

ტურიზმის ინდუსტრიის როლი საქართველოს ეკონომიკის განვითარებაში

რეზიუმე

ტურიზმის წარმატებით განვითარება მჭიდროდ კავშირშია მთლიანად ქვეყნის, ტერიტორიული სუბიექტების, ანუ როგორც იტყვიან მისი რეგიონების და ბოლოს ეკონომიკის სუბიექტების სოციალურ-ეკონომიკურ მდგრადობასთან და მათ შემდგომ წინსვლასთან.

ტურიზმის მნიშვნელობა უშუალოდ ეკონომიკაზე ტურიზმის პირდაპირი და ირიბი გავლენით შემოიფარგლება. აქ გხვდება ძალიან საინტერესო მოცემულობა: თუ ეკონომიკაზე ტურიზმის პირდაპირი გავლენა ამა თუ იმ ზომის ხარისხის უტყუარობით მოქმედ ეროვნულ ანგარიშების ფარგლებში აისახება და შემდგომში გაითვალისწინება, ამ დროს კი ეკონომიკაზე ტურიზმის ირიბი გავლენა რაოდენ გასაკვირი არ უნდა იყოს იგი, არც კი აანალიზდება, არადა ეკონომიკაზე ტურიზმის ირიბ გავლენას უდიდესი მნიშვნელობა აქვს.

საკვანძო სიტყვები: ტურიზმი, გლობალიზაცია, ეკონომიკა, მდგრადი განვითარება, ინვესტიციები, სახელმწიფო რეგულირება.

ტურიზმი ეკონომიკის არასაწარმოო სფეროს ეკონომიკის დარგია. აქ მოქმედი ფორმები და საწარმოები (ორგანიზაციები) ტურისტების მოთხოვნებს მატერიალური და არამატერიალური მომსახურებით აკმაყოფილებენ. ტურიზმის პროდუქცია ეს არის კომპლექსური მომსახურება, სადაც თავმოყრილი და გაერთიანებული არის ურთიერთ დაკავშირებული ტრანსპორტის, სასტუმრო მეურნეობის, ვაჭრობის (მათ შორის კვების სფეროს) ექსკურსიების, კულტურულ-სანახაოებრივი, სპორტული, საცუფაცხოვრებო-ყოფითი, სამკურნალო-გამაჯანსაღებელი და სხვ. მიმართულებით მოქმედი დაწესებულებების და საწარმოების მომსახურება.

ბაკური ქრისტესიაშვილი

სტუ-ს დოქტორანტი

ტურიზმი არის მსოფლიოს მრავალი ქვეყნისთვის შემოსავლის ერთ-ერთი მთავარი წყარო. კერძოდ, ტურიზმი ქვეყნების 83%-თვის შემოსავლის 5 ძირითადი წყაროდან ერთ-ერთი არის, ხოლო ქვეყნების 38%-თვის შემოსავლის მთავარი წყაროა. აქვე უნდა მივანიშნოთ, რომ ტურიზმის სფეროში 1998 წელს დასაქმებული იყო 115 მილიონი ადამიანი, ხოლო 2020 წელს კი აქ დასაქმებულთა რიცხვა 550 მილიონს მიაღწია.*

დღეისათვის მსოფლიოში ტურიზმი სხვადასხვა ქვეყანაში არათანაბრად არის განვითარებული. როგორც წესი ტურისტები მიემგზავრებიან ეკონომიკური განვითარებული ქვეყნებიდან. ამ ქვეყნებს მსოფლიო ტურისტების მიმწოდებლებად მოიხსენიებს. ამ სახის თუ რანგის სახელმწიფოებს მიაკუთვნებენ სწორედ იმ სახელმწიფოებს, რომელთა მოქალაქეების საზღვარგარეთ გამგზავრებულთა რიცხვის წილი 10%-ს აღემატება. მართალია ასეთი ქვეყნების რიცხვი ბევრი არ არის, მაგრამ ძალიან საინტერესო რეალობასთან გვაქვს საქმე. აღნიშნული ქვეყნების რიცხვი დაახლოებით 16-20 არის, მაგრამ მათი რიცხვი პერმანენტულად და თანაბარზომიერად იზრდება. მეტიც კოვიდ-კრიზისამდე და საერთოდ ეკონომიკურ დასავლეთ ევროპის, ჩრდილო ამერიკის ქვეყნების და იაპონიის გარდა გამოჩნდა ზოგიერთი აღმოსავლეთ აზის

ქვეყნები, სპარსეთის ყურის ქვეყნები. მათ აღვიღს იკავებს ის ახალი ქვეყნები, რომლებმაც განვითარების სერიოზულ ტემპებს მიაღწიეს.

წიეს; ესენია ჩინეთი, კორეის რესპუბლიკა, სინგაპური და ა.შ.

ზემოთ აღნიშნული რეალობა ერთ ძალიან საინტერესო მოცემულობას აყალიბებს. კერძოდ, ტურისტების მომწოდებელი ძირითადი ქვეყნები ასევე ტურისტების მიმღებ ძირითად ქვეყნებს წარმოადგეს. მაშასადამე, ტურისტების ძირითადი ნაკადი იმ ქვეყნებს სტუმრობენ, საიდანაც ყველაზე მეტი ოდენობის ტურისტები გამოდიან სხვაგან სამოგზაუროდ. აქ საინტერესოა კიდევ ერთი მომენტი - კერძოდ, ამ ნაკადის განსაზღვრული ნაწილი განვითარებად ქვეყნებში მიდის სამოგზაუროდ, მაშინ როცა ამ ტიპის განვითარებად ქვეყნებიდან წამომავალი ტურისტები პირიქით მცირერიცხოვანნი არიან.

ზემოთ წარმოდგენილი საერთო მოცემულობის გათვალისწინებით საყურადღებოა ის რეალობა რაც არის და წარმოჩინდება საქართველოს ეკონომიკის განვითარებაში ტურიზმის ინდუსტრიის ადგილზე და როლზე. ამ მიზნით მოკლედ გადმოვცემთ ჩვენს მოსაზრებას.

ტურისტული ინდუსტრია ეკონომიკური მეცნიერების დაინტერესების ობიექტი მისი სოციალურ-ეკონომიკური და პოლიტიკური ნიშნულის დამსახურებით ხდება. სწორედ ამ მიზნადმართებით უნდა მივიანიშნოთ, რომ იგი არის სრულიად ტევადი ეკონომიკური კატეგორია, რომელიც ასახავს მთლიანად ქვეყნის ეკონომიკის სისტემაში მოქმედი და ერთმანეთთან მჭიდროდ დაკავშირებული დარგებისა და სფეროების ფუნქციონალური ერთობას. ამასთან ტურისტული ინდუსტრია თავისი საინტერესო რეალობას აფიქსირება და საკმაოდ მგრძნობიარე ნიშნულს აერთიანებს: კერძოდ, აქ გხვდება პროდუქტის „შესაძლებლობის ფასი“ რომელიც ალტერნატიული ღირებულების შედგენად ყალიბდება. „შესაძლებლობის ფასი“ პოტენციურ ამონაგებს უკეთებს პროვოცირებას. ამ მოცემულობას ემატება ტურიზმის ინდუსტრიის ორი სტრუქტურული დონე: მაკრო დონე, სადაც ერთმთლიან ეკონომიკასთან კავშირში ჯდება ტურისტული ინდუსტრია, და მიკრო დონე, სადაც უშუალოდ ამ ინდუსტრიის სუბიექტები და მომხმარებლები სოციალურ-ეკონომიკურ სივრცეში გადაეჯახებიან.

ამ საინტერესო მოცემულობას თანმოსდევს ტურიზმის ინდუსტრიის ეკონომიკაზე ზემოქმედების მულტიპლიკაციური ეფექტი, ანუ როგორც უცხოურ ლიტერატურაში მიაჩნებენ ულტიპლიერ მფუფეცტ. ეს დაშვება კი ტურისტული ბაზრის ფუნქციონირების ფონზე და მისი მეშვეობით მიმდინარეობს. ეს ტურისტული ბაზრი ტურისტული მომსახურების მწარმოებელთა და ამ მომსახურების მომხმარებელთა შორის გაცვლის მეშვეობით ძალზე სპეციფიკურ ურთიერთობას წარმოშობს; შემდეგ ეს ურთიერთობა სრულად ფორმირდება ტურისტული ბაზრის ეკონომიკურ კატეგორიად.

ტურიზმის ინდუსტრია მრავალწახნაგოვანია - ეს მოცემულობა ნათლად სჩანს მისი როგორც ეკონომიკური კატეგორიის გადასახედოდან, ანუ თეორიული კუთხით, ასევე პრაქტიკის ანუ რეალობის სივრცეში. ამ უკანასკნელი პირობის დათქმის აზრით საყურადღებოა, უთუოდ უნდა გამოვყოთ ტურიზმის ინდუსტრიის სექტორები. ეს სექტორები ტურიზმის ინდუსტრიის მდგენელები არიან და საბოლოოდ ტურიზმის ეკონომიკის განვითარების ერთგვარ ბერკეტებადაც კი გამოდიან. აქ საყურადღებოა გაეროს მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციის ზედამხედველობით და უშუალო კონტროლით განხორციელებული 1991 წელს მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციის „ოტავის მოგზაურობის და ტურიზმის სტატისტიკის კონფერენციაზე“ მოყვანილი, შემუშავებული და დაფიქსირებული ზოგადად ტურიზმის ინდუსტრიის ერთგვარი სეგმენტაცია სექტორებად. შემდეგში კი ამ ზოგადი მინიშნების ფონზე ტურიზმის დარგის მკლევარებმა წამოსწიეს და აქცენტირება გააკეთეს ტურიზმის ინდუსტრიის სექტორებზე. აქ საინტერესოა კ.კუპერის, ჯ.ფლეტჩერის, დ. ჟილბერტის პოზიცია, სადაც წარმოჩინდა ტურიზმის ინდუსტრიის აქტუალური სექტორები.* სწორედ ეს სექტორები საბოლოო ჯამში პირდაპირ თუ ირიბად „კისრულობენ“ ტურიზმის ინდუსტრიის როგორც დადებით ისე უარყოფით დაშვებებს ქვეყნის ეკონომიკაში.

* გ. ბრეგაძე. ტურიზმის განვითარების ეკონომიკური პოლიტიკის ფორმირების პრიორიტეტები. ეკონომიკის დოქტორის აკადემიური ხარისხის მოსაპოვებლად წარმოდგენილი სადისერტაციო ნაშრომი. გვ. 11. თბილისი 2018

- ტრანსპორტირება, ანუ ტურისტულ ადგილამდე მიღწევის საშუალება.
- განთავსება, ანუ კომერციული ერთეულების სექტორი
- ღირსეშესანიშნაობები - დასვენების ყველაზე არსებითი და სექტორული სახის კომპონენტი დაწესებული ბუნებრივი რესურსებით და თემატური პარკით თუ გოლფის მოედნებით, მუზეუმებით და ხელოვნების გალერიით, კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლებით დამთავრებული
- შუამავლები, ანუ ის სუბიექტების ურთიერთობის სივრცე, სადაც ტურისტული პროდუქტების ბითუმად მოვაჭრე და საცალოდ მოვაჭრე საბოლოო პროდუქტის მომხმარებელთან კავშირში შედიან.

ყოველივე ზემოთ აღნიშნული ყველა დაინტერესებულ მკვლევარს თუ პრაქტიკოს პირს აიძულებს გააცნობიეროს მოთხოვნის მოცემულობა ტურიზმში. ამასთან ეს პირობა გადადის ანუ გაიშლება შეზღუდული მოთხოვნის, ფარული მოთხოვნის და მოთხოვნის არარსებობის მიმართულებებში. იქედან გამომდინარე რომ ვაღიარებთ მოთხოვნის მოცემულობას ტურიზმში, მაშინ სრულიად ლოგიკურად მივდივართ ამ სფეროს მიწოდების მხარესთან. ამ დროს კი პირველ რიგში დგებიან ისეთი პირობები, როგორიც არის ფასი, თვითღირებულება, ტექნოლოგია, სიმარტივე, ხარისხი და ა.შ.

დღეს უცხოურ ლიტერატურაში აქტიურად განიხილება ტურიზმის ეკონომიკის ეფექტის საკითხები. ამ მოცემულობის წინაპირობა არის ის რეალობა რომ ტურიზმი ქვეყნების უმრავლესობაში ეკონომიკური აქტივობის წანამდგრად გამოდის. მეტიც, ტურიზმი როგორც ქვეყნის ეკონომიკის როგორც ვერტიკალში ასევე ჰორიზონტალში პირდაპირი და არაპირდაპირი ეკონომიკური ეფექტის მომტანი არის.

ტურიზმის ეკონომიკური განვითარების საშუალებად მოხსენიება და ამ სახის მოცემულობად აღიარება ჯერ გასული საუკუნის 90-იან წლებიდან მომდინარეობს. მაშინ ტურიზმს დაეკისრა:

- ეკონომიკის ინფრასტრუქტურის განვითარების წახალისება;

- ტურიზმის ინდუსტრიის მდგენელების გაზრდა;
- ინვესტიციების მოზიდვის პროცესის პროვოცირება როგორც ქვეყნის შიგნით ისე უცხოეთიდან;
- ტურისტული პროდუქტების ტექნოლოგიის, ასევე ტურისტული ნოუ-ჰაუს გამართივება და მეტის ძალით წახალისება.

დღეს მსოფლიოში ტურიზმის ეკონომიკური ეფექტის მიმართ ინტერესი სულ უფრო პროგრესირებადი გახდა. ამ ყოველივეს მიზეზი არის სამუშაო ადგილების,

ანუ დასაქმების საკითხისადმი დადებითი დამოკიდებულება, ასევე ინვესტიციიდან მომდინარე გენერირებული შემოსავლის მოცემულობა და მთლიან ეკონომიკაზე კანონზომიერი ზოგადი ეფექტი.

ამ მოცემულობის მოთხოვნა გვერდს ვერ აუვლის ისეთ საკითხებს როგორიც არის ტურიზმის პირველადი ეკონომიკური ეფექტი და მეორადი ეკონომიკური ეფექტი. ეს ორი სხვადასხვა ფორმის და შინაარსის მქონე ეფექტი წესით უთუოდ ყურადღებას იმსახურებს როგორც თეორეტიკოსების მხრიდან ასევე პრაქტიკოსი მკვლევარების მხრიდან, რამდენადაც ეფექტი ტურისტული დანახარჯებთან კავშირში იმყოფება და ისინი ბიზნესისთვის უთუოდ დაინტერესების სფეროა.

უნდა ვაღიაროთ რომ როგორც ტურიზმის პირველადი ეკონომიკური ეფექტი და მეორადი ეკონომიკური ეფექტი რეალობაში მასტიმულირებული ეფექტის სისტემით გამოდის. ამ მოცემულობის გათვალისწინებით უთუოდ საყურადღებოა მთლიანი ეკონომიკური ეფექტის გაზომვის პროცედურა; ეს უკანასკნელი მოქმედება კი ვერ განხორციელდება ვიზიტორების მიერ გაწეული დანახარჯების, მომსახურების და სერვისების ფასების, საგადასახადო და არასაგადასახადო შემოსავლების კუთხით დანახარჯების თაობაზე ზუსტი და დეტალური ინფორმაციის გარეშე. არადა სწორედ ამ ინფორმაციის ხელმისაწვდომის გარეშე ამ მოთხოვნის შესრულება ვერ მოხდება. ეს საშიშროება რეალურად დგას საქართველოში, და ქვეყნის მთავრობა აქტიურად უნდა ჩაერთოს

სარწმუნო ეფექტის კომპლექსურად შეცნობისათვის.

მოლიანობაში ეს პრობლემა ძალზედ სერიოზულია, მაგრამ ასევე საყურადღებოა თვით ის ფაქტი რომ ტურიზმი როგორც გამოცალკევებული და დამოუკიდებელი სექტორი არ არსებობს. ამ ფაქტს ყველა უცხოელი მკვლევარი აღიარებს და ისინი ამ ჩიხიდან გამოსავალს ტურიზმთან ასოცირებული სხვადასხვა რანგის სექტორების - ტრანსპორტის, სასტუმროს და ა.შ. ანალოგიური არხების გვერდით ფულის ხარჯვის სხვა სექტორებზეც უნდა მოხდეს ყურადღების აქცენტირება. არადა ტურიზმთან არ ასოცირდება დანახარჯები ტანსაცმელზე, საჩუქარზე და საკვებზე, და შედეგად ესენი ეკონომიკური ეფექტის სისტემაში არც თუ უმნიშვნელოა.

გამოდის რომ სათანადოდ ვერ შევაფასებთ არსებულ რეალობას, ანუ ეკონომიკურ ეფექტს. აღნიშნული რეალობა უთუოდ უნდა მივიჩნიოთ ტურიზმის ინდუსტრიის ერთ-ერთ მეტად საყურადღებო „ჩრდილოვან“ მხარედ, რომელიც ეფექტის გაზომვის, ან მასთან წვდომის რეალობას უბრალოდ ზღუდავს.

აღნიშნული მოცემულობა ნათლად მიგვანიშნებს, რომ მხოლოდ სტანდარტული სტატისტიკური რესურსები და საერთო-სახელმწიფოებრივი ანგარიშები ტურიზმის ეკონომიკური ეფექტის შეფასებას ვერ „ახერხებს“. აქ ერთგვარ მხსნელად გამოდის ეკონომიკის მეორადი ეფექტის მოდელი. აქ ამ დროს სახელმწიფოები, და მათ შორის ჩვენი ქვეყანა მოვალენი ხდებიან ეკონომიკური ეფექტის კვლევა დაუკვეთონ და ან მკვლევართა შრომა გამოიყენონ. ამ პროცედურამ მოლიანობაში უცხოელი მკვლევარების ლ.დევიდსონის და ვ. შეფერის მინიშნების თანახმად შექმნას შემდეგი რეალობა: შევიგრძნოთ ის რაღაც მაგიური პროცესი, რომლის მეოხებით ნებისმიერი ტურისტის ერთი დოლარის დანახარჯი ორ ან სამ დოლარად გადაიქცეს. აქ უთუოდ საყურადღებოა კიდევ ერთი მოცემულობა: მცირე ეკონომიკურ ეფექტს სრულიად შესაძლოა სარკისებური პოლიტიკური ეფექტი მოჰყვეს, რაც მოლიანობაში ყველა მიმართებით მიუღებელი არის. ამიტომაც ჩვენ ვეთანხმე-

ბით იმ ქართველ მკვლევართა პოზიციას, რომლებიც მიანიშნებენ უთუოდ უნდა შემუშავდეს ეკონომიკური ეფექტის გაზომვის სტანდარტი, წინააღმდეგ შემთხვევაში ხომ გადაჭარბებული მაჩვენებელი საერთო სახელმწიფოებრივი რანგის შეცდომები არ იქნეს მიმოქცევაში გაშვებული.

ტურიზმი საქართველოში ეკონომიკის მნიშვნელოვანი დარგია და მომსახურების სექტორში იგი სწრაფად ვითარდება. სრულად შეიძლება ითქვას რომ ჩვენს ქვეყანაში ტურიზმი უხილავ ექსპორტის სტატუსს ატარებს. ამდენად, ფაქტია რომ უცხოელ მოგზაურთა დანახარჯები დიდ გავლენას ახდენს საქართველოს ეკონომიკაზე და მის ეკონომიკურ მაჩვენებლებზე. ამ უკანასკნელის მიმართებით უნდა მივანიშნოთ რომ ტურიზმის უდიდესი მნიშვნელობა ეკონომიკის საგადასახადო ბალანსზე. სწორედ ამ საგადასახდლო ბალანსის აქტივების მხარე წარმოაჩენს საქართველოს ეკონომიკის შემოსავალს უცხო ქვეყნის მოქალაქეების, ანუ არარეზიდენტების მოგზაურებიდან; რაც შეეხება საგადასახდლო ბალანსის ვალდებულების, ანუ პასივის მხარეს აქ ჩანს საქართველოს რეზიდენტების მიერ გაწეულ დანახარჯები უცხოეთში, ანუ მათ მიერ საზღვარგარეთ გაწეული

დანახარჯები. და როცა ჩვენ შევადარებთ საგადასახდლო ბალანსის ორივე მხარეს, აღმოჩნდება საერთო-სახელმწიფოებრივი ეკონომიკის სერიოზული ოდენობის დადებით საღდო; კერძოდ, საქართველოს შემოსავალმა უცხოეთის ქვეყნის მოქალაქეების მიერ გაწეულ დანახარჯებმა, ანუ უშუალოდ მათგან მიღებულმა შემოსავალმა 2021 წელს შეადგინა 1.24 მილიარდი აშშ დოლარი. ამ დროს კი საქართველოს რეზიდენტების მიერ უცხოეთში მოგზაურობის მიზნით გაწეულმა დახარჯმა შეადგინა 184.7 მილიონი აშშ დოლარი. თუ პირველ შემთხვევაში ზრდა იყო 129 %, მაშინ მეორე შემთხვევაში ზრდა შეადგენს 2.4 %-ს. აქ უკვე ნათლად სჩანს დადებითი საღდო 1.03 მლრ. აშშ დოლარს. რაც შეეხება 2022 წელს, საერთაშორისო მოგზაურობიდან საქართველოს ეკონომიკამ 3,517 მლრდ აშშ დოლარის შემოსავალი მიიღო.

საქართველოში ტურიზმის ინდუსტრიას დღეს მთელი რიგი პრობლემები გააჩნია და მათი გადაწყვეტა რაღაც დონით საესეებით შესაძლებელია. დავიწყოთ თუნდაც იმით რომ საყურადღებოა მიწოდებული მომსახურების ხარისხი, და ძალზე საყურადღებოა უსაფრთხოების საკითხი. ეს უაკანასკნელი კვლავ უპირველეს ამოცანად რჩება, სხვა შემთხვევაში ტურისტის სიამოვნების ერთიან სივრცეში ვერ ხვდება და ამ სფეროში გაწეული შრომა და ჩადებული კაპიტალი არაეფექტური და უშედეგოც კი რჩება.

როცა საქართველოში ტურიზმის ინდუსტრიის პრობლემებზე ვაკეთებთ აქცენტს, მაშინ ყურადღება უნდა გადავიტანოთ იმ გზებზე და მიმართულებებზე, სადაც არ არის საჭირო დიდი კაპიტალდაბანდება, მაგრამ ადეკვატური სახის პოლიტიკა კი უცილობლად საჭიროა. აქ არ უნდა დაგვავიწყდეს ასევე ერთი თუნდაც უმნიშვნელო მოცემულობაც: სულ უფრო რთულდება მომხმარებლის ყურადღების მიპყრობა, რომ არა ახალი ფასეულობა, ახლის შექმნის თუ ძველის ახლებურად

„წაითხვის“, ანუ განსხვავებული ფორმით მიწოდების აუცილებლობა სულ უფრო ძლიერდება.

ამ ფონზე უთუოდ საყურადღებოა ქართული ტურისტული ინდუსტრიის „ნაკლოვანი“ ნიშნულების შეცნობა. ამ კუთხით თავისი სიმწვავეთ და მნიშვნელობით პირველ ადგილზე დგას ტურისტულ ინდუსტრიაში ადამიანური რესურსების პრობლემა. აქ კი გხვდება როგორც სუბიექტური ასევე ობიექტური სიძნელეები. კვალიფიციურ და პროფესიონალურ კადრების ნაკლებობა კიდევ უფრო მწვავედება ეკონომიკის სხვა სფეროს აქტიური მობილობით, ასევე დასაქმებულთა შრომითი უფლებების საკმაოდ სუსტად რეალიზაცია და შედეგობრივი ეფექტის მიზერული დონით. ამ მდგომარეობის გამოსწორება ჩვენის აზრით შესაძლოა მოხდეს როგორც უშუალოდ კერძო სექტორის აქტიურობით, ასევე სახელმწიფოს ინსტიტუტების მხრიდან ინვესტირების მიზანმიმართულობით.

საქართველოს ტურისტულმა ინდუსტრიამ ასევე უნდა გადახედოს ტურისტული შეთავაზებების „მენიუს“. დღეს დივერსიფიცირებული,

უნიკალური და მრავალფეროვანი ტურისტული შეთავაზებების დეფიციტია. თანამედროვე ტურისტს კი იზიდავს განსხვავებული შთაბეჭდილება როგორც აგრო, გასტრო კულტურული თუ სათავგადასავლო მოცემულობები. ამ დროს ქვეყნის ტურისტული ბაზარი უბრალოდ მწირება, და როცა მიწოდება ვერ მისდევს მოთხოვნას, ბაზრის ამ წესის თანახმად რეალიზაცია ანუ ტურისტული ინდუსტრიის წარმატება არც თუ სასურველი ხდება; არადა ქვეყნის საინვესტიციო პოლიტიკა არც თუ უმნიშვნელოდ აქტიურობს და მეტი ეფექტი კი იგვიანებს. ჩვენის აზრით ყურადღება უნდა იქნეს გადატანილი მარკეტინგზე.

აქ შესაბამისი დონის და მასშტაბის ინვესტირება უნდა მოხდეს. დღეს უცხოეთში (აშშ, კანადა, საფრანგეთი, იტალია და ა.შ.) ძალზე სერიოზული კაპიტალის ინვესტიციურება ხდება ქვეყნის ტურისტულ ინდუსტრიის ინფლუენსერ მარკეტინგში. საყურადღებოა ის ფაქტიც, რომ დღეს განვითარებული ტურისტული ინდუსტრიის მქონე თითქმის ყველა ქვეყანაში ინფლუენსერი კამპანია ხორციელდება „ინსტაგრამზე“ (80%), „ფეისბუქზე“ (47%) და „იუთუბზე“ (37%).

საქართველოში ტურისტული ინდუსტრიის განვითარების მიმართულების გზების მოძიების პროცესი საკმაოდ მდორედ მიმდინარეობს; არადა ამ კუთხით მოვლენების განვითარება და თვით ამ სფეროში არსებული რეალობა მეტ ნიშნულს იმსახურებს. კერძოდ, საქართველოს ტექნოლოგიურ სივრცეში ჯერ კიდევ 2019 წლიდან მოქმედებს საიტი ინფლუენცერ-გე. მეტად საკმაოდ საინტერესო სახის მომსახურებით: ინფლუენსერ სტრატეგია, ინფლუენსერ ღონისძიება და ინფლუენსერ კონსულტაცია.

ყოველივე მიაწინებებს კერძო სექტორის იმ აქტივობაზე რასაც ის თავისი ბიზნეს ინტერესებიდან გამომდინარე მეტის მონდომებით აკეთებს ქვეყნის ტურისტული ინდუსტრიის განვითარების მიმართულებით. აქ თუ გხვდება ე.წ. ვიწრო ინტერესები, მაშინ საერთო-სახელმწიფოებრივ დონეზე სულ სხვა სიტუაციას ვაწყდებით. კერძოდ ჯერ კიდევ სრულად არ არის გაცნობიერებული ქვეყნის ეკონომიკაში ტურიზმის ინდუსტრიის როლის მოცემულობა, და თუ რაიმე შესაფესება ან მიდგომა კეთდება,

მაშინ ანალიზი უმეტეს წილად ჩვენის აზრით ზედაპირული არის. ამ მოცემულობის არსებობას კი განაპირობებს ტურიზმის ინდუსტრიის სოციალურ-ეკონომიკური შედეგის შეფასების, ხერხების და ინსტრუმენტების, უშუალოდ კვლევის მეთოდების ზედაპირულად აღქმა და გაცნობიერება. ამ ფაქტს კიდევ უფრო ამწვავებს ეკონომიკაში მომსახურების სფეროს (სექტორის) განსაკუთრებულობა და სპერციფიკა.

არსებობს კიდევ ერთი ძალიან საინტერესო დილემა: როგორი თანაფარდობა არის ეკონომიკის ზრდის მოცემულობასა და ტურიზმის ინდუსტრიის ზრდის რეალობას შორის? უფრო კონკრეტულად, კი ტურიზმის ინდუსტრიის ზრდა და განვითარება საზოგადოებრივი, ანუ ქვეყნის ეკონომიკის ზრდის მიზეზია თუ შედეგი?

აღნიშნული კითხვები უბრალოდ მარტივი რანგის კითხვები არ არის, მით უფრო როცა მსოფლიოში ფართოდ გავრცელებულია და საკმაოდ აღიარებულია ორი სახის სხვადასხვა პოზიცია. კერძოდ, ერთი პოზიციის მიხედვით ქვეყნის ეკონომიკური წინსვლა და აღმავლობა კანონზომიერად და უცილობლად იწვევს ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარებას; მეორე პოზიციის თანახმად, კი ტურიზმის ინდუსტრიის დაჩქარებულმა და სტაბილურმა ზრდამ ქვეყნის ეკონომიკის ზრდის პროვოცირება მოახდინა, და როგორც იტყვიან შედეგიც დადო.

ზოგადად ყოველივე ზემოთ აღნიშნული მოცემულობა საქართველოს სწავლულ ეკონომისტთა შორის აზრთა სხვაობას და სხვადასხვა პოზიციის დასაბუთების სრულ სახეს. ერთნი ამტკიცებს, რომ ქვეყნისთვის პრიორიტეტული უნდა იყოს ტურიზმის ინდუსტრიის ყველმხრივი ხელშეწყობა და მთავარ პრიორიტეტად აღიარება, მაშინ მეორენი პირიქით, სრულად აღიარებენ საქართველოს ქვეყნის გეოსტრატეგიული მდებარეობას და შესაბამისად უთუოდ აქცენტირება უნდა გაკეთდეს სატრანზიტო ფუნქციის შესრულებაზე. არადა ქვეყნის ეკონომიკის განვითარების ეს უკანასკნელი მიმართულება დღითი-დღე ძლიერდება. გავიხ-

სენოთ თუნდაც ამ უახლეს პერიოდში საქართველოს ჩართულობა ენეგეტიკული რესურსების (მაგალითად, აზერბაიჯანი-ვეროპა ელექტროენერგიის) ტრანზიტში. აქ მოყვანილ პოზიციის მიმართ ჩვენი დამოკიდებულება მეტწილად ელასტიური და მოქნილი არის. კერძოდ ადეკვატური პოზიცია მხოლოდ მაშინ გვექნება როდესაც კიდევ უფრო ჩაუღრმავდებით ორი ქვეყნისთვის მაგისტრალური მიმართულების ყველა შუქჩრდილებს და შემდგომი სრული ანალიზის შედეგად გვექნება ადეკვატური პოზიცია.

ამრიგად, საქართველოს ეკონომიკაში ტურიზმის ინდუსტრიის ადგილისა და როლის შეცნობა და მისი წარმოჩენა მარტივი თემატიკა არ არის. მართალია, გაეროს მსოფლიო ტურისტული ორგანიზაციის (UNWTO) პოზიცია საერთოდ ტურიზმის ინდუსტრიის თაობაზე სრულიად ნათელია, მაგრამ ჩვენის აზრით ამ კუთხით უთუოდ საჭიროა მეტი კონკრეტულობა. აქ ყურადღება უნდა გადატანილი იქნეს როგორც პირდაპირი ასევე არაპირდაპირი, ინდუქციური თუ დედუქციური გზით საქართველოს ეკონომიკაზე მოქმედი და მასზე ამსახველი ფაქტების, მოვლენების და მონაცემების სრულად და სისტემურად გაანალიზება.

ამ პოზიციის სრულად გაცნობიერება ერთი სერიოზული ნაბიჯი არის ტურიზმის სექტორში დღეს არსებული მოცემულობის წარმოსაჩენად, და შემდეგ კი ტურიზმის ინდუსტრიის სრულიად ახალი რეალობის - მდგრადი ტურიზმის საზოგადოებრივი და ეკონომიკური მოვლენის სივრცეში შესაღწევად. ეს პირობა ძალზე საყურადღებოა საქართველოსთვის როგორც განვითარებადი ქვეყნისთვის. სწორედ ამ კუთხით იყო წარმოჩენილი გაეროს მსოფლიო ტურისტული ორგანიზაციის (UNWTO) პოზიცია. სწორედ ამ უკანასკნელ მოთხოვნას, უფრო სწორედ პოზიციას დიდი ღირებულება აქვს ჩვენი ქვეყნისათვის. ყოველივე ეს საბოლოო ჯამში ერთ ცალკე აღებულ ქვეყანაში ტურიზმის მდგრადობის რეალიზაციის მოცემულობას ხელშესახებად და რეალობად აქცევს.

გამოყენებული ლიტერატურა

1. ლ. ქოქიაური „ინვესტიციის ბაზარი: თეორია, პოლიტიკა, პერსპექტივა,” გამომცემლობა სი-ახლე, თბილისი 2002 წ.
2. საქართველოს ეროვნული საინვესტიციო სააგენტოს შესახებ კანონი, 2003 წ.
3. შენგელია რ. წიკლაური ჟ. შენგელია ნ. „ინვესტიციები და მათი როლი ტრანსფორმირებადი ეკონომიკის ქვეყნების განვითარებაში” გამომცემლობა „უნივერსალი”, თბ., 2013 წ. 167 ბგ.
4. eary, J. Peter. “Trade Costs and Foreign Direct Investment.” International Review of Economic and Finance, forthcoming. Provides two explanations for how falling trade costs can generate increased FDI, as seen in the data, 2008.
5. oran T (1998), „Foreign Direct Investment and Development: The New Policy Agenda for Developing Countries and Economies in Transition”, Institute for International Economies, Washington, DC, 1998. gv.9.

THE ROLE OF THE TOURISM INDUSTRY IN THE DEVELOPMENT OF THE ECONOMY OF GEORGIA

Bakrui Christosiashvili

Abstract

The successful development of tourism is closely related to the country as a whole, territorial entities, that is, as they say, with the socio-economic sustainability of its regions and finally the subjects of the economy and their further progress.

The importance of tourism is limited to the direct and indirect impact of tourism on the economy. Here you will find a very interesting fact: if the direct impact of tourism on the economy is certain It is reflected and taken into account within the current national accounts, and at this time the indirect impact of tourism on the economy, no matter how surprising it is, is not even analyzed, but the indirect impact of tourism on the economy is of great importance.