში ტურიზმის შედარებით მცირე წილის მქონე პირდაპირი გავლენა შედარებით დიდ ირიბ და ინდუცირებულ გავლენას წარმოშობს. მეორე ჯგუფში ტურიზმს საკმაოდ სუსტი გავლენის ძალა გააჩნია და შედარებით დიდი წილის მქონე პირდაპირი გავლენა შედარებით მცირე ირიბ და ინდუცირებულ გავლენას წარმოშობს. თუმცა, არსებობს სპეციფიკური ეკონომიკური სისტემის და ტურისტული საქმიანობის მქონე ქვეყნები, რომლებშიც ტურიზმის გავლენის ძალა არ ხვდება არც ერთ ზემოთ ნახსენებ კატეგორიაში. საქართველო მიეკუთვნება ქვეყნების იმ ჯგუფს, რომელსაც ახასიათებს ტურიზმის ეროვნულ ეკონომიკაში ინტეგრირების ისეთი ხარისხი, რომელიც შედარებით მცირე მასშტაბის პირდაპირ გავლენას ტურიზმის სფეროში აქცევს შედარებით დიდი მასშტაბის ირიბ და ინდუცირებულ გავლენად. ამგვარი მდგომარეობა წარმოადგენს ისეთი ფაქტორების გავლენის შედეგს, როგორიცაა: მოგზაურობის სიმარტივე, სავალუტო კურსი ცვლილება, ტურისტულ პროდუქტში იმპორტის წილი, მიდრეკილება მოგზაურობისადმი და მოგზაურებისადმი კეთილგანწყობის ხარისხი, არსებული ტურისტული რესურსები, ინფრასტრუქტურა და ინვესტიციები. რაც შეეხება ტურიზმის გავლენის ძალას საქართველოს ეკონომიკაზე მომავალში, შეიძლება ითქვას, რომ ხელმისაწვდომობა, ვალუტის კურსის სტაბილურობა, ტურისტული პოტენციალის ათვისების ხარისხი და ინფრასტრუქტურის განვითარების დონე – ის საკვანძო ფაქტორებია, რომლებიც უნდა მო-

ექცეს ტურიზმის სფეროში სახელმწიფო პოლიტიკის გამტარებელი ორგანოების ყურადღების ქვეშ, რათა კიდევ უფრო გაიზარდოს ტურიზმის ეკონომიკური გავლენა ქვეყნის ეკონომიკურ სისტემაზე.

საქართველოში ტურიზმი განსაკუთრებით განვითარდა ბოლო ათწლეულის განმავლობაში, რასაც ბევრად შეუწყო ხელი მთავრობის მიერ ტურიზმის პრიორიტეტად გამოცხადებამ, აქტიურმა ინფრასტრუქტურულმა, საპრივატიზაციო და საერთაშორისო პრომოუშენის პოლიტიკამ, რამაც საგრძნობლად გაზარდა საერთაშორისო ტურისტული ნაკადები, ბიძგი მისცა კერძო საინვესტიციო საქმიანობის გააქტიურებას განთავსების, კვების, ტრანსპორტის და ატრაქციონების სფეროში და გახდა ტურიზმის სფერო ეროვნული ეკონომიკის მნიშვნელოვანი შემადგენელი ელემენტი. ჩამოყალიბებული და განხილული სხვადასხვა ფაქტორის ზემოქმედებით, ტურიზმის გავლენის ძალა საქართველოს ეკონომიკაზე საკმაოდ მაღალი მაჩვენებლით ხასიათდება. კერძოდ, ტურიზმის გავლენის ძალა შეადგენს 2,54-ს, გამომდინარე ფარდობიდან 71,8/28,2 რომელიც აჩვენებს, რომ პირდაპირი გავლენის ერთი პროცენტით ცვლილება იწვევს ირიბი და ინდუცირებული გავლენების 2,54%-ით შეცვლას. საქართველოს ტურისტული რესურსები არ არის ბოლომდე ათვისებული, ხოლო ინფრასტრუქტურა შემდგომ განვითარებას საჭიროებს. გარდა ტურიზმის განვითარების საერთო-სახელმწიფოებრივი სტრატეგიისა, ტურისტული რესურსების იდენტიფიცირებისა და ათვისების სქემების ამოცანები, რაც უფრო მნიშვნელოვანია, ადგილობრივი თვითმმართველობის პრეროგატივა და პრიორიტეტი უნდა გახდეს. რაც შეეხება ინფრასტრუქტურას, აქ საჭიროა შეთანაწყობილი ღონისძიებების გატარება სამივე დონეზე - სახელმწიფოებრივ, ტერიტორიულ და ადგილობრივ დონეებზე. ამ მოქმედებათა ერთიანობა მისცემს საშუალებას ტურიზმს მეტი როლი ითამაშოს ეროვნულ ეკონომიკურ სისტემაში.

ტურისტული დანიშნულების ადგილის საერთაშორისო ტურისტულ ბაზარზე ეფექტური გასვლისა და მოქმედებისთვის, ასევე, დანიშნულების ადგილისთვის შესაბამისი სოციალური და ეკონომიკური ეფექტების მიღებისთვის აუცილებელი მთავრობის მოქმედებათა სქემაოთხ ძირითად ურთიერთდაკავშირებულ ელე-

მენტად შეიძლება ჩამოყალიბდეს: 1. მიზნების განსაზღვრა; 2. კომპეტენციების განაწილება და რესურსების მობილიზება; 3. მოქმედებების განხორციელება; 4. შედეგის მიღება და შეფასება. მთავრობის მოქმედებათა ერთობლიობა შეიძლება განვიხილოთ, როგორც საერთაშორისო ტურისტული ბაზრის ტურისტული დანიშნულების ადგილზე დადებითი გავლენის გაძლიერებისა და უარყოფითი გავლენის შემცირებათა ერთობლიობა. მთავრობის ყოველი მოქმედება შეიძლება განვიხილოთ, როგორც მოქალაქისთვის, ტურისტული ინდუსტრიის წარმომადგენლისთვის, მოგზაურისა და საჯარო სექტორის წარმომადგენლისთვის გარკვეული შედეგების ერთობლიობა. მიზნების განსაზღვრა გულისხმობს იმ მიზნების ერთობლიობას, რომელსაც ისახავს მთავრობა, როდესაც საერთაშორისო ტურიზმის სფეროში ტურისტული დანიშნულების ადგილის მხარდაჭერისთვის გარკვეული პოლიტიკის განხორციელებას გეგმავს. ეს მიზნებია: ადგილობრივთა საერთაშორისო ტურიზმში ჩართულობის და შემოსავლების გადიდების ხელშეწყობა; ტურისტული დანიშნულების ადგილზე შრომის ბაზრის შესაძლო არასრულყოფილების შემცირება; შემოსავლების უთანასწორობის შერბილება; ადგილობრივთა ნორმალური გარემოს შენარჩუნება; შრომითი ურთიერთობების მკაფიო ნორმატიული ბაზის შექმნა; ინვესტირებისა და მეწარმეობის თავისუფალი გარემოს უზრუნველყოფა; შრომითი დავეების მოგვარების ეფექტიანი მექანიზმის შექმნა და ამოქმედება; საწარმოს გარემოზე მავნე ზემოქმედების მინიმუმამდე დაყვანის უზრუნველყოფა; მოგზაურობის უსაფრთხოების უზრუნველყოფა და მათი უფლებების დაცვა; კონტრაქტების შესრულების გარანტირება; მოგზაურობის პროცესის გამარტივება; გარემოზე და კულტურაზე ზემოქმედების შემცირება ან თავიდან არიდება; სოციალური დაბაბულობის მართვა; გადიდებული საბიუჯეტო შემოსავლების ხარჯვის პრიორიტეტულობის დადგენა; გაზრდილი ტურისტული ნაკადების გამო სახელმწიფო სამსახურების მუშაობის არაეფექტიანობის შემცირება.

საერთაშორისო ტურიზმის სფეროში ტურისტული დანიშნულების ადგილის მხარდაჭერისთვის, სახელმწიფოს ხელთ აქვს შემდეგი სახის რესურსები: განათლების სისტემა, კვალიფიციური აკადემიური პერსონალი, ეფექტიანი

საგანმანათლებლო პროგრამები; დასაქმების სამსახურები, ტრენინგპროგრამები, ვაკანსიების შესახებ მონაცემთა ბაზა; სოციალური სამსახურები, სოციალური დახმარების პროგრამები; ანტიმონოპოლიური სამსახური, ანტიმონოპოლიური კანონმდებლობა, სასამართლო; შრომის ინსპექცია, შრომის კოდექსი, პროფკავშირები, სასამართლო; შრომის ინსპექცია, შრომის კოდექსი, პროფკავშირები, სასამართლო; გარემოს დაცვის ინსპექცია, ჯარიმების სისტემა, გარემოს დაცვითი კანონმდებლობა, ადგილობრივი კომუნალური სამსახურები; შსს, საერთაშორისო თანამშრომლობა ტრეფიკინგის სფეროში, ტურისტული დანიშნულების ადგილის მონიტორინგის სისტემა; ჯანდაცვის სამინისტრო, სანიტარულუპიდემიოლოგიური სამსახურები; საგარეო საქმეთა სამინისტრო, საგზაო და საპასპორტო რეჟიმებთან დაკავშირებული კანონმდებლობა, საელჩოების და საკონსულოების სისტემა; სასამართლო, სამოქალაქო და სამოქალაქო საპროცესო კანონმდებლობა, არბიტრაჟის სისტემა; სტანდარტიზაციის და მეტროლოგიის სამსახური, მომსახურების სტანდარტების და სხვადასხვა ნორმების შექმნა და დამტკიცება; საბაჟო სამსახურები, მოგზაურების, ფლორის და ფაუნის ნიმუშების, კულტურული ღირებულებების, ტრანსპორტის, საზღვრის კვეთის კანონმდებლობა და წესების სისტემა; ტრანსპორტის ადმინისტრაცია, სატრანსპორტო ინფრასტრუქტურა, ტარიფების მარეგულირებელი კანონმდებლობა, ინფრასტრუქტურის შექმნის, მოვლის და შენახვის სამსახურები. კულტურისა და ძეგლთა დაცვის სამინისტრო, ძეგლთა დაცვის სააგენტოები, ძეგლთა დაცვის კანონმდებლობა და ნორმატივები; ადგილობრივი თვითმმართველობის ორგანოები, სოციალური სიტუაციის მონიტორინგის სისტემა; სახელმწიფო საბიუჯეტო სისტემა, სახელმწიფო ბიუჯეტი, ფინანსთა სამინისტრო, ადგილობრივი საფინანსო სამსახურები; სახელმწიფო მმართველობის სფეროში სხვადასხვა დაწესებულებებს შორის უფლებამოსილებათა გადანაწილების სისტემა, მენეჯმენტის სტრატეგია და ტაქტიკა, დასაქმებული პერსონალი.

გლობალიზაციის პროცესმა ხელი შეუწყო ტრანსპორტის განვითარებას. დღევანდელი სატრანსპორტო სექტორი გამოირჩევა განვითარების მაღალი ტემპებით, რაც საშუალებას აძლევს

სატრანსპორტო სფეროში მოქმედ კომპანიებს ევექტიანად განახორციელონ ტრანსპორტირების ოპერაციები მსოფლიოს მასშტაბით დანიშნულების ნებისმიერ ადგილზე. ამავე დროს, ევექტიანი სატრანსპორტო სფერო ასევე ნიშნავს, რომ ტურისტული დანიშნულების ადგილზე მიმდინარე რეალური კაპიტალდაბანდებები უფრო ადვილად შეიძლება განხორციელდეს, რადგან ამგვარი სამუშაოებისთვის აუცილებელი მასალები და აღჭურვილობა უფრო ადვილად მოძრაობს დანიშნულების ერთი ადგილიდან მეორემდე.

გლობალიზაციამ შეცვალა რა სოციალური და ეკონომიკური ცხოვრების პირობები მსოფლიო მასშტაბით, მოიტანა ახალი რეალობები ტურიზმისა და სტუმარმასპინძლობის სფეროში სახელმწიფო პოლიტიკის განმახორციელებლებისათვის. გაჩნდა ტურიზმის სფეროში სხვადასხვა ქვეყნის ურთიერთთანამშრომლობის საფუძველი და შესაძლებლობა. საერთაშორისო ტურიზმი მრავალი ქვეყნისათვის ეკონომიკის აღორძინებისა და განვითარების უმნიშვნელოვანეს ფაქტორად იქცა;

თანამედროვე მოთხოვნა საერთაშორისო სამოგზაურო ბაზარზე ხასიათდება ინფორმირებული და გათვითცნობიერებული მომხმარებლით, რომელიც მოგზაურობის დროს იყენებს სხვადასხვა ტიპის სატრანსპორტო საშუალებებს, მოგზაურობს სხვადასხვა ტიპის მოთხოვნების დაკმაყოფილების მიზნით, გარდა ამისა, აცნობიერებს გარემოსდაცვით ღირებულებებს და პატივს სცემს ადგილობრივ კულტურას;

ამავე დროს, საერთაშორისო სამოგზაურო ბაზარზე თანამედროვე პირობებში მიწოდების მხრიდან გამოდიან მდგრადობის პრინციპით მომუშავე მეწარმეები, რომლებიც ცდილობენ შემოიტანონ თავიანთი საწარმოო ოპერაციებში

გარემოსდაცვითი პრაქტიკა და ჩართონ წარმოების პროცესში ადგილობრივი მოსახლეობა, გაითვალისწინონ წარმოების სოციალური და კულტურული პირობები;

- თანამედროვე საინფორმაციო ტექნოლოგიები საშუალებას აძლევს ბაზარზე მოქმედ კომპანიებს, გააფართოვონ ბაზრის გეოგრაფიული არეალი, მოძებნონ მომხმარებელი სხვადასხვა სოციალურ სეგმენტში და განახორციელონ ფართომასშტაბიანი სარეკლამო კამპანია და ა.შ.;

- თანამედროვე ტრანსპორტის განვითარება

მურმან ბლიაძე, მურმან ბლიაძე

ახალ რეაქციებს ქმნის საერთაშორისო ტურიზმის ბაზრებისათვის, იქმნება ერთიანი გადამზიდავი სისტემები, რომლებიც აწესებენ სატარიფო პოლიტიკას;

• იზრდება მთავრობის როლი საერთაშორისო

ტურიზმის ბაზარზე. მთავრობა ადგენს ერთიან სტანდარტებს და მოგზაურობის უსაფრთხოების ნორმებს, ხელს უწყობს ტურიზმის მდგრად და დეპრესიული რეგიონების განვითარებას.

გამოყენებული ლიტერატურა

1. შენგელია თ. გლობალიზაცია და თანამედროვე ბიზნესის გარემო საქართველოში - ივ. ჯავახიშვილის სახ. თსუ საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენცია „გლობალიზაცია და საერთაშორისო ბიზნესი
2. ბლიაძე მ., ბლიაძე ნ. მენეჯმენტი და საერთაშორისო ტურიზმი, თბ.2020
3. დავითაშვილი ეკ. ტურიზმის განვითარების პერსპექტივები საქართველოში, თბ. 2010
4. კვარაცხელია ნ. კულტურული ტურიზმის თეორია და პრაქტიკა. თბ.2009
5. მარგველაშვილი მ. ტურიზმის ეკონომიკა, თბ. 2012.

International Tourism and Globalization

Murman Bliadze, Professor of GTU

Murman Bliadze, Master of GTU

Summary

At the present stage, regional tourism is considered as an economic category that expresses the interaction of socio-economic processes. Its successful development depends on the correct calculation of the existing factors, as these factors can contribute to the pace of development of local tourism and its entry into the international market of tourism services. Therefore, the paper presents the main factors that affect the development of tourism in Georgia, however, as it turns out, the factors of tourism demand are a priority for sustainable tourism development. The mechanisms discussed in the paper regarding the principles of sustainable tourism development have allowed us to develop a number of ways and methods. For the sustainable development of tourism, the global communication system should be used in the marketing activities of tourism companies. Its attractiveness lies in a variety of opportunities. Tourism should be included in the national spatial planning scenario, especially when installing new tourism infrastructure facilities. Thus, in order for tourism to achieve sustainable development in Georgia, much remains to be done. We believe that we need to work on improving the infrastructure, raising the level of service and service, expanding advertising, improving management, as well as strengthening state programs and projects, increasing investment. Georgia has all the conditions and opportunities to become one of the highly developed centers of international tourism.