

დაცული. მომსვლელებს რაც შეიძლება ყურადღებით უნდა მოეუსმინოთ, შევეუქმნათ უშუალო და კეთილგანწყობილი ატმოსფერო და მხარი დავუჭიროთ ყველა საინტერესო წინადადებას.

თანამედროვე ორგანიზაციას ეფექტური მენეჯმენტის უზრუნველყოფისათვის, აუცილებლად უნდა ჰქონდეს კომპიუტერული მონაცემთა ბაზა სპეციალური პროგრამული უზრუნველყოფით, რის საფუძველზეც ოპერატიულად მოხდება მოქალაქეთა (კოლეგების, მომსვლელთა) და სხვადასხვა ორგანიზაციის განცხადებების, სურვილების, პრობლემების თუ წინადადებების ანალიზი, სისტემატიზება და პრიორიტეტული საკითხების გამოყოფა.

გამოყენებული ლიტერატურა

1. არმსტრონგი მ., ადამიანური რესურსების მართვა, თბ. 2002.
2. ბერიძე რ., ადამიანური რესურსების მენეჯმენტი, თბილისი 2009.
3. გურაბანიძე ვ., ადამიანური რესურსების მენეჯმენტი, თბ. 2009.
4. გურაბანიძე ვ., ქიქოძე ნ., შრომითი რესურსების მენეჯმენტი, ქუთაისი 2006.
5. პაიჭაძე ნ., პერსონალის მართვა თბილისი 2003.
6. ჯულაყიძე ე., მენეჯმენტის საფუძველები, ქუთაისი 2013.
7. Fisher C., Schoelfeldt L., Shaw J., Human Resource Management, *fifth edition*, Boston, New York, 2009.

ელისო გველესიანი

ეკონომიკის დოქტორი, აკ. წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ასოც. პროფესორი

მაია ახვლედიანი

ეკონომიკის დოქტორი, აკ. წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ასოც. პროფესორი

ტურისტული ბაზრის განვითარების პერსპექტივები საქართველოში

ეკონომიკის დოქტორი, აკ. წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ასოც. პროფესორი

დღეისათვის ტურიზმი მომსახურების სფეროს ერთ-ერთი ყველაზე სწრაფად მზარდი დარგია საქართველოში. არსებობს მრავალი შესაძლებლობა ტურიზმის სფეროში ინვესტიციების განსახორციელებლად: საზღვაო, მთის კურორტები, სათხილამურო სპორტი, მინერალური წყლები, გამაჯანსაღებელი, კულტურული და სხვა სახის ტურიზმით. საქართველოს თითქმის ყველა რეგიონი მდიდარია ტურისტული ღირსშესანიშნაობებით. ქვეყანას საკმაოდ დიდი ტურისტული პოტენციალი აქვს და თუ მოვახდენთ არსებული პოტენციალის რანჟირებას, მაშინ ჩვენს ქვეყანაში პერსპექტიული იქნება ტურიზმის ისეთი სახეების განვითარება როგორცაა: კულტურული, სამკურნალო, საკურორტო, ეკოტურიზმი და ა.შ.

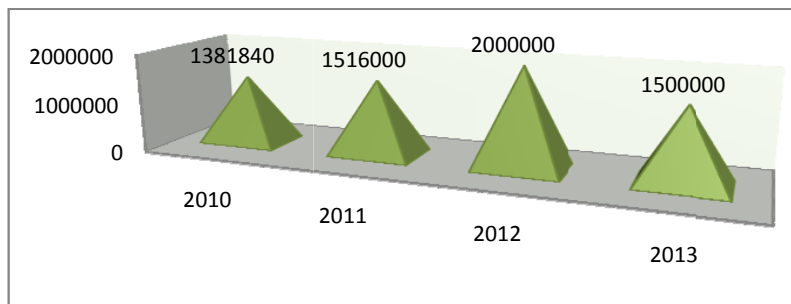
საქართველოში ტურიზმის მდგომარეობის მიმოხილვისას მნიშვნელოვანია იმის

განსახდვრა, თუ როგორია სეზონურობა ტურიზმის სახეების მიხედვით. აქ დამკვიდრებული კლასიფიკაციის მიხედვით, ძალიან მაღალი სეზონურობის ტურებს მიეკუთვნება პროფესიული (საქმიანი ტურები), რადგან ისინი წელიწადის ოთხივე სეზონს მოიცავს. ასევე მაღალი სეზონურობისაა: კულტურული და სპეციალიზებული ტურები, ისინი წელიწადის სამ სეზონს მოიცავენ. საშუალო სეზონურობის ტურებს მიეკუთვნებიან: რელიგიური (პილიგრიმული) ტურები, ეთნიკური ტურები, ისინი წელიწადში ორ სეზონს მოიცავენ. დაბალი სეზონურობის ტურებს მიეკუთვნებიან: დასვენება კურორტზე, აგროტურები, ეკოტურები, სამკურნალო, სათავგადასავლო, სპორტული, ღვინის ტურები. როგორც ანალიზი გვიჩვენებს, საქართველოს ბაზარზე არსებული ტურების უმრავლესობა დაბალი სეზონურობით ხასიათდება, რაც ტურიზმის განვითარების შემაფერხებელ ფაქტორად შეიძლება განვიხილოთ.

2011 წელს საქართველოში ტურისტების რაოდენობამ შეადგინა 1516000 (16%-იანი ზრდა წინა წელთან შედარებით). 2012 წელს აღნიშნულმა ციფრმა შეადგინა 2 მილიონზე მეტი, რაც წინა წელთან განსხვავებით 36%-იან ზრდას წარმოადგენს. 2013 წლის ბოლოსათვის ჩამოსვლების რაოდენობამ შეადგინა 1500000 კაცი (იხ.ნახ 1).

ნახ. 1.

ტურისტული ჩასვლების რაოდენობა საქართველოში.



2014 წლის 6 თვის მონაცემებით, საერთაშორისო მოგზაურების რაოდენობამ 2 188 721 შეადგინა, რაც წინა წლის ანალოგიურ პერიოდს 29%-ით აღემატება. ტურისტების რაოდენობის განსაკუთრებული მატება პოლონეთიდან - 98%, უკრაინიდან - 73%, რუსეთიდან - 69%, სომხეთიდან - 55%, ყაზახეთიდან - 34% და ისრაელიდან - 32% შეინიშნება.

პირდაპირმა უცხოურმა ინვესტიციებმა ტურიზმის სექტორში 2011 წელს შეადგინა 132 მილიონი აშშ დოლარი. 2011 წლიდან მოყოლებული (147 მილიონი აშშ დოლარი) ტურიზმიდან მიღებული შემოსავალი დაახლოებით სამჯერ გაიზარდა და 2012 წლის ბოლოსათვის შეადგინა 570 მილიონი აშშ დოლარი.

ტურიზმის თანამედროვე ბაზრის კვლევა და ანალიზი აუცილებელი პირობაა ბაზარზე მიმდინარე ტენდენციების გამოკვეთისა და ტუროპერატორებისათვის სწორი რეკომენდაციების მოსამზადებლად. საქართველოს ტურიზმის დეპარტამენტის მიერ შედგენილი კითხვარით, შესწავლილ იქნა საქართველოში მომუშავე ტუროპერატორები 2008-2011 წლებში, რის საფუძველზეც გაკეთდა მათ მიერ გაწეული ტურისტული მომსახურების ანალიზი. კვლევის შედეგებმა აჩვენა, რომ უცხოელი ტურისტების მოზიდვის მიზნით ქართველი ტუროპერატორების მიერ გამოიყენება რეკლამის 6 სხვადასხვა სახეობა. ნიშანდობლივია, რომ მათი უმრავლესობა ტურისტული პროდუქტის პრომოუშენისა და ახალი მომხმარებლების დაინტერესების მიზნით

იყენებენ საკუთარ ვებ გვერდს. ე. ი ცდილობენ ტურისტული პროდუქტის ინტერნეტის საშუალებით გაერცვლებას. საერთაშორისო გამოყენება-ბაზრობებში მონაწილეობას ორმაგი დატვირთვა აქვს, რაც შემდგომში გამოიხატება: 2008-2011 წლებში საქართველოში რეცეპტიული ტურისტული ფირმების უმრავლესობამ 85,7%-მა საერთაშორისო ბაზრობებში მონაწილეობით საკუთარი პროდუქცია წარუდგინეს მრავალ ვიზიტორს, დადეს ახალი კონტრაქტები უცხოურ კომპანიებთან და ამით ხელი შეუწვევს საქართველოს, როგორც ტურისტული იმიჯის მქონე ქვეყნის პოპულარიზაციას. კომპანიათა 71,4%-მა პროდუქტზე მოთხოვნა უცხოელი პარტნიორებისა და საზღვარგარეთის სავაჭრო ცენტრებში წარმოდგენილი ქართული სარეკლამო მასალით მოახერხა. ტუროპერატორთა 42,9%-ისათვის გასაღების საშუალება ავიახაზებია. ნიშანდობლივია ის გარემოება, რომ საანალიზო პერიოდში კომპანიათა 14,3%-მა მიმართა რეკლამის ისეთ ძვირადღირებულ საშუალებას როგორცაა საზღვარგარეთ სატელევიზიო რეკლამა.

მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციის (მტო) მიერ მიღებული კლასიფიკაციით მსოფლიო დაყოფილია 6 ტურისტულ რეგიონად. ნებისმიერი ქვეყნისათვის მნიშვნელოვანია იმის განსაზღვრა, თუ რომელი რეგიონიდან შემოდის ტურისტთა მეტი რაოდენობა. საქართველოში შემოსულ არარეზიდენტ ვიზიტორებს შორის ყველაზე მეტი ხვედრითი წილი ევროპის რეგიონზე მოდის. თუ 2008 წელს ტუროპერატორთა 57,1% მუშაობდა აღნიშნულ ბაზარზე, 2012 წელს მათმა რიცხვმა 71,4%-ს მიაღწია და შესაბამისად გაიზარდა საქართველოში ევროპის რეზიდენტების მოგზაურთა რაოდენობა. საქართველოს ტურისტულ ბაზარზე ევროპის რეგიონის ამგვარი მოცულობითი ხვედრითი წილი განპირობებულია შემდეგი ფაქტორებით: საქართველოს ტურისტული ბაზრის ევროპის რეგიონთან გეოპოლიტიკური სიახლოვით, კულტურათა თანახმობით, საქართველოს ევროსაბჭოში წევრობით და სწრაფვით ევროკავშირში გასაწევრიანებლად და ა.შ.

ტურისტული ბაზრის კვლევისათვის მნიშვნელოვანია უცხოელი ტურისტების საქართველოში სტუმრობის ხანგრძლივობის განსაზღვრა. პასუხი ამ კითხვაზე მთლიანად ემთხვევა საერთაშორისო ტურიზმში აღიარებული ტურისტული პაკეტის ვადებს „**Package Tours**“, რომლის ხანგრძლივობა ერთი-ორი კვირაა, ვინაიდან, ტუროპერატორთა 100% მომხმარებლები, სწორედ, ამ ხანგრძლივობის ტურისტულ პაკეტებს ყიდულობენ. კომპანიათა 85,7% ემსახურება ისეთ ორგანიზებულ ტურისტებსაც, რომლებიც საქართველოში მხოლოდ ერთი კვირით მოგზაურობენ და კომპანიათა 42,9%-ს, რომელთა მომხმარებლები ქვეყანაში ერთ თვეზე მეტს ყოვნდებიან. ძირითადად ეს ორი სეგმენტი პროფესიულ საქმიან ტურს მოიცავს (კონფერენციები, კონგრესები, ბიზნეს-ვიზიტები და ა.შ.)

ტურიზმის, როგორც დარგის, განვითარების ანალიზის პროცესში მნიშვნელოვანია საქართველოს ტურიზმის ასოციაციის როლის დადგენა. საქართველოს ტურიზმის ასოციაცია დაარსდა 2006 წელს. იგი წარმოადგენს კერძო ტურისტული კომპანიების, სასტუმროების და საოჯახო სასტუმროების ორგანიზაციას, რომლის მიზანია განავითაროს ტურიზმის სფეროში ისეთი მნიშვნელოვანი ასპექტები როგორცაა: საქართველოს ტურისტულ ორგანიზაციებს შორის წარმატებული თანამშრომლობა; კერძო სახელმწიფო სექტორებს შორის თანამშრომლობა; ხარისხის მართვა ტურიზმის სექტორში; ტურისტული ინფორმაციის ხელმისაწვდომობის უზრუნველყოფა; ტურიზმის მდგრადი განვითარება საქართველოში. ასოციაციის საქმიან-

ბის ძირითადი მიმართულებებია: გასვლითი, ადგილობრივი და შემოყვანითი ტურიზმი, საგანმანათლებლო სემინარები და ტრენინგები, პროფესიონალი გიდების მომზადება. ორგანიზაცია ხელს უწყობს სასტუმროების საერთაშორისო დაჯავშნის სისტემაში ჩართვას, ტურისტული ინფორმაციის გავრცელებას, ლობირებას. ასევე გთავაზობთ ვებ-გვერდის კონსულტაციას, ვიდეო მასალის დამზადებას, მარკეტინგულ მხარდაჭერას, სემინარებს და ტრენინგებს.

გლობალიზაციის შედეგად საზღვრების გახსნილობამ, არსებითი გავლენა მოახდინა მოგზაურობისა და ტურიზმის კონკურენტუნარიანობის ამადლებაზე. მაგალითად, სავიზო რეჟიმის გამარტივების შედეგად საქართველომ საზღვრების გახსნილობის ინდექსით 44-ე ადგილი დაიკავა. მისი მეზობელი ქვეყანა აზერბაიჯანი კი მხოლოდ 79-ე ადგილზეა. საზღვრების გახსნილობის მაჩვენებლებით 2012 წელს კვლავინდებურად პირველ ადგილზეა სინგაპური, მეორე ადგილზე ჰონკონგი, მესამეზე შვედეთი. გლობალურ ეკონომიკაში მჭიდრო კავშირი არსებობს ტურიზმისა და ადამიანური განვითარების ტენდენციებს შორის. როგორც წესი რაც უფრო მაღალია ქვეყნის ადამიანური განვითარების ინდექსი, მით უფრო მაღალია ამ ქვეყნის მოსახლეობის მოთხოვნა ტურისტულ პროდუქტზე.

მნიშვნელოვანია ტრანსმოსაზღვრე ქვეყნების როლი საქართველოს ტურიზმის განვითარებაში. საქართველოს სახმელეთო საზღვარი აქვს ოთხ სახელმწიფოსთან: აზერბაიჯანი, თურქეთი, რუსეთი და სომხეთი. ამიტომ ქვეყნის საგარეო ეკონომიკური ურთიერთობები, უპირველესად, ამ ქვეყნებთანაა დაკავშირებული. ქვეყანას თავის მეზობელ სახელმწიფოებთან მჭიდრო ეკონომიკური კავშირები გააჩნია. მისი პირველი სავაჭრო პარტნიორია თურქეთი, რომელზეც მოდის ქვეყნის საგარეო ვაჭრობის ბრუნვის 18,5%. მეორე ადგილზეა აზერბაიჯანი -1 9,6%. 2008 წლის აგვისტოს ომის მიუხედავად, რუსეთი საქართველოს მნიშვნელოვანი სავაჭრო პარტნიორია - 4,4% და სომხეთი - 3,1%.

საქართველოში ტურისტების ჩამოსვლებისა და ტურიზმისაგან მიღებული შემოსავლების ზრდა მნიშვნელოვანია ქვეყნის ეკონომიკური განვითარებისათვის. თავის მხრივ, აღნიშნულმა გარემოებამ არსებითი ცვლილებები შეიტანა მოგზაურობისა და ტურიზმის პრიორიტეტულობის რეიტინგში. საქართველომ 72-ე ადგილიდან გადაინაცვლა ამ მაჩვენებლით და მეზობელ სახელმწიფოებს მნიშვნელოვნად გადაუსწრო. უკანასკნელ წლებში ტურიზმის განვითარების დინამიკა არსებითად შეიცვალა. საქართველოში ტურიზმის განვითარების ნათელი მაგალითია აჭარის რეგიონის შავი ზღვის სანაპირო. რეგიონში მოქმედებს ან გახსნის პროცესშია პრაქტიკულად ყველა მსოფლიო ბრენდის სასტუმრო. უნდა აღინიშნოს რომ 2011 წელს აჭარის რეგიონმა უმასპინძლა საქართველოში ჩამოსული ტურისტების 85%-ს.

საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრომ დაიწყო ფიზიკური და იურიდიული პირების განცხადებების მიღება აჭარის რეგიონში, „ქობულეთის თავისუფალი ტურისტული ზონის“ განვითარების მიზნით, სასტუმროს მშენებლობასთან დაკავშირებით. აღსანიშნავია, რომ მშენებლობისათვის განსაზღვრული იქნება მიწის სიმბოლური ფასი. ინვესტორები, პროექტის სამშენებლო დოკუმენტაციას უფასოდ მიიღებენ, ამასთან, ტერიტორიაზე მოყვანილი იქნება კომუნიკაციები და შესაბამისი ინფრასტრუქტურა.

ასევე მნიშვნელოვანი პროექტია „ანაკლია-ზუგდიდის თავისუფალი ტურისტული ზონის“ მშენებლობა. ტურისტულ ზონაში უნდა აშენდეს „ანაკლია ზუგდიდის“ ახალი აეროპორტი და იახტკლუბი. მაღალმთიანი რეგიონების განვითარება წარმოადგენს ერთ-ერთ პრიორიტეტს.

ტურისტებისათვის მიმზიდველი ადგილია ზემო სვანეთის რეგიონი, მისი უნიკალური ბუნებისა და უძველესი ისტორიული ძეგლების გამო. რეგიონს გააჩნია მახასიათებლები, რომელიც ევროპის რამდენიმე ქვეყანაში გვხვდება, კერძოდ, ზაფხულის სათხილამურო ტრასა, აქედან გამომდინარე, უშბის ზეგანზე, რომელიც აკმაყოფილებს ოლიმპიურ მოთხოვნებს, შესაძლებელია 5-6 წელიწადში მოეწიოს ათი მაღალი დონის სათხილამურო კურორტი. მესტიის ახალ აეროპორტს გააჩნია შესანიშნავი მდებარეობა და განვითარების საინტერესო პერსპექტივები, რაც ხელს უწყობს მესტიისა და უშგულის მნიშვნელოვან ტურისტულ ცენტრებად ჩამოყალიბებას.

საქართველოს ტურიზმის სფეროს ანალიზისათვის გამოიყენება ისეთი მაჩვენებელი როგორცაა: მოგზაურობისა და ტურიზმის კონკურენტუნარიანობის ინდექსი (Travel & Tourism Competitiveness Index). მსოფლიო ეკონომიკური ფორუმის მიერ 2012 წელს გამოქვეყნებულ მოგზაურობისა და ტურიზმის კონკურენტუნარიანობის რეიტინგში საქართველო 3,82 ქულით 68-ე ადგილზეა. მოგზაურობისა და ტურიზმის ბიზნესის გარემოსა და ინფრასტრუქტურის მხრივ საქართველოს მიეკუთვნა – 94-ე ადგილი და 2,99 ქულა. ყველაზე ცუდი შეფასება აქვს საჰაერო ტრანსპორტის ინფრასტრუქტურას – 102-ე ადგილი. საქართველოს ყველაზე დაბალი რანგი აქვს ბუნებრივი რესურსების ფაქტორში – 119-ე ადგილი.

მთლიანობაში, უნდა აღინიშნოს, რომ საქართველოში ტურიზმის სფეროს პრიორიტეტულობის მიუხედავად, ქვეყნის კონკურენტუნარიანობა საკმაოდ დაბალია და მდგომარეობის გამოსასწორებლად სერიოზული სამუშაოებია ჩასატარებელი. ტურიზმის დეპარტამენტმა შიდა ტურიზმის შესასწავლად დედაქალაქის მოსახლეობის მაგალითზე კვლევა ჩაატარა. აღმოჩნდა, რომ თბილისელთა 34% მიემგზავრება საკუთარ აგარაკზე ან სოფლად, 24,8% წელიწადში ერთხელ საზღვაო კურორტზე ისვენებს, ხოლო 19,8% – სამთო კურორტზე. თბილისელთა 22% დაინტერესებულია კულტურული ტურებით. განსაკუთრებული დაინტერესებაა მთიან რეგიონებში მოგზაურობაზე. მათ შორის პირველ ადგილზეა სვანეთი, მეორეზე – რაჭა, შემდეგ – ხევსურეთი, ყაზბეგი და რუსეთი. თბილისელთა 9,4 %-ს სამკურნალო ტურები აინტერესებს, 8,5%-ს რელიგიურ – პოლიგრიმული, შემდეგ ადგილზეა სათავგადასავლო, სპორტული და ბოლოს ეკოტურიზმი.

მიმდინარე და მომავალი ათწლეულის განმავლობაში საქართველოს ტურიზმის განვითარების პოლიტიკა მიმართული უნდა იყოს სექტორში არსებული ლიბერალიზაციის შენარჩუნებისა და ინვესტიციების მხრდაჭერაზე. ექსპერტთა რეკომენდაციით ნაკლებსავარაუდოა, რომ საქართველო ადგილობრივი კაპიტალით დააკმაყოფილებს დარგის გრძელვადიანი ზრდის მოთხოვნებს, ამიტომ მეტად მნიშვნელოვანია უცხოური ინვესტიციების მოძიება.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. ერქომაიშვილი გ. ეკონომიკური პოლიტიკის გავლენა ტურისტული ბიზნესის განვითარებაზე საქართველოში. საერთაშორისო სამეცნიერო პრაქტიკული კონფერენცია: ტურიზმი ეკონომიკა და ბიზნესი. ბათუმი - ტრაპზონი 2010.
2. შუბლაძე გ. დოკოკაშვილი ლ., ქიტოშვილი ა. ტურიზმის მარკეტინგი. თბილისი, 2007.
3. მეტრეველი მ. ტურიზმის სტატისტიკის მაჩვენებელთა პროგნოზირების ძირითადი პრობლემები. ჟურნალი: „ბიზნესი და კანონმდებლობა“, თბილისი, 2011.
4. Elizabeth M., Ineson, *Current Issues in International Tourism Development*. Oxford 2005.
5. Вспоминаяльный счет туризма. рекомендуемая методологическая основа.-Евростат. ВТО, Стат.отдел ООН, Нью-Йорк. 2002 г.