

ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი

გიორგი ხიდემელი

საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის
პრობლემის დადგენასა და მოგვარებაზე ორიენტირებული
საქმიანობის გავლენა ტურისტული ბიზნეს სექტორის
ფუნქციონირებაზე

სახელმწიფო მართვა და საჯარო პოლიტიკა

სამაგისტრო ნაშრომი შესრულებულია საჯარო მმართველობის მაგისტრის
აკადემიური ხარისხის მოსაპოვებლად

ნაშრომის ხელმძღვანელი: ალექსანდრე კუხიანიძე
ფილოსოფიურ მეცნიერებათა დოქტორი, პროფესორი

თბილისი

2019

საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის პრობლემის დადგენასა და მოგვარებაზე ორიენტირებული საქმიანობის გავლენა ტურისტული ბიზნეს სექტორის ფუნქციონირებაზე

ანოტაცია

ნაშრომის მიზანია დაადგინოს საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის კვლევითი საქმიანობა რამდენად სრულყოფილად ახერხებს ტურიზმის სექტორში არსებული პრობლემების იდენტიფიცირებას და მათზე რეაგირებას. ყურადღება გამახვილებულია სახელმწიფოს მხრიდან ტურისტული ბიზნესის წინაშე არსებული პრობლემების მოძიებასა და დროულ გადაჭრაზე, რაც თავის მხრივ გავლენას ახდენს ტურისტული კომპანიების მიერ გაყიდული სერვისის ხარისხზე. კვლევის პროცესში დამუშავებულ იქნება საქართველოში მოქმედი ტურისტული კომპანიებისა და ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის თანამშრომლებთან ჩატარებული ინტერვიუების შედეგად მოპოვებული ინფორმაცია. გარდა ამისა ყურადღება გამახვილდა საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის საქმიანობაზე, რომელიც აერთიანებს, კონკრეტული პრობლემების მოგვარებაზე მიმართული ღონისძიებების ფართო სპექტრს.

კვლევის ფარგლებში მოძიებულ იქნა ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის კვლევითი მეთოდები და მათი გამოყენებით იდენტიფიცირებული პრობლემები, რაც მთლიანობაში შედარდა ნაშრომის ავტორის მიერ ტურისტული კომპანიების წინაშე არსებული გამოწვევების შესწავლის შედეგებს. საბოლოო ჯამში, დადგინდა რომ ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის კვლევითი საქმიანობა არასრულფასოვანია, რაც ტურიზმის სექტორში არსებული გამოწვევების შესახებ ინფორმაციის ნაკლებობის მიზეზია. შედეგად, საქართველოში მოქმედი ტურისტული კომპანიების მიერ გაყიდული სერვისის ხარისხი ვერ აკმაყოფილებს მაღალ სტანდარტებს, რაც ტურიზმის მდგრადი განვითარების კუთხით ყურადსაღებს რისკებს წარმოშობს.

The Effect of the Problem Identifying and Solving Work of Georgian National Tourism
Administration on the Functioning of the Tourism Business Sector

Abstract

Giorgi khidesheli

Presented MA thesis aims to find out how adequately Georgian National Tourism Administration's research work can identify all the problems existing in the tourism sector. The emphasis is laid on the state's ability to point out problems that are facing tourism business and solve them in a timely manner, which in turn affects the quality of the offered service. In the research, I processed information gathered as a result of the interviews held with the employees of the tourism companies and Georgian National Tourism Administration. Furthermore, the accent is put on Georgian National Tourism Administration's work which incorporates the wide area of the efforts aimed towards solving the specific problems.

In the research process, I gathered Georgian National Tourism Administration's research methods and the identified problems using those methods which were compared to the result of the challenges facing tourism companies studied by the author of the presented work. In the end, the work found out that Georgian National Tourism Administration's research work is inadequate which results from the lack of information regarding the challenges in the tourism sector. Thus, the quality of the service offered by the tourism companies operating in Georgia does not satisfy high standards and creates alerting risks in terms of sustainable development of tourism.

სარჩევი

1. შესავალი	5
1.1 თემის აქტუალურობა	6
1.2 ნაშრომის მიზანი და საკვლევი კითხვა	7
1.3 თეორია	8
1.4 დაშვება	10
1.5 მეთოდოლოგია	10
1.6 კვლევის ლიმიტი	12
2. ლიტერატურის მიმოხილვა	13
2.1 ტურიზმის მდგრადი განვითარების კონცეფცია	14
2.2 ტურიზმის მდგრადი განვითარების გამოწვევები	15
2.3 სახელმწიფოს როლი ტურიზმის სექტორის განვითარებაში	19
3. ტურიზმის სექტორში არსებული პრობლემების მიმოხილვა: კერძო ბიზნესის ხედვა	23
3.1 ინფრასტრუქტურა	24
3.2 ტურისტული ღირსშესანიშნაობები	27
3.3 კვების პუნქტები	28
3.4 სასტუმროები	30
3.5 ზოგადი შეფასება	31
3.6 სახელმწიფოს მოქმედებების შეფასება	32
4. ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის მიერ იდენტიფიცირებული პრობლემები	33
4.1 საქართველოს ტურიზმის სტრატეგია 2025	33
4.2 სტეა-ს მიერ განხორციელებული აქტივობები	34
4.3 ინტერვიუები სტეა-ს თანამშრომლებთან	40
4.4 ეროვნული კონფერენციის აღმოჩენები	43
5. დასკვნა	46
6. გამოყენებული ლიტერატურა	53

1. შესავალი

საქართველო მისი ტურისტული პოტენციალიდან გამომდინარე, რაც თავის მხრივ მიმზიდველ ბუნებრივ პირობებსა და საინტერესო ისტორიულ-კულტურულ მემკვიდრეობას გულისხმობს, საერთაშორისო მასშტაბით ერთ-ერთ პოპულარულ ქვეყნად მიიჩნევა. საყურადღებოა, რომ ტურიზმის მზარდი სექტორი გავლენას ახდენს ქვეყნის ეკონომიკაზე კერძო ბიზნესის განვითარების კუთხით. მაგალითად, 2017 წელს საქართველოს 4.1 მილიონი ტურისტი ეწვია, რომლებმაც გარკვეული სერვისი მიიღეს ისეთი ბიზნეს დაწესებულებებისგან როგორებიცაა: ტურისტული სააგენტოები, სასტუმროები, საოჯახო სასტუმროები, რესტორნები და სხვა. საბოლოო ჯამში მხოლოდ 2017 წელს მიღებული შემოსავალი, რომელიც 2.7 მილიარდ ამერიკულ დოლარს წარმოადგენს დამატებითი სტიმულია ქვეყანაში სოციალური და ეკონომიკური ფონის გასაუმჯობესებლად (ბრეგაძე, 2017). ცალკე ყურადღებას, მოითხოვს ტურიზმის სექტორის ზრდის პოზიტიური ტენდენციები, რომელიც გამოხატულია შემდეგ სტატისტიკურ მონაცემებში: 1) ტურისტული ვიზიტით ჩამოსულ ადამიანთა რაოდენობა 2015 წელთან შედარებით 23,4%-ით გაიზარდა, შესაბამისად თუ 3 წლის წინ საქართველოს 3 მილიონი ტურისტი ეწვია, 2017 წელს მათი რიცხვი 4 მილიონამდე გაიზარდა 2) შემოსავლები საერთაშორისო ტურიზმიდან 1.7 მილიარდი დოლარიდან (2013 წლის მაჩვენებელი) 2.7 მილიარდ დოლარამდე გაიზარდა 3) ტურიზმის წილი საქართველოს მთლიან შიდა პროდუქტში ამჟამად 6.9%-ია, მაშინ როცა იგივე მაჩვენებელი 2013 წელს 5.9%-იყო (ბრეგაძე, 2017). აღსანიშნავია ტურიზმის ინდუსტრიის პირდაპირი პოზიტიური გავლენა სამუშაო ადგილების შექმნაზე. მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციის 2018 წლის ანგარიშის მიხედვით მოგზაურობისა და ტურიზმის სფეროში პირდაპირი დასაქმების წილით საქართველო 78-ე ადგილს იკავებს. ამ კუთხით საქართველოში 140300 სამუშაო ადგილი იქმნება (კვინტრაძე, 2018). ზემოთ მოყვანილი ინფორმაციიდან გამომდინარე, შეიძლება ითქვას რომ ტურიზმის სექტორი ეტაპობრივად თუმცა პოზიტიურად ვითარდება, რაც პირდაპირ კავშირშია ქვეყნის ცნობადობის ამაღლებასთან და ადგილობრივი პოტენციალის მეტნაკლებად ეფექტურ გამოყენებასთან.

1.1 თემის აქტუალობა

ტურიზმის სექტორის განვითარებასთან ერთად სახელმწიფოს მხრიდან იზრდება მასზე დამოკიდებულების ხარისხიც. წინა აზიაციდან გამომდინარე ცხადია, რომ ტურიზმი ქმნის სამუშაო ადგილებს, ზრდის ქვეყნის მთლიან პროდუქტსა და შემოსავლებს. თუმცა დადებითი ტენდენციების პარალელურად წარმოიქმნება მოწყვლადობის რისკი. ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის ხელმძღვანელმა მარიამ ქვრივიშვილმა განაცხადა, რომ საქართველოში 11 მილიონი ვიზიტორის მიღება იგეგმება, რაც საკმაოდ დიდი მაჩვენებელია (gnta, 2019). ტურიზმის სექტორის განვითარების სწრაფი ტემპებისა და ტურისტთა რაოდენობის მკვეთრი ზრდის ფონზე, იზადება შეკითხვა, რამდენად გაუმკლავდება საქართველოში არსებული ინფრასტრუქტურა და ადამიანური რესურსები კონკრეტულ სერვისებზე მსგავსი მასშტაბის მოთხოვნას.

2018 წელს მსოფლიოს ტურიზმის ორგანიზაციამ (UNWTO) გამოაქვეყნა ანგარიში, რომლის მიხედვითაც საქართველო ნომერ მეოთხე ქვეყანაა ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარების სწრაფი ტემპის მიხედვით (Rosen, 2018). აღნიშნული ინფორმაცია სასურველ რეალობასთან ერთად ერთგვარი გაფრთხილებაა ხელისუფლებისა და კერძო სექტორისათვის მხარი აუბას ტურიზმის სექტორის მოთხოვნებს. საქართველოს ტურიზმის პრობლემების შესახებ დაწერილი ლიტერატურის გაცნობის შემდეგ გამოიკვეთა, რამდენიმე გამოწვევა, რომელთა უგულვებელყოფით შესაძლოა საქართველომ კონკურენცია ვეღარ გაუწიოს სხვა რეგიონალურ და საერთაშორისო მოთამაშეებს. მაგალითად მსოფლიო ბანკის მიერ შემუშავებული ინფრასტრუქტურის განვითარების ინდექსის მიხედვით, საქართველო 160 ქვეყნიდან 119-ე ადგილზეა (World Bank, 2018). ფაქტია, რომ საქართველოში ყოველი წელი უფრო მეტი ტურისტის ჩამოსვლის პროგნოზირების საშუალებას იძლევა, თუმცა ამავდროულად იზრდება ტურისტებისთვის გამართული სერვისის მიწოდების რისკები, რაც გავლენას იქონიებს მათს კმაყოფილებასა და საქართველოს პრესტიჟზე.

1.2 ნაშრომის მიზანი და საკვლევი კითხვა

ზემოთ მოყვანილი აზრებიდან გამომდინარე, კვლევის მიზანია დაადგინოს საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის¹ კვლევითი საქმიანობა რამდენად სრულყოფილად ახერხებს ტურიზმის სექტორში არსებული პრობლემების გამოკვეთასა და მათზე რეაგირებას. ამ უკანასკნელში იგულისხმება ის პრობლემები, რომლებსაც ტურისტები აწყდებიან სხვადასხვა კულტურული მნიშვნელობის ლოკაციებსა თუ სერვისის მიმწოდებელ დაწესებულებებში. გარდა ამისა, ნაშრომი შეისწავლის რა განსხვავებული მიდგომები არსებობს ხელისუფლებასა და ტურისტულ ბიზნესს შორის არსებული პრობლემების აღქმის კუთხით. შესაბამისად ნაშრომის ამოცანებს წარმოადგეს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის კვლევითი საქმიანობის მეთოდების შესწავლა, იმ დოკუმენტების დამუშავება, რომლებშიც პრობლემებზეა საუბარი და ტურისტული ბიზნესის მიერ დანახული პრობლემების შეგროვება. ნაშრომის კომპლექსურობიდან გამომდინარე კვლევის ობიექტები იქნებიან ტურიზმის სექტორში მოქმედი ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია და კერძო კომპანიები.

ნაშრომი მოიცავს ერთ ძირითად საკვლევ კითხვასა და სამ ქვეკითხვას. ძირითადი საკვლევი კითხვა შემდეგი სახისაა: საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის პრობლემის დადგენასა და მოგვარებაზე ორიენტირებული საქმიანობა რა გავლენას ახდენს ქართული ტურისტული კომპანიების მიერ გაყიდული სერვისის ხარისხზე?

- რა კვლევითი მეთოდები გამოიყენება ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის მიერ ტურიზმის სექტორში არსებული პრობლემების დასადგენად?
- რა პრობლემები იკვეთება კვლევის შედეგად და რომელი პრობლემების მოგვარებაზე არის ორიენტირებული ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია?
- რა პრობლემებს აწყდება დღეს საქართველოს ტურისტული ბიზნესი და როგორ აისახება ეს ყველაფერი გაყიდული სერვისის ხარისხზე?

¹ ნაშრომის შემდეგ აზრებში გამოყენებულია საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის შემოკლებული ვერსია - სტეა.

რაც შეეხება ცვლადებს, საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის პრობლემის დადგენასა და მოგვარებაზე ორიენტირებული საქმიანობაში იგულისხმება, ინფორმაციის მოძიების საშუალებების ეფექტურობისა და პრობლემაზე რეაგირების ხარისხი. ინფორმაციის შეგროვების არხებისა და არსებული პრობლემების რაოდენობა კი საზომ ინდიკატორებს წარმოადგენენ. ტურისტული კომპანიების მიერ გაყიდულ სერვისში იგულისხმება კულტურულ-რეკრეაციულ ლოკაციებზე, კვების პუნქტებსა და სასტუმროებში ტურისტებს მიერ მიღებული სერვისი. ხსენებული სერვისის ხარისხის ინდიკატორს თავად ტურისტული სააგენტოების მიერ დასახელებული პრობლემების რაოდენობა წარმოადგენს.

საკვლევ კითხვაში მოცემული ტერმინების ნაწილი საჭიროებს შესაბამის განმარტებას. ცნებაში „ტურისტი“ იგულისხმება პირი, რომელმაც ადგილობრივი, ანუ ქართული ტურისტული სააგენტოსგან შეიძინა ტურისტული პაკეტი, რომელიც მოიცავს ღირსშესანიშნაობების დათვალიერებას, ქართული სამზარეულოს დაგემოვნებას, კულტურულ ღონისძიებებზე დასწრებასა და სასტუმროში განთავსებას. თავად ტურისტულ კომპანიაში მოიაზრება კერძო ბიზნესის სახეობა, რომელიც საქართველოში არსებულ ტურისტულ ღირსშესანიშნაობებსა და სერვისს, იქნება ეს კულტურული თუ სხვა სახის, ჰყიდის სხვა ქვეყნის მოქალაქეებზე.

1.3 თეორია

ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის კვლევითი საქმიანობის შედეგად აღმოჩენილ პრობლემებზე რეაგირებით, ხელისუფლება ხელს უწყობს ბიზნესს, რომ მომხმარებლებს შესთავაზოს მაღალი ხარისხის სერვისი. აქედან გამომდინარე, პრობლემების აღმოჩენა-მოგვარების კუთხით ადგილი აქვს მოთხოვნა-მიწოდების ეკონომიკურ ფენომენს ხელისუფლებასა და ტურისტულ ბიზნესს შორის. ტურისტული კომპანიების მხრიდან წამოყენებულ პრობლემებზე (მოთხოვნა) შესაბამისი რეაგირება სახელწიფოს მხრიდან (მიწოდება) გავლენას ახდენს გაყიდული სერვისის რაოდენობასა და ფასზე. ვინაიდან მოთხოვნა-მიწოდების თეორია ზოგადია, საჭირო გახდა მისი დაკავშირება ტურიზმის სფეროსთან. დიმიტრიოს ბუჰალისისა და რობ ლოუს მიხედვით ტურიზმის სფეროში არსებობს სამი სახის მოთხოვნა 1) აქტუალური - მოთხოვნა უშუალოდ ტურისტების მხრიდან 2) დათრგუნული - მოთხოვნა იმ პირებისგან,

რომლებიც სხვადასხვა მიზეზების გამო ვერ იღებენ სასურველ სერვისს 3) შეფარული - მოთხოვნა იმ აქტორებისგან, რომლებიც ოპერირებენ ტურიზმის სფეროში (Buhalis & Law, 2008). ნაშრომში, ყურადღება გამახვილებულია მესამე ტიპის მოთხოვნაზე.

მიუხედავად იმისა, რომ მოთხოვნა-მიწოდების თეორია წმინდად ეკონომიკურია და ფასის ცვლილების ასახვად გამოიყენება, შესაძლებელია ამ უკანასკნელის მექანიზმის გამოყენება სახელმწიფოსა და ბიზნესის ურთიერთობის ჭრილში. მაგალითად, თუ ტურისტული სააგენტოები (ბიზნესი) ხელისუფლებისგან ითხოვს კონკრეტულ ტურისტულ ღირსშესანიშნობამდე მისასვლელი გზის რეაბილიტაციას, ხელისუფლების გადაწყვეტილებას გავლენა ექნება ტურისტული პაკეტის ფასზე. განვიხილოთ ორი ვარიანტი:

1. ხელისუფლებამ გზა აღადგინა - ტურისტულ სააგენტოს დანიშნულების პუნქტამდე მისასვლელად დაბალი დანახარჯების გაწევა უწევს. ფასის ეკონომია დამოკიდებულია - მძღოლის ხელფასზე, ავტომობილის ცვეთისა და საწვავის ხარჯზე. მთლიანი ტურისტული პაკეტის ფასმა დაიწია, მეტმა ტურისტმა მოისურვა მისი დაჯავშნა/შესყიდვა.
2. ხელისუფლებამ გზა არ აღადგინა - ტურისტულ სააგენტოს დანიშნულების პუნქტამდე მისასვლელად უწევს ავტომობილის მძღოლისთვის მაღალი ანაზღაურების მიცემა (საყურადღებოა ამ უკანასკნელის მზაობა შეასრულოს სამსახურეობრივი მოვალეობა), ავტომობილის ცვეთისა და საწვავის ხარჯების გაზრდა. იზრდება ტურისტული პაკეტის ფასი და მცირდება კლიენტთა რაოდენობა. ვერსია 2.1 - ტურისტული სააგენტო ხსენებულ ღირსშესანიშნობას იღებს პროგრამიდან. ერთით ნაკლები სანახაობა და ტურისტის უკმაყოფილების მაღალი რისკი.

საბოლოო ჯამში, მოთხოვნა მიწოდების თეორია საშუალებას იძლევა აიხსნას ბიზნესისგან წამოსულ მოთხოვნაზე რეაგირებით ხელისუფლებას რა გავლენა აქვს ტურისტებისთვის შეთავაზებული სერვისის ხარისხზე.

1.4 დაშვება

საკვლევი კითხვიდან გამომდინარე ნაშრომის დაშვება შემდეგნაირად ფორმულირდა: თუ საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის მიერ განხორციელებულ კვლევებში დიდია ტურისტულ ბიზნესში დასაქმებულ პირთა წილი, მაშინ მაღალია მსგავსება სახელმწიფოსა და ტურისტული ბიზნესის მიერ დადგენილ პრობლემებს შორის. დამოუკიდებელი ცვლადი - ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის მიერ განხორციელებული კვლევების სამიზნე ჯგუფი, დამოკიდებული ცვლადი - მსგავსება სახელმწიფოსა და ტურისტული ბიზნესის მიერ დადგენილ პრობლემებს შორის.

1.5 მეთოდოლოგია

კვლევა ჩატარდა თვისებრივი კვლევის მეთოდით. საწყის ეტაპზე საქართველოში მოქმედ ორი ტურისტული სააგენტოს 20 გიდთან და 10 პროდუქტს მენეჯერთან² ჩატარდა სტრუქტურირებული სიღრმისეული ინტერვიუები (კითხვარი - დანართი N1 და დანართი N2). აღნიშნულ შემთხვევაში, გამოყენებული იქნა მოხერხებული შერჩევა (Convenience Sampling), რაც განპირობებულია ნაშრომის ავტორის სამსახურეობრივი პოზიციით. დადგინდა ის პრობლემები, რომლებსაც ტურისტული კომპანიები სერვისის მიწოდების კუთხით აწყდებიან. მნიშვნელოვანია, რომ ინტერვიუების ჩატარების პროცესში კითხვარმა განიცადა მცირე სახეცვლილებები და უფრო მეტად საჭირო ინფორმაციის მოძიებაზე გახდა ორიენტირებული.

შემდეგი ეტაპი მოიცავდა საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის ვებ-გვერდზე განთავსებული საქართველოს ტურიზმის სტრატეგიის დოკუმენტის, მედია ცენტრის ახალი ამბებისა და საქართველოში ტურიზმის განვითარების პერსპექტივებზე ჩატარებული კონფერენციის კრებულების დამუშავებას. გარდა ამისა, ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის უკუკავშირის, ანალიზისა და რეაგირებისა და კვლევებისა და დაგეგმვის სამმართველოების თანამშრომლებთან დღის წესრიგში არსებული პრობლემებისა და მათი იდენტიფიცირების მეთოდოლოგიის შესწავლის

² პროდუქტ მენეჯერი - ტურისტული კომპანიის თანამშრომელი, რომელიც აფასებს ქვეყნის ტურისტულ პოტენციალს, მისგან ქმნის პროდუქტს ტურისტული პაკეტის სახით და ყიდის, როგორც უცხოურ პარტნიორ კომპანიებზე, ისე თავად ტურისტებზე.

მიზნით ჩატარდა სტრუქტურირებული სიღრმისეული ინტერვიუები (კითხვარი - დანართი N3). ამ შემთხვევაში გამოყენებულ იქნება მიზნობრივი შერჩევა, ვინაიდან მხოლოდ ხსენებული სამმართველოების თანამშრომლები ფლობდნენ ნაშრომისთვის მნიშვნელოვან ინფორმაციას.

ტურიზმის სექტორში არსებული პრობლემების მოძიების შემდეგ შეიქმნა ერთგვარი მატრიცა, პრობლემების თანხვედრის ხარისხის დადგენის მიზნით. გარდა ამისა, ამხსნელი თეორია გამოყენებულ იქნა იმის გასაანალიზებლად, თუ რამდენად ეფექტურად მუშაობს სახელმწიფოსა და კერძო სექტორს შორის მოთხოვნა მიწოდების პრინციპი. გარდა ამისა, დადგინდა კერძო სექტორის მიერ დასახლებული პრობლემებიდან რომელთა მოგვარებაზე ეკისრება პასუხისმგებლობა სტეა-ს. აღნიშნული ასპექტი მეტად მნიშვნელოვანია, ხელისუფლების კომპეტენციების ჩარჩოების დაცვისა და ბიზნესის მხრიდან სპეკულაციების თავიდან არიდების მიზნით. მიღებული შედეგების შეჯერება, ნაშრომში განხილულ ლიტერატურის მიმოხილვასთან, რომელიც ტურიზმის სექტორის განვითარების შემაჩერებელ ფაქტორებსა და საერთაშორისო მასშტაბით არსებულ პრობლემებსა თუ მათ გამომწვევ მიზეზებს განიხილავს, თემის აქტუალურობის აზრად გამოთქმული მოსაზრებების დასაბუთების საშუალებას იძლევა.

კონკრეტული დასკვნების გასაკეთებლად, ნაშრომის ავტორმა იხელმძღვანელა მის მიერ შექმნილი შემდეგი გეგმით. პირველ რიგში გამოიკვეთა ტურისტული სააგენტოების წინაშე არსებული პრობლემები. განისაზღვრა, არსებული პრობლემებიდან, რომელთა მოგვარებაზეა პასუხისმგებელი სახელმწიფო. შემდეგ დადგინდა, ტურისტული კომპანიების წინაშე არსებული იმ პრობლემებიდან, რომელთა მოგვარებაზეც სახელმწიფოს პასუხისმგებლობები გააჩნია, რომლებზე ფლობს ინფორმაციას ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია. თუ სტეა ზემოთ ხსენებული პრობლემების მხოლოდ 50%-ზე ან ნაკლებზე არის ინფორმირებული, მაშინ პრობლემის აღმოჩენაზე მიმართული საქმიანობა არაეფექტურია. ცალკე ეტაპს წარმოადგენს, უკვე აღმოჩენილ პრობლემებზე რეაგირების ხარისხი და ამ შემთხვევაშიც თუ სახელმწიფო მხოლოდ 50%-ზე ახერხებს საპასუხო ნაბიჯების გადადგმას, პრობლემის მოგვარების პოლიტიკაც არაადაეკმაყოფილებლად შეფასდება. საბოლოო ეტაპს წარმოადგენს იმის

დადგენა, თუ რამდენად შეესაბამება სტეა-სა და ხელისუფლების საქმიანობა ტურიზმის მდგრადი კონცეფციის ჩარჩოებს. თუ ოთხი ძირითადი კრიტერიუმიდან შესაბამისობა მხოლოდ ნახევართან იქნება, მაშინ ამ კუთხით უარყოფითი პროგნოზები გაკეთდება. სტეა-ს საქმიანობის შესაფასებლად, შექმნილია კრიტერიუმების კონკრეტული ნუსხა და 50 პროცენტის ბარიერი.

მოსალოდნელი შედეგების კუთხით არსებობს, რამდენიმე ვარიანტი. თუ კვლევის ნაშრომში გამოყენებული კვლევის მეთოდოლოგია თანხვედრაშია ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის მეთოდოლოგიასთან, მაშინ ეს უკანასკნელი კვლევისთვის არა შესაფერის რესპოდენტებს არჩევს. თუ მეთოდოლოგია განსხვავდება ნაშრომში წარმოდგენილი მეთოდოლოგიისგან მაშინ პრობლემა თავად კვლევით კომპონენტში არსებობს, რაც იწვევს პრობლემების აღქმის კუთხით არსებული განსხვავებების წარმოშობას.

1.6 კვლევის ლიმიტი

ნაშრომის მეთოდოლოგიიდან გამომდინარე, კვლევის მიღმა დარჩნენ ისეთი სტატუსის პირები როგორებიცაა: ტურისტები, ტურისტების ტრანსპორტირებაზე პასუხისმგებელი პირები - მძღოლები, კვებისა და განთავსების ობიექტების თანამშრომლები. ინფორმაცია შეგროვდა მხოლოდ სტეა-ს კონკრეტული პროფილით მომუშავე სამმართველოების თანამშრომლებისგან, გიდებისგან და ტურისტული კომპანიების პროდუქტ მენეჯერებისგან, რომლებსაც ტურის მიმდინარეობისას ყველა წვრილმან დეტალთან აქვთ შეხება. მიუხედავად იმისა, რომ ტურისტების მოსაზრებები მიღებული სერვისის ხარისხთან დაკავშირებით, საკმაოდ ღირებული ინფორმაციაა, მათთან გამოკითხვის ჩატარება მთელ რიგ პრობლემებთანაა დაკავშირებული. სიღრმისეული ინტერვიუს შემთხვევაში მათ დასვენებისთვის განკუთვნილი დროის ხარჯზე უნდა ითანამშრომლონ ინტერვიუერთან, ხოლო კითხვარის შემთხვევაში სრულყოფილი და სიღრმისეული პასუხების მიღება ძნელია. რაც შეეხება კვლევის მიღმა დარჩენილ სხვა ინდივიდებს, ნაშრომის ავტორის გამოცდილებიდან გამომდინარე შეიძლება ითქვას, რომ მათი მოსაზრებები თანხვედრაშია გიდების შეხედულებებთან, ვინაიდან ორივე მხარე კონკრეტული პრობლემების გარშემო ტრიალებენ.

ნაშრომი შედგება ლიტერატურის მიმოხილვისა და ანალიზზე ფოკუსირებული თავებისგან და დასკვნისგან. პირველი თავი შეეხება ტურისტული ბიზნეს სექტორის წინაშე არსებული პრობლემების მიმოხილვას, მეორე თავი - კი ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის მიერ ინფორმაციის მოძიების მეთოდებისა და აღმოჩენილი პრობლემების გაანალიზებას. დასკვნა პასუხს სცემს საკვლევ კითხვასა და ადასტურებს/უარყოფს ჰიპოთეზას. დანართებში წარმოდგენილია გამოყენებული კითხვარების მაგალითები.

2. ლიტერატურის მიმოხილვა

ლიტერატურის მიმოხილვა სამი ძირითადი ქვეთავისგან შედგება. პირველ ნაწილში განხილულია ტურიზმის მდგრადი განვითარების კონცეფცია და ძირითადი მიმართულებები. მეორე და მესამე ქვეთავები კი ტურიზმის განვითარებაში სახელმწიფოს როლის შეფასებასა და იმ პრობლემების გაანალიზებას ეთმობა, რომლებიც ტურიზმის ინდუსტრიის მთავარ საფრთხეებად მიიჩნევა. შემდეგ აზვაცებში განხილული სამივე საკითხი მჭიდრო კავშირშია თემის აქტუალობასთან. ვინაიდან, საქართველოში ტურიზმის სექტორი სწრაფი ტემპებით ვითარდება აუცილებელია იმის დადგენა, თუ რა როლი მიუძღვის სახელმწიფოს ამ პროცესებში და რა პასუხისმგებლობები გააჩნია მოსალოდნელი საფრთხეების გაკონტროლება-აღმოფხვრაში.

ტურიზმი მსოფლიო მასშტაბით ერთ-ერთი ყველაზე სწრაფად მზარდი ინდუსტრიაა, რომლის წილმაც გლობალურ ეკონომიკაში 2016 წლის მონაცემებით 7.6 ტრილიონი დოლარი შეადგინა. იზრდება საერთაშორისო ვიზიტების რაოდენობაც, მაგალითად აღნიშნული ნიშნული 528 მილიონიდან (2005 წლის მონაცემები) 2015 წელს 1.19 მილიარდამდე გაიზარდა (Statista, თ. გ.). ტურიზმის ინდუსტრიის გაძლიერება დადებით გავლენას ახდენს არამხოლოდ განვითარებულ, არამედ განვითარებად ქვეყნებზეც და ყველა მოთამაშე გარკვეულ სარგებელს იღებს. თუმცა მნიშვნელოვანია ზემოთ მოყვანილი პროცესის შენარჩუნება, რაც მეტ-ნაკლებად დამოკიდებულია ტურიზმის მდგრადი განვითარების კონცეფციის აღსრულებაზე.

2.1 ტურიზმის მდგრადი განვითარების კონცეფცია

ტურიზმის მდგრადი განვითარების იდეა სრულად ეფუძნება თავად მდგრადი განვითარების კონცეფციას. ეს უკანასკნელი გულისხმობს მომავალი თაობების შესაძლებლობების დაუზიანებლად, აწმყოში არსებული საჭიროებების დაკმაყოფილებას. ამოსავალი წერტილი კი გარემოსადმი მინიმალური ზიანის მიყენებით, კაცობრიობის განვითარების პროცესის ხელშეწყობაა. მდგრადი განვითარებისა და მსოფლიო ეკონომიკაში ტურიზმის როლის ზრდამ წარმოშვა ახალი საკითხი, თუ რამდენად შესაძლებელია მდგრადობის ძირითადი მიმართულებების გათვალისწინებით ტურიზმის სექტორის განვითარება (Pigram & Wahab, 2005). წლების განმავლობაში ზემოთ ხსენებული ცნებები ერთმანეთთან თანხვედრაში მოვიდა და შედეგად ჩამოყალიბდა ტურიზმის მდგრადი განვითარების კონცეფცია, რომელიც ოთხ ძირითად მიდგომას აერთიანებს:

1. კაცობრიობის მიერ შექმნილი მემკვიდრეობის, გარემოსა და ბიომრავალფეროვნების დაცვა
2. სასიცოცხლოდ მნიშვნელოვანი ეკოლოგიური პროცესების დაცვა
3. საჯარო ჩართულობის ხელშეწყობა
4. პროდუქტიულობის მდგრადობის ჩამოყალიბება (Florek, 2012)

რესურსების ოპტიმალური გამოყენება ხელს უწყობს ბიომრავალფეროვნებისა და ბუნებრივი საგანძურის შენარჩუნებას. მიმღები საზოგადოებების სოციო-კულტურული თვითმყოფადობის პატივისცემით კი შესაძლებელია ინტერ-კულტურული ურთიერთობების ჩამოყალიბება, რაც თავის მხრივ კულტურული მემკვიდრეობისა და ტრადიციების ურთიერთგაზიარებას გულისხმობს. გარდა ამისა ტურიზმის მდგრადი განვითარება ემსახურება საზოგადოების სოციალური პირობების გაუმჯობესებას, ეკონომიკური აქტივობების გახშირებით, დოვლათის გადანაწილებით, სიღარიბის აღმოფხვრითა თუ სამუშაო ადგილების შექმნით. დიდი მნიშვნელობა ენიჭება ტურისტების კმაყოფილების მუდმივ მონიტორინგს, რომელის ეფექტური განხორციელებისთვის მნიშვნელოვანია მონაწილე მხარეთა მრავალფეროვნება. ბიზნეს მოეთხოვება პასუხისმგებლობის მაღალი სტანდარტები, რათა კონკურენციის პირობებში თავიდან იქნეს აცილებული უარყოფითი ზეგავლენა გარემოზე. რაც შეეხება ტურიზმის

მდგრადი განვითარების ახალ ტენდენციებს, მსოფლიოში პოპულარული ხდება ეკოტურიზმი, რომელიც ბუნებაში მოგზაურობასა და ადგილობრივ საზოგადოებაში ფინანსური რესურსების გადანაწილებას გულისხმობს (Florek, 2012). ყველა ზემოთ მოყვანილი მიდგომის მთავარი იდეაა, გარემოზე ზემოქმედების შემცირება და განვითარების შესაძლებლობების გაზრდის მიზნით სხვადასხვა საზოგადოებების ფინანსური რესურსებით ნებაყოფლობითი უზრუნველყოფა.

რიჩარდ შარპლის მოსაზრებით, ტურიზმის მდგრადი განვითარებისთვის მნიშვნელოვანია ურყევი, გარანტირებული მოთხოვნის არსებობა. მოთხოვნაზე უარყოფით გავლენას კი ისეთი ფაქტორები ახდენენ, რომელთაგანაც დაზღვეული არცერთი ქვეყანა არა, მაგალითად: პოლიტიკური გადატრიალება, ჯანმრთელობისთვის საშიში პერიოდი (გრიპების ან ვირუსების გავრცელების რისკები), ეკონომიკური დაღმასვლა ან უბრალოდ ტურიზმის სფეროში არსებული ტენდენციები, რომლებიც აყალიბებენ მიმზიდველი ლოკაციების ზოგად აღქმას (Sharpley, 2010). ლი ჟენჰუა კი აქცენტს მოთხოვნა-მიწოდების ბალანსსა და კერძოდ, მიწოდების ხარისხზე აკეთებს. მისი მოსაზრებით, მიწოდებული სერვისის მრავალფეროვნება, ხარისხი და ფასი განაპირობებს ტურისტების კმაყოფილებას, რაც აღნიშნული სექტორის მდგრადობაზე მნიშვნელოვნად (Zhenhua, 2003). ხსენებულ ავტორთა მოსაზრებები მნიშვნელოვანია იმ კუთხით, რომ თუ საერთაშორისო ორგანიზაციები რესურსების სწორი მართვითა და გარემოს დაცვით ხსნიან ტურიზმის მდგრად განვითარებას, ეს უკანაკნელნი ყურადღებას ეკონომიკის მთავარ პრინციპზე: მოთხოვნასა და მიწოდებაზე ამახვილებენ. მათი აზრით, ტურიზმის ინდუსტრია ვერ იქნება მდგრადი მხოლოდ იმ შემთხვევაში, თუ დაცული იქნება ქვეთავის დასაწყისში ჩამოთვლილი პირობები, აუცილებელია მომხმარებელთა დაინტერესება, რასაც მიწოდებული სერვისის ხარისხი განაპირობებს. შემდეგ ქვეთავი ტურიზმის მდგრადი განვითარების გამოწვევებს, ეთმობა, რადგან აუცილებელია ჯერ ჩავარდნების მოძიება და შემდეგ სახელმწიფოს როლის დადგენა.

2.2 ტურიზმის მდგრადი განვითარების გამოწვევები

ტურიზმის ინდუსტრიაში ჩართული სახელმწიფოები მაქსიმალურად ცდილობენ ტურისტების რაოდენობის ზრდის ხარჯზე სასურველი ფინანსური სარგებელი მიიღონ.

ხსენებული სექტორის შენარჩუნება და გაძლიერება მჭიდრო კავშირშია მდგრადი განვითარების იმ კონცეფციებთან, რომლებზეც უკვე ვისაუბრეთ. აღსანიშნავია, რომ ტურიზმის სექტორის განვითარების პროცესში მრავალი გამოწვევა წამოიჭრება. მოსალოდნელი საფრთხეების შეფასების შემდეგ, ნაშრომი ამ უკანასკნელთა აღმოფხვრაში სახელმწიფოს როლსაც შეაჯამებს, რათა შემდგომში ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის საქმიანობა კონკრეტული კრიტერიუმების მიხედვით შეფასდეს.

მანუელ როდრიგეს დიასისა და ტომას ესპინო როდრიგესის თანახმად ტურიზმის მდგრად განვითარებაზე ხუთი ძირითადი ფაქტორი ახდენს გავლენას.

1. რესურსების მიწოდების ქსელი - ტურისტული ღირსშესანიშნაობის მიმზიდველობა დამოკიდებულია იმაზე თუ რამდენად გამართულად მუშაობს მიწოდების სისტემა. იგულისხმება როგორც სერვისი ისე ბუნებრივი პირობები
2. ტურისტული ლოკაციების სტრატეგიული დაგეგმარება, რაც გულისხმობს დასვენების ალტერნატიული ვარიანტების სიმრავლეს
3. კულტურული ღირსშესანიშნაობების მართვა
4. განთავსების პუნქტების მრავალფეროვნება
5. დაბალფასიანი ავია ფრენები (Díaz & Rodríguez, 2016)

ზემოთ თქმულ საკითხებში ჩავარდნების არსებობა, იწვევს ტურისტების უკმაყოფილებას, რაც გავლენას ახდენს ვიზიტორთა რაოდენობაზე. გარდა ამისა, შესაძლოა ხუთივე სექტორი გამართულად მუშაობდეს, თუმცა მიწოდება თანხვედრაში ვერ მოვიდეს მოთხოვნასთან. ასეთ დროს წარმოშვება „ტევადობის“ პრობლემა, რომელზეც შემდეგ აზიანება ვისაუბრებთ. შაფიქულ ისლამიც თავის ნაშრომში ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარების ხუთ ძირითად პრობლემას გამოყოფს (იხილეთ თვალსაჩინოება N1 - შექმნილია ავტორის მიერ) (Islam, 2015).



ქვეყნებში, რომლებისთვისაც დამახასიათებელია ტურისტთა ნაკადების ზრდის მაღალი ტემპი, რესურსების გამოყენებაზე წარმოიშვება ბუნებრივი შეზღუდვები. მატისონმა და ვალმა „ქვეყნის ტევადობის“ კონცეფცია, რომელიც ხელმისაწვდომ რესურსებზე დაყრდნობით განსაზღვრავს კონკრეტული ქვეყნის მოსახლეობის მინიმალურ და მაქსიმალურ რაოდენობას, გამოიყენეს ტურიზმის სექტორის ზრდის შედეგად დამდგარი შედეგების პროგნოზირებისთვის. ჩამოყალიბდა მარტივი ფორმულა რომლის თანახმადაც, რესურსების არასწორი მართვა და გადამეტებული მოთხოვნა კონკრეტულ სერვისზე, იწვევს აწ უკვე ნახსენები რესურსების გამოფიტვასა, რაც პოპულარულ სერვისს ნაკლებად მიმზიდველს ხდის (Miller & Twining-Ward, 2005). სტუარტ მაკმინი აკონკრეტებს ზემოთ მოყვანილი ავტორების მოსაზრებებს და ტურისტული ღირსშესანიშნაობების დაცვის მიზნით „ტევადობის კონცეფციის“ აუცილებლობაზე საუბრობს. ტურისტულ ღირსშესანიშნაობებს გააჩნიათ მომხმარებელთა მიღების ლიმიტები. მაგალითად, თუ რომელიმე მათგანს შეუძლია დღეში 400 ვიზიტორის მიღება, შედარებით მეტი მნახველის განთავსება უარყოფით გავლენას იქონიებს (Mcminn, 1997). ქვეყნის მასშტაბით ტურისტთა მასობრივი გადაადგილება არამარტო კულტურულ არამედ ეკოლოგიურ და სოციალურ საკითხებზეც ახდენს ზეწოლას. მაგალითად, შელახული ეკოსისტემა ვეღარ ახერხებს რეგენერაციას, ვინაიდან აქტიურად არის დატვირთული მოგზაურების მხრიდან. იზრდება დაბინძურების გავრცელების არეალიც და სიხშირეც. ტურისტული მცირე ბიზნესის მიერ შექმნილი გასართობი ადგილები კი ხშირად უკმაყოფილებას იწვევს ადგილობრივ მოსახლეობაში, რაც კონფლიქტის გამოწვევის მიზეზი ხდება (Theobald, 2005). აზნაცის შეჯამების სახით შეიძლება ითქვას რომ, ტურისტების მასობრივი ნაკადები არამარტო სხვადასხვა ტიპის კონსტრუქციებსა თუ ეკოსისტემას, არამედ

კონკრეტული ღირსშესანიშნაობის იმიჯსაც აზიანებს, რაც გრძელ ვადიან პერსპექტივაში მოთხოვნის შემცირებას იწვევს. ნურსატ ჯაჰანისა და საბრინა რაჰმანის კვლევის შედეგების მოშველიებით შესაძლებელია ზემოთ თქმული მოსაზრების დადასტურება. მათ მიერ ჩატარებული რაოდენობრივი კვლევის თანახმად, რომელიც მიზნად ისახავდა ბანგლადეშის მდგრად ტურიზმზე მოქმედი ფაქტორების იდენტიფიცირებას, კულტურული ძეგლებისა და ერთგვარი „ტურისტული ბუნების“ აქტიურმა გამოყენებამ და დაცვის მექანიზმების არარსებობამ ტურისტული ღირსშესანიშნაობების მიმზიდველობის ხარისხი ეტაპობრივად შეამცირა (Jahan & Rahman, 2016).

ტურიზმის მდგრადი განვითარების გამოწვევები არამარტო ხელშესახები პრობლემების ანალიზს, არამედ მთლიანი სისტემის შესწავლასაც გულისხმობს. სისტემა შეგება ერთმანეთთან თანამშრომლობაში მყოფი აქტორებით, ამ უკანასკნელთა სიმრავლე და მჭიდრო კომუნიკაცია წლებია მეცნიერთათვის შესწავლის საგანს წარმოადგენს. ტურიზმის სექტორი განვითარების პროექტების დაგეგმვა უნდა ხდებოდეს მრავალი მონაწილის ჩართულობით, რაც რესურსების ჯეროვანი ათვისებისა და ინტერესთა კონფლიქტების თავიდან აცილების გარანტია. ჩართულ მხარეებში კი სახელისუფლებლო ინსტიტუტებთან ერთად კერძო ბიზნესი და ტურიზმის სფეროზე სპეციალიზებული ორგანიზაციები იგულისხმება (Budeanu, Graham, Moscardo, & Ooi, 2015). გარდა ამისა მნიშვნელოვანია სიტუაციის შეფასებისა და პრობლემის გადაჭრის გზების ძიების უნივერსალური მეთოდების არსებობა. წინააღმდეგ შემთხვევაში, ძნელია ეფექტური გადაწყვეტილების მიღება. ჩართული მხარეები შემდეგ საკითხებზე უნდა ფოკუსირდნენ:

1. როგორ ფუნქციონირებს ტურისტული ღირსშესანიშნაობა
2. როგორ შეიძლება საბაზრო შესაძლებლობების გაზრდა
3. ცვლილებები გარემოსთან მიმართებით და მათი მნიშვნელობის საზოგადო აღიარების ხელშეწყობა
4. როგორ შეიძლება რისკების შემცირება ან მართვა (Schianetz, Kavanagh, & Lockington, 2007).

საბოლოო ჯამში, აღნიშნული მიდგომა აძლიერებს ტურიზმის სექტორის კვლევით კომპონენტს, რაც წინდახედული ნაბიჯების გადადგმის საშუალებას იძლევა. აქედან გამომდინარე ტურიზმის მდგრადი განვითარებისთვის მნიშვნელოვანია როგორც დაინტერესებულ პირთა მრავალფეროვნება, ისე გამოწვევების ჯეროვანი შესწავლა-შეფასება. ჩვეათ ტოსუმი განვითარებადი ქვეყნებისთვის დამახასიათებელ კიდევ ერთ პრობლემას ასახელებს. ტურიზმის კუთხით მომუშავე სახელმწიფო ინსტიტუტებში პოლიტიკური არასტაბილურობა, იწვევს ერთიანი პოლიტიკის აღსრულებიდან გადახვევას. ტურიზმის სექტორის განვითარების კუთხით ისეთ ქვეყნებში, სადაც ჩართული მხარეებიდან, მხოლოდ სახელმწიფოა წარმოდგენილი ერთ-ერთ გამოსავლად რჩება გრძელვადიანი პოლიტიკის დასახვა. ამ უკანასკნელის არარსებობის პირობებში კი დანიშნული თანამდებობის პირები მათი შეხედულებებიდან გამომდინარე მოქმედებენ და ყოველი სახელისუფლებლო ცვლილება ახლი ხედვის შემოტანას გულისხმობს, რაც მთლიანობაში აფერხებს წინსვლას (Tosun, 2001).

ამ ქვეთავის მიზნიდან გამომდინარე შესაძლებელია ტურიზმის მდგრადი განვითარების შემაფერხებელი შემდეგი ფაქტორების გამოყოფა: რესურსების არამიზნობრივი და გაუფრთხილებელი გამოყენება, ტურისტული მნიშვნელობის ობიექტების არასწორი დაგეგმარება და ჩართულ აქტორთა სიმცირე.

2.3 სახელმწიფოს როლი ტურიზმის სექტორის განვითარებაში

ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარების კუთხით სახელმწიფოს როლი ბოლო 40-50 წელიწადში შესამჩნევად შეიცვალა. მთელი დატვირთვა ხელისუფლებიდან კონკურენციაზე დაფუძნებულ ბიზნესზე გადავიდა. მოგზაურობისა და ტურიზმის მსოფლიო საბჭოს (WTTC) ერთ-ერთი მიზანია ტურიზმის სექტორში სახელმწიფოს ჩართულობის სტანდარტის დადგენა. ამ უკანასკნელის მიერ 2003 წელს გამოქვეყნებულ დოკუმენტში დეტალურადაა გაწერილი იმ საქმიანობების ნუსხა, რომელთა შესრულებაც სახელმწიფოს პრეროგატივას წარმოადგენდა. უპირველეს აუცილებლობას წარმოადგენდა ეროვნული და რეგიონალური ტურიზმის განვითარების გრძელვადიანი გეგმების შემუშავება. კვლევით კომპონენტზე დაყრდნობით შემუშავებული

საჭიროებების ნუსხა, შესაბამისი პროფილით მომუშავე სახელისუფლებლო უწყებებს შემდეგი სახის კონკრეტული საქმიანობების გახორციელების საშუალებას აძლევდა.

- ეფექტური და გამჭვირვალე საგადასახო სისტემების შემოღებით ჯანსაღი ბიზნეს გარემოს შექმნა
- ტურისტული ინფრასტრუქტურის შექმნა
- ტურიზმის სექტორის პოპულარიზება აქტიური პიარ კამპანიის გამოყენებით
- საგანმანათლებლო პროგრამების შექმნა და ადამიანურ კაპიტალში ინვესტირება
- სავაჭრო, სატრანსპორტო და საკომუნიკაციო ბარიერების შემცირება
- ინვესტორებისა და მომხმარებლების უსაფრთხო გარემოთი უზრუნველყოფა და მათი ინფორმირება ამ უკანასკნელის შესახებ
- თვითმყოფადობისა და კულტურული მემკვიდრეობის შენარჩუნება
- ახალი ტექნოლოგიების დანერგვა, მაგალითად სატელიტური რუკების შექმნა (Hall, 2008)

ზემოთ მოყვანილი პუნქტები ცხადყოფს, რომ სახელმწიფო ბევრ პასუხისმგებლობას იღებდა საკუთარ თავზე, დაწყებული გარემოს კვლევიდან დამთავრებული სამოქმედო გეგმის შემუშავებით. შეიძლება ითქვას, რომ კერძო ბიზნესი თავად კი არ განსაზღვრავდა ტურიზმის განვითარების პოლიტიკას, არამედ ერგებოდა ამ უკანასკნელს. ვინაიდან ტურიზმის ინდუსტრია ახალი ფენომენი იყო, ხელისუფლების მხრიდან ჩარევა მეტნაკლებად გამართლებულია. საწყის ეტაპზე აუცილებელი იყო ერთგვარი ბაზისის შექმნა.

მოგზაურობისა და ტურიზმის მსოფლიო საბჭოს (WTTC) მიერ 2015 წელს გამოქვეყნებული დოკუმენტი ცხადყოფს, რომ სიტუაცია რადიკალურად შეიცვალა და თანამედროვე მიდგომების მიხედვით ტურიზმის ინდუსტრიის მშენებლობა-განვითარებაში სახელმწიფო „laissez-faire“ პრინციპს მიჰყვება. სახელმწიფო როლი მკვეთრად შემცირდა მარკეტინგული კამპანიების ჩატარებაში, სასტუმროებისა და ტურისტული სააგენტოების პირდაპირი წესით დაფინანსებაში. ტურისტული სააგენტოების ლიცენზირება და სასტუმროების სტატუსის გასაზღვრა ინდუსტრიის მხრიდან დამოუკიდებლად ხდება. სახელმწიფო ორიენტირებულია მხოლოდ ეფექტური

საგადასახადო პოლიტიკის შემუშავებაზე, მომხმარებლის ინტერესების დაცვასა და გარემოს კონსერვაციაზე. თუმცა აღსანიშნავია, რომ მსგავსი ტენდენციები მხოლოდ განვითარებულ ქვეყნებში შეიმჩნევა (WTTC, 2015). შეჯამების სახით შეიძლება ითქვას, რომ სახელმწიფომ ტურიზმის ინდუსტრიის ჩამოყალიბების საწყის ეტაპზე ინვესტირება განახორციელა ინფრასტრუქტურაში, მომსახურე პერსონალსა და მარკეტინგში ხოლო განვითარების კონკრეტული ნიშნულის მიღწევის შემდეგ ხსენებული სფერო სამართავად კონკურენციისა და საბაზრო ეკონომიკის კანონებს გადასცა.

შარფისა და ტეფლერის მოსაზრებით სახელმწიფო პოლიტიკა გავლენას ახდენს ტურიზმის სფეროდან მიღებულ შემოსავლებსა და ვიზიტორთა რაოდენობაზე. თავად სახელმწიფო პოლიტიკა კი ოთხი ძირითადი კომპონენტისგან შედგება: ჯანსაღი ბიზნეს გარემოს შექმნა, ინფრასტრუქტურის მშენებლობა, სამუშაო ძალის კვალიფიკაციის ამაღლება და მარკეტინგი (Sharpley & Telfer, *Tourism and Development: Concepts and Issues*, 2002). მილი და მორისონი ტურიზმის სექტორის განვითარების თვალსაზრისით, სახელმწიფოს ხუთ ძირითად ფუნქციაზე საუბრობენ:

1. კოორდინაცია - სხვადასხვა დონის ხელისუფლებების, საბჭოებისა და კერძო კომპანიების ურთიერთანამშრომლობით სამოქმედო გეგმების შემუშავება
2. დაგეგმარება - გულისხმობს ქვეყნის მასშტაბით არსებული რესურსების ათვისებას, წინასწარ შერჩეული დარგების განვითარებას
3. კანონმდებლობა და რეგულაციები - ხელისუფლება კანონმდებლობის ფარგლებში არეგულირებს ისეთ საკითხებს, რომლებსაც კავშირი აქვთ ტურიზმის სექტორთან, მაგალითად საპასპორტო ან გარემოსდაცვითი პოლიტიკა.
4. ხელისუფლება როგორც მეწარმე - ხელისუფლება პასუხისმგებელია ისეთ საკითხებზე, როგორებიცაა საგზაო ან სატრანსპორტო ინფრასტრუქტურის მშენებლობა, დაბალ პროცენტოვანი სესხებისა და თუ გრანტების გაცემა. ეს უკანსაკნელი თავად განსაზღვრავს რომელს სფეროში არსებობს ჩავარდნა, შეუძლია თუ არა კერძო ბიზნესს პრობლემის დამოუკიდებლად გადაჭრა და როგორი უნდა იყოს სახელმწიფოდან გაღებული კონტრიბუცია.

5. სტიმულირება - მოიცავს ფინანსური დახმარების გაწევას თანადაფინანსების, დაბალპროცენტიანი სესხებისა და გრანტების მექანიზმების გამოყენებით (Morrison & Mill, 1985).

სახელმწიფოს როლზე საუბრისას, ავტორთა უმეტესობა რამდენიმე ძირითად ვალდებულებას გამოკვეთს. თუმცა მათ დასახელებამდე მნიშვნელოვანია, ერთი ფაქტის აღნიშვნა. განვითარებად ქვეყნებში კერძო სექტორს არ გააჩნია შესაბამისი ოდენობის რესურსები, რომ თავად მოიპოვოს ან შეინარჩუნოს კონკურენციაზე დაფუძნებული სისტემა. მარკეტა კუბიკოვას ნაშრომში: „ხელისუფლების როლი ტურიზმში: მაკავშირებელი კონკურენცია, თავისუფლება და განვითარებადი ეკონომიკები“, ემპირიული კვლევით დადგინდა, რომ განვითარებად ქვეყნებში ეკონომიკური თავისუფლების დადმასვლა, იწვევს ტურიზმის სექტორში კონკურენციის აღმასვლას, რაც განპირობებულია სახელმწიფოს ჩართულობის ხარისხით (Kubickova, 2016). შეიძლება ითქვას, რომ განვითარებულ ქვეყნებში ტურიზმის ინდუსტრია სახელმწიფოს მხრიდან მინიმალურ ჩარევას საჭიროებს, მაშინ როცა განვითარებად ქვეყნებში მას კონკურენციის შენარჩუნების კუთხით სასიცოცხლო მნიშვნელობა ენიჭება. კონკურენცია ტურისტულ ბაზარზე, ზრდის მიწოდებული სერვისის ხარისხს, ამცირებს ამ უკანაკნელის საფასურს, რაც საბოლოო ჯამში ვიზიტორთა რაოდენობასა და შემოსავლებზე დადებით გავლენას ახდენს. ამ ქვეთავის შესაჯამებლად, ნაშრომში გამოყენებულია ავტორის მიერ შედგენილი ცხრილი, განვითარებულ და განვითარებად ქვეყნებში სახელმწიფოს ფუნქციების წარმოჩენას ემსახურება (ცხრილი N1).

სახელმწიფოს როლი ტურიზმის სექტორის განვითარებაში	
განვითარებადი ქვეყანა	განვითარებული ქვეყანა
1. მარკეტინგი, პოპულარიზაცია	1. ფისკალური პოლიტიკის შემუშავება
2. ინფრასტრუქტურის მშენებლობა	2. მომხმარებლის ინტერესის დაცვა
3. მომსახურე პერსონალის გადამზადება	3. ეკოსისტემის კონსერვაცია
4. ჯანსაღი ბიზნეს გარემოს შექმნა	4.

ვინაიდან საქართველო განვითარებადი ქვეყნების რიცხვს მიეკუთვნება, ნაშრომის დასკვნით ნაწილში მოცემული ანალიზისთვის მნიშვნელოვანი იქნება იმ ფუნქციების ცოდნა, რომელებსაც განვითარებადი ქვეყნის ხელისუფლება ფლობს ტურიზმის

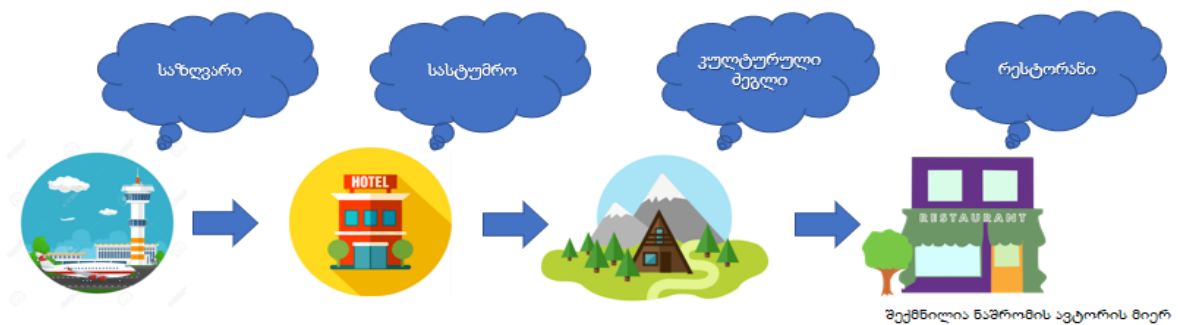
ხელშეწყობის კუთხით. აღსანიშნავია, რომ პირველ გრაფაში მოყვანილი ოთხი ფუნქცია ავტორთა უმეტესობის მიერ არის ნახსენები. შესაბამისად, შესაძლებელია იმის დადგენა, საქართველოს ხელისუფლება რამდენად პირნათლად ასრულებს მასზე დაკისრებულ მოვალეობებს.

ლიტერატურის მიმოხილვის თავის დასასრულს უნდა ითქვას, რომ გამოიკვეთა ტურიზმის მდგრადი განვითარების ძირითადი მიდგომები, ამ კონცეფციისთვის დამახასიათებელი გამოწვევები და სახელმწიფოს როლი ამ უკანასკნელთა მოგვარებაში. შემდეგი თავი ეთმობა ტურიზმის ბიზნეს სექტორის მიერ დანახული პრობლემების განხილვასა და სახელმწიფო პოლიტიკის შეფასებას.

3. ტურიზმის სექტორში არსებული პრობლემების

მიმოხილვა: კერძო ბიზნესის ხედვა

აღნიშნულ ქვეთავში ყურადღება დაეთმობა იმ პრობლემების მიმოხილვას, რომლებსაც საქართველოში მოქმედი ტურისტული სააგენტოების გიდები და პროდუქტ მენეჯერები აწყდებიან ტურის ჩატარების, პროცესში. თავდაპირველად აუცილებელია განისაზღვროს თავად ტურის სპეციფიკა, ვინაიდან შემდგ აზნაცებში განხილული პრობლემები კონკრეტულ კანონზომიერებას ექვემდებარებიან. ტურისტული პაკეტი გულისხმობს კონკრეტული აქტივობებით დატვირთულ რამდენიმე დღეს, რომლის მიზანია მიმღები ქვეყნის კულტურის, ბუნებისა და წეს-წყობილების შესწავლა. როგორც წესი, ტურისტები საქართველოში საშუალოდ 3-დან 15 დღემდე ჩერდებიან, გამონაკლისების გათვალისწინების გარეშე. ტურისტულ პაკეტში შემავალი პირველი დღე შემდეგი სახისაა: საზღვრის გადმოკვეთა, სასტუმროში განთავსება, ღირსშესანიშნაობების მონახულება და ვახშამი რესტორანში (იხ. თვალსაჩინოება N2).



რა თქმა უნდა, არსებობს სხვადასხვა სახის ვარიანტებიც, შესაძლოა სასტუმრო ჩანაცვლდეს საოჯახო სასტუმროთი, ხოლო რესტორანი - ოჯახური ვახშმით. განურჩევლად იმისა, თუ რამდენი დღე ჩერდება ტურისტი საქართველოში, გაწერილი განრიგი ზემოთ ხსენებულ სისტემაზეა დაფუძნებული. იცვლება მხოლოდ დათვალიერებული ტერიტორიების არეალი და სერვისის მიმწოდებელი დაწესებულებების რაოდენობა.

ნაშრომის ფარგლებში ინტერვიუები ჩატარდა ორი წამყვანი ქართული ტურისტული სააგენტოს ოც გიდთან და ათ პროდუქტ მენეჯერთან, რომლებიც წლების განმავლობაში განუწყვეტლივ ადევნებენ თვალს ხსენებულ სფეროში არსებულ პრობლემებსა და ამ უკანასკნელთა მოგვარების მცდელობებს. აღსანიშნავია, რომ ტური მისი ხასიათიდან გამომდინარე შესაძლოა იყო კულტურული, რაც გულისხმობს მუზეუმებისა და კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლების დათვალიერებას, სამთო რომლის ფარგლებშიც ტურისტები საფეხმავლო მარშრუტების გავლით ცდილობენ სხვადასხვა ლოკაციების დალაშქვრას და ე. წ. ველოტურები, რომელიც ახლა იდგამს ფეხს საქართველოში და მიზნად ისახავს წინასწარ შერჩეული ტერიტორიებზე ველოსიპედით მისვლასა და მონახულებას. კვლევის ფარგლებში გამოიკითხნენ ზემოთ ხსენებული სამივე სპეციალიზაციის მქონე გიდები, რამაც კომპლექსური და სრულყოფილი ინფორმაციის შეგროვების საშუალება მოგვცა.

3.1 ინფრასტრუქტურა

გამოკითხული გიდების აბსოლუტურმა უმრავლესობამ ყურადღება ინფრასტრუქტურის გაუმართაობაზე გაამახვილა, აქედან გამომდინარე ტურიზმის სექტორში არსებული პრობლემების განხილვას ამ საკითხით დავიწყებთ. მიუხედავად იმისა, რომ საქართველოში არსებობს ფოთი-თბილისი-წითელი ხიდის დამაკავშირებელი ავტობანი E60, რომელმაც მნიშვნელოვნად შეამცირა დანიშნულების პუნქტებამდე მისვლისთვის საჭირო დრო, საგზაო ინფრასტრუქტურა კვლავ დიდ პრობლემას წარმოადგენს. ლოგიკურია, რომ პირველი შეხება ქვეყანასთან ტურისტს სასაზღვრო პუნქტზე აქვს. თითქმის ყველა სასაზღვრო პუნქტამდე მისასვლელი სავალი გზის საფარი განახლებას საჭიროებს, იმისდა მიუხედავად, რომ გადაადგილების დროზე განსაკუთრებით დიდ გავლენას არ ახდენს. არსებობს გამონაკლისებიც, მაგალითად

ნინოწმინდიდან ბავრის სასაზღვრო გამშვებ პუნქტამდე (სომხეთ-საქართველოს საზღვარი) არის 21 კილომეტრი, რომლის დაფარვასაც სტანდარტულად სჭირდება 20-30 წუთი, თუმცა არსებული რეალობიდან გამომდინარე აღნიშნული დრო 2 საათამდე იზრდება. მიმდინარე ტენდენციები ცხადყოფს, რომ ტურისტებს არა მხოლოდ საქართველოს, არამედ მთლიანად სამხრეთ კავკასიის დათვალიერება სურთ, აქედან გამომდინარე ტურისტული პაკეტები ხშირად შეიცავს მეზობელ სახელმწიფოებში ვიზიტებს. საჭიროა საქართველოს, აზერბაიჯანსა და სომხეთს შორის საგზაო ინფრასტრუქტურის მოწესრიგება. ერთ-ერთი რესპოდენტი შემდეგნაირად აღწერს სიტუაციას - „დღეს ტურისტების კომფორტული მგზავრობა, რაც მეტად მნიშვნელოვანია მათი კმაყოფილებისთვის, მძღოლების პროფესიონალიზმზეა დამყარებული“. სამთო ტურების განუყოფელი ნაწილია დანიშნულების პუნქტამდე მისასვლელად უღელტეხილების გამოყენება. აღნიშნულ უღელტეხილებზე გადაადგილება მხოლოდ მაღალი გამავლობის მქონე მანქანებითაა (4x4) შესაძლებელი. მათი გამოყენების სიხშირიდან გამომდინარე, განსაკუთრებულ ყურადღებას საჭიროებს ზემო და ქვემო სვანეთის დამაკავშირებელი ზაგაროსა თუ იმერეთისა და სამცხე ჯავახეთის დამაკავშირებელი ზეკარის უღელტეხილები. მიუხედავად იმისა, რომ ტურისტულ ლოკაციებამდე მისასვლელი გზები მეტ-ნაკლებად მოწესრიგებულია, დავითგარეჯას სამონასტრო კომპლექსამდე მისასვლელი გზის ნაწილი განსაკუთრებით მძიმე მდგომარეობაშია. თბილისიდან ხსენებულ პუნქტამდე 105 კილომეტრია, რომლის დასაფარადაც მინიმუმ 3-3.5 საათია საჭირო. ხშირად დანიშნულების ადგილამდე მისასვლელად ტრანსპორტის გამოცვლაა საჭირო, ვინაიდან საგზაო ინფრასტრუქტურა არაა ადაპტირებული ავტობუსებზე, მიკროავტობუსებსა და მსუბუქ მანქანებზე.

სამთო ტურიზმის შემთხვევაში, საგზაო ინფრასტრუქტურა ბილიკებში გამოიხატება, რომელიც შეიძლება ითქვას რომ მოწესრიგებულია. შესაბამისი მარკირება ბილიკებზე ლაშქრობას აადვილებს და ტურისტზე ორიენტირებულს ხდის. ველო ტურების შემთხვევაში კი საკმაოდ მძიმე სიტუაციაა. პირველ რიგში, არსებული მდგომარეობის ახსნა იმით შეიძლება, რომ ტურიზმის ხსენებული მიმართულება ამჟამად მკვიდრდება ქართულ ბაზარზე. იქიდან გამომდინარე, რომ არ არსებობს შესაბამისი მარკირებითა და ინფრასტრუქტურით აღჭურვილი ველო ბილიკები, გამოიყენება საფეხმავლო და

სამანქანო გზები, რაც მთელ რიგ საფრთხეებთან არის დაკავშირებული. გარდა ამისა, გუდაურსა და ბაკურიანში მოწყობილი ველო ბილიკებით სარგებლობა პრობლემატურია, ვინაიდან მათთან დამაკავშირებელი საბაგიროები ზაფხულობით (ანუ ტურისტული სეზონის განმავლობაში) იშვიათად ფუნქციონირებენ. სამთო გიდის თქმით - „ის თანხა რაც სახელმწიფომ გამოყო ამ ველო ბილიკების მოსაწყობად, წყალში ჩაყრილად შეიძლება ჩაითვალოს.“ ზემოთ მოყვანილი მაგალითი შესაძლოა განზოგადდეს საქართველოს სხვა ტერიტორიებზე არსებულ სიტუაციებზეც. შეიმჩნევა არსებული პრობლემების უგულვებელყოფა ან სახელმწიფო რესურსების არამიზნობრივი ხარჯვა, რაც ძირითადად გზის საფარის არაეფექტურ შეკეთებაში გამოიხატება. ხშირად ყოფილა სარეაბილიტაციო სამუშაოების დროში გაწელვის შემთხვევებიც. ამავდროულად შეინიშნება განვითარებს დაბალი ტემპები, რაზეც ახალი ინფრასტრუქტურული პროექტების ნაკლებობა მიანიშნებს.

წინა აბზაცში განხილული იყო ის კონკრეტული პრობლემები, რაც საგზაო ინფრასტრუქტურის განვითარების კუთხით არსებობს. თუმცა აუცილებელია, მათი აქტუალურობის დასაბუთებაც. გზის დანგრეული საფარის გამო ტურისტულ ლოკაციამდე მისასვლელი დროის გაზრდა ტურისტის კომფორტისა და პროგრამიდან სხვა აქტივობების ამოღების ხარჯზე ხდება, რაც მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს მიწოდებული სერვისის ხარისხზე. ცალკე ყურადღების ღირსია ავტომობილების ცვეთა, რაც კომპანიებსა თუ მძღოლებს მძიმე ტვირთად აწვება.

ტურისტების ტრანსპორტირება ჯგუფის მოცულობიდან გამომდინარე ხორციელდება მინივენის, მიკრო ავტობუსისა და ავტობუსის საშუალებით. დანიშნულების ადგილზე მისვლის შემდეგ დაახლოებით 5-10 წუთია საჭირო, იმისთვის რომ მგზავრებმა სატრანსპორტო საშუალება დატოვონ. ხშირად რესტორნებს და სასტუმროებს არ აქვთ პარკინგი, რის გამოც ავტობუსს გზის სავალ ნაწილზე უწევს გაჩერება. თბილისის მასშტაბით პარკირების სისტემა სერიოზულ პრობლემას წარმოადგენს. არსებული პრაქტიკიდან გამომდინარე ავტობუსი დანიშნულების ადგილიდან საკმაოდ მოშორებით ჩერდება და შემდეგომ ჯგუფი ფეხით გადაადგილდება სასტუმრომდე. ტურისტული ავტობუსებისთვის პარკირების ადგილების არარსებობასთან ერთად, საპატრულო პოლიცია მძღოლების მიმართ

საკმაოდ მკაცრ პოლიტიკას ატარებს. ავტობუსის 5-10 წუთით გაჩერება ისეთ ადგილზე, სადაც მოძრაობა არ ფერხდება ავტომატურად უკავშირდება ჯარიმასა და მართვის მოწმობის ქულების ჩამოკლებას. აქედან გამომდინარე, იმ ფაქტს რომ ტურისტები იძულებულნი არიან პროგრამაში გაწერილ პუნქტამდე ფეხით იარონ, ნეგატიური გავლენა აქვს მიწოდებული სერვისის ხარისხზე.

ტურისტული ინფრასტრუქტურის ერთ-ერთი შემადგენელი ნაწილია საპირფარეშოები. ამ კუთხით საქართველოში ნომერ პირველი გამოწვევაა არასაკმარისი რაოდენობის საპირფარეშოები. ერთ-ერთი რესპოდენტი არსებულ სიტუაციას შემდეგნაირად აღწერს - „ხშირად სოკარის კალონკებზე გვიწევს გაჩერება, რადგან უფასო ტუალეტები აქვთ“. თბილისის ტურის ჩატარების დროს ე. წ სოკარის ფუნქციას სხვდასხვა კაფე-ბარები ითავსებენ, რაც იმაზე მიანიშნებს, რომ აღნიშნული პრობლემა მთელი ქვეყნის მასშტაბით თანაბრად არსებობს. როდესაც ტურისტი ერთი ქალაქიდან მეორეში მიემგზავრება, კოლომეტრაჟიდან გამომდინარე საჭიროა მინიმუმ ორი გაჩერება, რაც ხშირად ვერ ხერხდება. უკვე არსებულ ტუალეტებში სანიტარული ნორმები არ შეესაბამება სტანდარტებს, რაც ხელსაბანებისა და ხელის საშრობების არ ფუნქციონირებაში, წყლის მიწოდებისა შეფერხებასა და რამდენიმე განცალკევებული სექციის არარსებობაში გამოიხატება. ცალკე პრობლემას წარმოადგენს, უკვე აშენებული საპირფარეშოების ვერ გამოყენება. მაგალითად გელათის სამონასტრო კომპლექსის მიმდებარე ტერიტორიაზე აშენებულია საპირფარეშო, რომელიც მეორე წელია დაკეტილია. სხვა ალტერნატივის არარსებობის პირობებში ერთადერთი გამოსავალი მიმდებარე ბუნების გამოყენებაა, რაც აღნიშნული პრობლემის სიმწვავეზე მიანიშნებს.

3.2 ტურისტული ღირსშესანიშნაობები

საქართველოს მასშტაბით მრავალი ტურისტული ღირსშესანიშნაობა ფუნქციონირებს, რომლებიც აერთიანებენ მუზეუმებს, კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლებს, მათ შორის ეკლესია-მონასტრებს, დაცულ ტერიტორიებსა და მაღალმთიან სოფლებს. ტურისტული ღირსშესანიშნაობის სტუმრობისას ტურისტები ეცნობიან ამ უკანასკნელის ისტორიას ან განსაკუთრებულ მახასიათებლებს, რის შემდეგაც დრო ეძლევათ თავად შეისწავლონ გარემო. მიუხედავად იმისა, რომ რესპოდენტთა უმეტესობა

ტურისტული ლოკაციების მოწესრიგებულობასა და შესამჩნევ განვითარებაზე საუბრობენ, მაინც არსებობს გარკვეული ჩავარდნები.

ღირშესანიშნაობების მიმდებარე ტერიტორიები დანაგვიანებულია და აღნიშნულ საკითხზე პასუხისმგებელი ინსტანცია კი დანაშაულის პრევენციისა და დაბინძურებული ადგილების დასუფთავების კუთხით ქმედით ნაბიჯებს არ დგამს. გიდები, რომლებიც რეგულარულად სტუმრობენ სხვადასხვა ტურისტულ ადგილებს ამჩნევენ, რომ პრობლემის გადაჭრის მექანიზმები ჯერ-ჯერობით არ არსებობს ან თუ არსებობს არაეფექტურია. ასევე პრობლემას წარმოადგენს გარევაჭრობისგან გამოწვეული ქაოსი, რომელიც ხშირად ხელს უშლის გიდის საქმიანობის წარმართვას, ვინაიდან ძნელი ხდება ტურისტების მობილიზება და მათთვის მშვიდ გარემოში ინფორმაციის მიწოდება. ტურისტების საჭიროებებიდან გამომდინარე წარმოიშვება ერთგვარი რეკრეაციული ადგილების შექმნის აუცილებლობა, რომლებიც კონკრეტული ღირშესანიშნაობის დათვალიერებით დადლილ ვიზიტორებს დასვენების საშუალებას მისცემს.

ტურიზმის პროფილით მომუშავე ბიზნესზე გაცემული შეღავათიანი სესხები და გრანტები უდავოდ პოზიტიური გავლენის მქონეა, ამ სექტორის განვითარებაზე. თუმცა ტურისტული ლოკაციების ათვისების კუთხით ჩავარდნა არსებობს შემდეგ რეგიონებში: რაჭა, აჭარა (იგულისხმება მაღალმთიანი აჭარა) და გურია. ერთის მხრივ აუცილებელია ადგილობრივი ინფრასტრუქტურის განვითარება, რათა ტურისტებმა შესაბამისი სერვისი მიიღონ, აქედან გამომდინარე ერთია არსებულ ღირშესანიშნაობებზე ზრუნვა და მეორე ახლების აღმოჩენა.

3.3 კვების პუნქტები

ქართული სამზარეულო ტურისტებში უდავოდ დიდ აღფრთოვანებას იწვევს, თუმცა სერვისის მიწოდების თვალსაზრისით მეტად მნიშვნელოვანი პრობლემები არსებობს. პირველ რიგში ყურადღება უნდა გამახვილდეს სანიტარული ნორმების დაცვაზე, რაც ხშირ შემთხვევაში უგულვებელყოფილია. გარდა ამისა მნიშვნელოვანია თავად საკვები პროდუქტების უვნებლობის შემოწმება. ხშირია საკვები პროდუქტებითა და ონკანის წყლით გამოწვეული ინტოქსიკაცია, რაც ცალკეული ტურისტისთვის არასასიამოვნო დასვენებასთან ასოცირდება. მიუხედავად, იმისა რომ ტურისტული სააგენტოები,

სასტუმროები და რესტორნები ცდილობენ ე. წ პლასტმასის ბოთლებში ჩამოსხმული წყალი გამოიყენონ, მთელ რიგ დაწესებულებებში აღნიშნული კულტურა ჯერ კიდევ არ არსებობს. რეგულაციების არარსებობის პირობებში კი ტურისტის ჯანმრთელობის საკითხი კითხვის ნიშნის ქვეშ დგება.

ცალკე განსახილველი საკითხია შეთავაზებული მენიუ და რესტორნის მომსახურე პერსონალის კვალიფიკაცია. ტურისტების გარკვეული სეგმენტი წარმოადგენს ვეგეტარიანელს, ვეგანს ან გლუტენგამოცლილი საკვების მომხმარებელს. ქალაქ თბილისისგან განსხვავებით, რეგიონებში თითქმის შეუძლებელია ზემოთხსენებული სტანდარტების საკვების შეკვეთა, ვინაიდან მენიუში არ არის გათვალისწინებული. ერთ-ერთი გიდის თანახმად - „ვეგეტარიანელებისთვის გამოსავალს კიტრი-პომიდვრის სალათა წარმოადგენს, რომლის რეგულარულად მირთმევაც ცოტა არ იყოს მოსაწყენია“. მენიუში არსებული კერძების სიმწირესთან ერთად, რესტორნის მომსახურე პერსონალი შეკვეთის აღების პრობლემასაც აწყდება. ტურისტებს ხშირად აინტერესებთ ინფორმაცია კერძის შესახებ, რომლის ახსნასაც მიმტანები ვერ ახერხებენ ინგლისური ან რუსული ენების არ ცოდნის გამო. მომსახურე პერსონალის კვალიფიკაციის ამაღლებასთან ერთად აღნიშნული პრობლემის მოგვარების გზა დასურათებული მენიუს შექმნაა, თუმცა რეგიონებში ეს უკანასკნელიც დიდ გამოწვევას წარმოადგენს.

აღნიშნული თავის დასაწყისში განხილული იყო ტურის სტრუქტურა. სასტუმროდან ტურისტულ ღირსშესანიშნაობამდე მისასვლელად ხშირად 3-4 საათია საჭირო, რაც წარმოშობს ლანჩის ან სადილის საჭიროებას. რეგიონებში, კვების პუნქტების განაწილება არ იძლევა ტურისტზე მორგებული პროგრამის შემუშავებას. საქართველოში ჩამოსულ დამსვენებელთა რაოდენობის მატება და კვების პუნქტების მომსახურების არსებულ დონეზე შენარჩუნება, შეკვეთის მომზადებისთვის საჭირო დროის გაზრდასა და კლიენტების უკმაყოფილებას იწვევს. ვინაიდან კვების პუნქტებზე მოთხოვნა უფრო მეტია ვიდრე მიწოდება და პარალელურად არ შეიმჩნევა საბაზრო კონკურენციის შესამჩნევი გაზრდა, მომსახურების ფასები იზრდება. ფასების ცვლილება ლოგიკურია და ტურისტული ქვეყნებისთვის მახასიათებელ ტენდენციას წარმოადგენს. თუმცა არსებობს ერთი გარემოება, თუ ფასი და მიწოდებული სერვისი ერთმანეთთან არაა თანხვედრაში, მაშინ გრძელვადიან პერსპექტივაში საქართველოთი დაინტერესებულ პირთა

რაოდენობა შემცირებას დაიწყებს. ტურისტები, ხშირად გამოთქვამენ უკმაყოფილებას მაღალი ფასებისა და არადამაკმაყოფილებელი სერვისის შესახებ.

სამთო და ველო ტურების ხარისხზე მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს მაღალმთიანი ტერიტორიების აუთვისებლობა. პრობლემის „გადაგორების“ საშუალებას საკვების ზურგჩანთით ტარება წარმოადგენს. ველოსიპედისტი ტურისტებისთვის წყლისა და საკვების ტარება არაკომფორტული და არა მიზანშეწონილია, თუმცა სხვა გამოსავალი ჯერჯერობით არ არსებობს.

3.4 სასტუმროები

საქართველოში მოქმედი ტურისტული სააგენტოები მეტ-ნაკლებად ჯეროვნად იყენებენ იმ სასტუმროებს, რომლებიც ქართულ ბაზარზე არსებობენ. ამ შემთხვევაში, პრობლემური საკითხი არა მათი რაოდენობა, არამედ საცხოვრებელი პირობებია. მიუხედავად იმისა, რომ საქართველოს მასშტაბით, ძირითადად დიდ ქალაქებში, მრავალი პრემიუმ კლასის სასტუმრო არსებობს, ტურისტების უმეტესობა საოჯახო სასტუმროებზე ფოკუსირდება. მიზეზი ორია: ადგილობრივი ყოფა-ცხოვრების შეცნობა და ხელსაყრელი ფასი. რესპოდენტების ნაამბობიდან ირკვევა, რომ სასტუმროს ადმინისტრაციასა და ტურისტს შორის კომუნიკაციის ერთადერთი საშუალება გიდია, რომელიც თარჯიმნის ფუნქციას ითავსებს. მომსახურე პერსონალის უნარ-ჩვევები ვერ აკმაყოფილებს სტანდარტებს, რაც საბოლოო ჯამში აისახება მიწოდებული სერვისის ხარისხზე.

გარდა ამისა, სასტუმროებში საძინებელი ოთახების კომპლექტაცია არასრულია და მომხმარებელზე ნაკლებად მორგებული. მაგალითად, თუ ტურისტს სურს ორადგილიანი ნომერი იმიტომ ვერ იღებს სასურველ ოთახს, რომ სასტუმროში მხოლოდ ერთადგილიანი ნომრებია ხელმისაწვდომი. ხშირად ნომრებში სანიტარული მდგომარეობა საკმაოდ მძიმეა. საოჯახო სასტუმროების უმეტესობაში არ არის ჰიგიენური საშუალებები, ხელსახოცები, გაგრილების და გათბობის სისტემები. ამ კუთხით არ არსებობს სახელმწიფო რეგულაციები და კონტროლის მექანიზმები. არ არსებობს სტანდარტების ნუსხა, რომლებსაც საოჯახო სასტუმრო უნდა

აკმაყოფილებდეს, ფუნქციონირების უფლების მოსაპოვებლად. რეგიონებში არსებული სასტუმროები ნაკლებადაა ტურისტების საჭიროებებზე მორგებული.

3.5 ზოგადი შეფასება

საქართველოში ტურიზმი ბოლო რამდენიმე ათწლეულია რაც ვითარდება, აქედან გამომდინარე არსებობს ბევრი გამოწვევა. გამოკითხული რესპოდენტების აბსოლუტურმა უმრავლესობამ ქართული ტურისტული სააგენტოების საქმიანობა შეაფასა შემდეგი სიტყვებით საშუალო ან დამაკმაყოფილებელი. შედარებით დიდი გამოცდილების მქონე სააგენტოები ადამიანური და ფინანსური რესურსის ეფექტური გამოყენების ხარჯზე ახერხებენ მაღალი სტანდარტების სერვისის მიწოდებას. მათმა უმეტესობამ დაგროვებული გამოცდილებიდან გამომდინარე მოახერხა არსებული პრობლემების მოკლევადიანი გადაჭრის გზების მოძიება. გიდების უმეტესობა ყურადღებას ამახვილებს შედარებით მცირე მასშტაბების მქონე, ტურისტების რაოდენობაზე და არა სერვისის ხარისხზე ორიენტირებული, ტურისტული სააგენტოების მომრავლებაზე. ერთ-ერთი რესპოდენტის თანახმად - „დღეს საქართველოში ნებისმიერს შეუძლია „გიდობა“ სერტიფიცირების გარეშე“. აქედან გამომდინარე, ტურიზმის სფეროში მოქმედი შედრებით მსხვილი ბიზნესი კლიენტების მოპოვებას ხარისხიანი სერვისის მიწოდებით ცდილობს, მაშინ როცა ახლად დაარსებული კომპანიები მსგავსი ბიზნეს კულტურით არ მოქმედებენ და არც კანონი უწყებს შეზღუდვებს. თუმცა მთავარი გამოწვევა შესაბამისი ინფრასტრუქტურის შექმნა, სერვისის სფეროში მომუშავე პირების გადამზადება და ხარისხის კონტროლია.

საქართველოში არსებულ ზოგად ფონს ზედმიწევნით ნათლად წარმოაჩენს, ერთ-ერთი წამყვანი ტურისტული სააგენტოს პროდუქტ მენეჯერის მოსაზრება. საქართველოში ტურისტების რიცხვი გაცილებით სწრაფად იზრდება ვიდრე ინფრასტრუქტურა, რაც გაგვაჩნია. უარყოფითი შედეგების თავიდან ასაცილებლად აუცილებელია, რომ ნებისმიერი სახის ტურისტული ინფრასტრუქტურა შეესაბამებოდეს ყველა ჩამოსული სტუმრის მოთხოვნას. აღნიშნული მოსაზრება შესაძლოა განხილული იქნეს, როგორც საკვლევი თემის აქტუალურობის მტკიცებულებად. აღსანიშნავია, რომ ტურისტულ სააგენტოებში აქტიურად მიმდინარეობს საუბარი იმაზე თუ რამდენად

გაწვდება საქართველოში არსებული ტურისტული რესურსი ვიზიტორებისგან წამოსულ მოთხოვნას.

3.6 სახელმწიფოს მოქმედებების შეფასება

სახელმწიფო პოლიტიკის შეფასებისას რესპოდენტებმა გამოკვეთეს ის საკითხები, რომლებშიც ხელისუფლებამ ხელშესახებს წარმატებებს მიაღწია. ტურისტების რაოდენობის ზრდა დაკავშირებულია საქართველოს პოპულარიზაციაზე გადადგმულ მარკეტინგულ ნაბიჯებთან, მაგალითად საერთაშორისო გამოფენებში მონაწილეობასთან. პირდაპირი ფრენების დანიშვნა და მრავალ ქვეყანასთან უვიზო მიმოსვლის შემოღება დამატებით ხელშემწყობ ფაქტორებად განიხილება. თუმცა აღსანიშნავია, რომ ხელისუფლება გაკრიტიკებულია ქვეყნის შიგნით შესაბამისი მოქმედებების არ განხორციელებაში, იქნება ინფრასტრუქტურის რეაბილიტაცია თუ ახლის შექმნა, ხარისხის კონტროლის მექანიზმების დანერგვა თუ ქვეყნის მასშტაბით ახალი კადრების გადამზადება.

აღსანიშნავია ის გარემოება, რომ ტურისტული პოტენციალის განვითარებაზე მხოლოდ სახელმწიფოს არ ეკისრება პასუხისმგებლობა. კერძო სექტორი და თითოეული მოქალაქე თანაბრად იზიარებენ პასუხისმგებლობას. მიწოდებული სერვისის დახვეწა სახელმწიფო პროგრამებთან ერთად ბაზარზე კონკურენციის გაზრდასთანაც არის დაკავშირებული, რასაც დროის გარკვეული პერიოდი სჭირდება. თუმცა, სახელმწიფოს მხრიდან სახეზეა მთელი რიგი პრობლემების უგულებელყოფა და დროული რეაგირებისთვის საჭირო ფინანსური რესურსების სიმცირე, რაც ბიუჯეტის არაჯეროვან დაგეგმარებაზე მიანიშნებს.

შემდეგი თავი დაეთმო იმ პრობლემების მიმოხილვას, რომლებზეც ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია მუშაობს ან უახლოეს წარსულში მუშაობდა. აქედან გამომდინარე, მკითხველს საშუალება ეძლევა შეაფასოს თუ რა გამოწვევებია დღეს პრიორიტეტული ხელისუფლებისთვის და რა ქმედითი ნაბიჯების გადადგმით ცდილობს მათ დაძლევას.

4. ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის მიერ იდენტიფიცირებული პრობლემები

საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია (სტეა), როგორც მდგრადი ტურიზმის განვითარებასა და საქართველოს საერთაშორისო მასშტაბით პოპულარიზებაზე პასუხისმგებელი საჯარო სამართლის იურიდიული პირი (სსიპ), დასახული მიზნების მისაღწევად კომპლექსურ აქტივობებს ახორციელებს. ნაშრომის მიზნიდან გამომდინარე აღიშნული თავი დაეთმობა იმ პრობლემების მიმოხილვას, რომლებიც ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის დღის წესრიგში მოხვდნენ. მომდევნო ქვეთავებში გაანალიზებული ინფორმაცია შემდეგი წყაროებიდან შეგროვდა:

- შესწავლილ იქნა დოკუმენტი: „საქართველოს ტურიზმის სტრატეგია 2025“
- შესწავლილ იქნა ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის მედია ცენტრის 767 სტატია.
- ჩაღრმავებული სტრუქტურირებული ინტერვიუები ჩატარდა ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის უკუკავშირის, ანალიზისა და რეაგირებისა და კვლევების დაგეგმარების სამმართველოების თანამშრომლებთან.
- გაანალიზდა 2015, 2016 და 2017 წლებში ჩატარებული კონფერენციის „ტურიზმის განვითარების პერსპექტივები საქართველოში“ ფარგლებში გამოქვეყნებული ნაშრომები.

4.1 საქართველოს ტურიზმის სტრატეგია 2025

ტურიზმის ეროვნული სტრატეგიის შემუშავების პროცესში ინფორმაცია შეგროვდა კონსულტაციების ჩატარების მეშვეობით, რომლებსაც ესწრებოდნენ როგორც სახელმწიფო ინსტიტუტების წარმომადგენლები, ისე ტურ-ოპერატორები, სატრანსპორტო სფეროს წარმომადგენლები და ინვესტორები. განხილული პრობლემების უმეტესობა ზოგადი სახისაა და მოკლებულია კონკრეტიკას. დოკუმენტში ნახსენებია, რომ აუცილებელია შემდგ გამოწვევებზე დროული რეაგირება: ხელისუფლებასა და კერძო სექტორს შორის თანამშრომლობის ხელშეწყობა, საგზაო ინფრასტრუქტურის გაუმჯობესება, ტურისტული ინფრასტრუქტურის მოდერნიზაცია, კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლების მნახველისადმი მისაწვდომობის

გაუმჯობესება, შეთავაზებული სერვისის განვითარება, ქვეყნის ცნობადობის გაზრდა და საჯარო მიმოსვლის უზრუნველყოფა, ახალი ტურისტული პროდუქტების შექმნა თუ ბაზრის კვლევის თანამედროვე მდგომარეობის დანერგვა (gnta.ge, 2015). ტურიზმის განვითარების ეროვნული სააგენტო მეტ-ნაკლებად აცნობიერებს იმ ჩავარდნებს, რომლებიც დღეს ქართულ ბაზარზე არსებობენ, თუმცა სტრატეგიის დოკუმენტში შესაძლებელია უფრო კონკრეტული პრობლემების გამოკვეთა. მაგალითად, სერვისის გაუმჯობესების აუცილებლობა გულისხმობს, რომ შესაძლოა პრობლემები არსებობდეს კვების პუნქტებში, სასტუმროებში, საოჯახო სასტუმროებში, საკონცერტო დარბაზებში, სატრანსპორტო საშუალებებსა თუ სხვა სერვისის მიმწოდებელ დაწესებულებებში. აქედან გამომდინარე აუცილებელია პრობლემის/გამოწვევის ზუსტი განსაზღვრება.

საქართველოს ტურიზმის სტრატეგია უფრო მეტად სამომავლო გეგმების დოკუმენტად აღიქმება, ვიდრე მიმდინარე სიტუაციის აღმწერად. საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის ხელმძღვანელმა მარიამ ქვრივიშვილმა, ტურიზმის სფეროს წარმომადგენლებთან შეხვედრისას სწორედ ხსენებული სტრატეგიის ფარგლებში გათვალისწინებულ გეგმებზე ისაუბრა. 8 სტრატეგიული მიმართულება მოიცავს 50 პრიორიტეტულ აქტივობასა და უფრო კონკრეტულ 110 ღონისძიებას. იგეგმება ისეთი ახალი ტურისტული პროდუქტების შექმნა როგორებიცაა: ღვინის, კულინარიის, სამედიცინო და გამაჯანსაღებელი ტურიზმი. პარალელურ რეჟიმში გააქტიურდება მარკეტინგული კამპანიები (gnta.ge, 2019).

საქართველოს ტურიზმის სტრატეგია, ზოგად წარმოდგენას ქმნის იმ პრიორიტეტებზე, რომლებიც ხელისულებას გააჩნია ტურიზმის სექტორის განვითარების კუთხით. შემდეგი ქვეთავები უფრო მეტად იქნება კონკრეტული ჩავარდნებისა და გამოწვევების გამოკვეთაზე.

4.2 სტეა-ს მიერ განხორციელებული აქტივობები

საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის ვებ გვერდის (www.gnta.ge) შემადგენელი ნაწილია მედია ცენტრი, სადაც განთავსებულია ინფორმაცია ყველა იმ აქტივობის შესახებ, რომლებსაც ხსენებული სსიპ-ი თავისი კომპეტენციის ფარგლებში

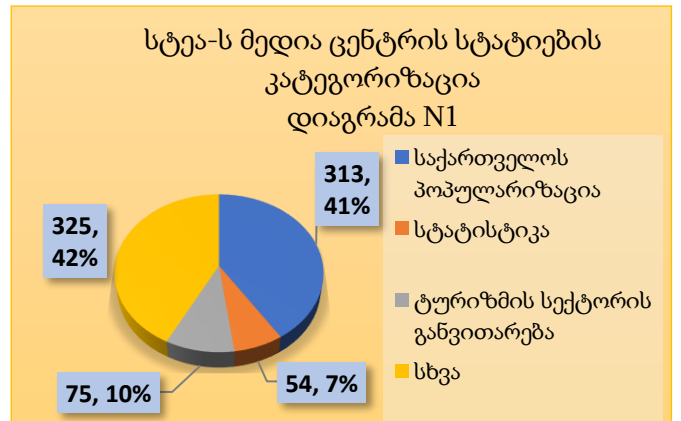
ახორციელებს. 2014 წლის 24 მაისიდან 2019 წლის 10 აპრილის³ ჩათვლით სულ განთავსებულია 767 სტატია. აღნიშნული სტატიებიდან შეგროვებული ინფორმაცია განიხილება ნედლ, ჯერ კიდევ დაუმუშავებელ მასალად, რომელსაც ნაშრომის ავტორი საჭიროებისამებრ აჯგუფებს და შეისწავლის. მნიშვნელოვანია, რომ დაკონკრეტებულია დროის ის ექვსწლიანი ინტერვალი, რომლის ფარგლებშიც განხორციელებული აქტივობები გამოიყენება ტურიზმის სექტორში არსებული გამოწვევების იდენტიფიცირებისთვის. ნაშრომის მიზნიდან გამომდინარე, ხსენებული სტატიები დახარისხდა ოთხ კატეგორიაში:

1. საქართველოს პოპულარიზაცია - საერთაშორისო გამოფენებში მონაწილეობა, პრეს ტური საქართველოს რომელიმე რეგიონში უცხოელი ჟურნალისტების მონაწილეობით, უცხო ქვეყნის სატელევიზიო ეთერში გასული გადაცემა საქართველოზე, ფილმის გადაღება საქართველოზე ან მის კულტურულ მემკვიდრეობაზე.
2. სტატისტიკა - ყოველწლიური ან ყოველთვიური ინფორმაცია ვიზიტორთა რაოდენობის ცვლილებასთან დაკავშირებით.
3. ტურიზმის სექტორის განვითარება - ინფრასტრუქტურული პროექტები, ტრენინგები, თანამშრომლობის გაღრმავება, სხვადასხვა პროფილის ღონისძიებები.
4. სხვა - ადგილობრივი კონფერენციები, ტურნირები, სტეა-ს ფარგლებში გამართული შეხვედრები.

აღნიშნული კატეგორიზაციის გამოყენებით შესაძლებელი გახდა იმის შეფასება თუ რომელი მათგანია პრიორიტეტული ხელისუფლებისთვის. ყურადღება გამახვილებულია საქართველოს პოპულარიზაციასა და ტურიზმის სექტორი განვითარებაზე დაწერილი სტატიების თანაფარდობაზე - 313:75 (იხილეთ დიაგრამა N1). აღნიშნული სტატისტიკა, ცხადყოფს, რომ სტეა უფრო მეტ ძალისხმევას ხარჯავს საქართველოს ტურისტული იმიჯის მარკეტინგში ვიდრე ეროვნული პოტენციალის

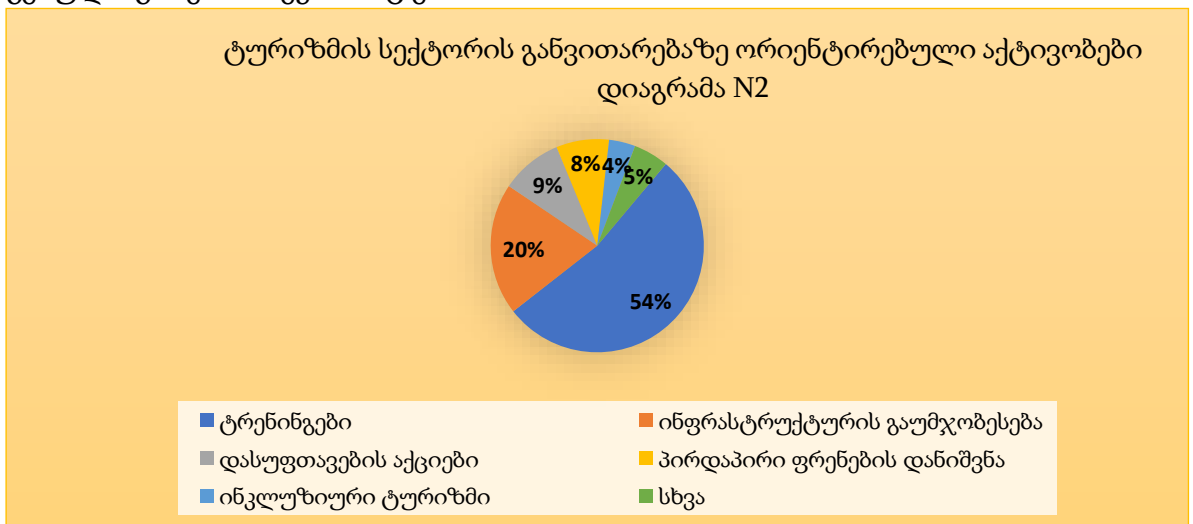
³ კონკრეტული დროის პერიოდის განსაზღვრა განპირობებულია ორი მიზეზით. 1) ნაშრომი არ განიხილავს დაუსრულებელ პროცესს 2) სტეა-ს საქმიანობისა და ტურისტული კომპანიების საჭიროებების შესახებ ინფორმაცია 2019 წლის ტურისტული სეზონის დაწყებამდე შეგროვდა, რაც კონკრეტულ შედეგებზე კონცენტრირებისა და კრიტიკული დასკვნების გაკეთების საშუალებას იძლევა.

განვითარებაში. შემდეგ აზრაცებში, განხილულია ტურიზმის სექტორის განვითარებაზე ორიენტირებულ აქტივობებზე დაწერილი სტატიები. ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის მხრიდან განხორციელებული მოქმედებები აღქმულია კონკრეტულ



პრობლემებზე რეაგირებად, აქედან გამომდინარე შესაძლებელია დადგინდეს თუ რა გამოწვევებზე ამახვილებს ხელისუფლება ყურადღებას. მედია ცენტრის სტატიების ანალიზი სტეა-ს საქმიანობის განგრძობით პროცესში შეფასების საშუალებას იძლევა.

საყურადღებოა, რომ დიაგრამა N2⁴ ინფორმაციას გვაწვდის იმის შესახებ, თუ რა კონკრეტულ საქმიანობებს ახორციელებს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია არსებული გამოწვევების დასაძლევად. მიუხედავად იმისა, რომ ძირითადი აქცენტი მომსახურე პერსონალის გადამზადებაზეა გაკეთებული, გარკვეული ყურადღება ინფრასტრუქტურის შექმნა-გაუმჯობესებას, დასუფთავების აქციებსა და ტურისტებზე მორგებული გარემოს შექმნასაც ეთმობა.



ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია კონკრეტულ სამიზნე ჯგუფებზე ორიენტირებული ტრენინგების ჩატარებით ცდილობს მომსახურების სფეროში არსებული ჩავარდნების გამოსწორებასა და მომსახურების ხარისხის გაუმჯობესებას.

⁴ დიაგრამები N1 და N2 შექმნილია, ნაშრომის ავტორის მიერ სტეა-ს მედია ცენტრში განთავსებული ნედლი ინფორმაციის დამუშავებით.

აქედან გამომდინარე, განთავსების ობიექტების მომსახურე პერსონალი მთელი ქვეყნის მასშტაბით გადიან გადამზადების კურსებს ისეთ თემებზე როგორებიცაა: საოჯახო სასტუმროს მართვა, სტუმარ-მასპინძლობის სტანდარტები, კლიენტთან მომსახურების ეტიკეტი, პირველადი სამედიცინო დახმარება და სხვა. აღსანიშნავია, ხსენებული ტრენინგების ჩასატარებლად მოწვეული პარტნიორების კვალიფიკაციაც. მაგალითად, სტუმარმასპინძლობის ინდუსტრიაში ერთ-ერთი ცნობილი კომპანიის „მაქსიმეჯინის“ ხელმძღვანელი ემილი ვუდი ორჯერ გაუძღვა „სასტუმროს მართვის უნარ-ჩვევების“ ტრენინგს და სასტუმროების 152 თანამშრომელს გაუზიარა გამოცდილება. სასტუმროს მართვასთან დაკავშირებული ტრენინგების მთავარი თემატიკა უსაფრთხოების ნორმების დაცვას, ბაზრის კვლევასა და მარკეტინგული გეგმის შემუშავებას, პრობლემური სიტუაციების მართვას, ნომრების სისუფთავის შენარჩუნებას, საკვები და სასმელი პროდუქტების ხარისხის კონტროლსა თუ სხვა საკითხებს ეხება. აღსანიშნავია, რომ საქართველოს სხვადასხვა ქალაქებში მდებარე 70 სასტუმროს პერსონალმა გაიარა ინგლისური ენის ტრენინგი შემდეგი სახელწოდებით: „სასტუმრო საქმის საბაზისო ინგლისური ენის ტრენინგი“ (gnta.ge, მედია ცენტრი, 2019).

სტეა-ს მიერ ჩატარებული ტრენინგები სხვა სამიზნე ჯგუფებსაც მოიცავს. მაგალითად 2019 წელს ტურისტულ გიდებს კვალიფიკაციის ასამაღლებელი ტრენინგები საგარეო საქმეთა სამინისტროსთან თანამშრომლობის ფარგლებში ჩაუტარდებოდათ. გარდა ამისა, დიდი ყურადღება ექცევა ღვინის ტურიზმის ჩამოყალიბების ტენდენციებს და შესაბამისად, ღვინის გიდების კვალიფიკაციის ამაღლება პრიორიტეტია. ეს უკანასკნელნი ეუფლებიან ვაზის ისტორიას, ღვინის როგორც დეგუსტაციას, ისე დაყენების ტრადიციებსა და ტექნოლოგიებს. გარდა ამისა, კვების პუნქტებზე მომუშავე პირებისთვის ჩატარდა მათი უფლება-მოვალეობების გაცნობაზე ფოკუსირებული ტრენინგები, რათა დაცული იქნეს სანიტარული პირობები და კლიენტთა უსაფრთხოება. USAID-ის პროექტ ზრდა-ს ფინანსური მხარდაჭერით ტრენინგები ჩაუტარდათ თავად ტურიზმის საინფორმაციო ცენტრის თანამშრომლებს, მთავარი მიზანი კი მომსახურების ხარისხის გაუმჯობესება იყო. რეგიონებში მომუშავე ტაქსის მძღოლებმა გაიარეს ინგლისური ენის კურსები, რის შედეგადაც მათ გადაეცათ შემდეგი ინფორმაციის შემცველი აბრები „English Speaking Taxi“, რაც აადვილებს არამართო კლიენტების

მოზიდვას არამედ მათთან საქმიანი კომუნიკაციის დამყარებას. 2019 წელს იგეგმება 1500ზე მეტი ადამიანის გადამზადება (gnta.ge, მედია ცენტრი, 2019).

ყურადღების ღირსია სხვადასხვა ტიპის აქტივობები, რომლებიც საერთო ჯამში ქართული ტურისტული ინდუსტრიის განვითარებას ემსახურებიან და ამავე დროს ამ სფეროში არსებული პრობლემების მოგვარების მცდელობის მაგალითებია.

1. გასულ 2 წელიწადში თბილისის მიმართულებით დაინიშნა ახალი ავიარეისები სამხრეთ კორეიდან, ისრაელიდან, ბეირუთიდან, ომანიდან, ჩინეთიდან და სხვა ქვეყნებიდან.
2. დასუფთავების აქციები მოეწყო მყინვარწვევრზე, თბილისის ეროვნულ პარკში, მცხეთაში, კოჯორში, სურამში სიონის წყალსაცავისა და ბათუმის აეროპორტის მიმდებარე ტერიტორიებზე.
3. ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციისა და სურსათის ეროვნული სააგენტოს ერთობლივი მუშაობის შედეგად, ტურისტებისა და ადგილობრივი მომხმარებლების დაცვის მიზნით, კვების პუნქტებზე გამკაცრდა სურსათის უვნებლობის კონტროლი.
4. ინფრასტრუქტურის განვითარების კუთხით გადადგმული ნაბიჯები კი შემდეგი პროექტების განხორციელებაში გამოიხატება: კობი-გუდაურის 7 კილომეტრის სიგრძის ახალი საბაგირო, Zip-line-ი თბილისის ბოტანიკურ ბაღში, სანაპიროს დასუფთავების სპეციალური ტექნიკა ურეკში, ბაკურიანში რვაწლიანი პაუზის შემდეგ აღდგენილი კოხტას საბაგირო, ველო ბილიკები ბორჯომსა და ბაკურიანში, მანიშნებელი მანათობელი აბრები 17 ქალაქში, მანათობელი ბილბორდები და საფეხმავლო ტურის მანიშნებლები თბილისში.
5. ინკლუზიური ტურიზმის განვითარების მიზნით, მცხეთაში არსებული კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლები (სვეტიცხოველი, სამთავროს დედათა მონასტერი, ანტიოქიის ტაძარი და შიომღვიმის სამონასტრო კომპლექსი) და ტურიზმის საინფორმაციო ცენტრი აღიჭურვა პანდუსებით, ტაძრის მაკეტებითა და ბრაილის შრიფტით შესრულებული საინფორმაციო დაფებით. გარდა ამისა, 30 სასტუმროს 60 თანამშრომელს ჩაუტარდა ტრენინგი

შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე პირთა მომსახურების უნარ-ჩვევების შესახებ.

6. სალაშქრო ტურიზმის მქონე ქვეყნების გამოცდილების საფუძველზე, მაგალითად შვეიცარია ან საფრანგეთ, შემუშავდა სამთო საფეხმავლო მარშრუტების ქსელის მონიშვნის ქართული სტანდარტი. სტეა-ს მიერ შემუშავებული პროექტი მიზნად ისახავს მთიანი რეგიონების ერთმანეთთან დამაკავშირებელი ბილიკების მონიშვნას. მიუხედავად იმისა, რომ ჯერ-ჯერობით მხოლოდ ზემო სვანეთისა და რაჭის ბილიკებია მონიშნული, დროის უმოკლეს პერიოდში იგეგმება მთელი საქართველოს მასშტაბით 600 კილომეტრიანი მონიშნული ბილიკების ქსელის შექმნა. პარალელურ რეჟიმში სვანეთში, რაჭაში, იმერეთში და ყაზბეგის მუნიციპალიტეტში სამთო გამყოლებისთვის ტრენინგები ჩატარდა (gnta.ge, მედია ცენტრი, 2019).

აღნიშნული ქვეთავის შეჯამებით შესაძლებელია შემდეგი დასკვნის გამოტანა. ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის მიერ განხორციელებული აქტივობები მნიშვნელოვნად ტურიზმის სფეროში არსებულ ისეთ პრობლემებზე, როგორებიცაა:

- მომსახურების სერვისის კვებისა და განთავსების ობიექტებში, ტურიზმის საინფორმაციო ცენტრებში, სატრანსპორტო საშუალებებში
- სხვადასხვა პროფილით მომუშავე გიდების კვალიფიკაცია
- სურსათის უვნებლობა
- ტურისტული ინფრასტრუქტურა
- ინკლუზიური ტურიზმი
- სალაშქრო ტურიზმის უსაფრთხოება
- დანაგვიანებული ტურისტული ღირსშესანიშნაობები
- ტურისტულ ბაზრებთან კომუნიკაცია - საჭაერო ფრენები

შემდეგ ქვეთავში, განხილული იქნება ტურიზმის ეროვნულ ადმინისტრაციაში მომუშავე პერსონალთან ჩატარებული ინტერვიუებს შედეგად გამოვლენილი პრობლემები, რომლებიც შეავსებს აღნიშნულ თავში მოყვანილ ინფორმაციას.

4.3 ინტერვიუები სტეა-ს თანამშრომლებთან

საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის თანამშრომლებთან ჩატარებული სტრუქტურირებული ჩაღრმავებული ინტერვიუს მთავარი მიზანი იმის დადგენა იყო, თუ რომელი პრობლემების მოგვარებაზე მუშაობენ ამჟამად და რა მეთოდების გამოყენებით აგროვებენ ინფორმაციას ტურიზმის სექტორში არსებული ჩავარდნების შესახებ.

ნომერ პირველ გამოწვევად საგზაო ინფრასტრუქტურის გაუმჯობესება სახელდება. თუმცა ამ შემთხვევაში სტეა მაკავშირებელ რგოლს წარმოადგენს საქართველოს რეგიონალური განვითარებისა და ინფრასტრუქტურის სამინისტროსა და ტურიზმის სექტორში ჩართულ სახვადასხვა აქტორებს შორის. ცალკე პრობლემას წარმოადგენს ტურისტული ღირსშესანიშნაობების მიმდებარე ტერიტორიების დანაგვიანება. საყურადღებოა, რომ აღნიშნულ საკითხზე შესაძლებელია სახელმწიფოს მხრიდან მყისიერი რეაგირების მიღება. მაგალითად, თუ ტურისტი, გიდი, მძღოლი ან რიგითი მოქალაქე მობილური აპლიკაციის, ვაიბერის (Viber) გამოყენებით ტურიზმის ეროვნულ ადმინისტრაციას გაუგზავნის დანაგვიანებული ტერიტორიის ამსახველ ფოტო-ვიდეო მასალას, შესაძლებელია აღნიშნული ადგილის გაწმენდითი სამუშაოების დაგეგმვა და აღსრულება. როგორც წინა თავებშია აღნიშნული, ტურისტული ლოკაციებისა და მათი დამაკავშირებელი გზების სანიტარული კვანძებით აღჭურვა მეტად მნიშვნელოვანია. საყურადღებოა, რომ აღნიშნულ საკითხზე სტეა ინფორმირებულია და იგეგმება როგორც არსებული საპირფარეშოების გაუმჯობესება, ისე ახალი ერთეულების დამატება.

ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია არამარტო ტურისტული ღირსშესანიშნაობების კეთილმოწყობასა და ადაპტირებაზე, არამედ მათი სტანდარტების გაუმჯობესებაზეც მუშაობს. აქედან გამომდინარე, ყურადღება ექცევა დაურეგულირებელი გარე ვაჭრობის პრობლემას. ეს უკანასკნელი წარმოქმნის ქაოსს, რაც ტურისტებისთვის უსაფრთხოების უზრუნველყოფასაც ართულებს. ამ გარემოებას ემატება უსახლკარო ბომა ბავშვები, რომლებიც განსაკუთრებით ძველი თბილისის ტერიტორიაზე, საარსებოდ საჭირო თანხის გამომუშავებას გამვლელებისთვის ფულის თხოვნით ცდილობენ. ხსენებული ბავშვები ტურისტების მიმართ გამოირჩევიან მავნებლობით, რაც გამოიხატება პირადი ნივთების მოპარვითა და პირადი სივრცის

დარღვევით. ერთ-ერთი რესპოდენტის თანახმად, სტეა და შინაგან საქმეთა სამინისტრო აქტიურად მუშაობს აღნიშნული პრობლემის მოგვარებაზე. ტურისტის უსაფრთხოება არის მთავარი საფუძველი მდგრადი ტურიზმის განვითარებისთვის.

ტურისტები ხშირად აწვდიან ინფორმაციას ტურიზმის ეროვნულ ადმინისტრაციას, რომელიც შუამავალი რგოლის კვალობაზე მაინც ახერხებს ეფექტური ნაბიჯების გადადგმას. ერთ-ერთი რესპოდენტის თანახმად, ტურისტები ხშირად გამოთქვამდნენ უკმაყოფილებას ტაქსის მომსახურების მაღალ ფასებთან დაკავშირებით. ვინაიდან ძირითადი აქცენტი თბილისის საერთაშორისო აეროპორტამდე გადაადგილებაზე კეთდებოდა, მერიასთან თანამშრომლობის შემდეგ შეიქმნა N37 ავტობუსის მარშრუტი. ეს უკანასკნელი აღჭურვილია „მანი“-ის წარმოების (MAN) 10 ახალი ავტობუსით, რომლებიც საღამოს 23:00 დან დილის 07:00 საათამდე 30-წუთიანი ინტერვალითა და მგზავრობის 50 თეთრიანი საფასურით ემსახურებიან მგზავრებს (Tbilisi.gov.ge, 2017).

ტურიზმის სექტორში მოქმედი კერძო ბიზნესი თავად არეგულირებს გაყიდული სერვისის ხარისხს. თუმცა ხშირია შემთხვევები, როდესაც სასტუმროების მიერ სხვადასხვა საიტებზე დადებული ინფორმაცია სიმართლეს არ შეესაბამება და ტურისტები ჯავშნიან ისეთ ნომრებს, რომლებიც მკვეთრად განსხვავდებიან არსებულებისგან. უკმაყოფილო კლიენტები ვებ-გვერდებზე კრიტიკული უკუკავშირის დაწერით არ შემოიფარგლებიან და ტურიზმის ეროვნულ ადმინისტრაციას აყენებენ საქმის კურსში. ყველაზე ხშირ პრობლემას სასტუმროს ოთახების კეთილმოწყობა წარმოადგენს. მაგალითად, ერთ-ერთი ტურისტის თანახმად სასტუმროს ნომერში კედლები ნესტიანი იყო. ასეთი არაკეთილსინდისიერი სუბიექტების წინააღმდეგ შექმნილია შავი სია, რომელიც გამორიცხავს მათ მონაწილეობას სტეა-ს მიერ ორგანიზებულ გამოფენებში, რაც ტურისტული ბიზნესის ხელშეწყობის კუთხით მეტად მნიშვნელოვანია.

ტურიზმის სფეროში არსებული პრობლემების შესახებ ინფორმაციის შესაგროვებლად ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია საზოგადოებასთან კომუნიკაციის რამდენიმე არხს იყენებს. ხსენებულ საშუალებებს წარმოადგენს ელექტრონული ფოსტა, ცხელი ხაზი და მობილური აპლიკაცია: ვაიბერი (Viber)

(იხილეთ თვალსაჩინოება N3).
ნებისმიერ დაინტერესებულ პირს
შეუძლია კონკრეტული პრობლემის
შესახებ სტეა-ს ინფორმირება როგორც
ქართულ, ისე ინგლისურ და რუსულ
ენებზე. გარდა ამისა, თავად ტურიზმის
ეროვნულ ადმინისტრაციაში არსებობს
სამუშაო ჯგუფი, რომელიც საკითხის

ადგილზე შესწავლით ცდილობს პრობლემების იდენტიფიცირებას და შემდგომ
მოგვარებას. არსებობდა ტურისტების კითხვარების საშუალებით გამოკითხვის
პრაქტიკაც, თუმცა აღნიშნულმა მეთოდმა არ გაამართლა. მაგალითად, შეკითხვიდან:
როგორ დაახასიათებდით საგზაო ინფრასტრუქტურას, მიღებული პასუხები იყო
ზოგადი და არ იძლეოდა ინფორმაციას კონკრეტულ საგზაო მონაკვეთებზე, რომლებიც
უდავოდ საჭიროებდნენ რეაბილიტაციას. საგზაო ინფრასტრუქტურის შეფასება შემდეგი
კრიტერიუმებით, ცუდი კარგი ან დამაკმაყოფილებელი ზოგად შთაბეჭდილებაზე უფრო
მიანიშნებს, ვიდრე რომელიმე კერძო შემთხვევაზე.

აღსანიშნავია, რომ ტურიზმის ეროვნულმა ადმინისტრაციამ თხუთმეტი
უნივერსიტეტისა და უმაღლესი სასწავლებლის სტუდენტების დახმარებით ჩაატარა
ქართული ტურისტული კომპანიების კვლევა. ძირითადად შესწავლილი იქნება
ტურისტების რაოდენობის ზრდის მაჩვენებლები, საორიენტაციო ბაზრები და ქართული
ბაზრის მიმართ არსებული მოთხოვნა. ფაქტია, რომ ინტერესს მიღმა დარჩა ტურიზმის
სექტორში არსებული პრობლემების მოძიება (gnta.ge, 2018). ფაქტი, რომ სტეა-მ ჩაატარა
ისეთი კვლევა, რომელის სამიზნე ჯგუფიც ქართული ტურისტული სააგენტოები იყვნენ,
მნიშვნელოვანია ნაშრომის ჰიპოთეზიდან გამომდინარე, თუმცა სხვა საკითხებზე
აქცენტირება, ამ უკანასკნელის დადასტურების წინაპირობას წარმოადგენს.

საყურადღებოა, რომ ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციაში მოქმედებს კვლევების
დაგეგმარების სააგენტო, რომელიც სხვადასხვა პროფილის კვლევებს ატარებს,
მაგალითად, ტურიზმის მარკეტინგული კვლევა ან ტურიზმის გავლენა ეკონომიკაზე და
სხვა. ხსენებული სამმართველოს თანამშრომელთან საუბრიდან ირკვევა, რომ

ტურისტები როგორც საკვლევი ჯგუფი არ იძლევა სერიოზული პასუხების მიღების საშუალებას. თუმცა, საერთაშორისო გამოცდილების გათვალისწინებითა და სხვადასხვა სახელმწიფო უწყებებთან თანამშრომლობით ხერხდება მთელი რიგი სტატისტიკური მონაცემების შეგროვება, დამუშავება და ანალიზი. აღნიშნული სამმართველოს ანგარიშები საჯაროა და წარმოდგენილია ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის ვებ გვერდზე.

დასკვნის სახით შეიძლება ითქვას, რომ ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია ინფორმაციას კონკრეტული პრობლემების შესახებ ძირითადად ტურიზმის სექტორში ჩართული ინდივიდებისგან იღებს. კონკრეტულ სამიზნე ჯგუფებზე მიმართულმა კვლევამ, წარუმატებლობიდან გამომდინარე პრაქტიკული გამოყენება დაკარგა.

4.4 ეროვნული კონფერენციის აღმოჩენები

სტუდენტების ინოვაციური იდეებისა და სხვადასხვა კუთხით ჩატარებული კვლევების შედეგების შეგროვების მიზნით, საქართველოს ტურიზმის ეროვნულმა ადმინისტრაციას ჩაატარა შემდეგი სამი კონფერენცია:

1. 2015 წელი - ტურიზმის განვითარების პერსპექტივები საქართველოში
2. 2016 წელი - ტურიზმის განვითარების პერსპექტივები საქართველოში და მსოფლიო გამოცდილება
3. 2017 წელის - ტურიზმის განვითარების პერსპექტივები საქართველოში და სტრატეგიული მიზნების

კონფერენციების შემაჯამებელი კრებულების ხელმისაწვდომობით, შესაძლებელი გახდა ტურიზმის სექტორში არსებული რამდენიმე პრობლემის შესახებ სტუდენტების, როგორც დამოუკიდებელი მკვლევრების შეხედულებების გაანალიზება.

ეკოტურიზმის განვითარების პარალელურად, იზრდება ბუნებაში მოლაშქრე ტურისტების რიცხვიც. აქედან გამომდინარე აუცილებელია შესაბამისი ინფრასტრუქტურის მშენებლობა, თუმცა ამ შემთხვევაში ყურადღება ტურისტული კაბინების ქსელზეა გამახვილებული. ხსენებული ფენომენი ცნობილია ისეთ სახელმწიფოებში, სადაც კარგადაა განვითარებული სალაშქრო ტურიზმის. ტურისტული კაბინის დანიშნულებაა დაინტერესებულ პირებს შესთავაზოს მოსასვენებელი ანუ ღამის

გასათენებელი პირობები. მთავარ აღჭურვილობას წარმოადგენს, საწოლები და მარტივი მექანიზმის, მეტწილად შეშის გამათბობელი. არსებობს უფრო დახვეწილი ტურისტული კაბინები, რომლებშიც თვითმომსახურების ნაცვლად სრული სერვისია შეთავაზებული. სტანდარტული ტიპის კაბინები საქართველოს თითქმის არცერთ რეგიონში არ გვხვდება. ერთადერთ მაგალითს წარმოადგენს მცინვარწვერის ფერდობზე არსებული „ბეთლემის ქოხი“, რომელიც ყოფილი მეტეო სადგურია და წელიწადში 3000-მდე ტურისტს ემსახურება (ვარშალომიძე, 2015). ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის მიერ მართული კაბინების ქსელის არარსებობა, ეკოტურიზმის განვითარების ტემპებს აფერხებს, ვინაიდან მოლაშქრე ტურისტების უმეტესობა დაბალბიუჯეტთან, თვითმომსახურების პრინციპზე დაფუძნებულ სერვისებზე არიან ორიენტირებულნი. ეკოტურიზმის სხვა შემადგენელ კომპონენტებს წარმოადგენენ ინფრასტრუქტურა (გზები, კვების ობიექტები, ნაგვის ბუნკერები), გარემოს დაცვის მექანიზმები და სხვადასხვა პროფილით მომუშავე კვალიფიციური კადრები. თუმცა ისიც აღსანიშნავია, რომ ეკოტურიზმის განვითარების პროცესები სახელმწიფოს მხრიდან უნდა კონტროლდებოდეს, რათა ტურისტების ნაკადისთვის შეუსაბამო ინფრასტრუქტურის არარსებობამ და ადგილობრივი მოსახლობის არაპროფესიონალიზმმა, უარყოფითი გავლენა არ მოახდინოს ბუნებასა და საზოგადოებრივ წესრიგზე (შეთეკაური, 2016).

ერთ-ერთ საკონფერენციო ნაშრომში განსაკურებული ყურადღება დაეთმო, საოჯახო სასტუმროების წინაშე არსებულ პრობლემებს. თანამედროვე ტურიზმის ტენდენციები ცხადყოფს, რომ ტურისტთა უმეტესობა ქვეყნის კულტურის, ტრადიციებისა და სოციალური ყოფის უკეთ გასაგებად, უპირატესობას საოჯახო სასტუმროებს ანიჭებს. თავის მხრივ ეს უკანასკნელნი, წარმატებული ბიზნესის პრინციპიდან გამომდინარე, ვალდებულნი არიან კლიენტებს შესთავაზონ მიმზიდველი გარემო, ფასის შესაბამისი მაღალი ხარისხის სერვისი და ეკოლოგიურად სუფთა, სასურველია ადგილზე მოყვანილი ნატურალური საკვები პროდუქტები. საოჯახო სასტუმროების მფლობელებს უწევთ არამარტო შემოქმედებითი, არამედ ფინანსური რესურსების ჩადება მათი ბიზნესის განვითარებაში და სხვადასხვა პრობლემების მოგვარებისთვის საჭირო დამატებითი ხარჯები უარყოფით გავლენას ახდენს შედეგებზე. ხსენებული საკონფერენციო ნაშრომის მიზანს წარმოადგენდა იმ პრობლემების დადგენა, რომლებსაც

საოჯახო სასტუმროები აწყდებიან: სასტუმრომდე მისასვლელი გზების არარსებობა, მოუწესრიგებელი სველი წერტილები, ეთნოგრაფიული კუთხეებისა და სუვენირების ნაკლებობა თუ მიწოდებული სერვისისა და ფასის დისბალანსი (გოგუაძე, 2015). გამოწვევების კომპლექსურობა, აქვეითებს საოჯახო სასტუმროების კონკურენტუნარიანობას და მაღალი საგადასახდო სისტემის ფონზე, რთულდება ბიზნესის მხრიდან თვითინვესტირება. საბოლოო ჯამში ტურისტული სააგენტოები ან თავად ტურისტები ცდილობენ უკეთესი პირობების მოძიებას ან არსებულის შეგუებას, რაც ამ უკანასკნელთა კმაყოფილებაზე ნეგატიურ გავლენას ახდენს.

განსაკუთრებული ყურადღება აქვს დათმობილი, ბუნებრივი რესურსების ჯეროვან ათვისებას. გამაჯანსაღებელი კურორტების პოპულარიზაციით შესაძლებელი გახდება ამ უკანასკნელთა ტურისტულ პაკეტებში ინტეგრაცია. მაგალითად კახეთის რეგიონი ცნობილია ტურისტული ღირსშესანიშნაობების სიმრავლით და გათვალისწინებულია ტურისტული სააგენტოების მიერ გაყიდული ტურების უმეტესობაში. ამავდროულად კახეთის რეგიონში არსებული 8 კურორტიდან, განსაკუთრებული ცნობადობით არცერთი არ გამოირჩევა. მიუხედავად იმისა, რომ ახტალის კურორტს შეუძლია წელიწადში 5000-ზე მედ დამსვენებელს უმასპინძლოს, 2014 და 2015 წლებში მხოლოდ 604-მა კლიენტმა მიიღო სასურველი სერვისი. კახეთის რეგიონში, საკურორტო პოტენციალის ვერ ათვისება დაკავშირებულია სახელმწიფო მიზნობრივი პროგრამების არარსებობასთან, განუვითარებელ ინფრასტრუქტურასა და არაეფექტურ მარკეტინგთან (მაზანიშვილი, 2016). ანალოგიური სიტუაციაა სამეგრელოშიც, სადაც ოთხი ბალნეოლოგიური კურორტი პროფილურად, ორი მთავარი მიზეზის გამო არ მუშაობს: ცნობადობა და გაუმართავი ინფრასტრუქტურა (ჯალაღონია, 2017).

აღნიშნული ქვეთავი წარმოადგენდა იმ პრობლემების მოკლე მიმოხილვას, რომლებსაც სტუდენტები წააწყდნენ საქართველოს ტურისტული პოტენციალის შესწავლის პროცესში. ვინაიდან, ზემოთ მოყვანილი ინფორმაციები სტეა-ს ფარგლებში ჩატარებულ კონფერენციაზე იქნა გაჟღერებული, ლოგიკურია ხსენებული სსიპ-ი არამარტო საკუთარი კომპეტენციის ფარგლებში შესწავლილ, არამედ დამატებითი კვლევებით აღმოჩენილ პრობლემებზეც ფლობს ინფორმაციას. სახეზეა, კვლევითი

საქმიანობის დივერსიფიკაცია და შედარებით სრულყოფილი მონაცემთა ბაზის არსებობის წინაპირობა.

მთლიანი თავის შეჯამებას რაც შეეხება, ტურიზმის სექტორში არსებული პრობლემები შესწავლილ იქნა ოთხი სხვადასხვა წყაროს დამუშავებით. გაანალიზდა როგორც საქართველოს ტურიზმის სტრატეგია, სტეა-ს სამწლიანი საქმიანობა და სტეა-ს ფარგლებში ჩატარებული კონფერენციის შედეგები, ისე თავად ხსენებული უწყების თანამშრომლებთან ჩატარებული ინტერვიუები. გამოიკვეთა ძირითადი პრობლემები და მათი მოძიების მეთოდები. შემდეგი თავი დაეთმო, მთლიანად ნაშრომის შეჯამებას, სადაც ერთმანეთს შედარდება ტურისტული კერძო სექტორისა და სახელმწიფოს ხედვები ტურიზმის სფეროში არსებული პრობლემების შესახებ. გარდა ამისა, ამხსნელი თეორიის საფუძველზე დადგინდება, რომელი პრობლემების მოგვარებაზეა პასუხისმგებელი სახელმწიფო და რომლებზე კერძო სექტორი.

5. დასკვნა

დასკვნის თავი დაეთმოა წინა თავებში შეგროვებული ინფორმაციის კომპლექსურ ანალიზს. საწყის ეტაპზე შემოწმდება ნაშრომის ჰიპოთეზა: თუ საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის მიერ განხორციელებულ კვლევებში დიდია ტურისტულ ბიზნესში დასაქმებულ პირთა წილი, მაშინ მაღალია მსგავსება სახელმწიფოსა და ტურისტული ბიზნესის მიერ დადგენილ პრობლემებს შორის. ნაშრომის ავტორის მიერ შედგენილ ცხრილში კი დადგინდება თანხვედრა ტურისტული ბიზნესისა და სტეა-ს მიერ აღმოჩენილ პრობლემებს შორის. საკვლევი კითხვიდან გამომდინარე, კი დადგინდება ტურისტული კომპანიების მიერ დასახელებული პრობლემებიდან, რომელთა მოგვარება წარმოადგენს სახელმწიფო პრეროგატივას და როგორია ამ უკანასკნელის რეაგირება. ანალიზის პროცესში გამოყენებული იქნება მოთხოვნა-მიწოდების თეორია. ვინაიდან დღეს საქართველო განვითარებადი ქვეყანაა, ტურიზმის მდგრადი განვითარების გამოწვევების აღმოსაფხვრელად სახელმწიფოს კონკრეტული პასუხისმგებლობები გააჩნია. აქედან გამომდინარე, დადგინდება კავშირი ტურისტული ბიზნესის მიერ დასახელებულ პრობლემებზე სახელმწიფოს მხრიდან გაწეული ან

გასაწევი რეაგირება, რამდენად შეესაბამება ნაშრომის ლიტერატურის მიმოხილვაში მოყვანილ მიდგომებს.

ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის კვლევითი საქმიანობა ეფუძნება სხვადასხვა საკომუნიკაციო არხებით მიღებულ ინფორმაციას (ელექტრონული ფოსტა, ცხელი ხაზი, ვაიბერი), ტურისტული კომპანიების კვლევასა, რომელიც არ არის ფოკუსირებული პრობლემების იდენტიფიცირებაზე და სახელმწიფო უწყებებთან თანამშრომლობაში მყოფი სტატისტიკის დეპარტამენტის კვლევებს. ეფექტურობის დაბალი ხარისხიდან გამომდინარე, ტურისტების გამოკითხვა, როგორც ინფორმაციის შეგროვების მეთოდი აღარ გამოიყენება. ზემოთ მოყვანილი კვლევების საფუძველზე სტეა 16 ძირითადი პრობლემის წინაშე დგას. 9 მათგანზე მიმდინარეობს მუშაობა კონკრეტული აქტივობების განხორციელების გზით. 7 პრობლემა კი განხილვის პროცესშია. ნაშრომის ფარგლებში საქართველოში მოქმედი ორი ტურისტული სააგენტოს 20 გიდთან და 10 პროდუქტ მენეჯერთან ჩატარებული სიღრმისეული ინტერვიუებით 17 პრობლემის გამოკვეთა გახდა შესაძლებელი. ტურისტული ბიზნესისა და სტეა-ს ხედვების თანხვედრა ტურიზმის სექტორში არსებული გამოწვევების შესახებ მხოლოდ - 8 პრობლემით შემოიფარგლება (იხილეთ ნაშრომის ავტორის მიერ შედგენილი ცხრილი N2).

	პრობლემები ტურიზმის სექტორში (ბიზნესის ხედვა)	თანხვედრა (X)	პრობლემები ტურიზმის სექტორში (სტეა-ს ხედვა ⁵ და რეაგირება)
ინფრასტრუქტურა	საგზაო ინფრასტრუქტურა: სასაზღვრო პუნქტები, უღელტეხილები და ლოკაციები	X	საგზაო ინფრასტრუქტურა (ხედვა)
	ველო ბილიკები - მათთან მისასვლელი გზები და საბაგიროები	X	ახალი ველო ბილიკები გუდაურში და ბორჯომში (რეაგირება)
	სანიტარული კვანძები - სისუფთავე, არასაკმარისი რაოდენობა	X	სანიტარული კვანძები (ხედვა)
	პარკინგი ავტობუსებისთვის		
	არაეფექტური სარეაბილიტაციო სამუშაოები		
	ახალი პროექტების ნაკლებობა		
ტურისტული ლოკაციები	დანაგვიანება	X	დასუფთავების აქციები (რეაგირება)
	გარევაჭრობა და ქაოსი	X	გარე ვაჭრობა (ხედვა)
	ლოკაციებზე რეკრეაციული ადგილების არარსებობა		
	ახალი ადგილების ათვისება	X	ახალი კურორტების ათვისება (ხედვა)
			უსახლკარო ბოშა ბავშვები (ხედვა)

⁵ ხედვა - სტეა ფლობს ინფორმაციას კონკრეტული პრობლემის შესახებ და გააჩნია ამ უკანასკნელის მოგვარების ზოგადი ხედვა.

			ახალი ინფრასტრუქტურა: საბაგირო, zip line და სხვა (რეაგირება)
კვების პუნქტები	საკვები პროდუქტების უვნებლობა	X	სურსათის უვნებლობის კონტროლის გამკაცრება (რეაგირება)
	ერთფეროვანი (მწირი) მენიუ		
	ნელი მომსახურება - მაღალი ფასი		
	სამთო ტურისტულ ლოკაციებზე კვების პუნქტების სიმწირე		
სასტუმროები	თანამშრომლების კვალიფიკაცია	X	სასტუმროებით თანამშრომლების გადამზადება (რეაგირება)
	სამძინებელი ოთახების რაოდენობა		
	შესაბამისი აღჭურვილობა: ჰიგიენური საშუალებები, გამათბობელი და კონდიციონერი		
			დაჯავშნილი ნომერების რეალობასთან შესაბამისობის კონტროლი (რეაგირება)
			რეგიონებში სასტუმროებამდე მისასვლელი გზა (ხედვა)
		ეთნოგრაფიული კუთხეები სასტუმროებში (ხედვა)	
სერვისის ხარისხი			ტრენინგები: გიდები, ტაქსის მძღოლები, საინფორმაციო ცენტრის თანამშრომლები (რეაგირება)
			ახალი ავია ფრენები (რეაგირება)
			ინკლუზიური ტურიზმი (რეაგირება)

ზემოთ მოყვანილი ცხრილიდან გამომდინარე ტურისტული ბიზნეს სექტორი და სტეა შემდეგი პრობლემების აქტუალურობაზე თანხმდებიან:

1. საგზაო ინფრასტრუქტურა
2. სანიტარული კვანძები
3. დანაგვიანება
4. გარევაჭრობა
5. საკვები პროდუქტების უვნებლობა
6. სერვისის სფეროში არსებული კადრების კვალიფიკაცია
7. ახალი ადგილების ათვისება
8. ველო ტურიზმის განვითარება - ველო ბილიკები

ვინაიდან ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია ტურისტული კომპანიების წინაშე არსებული პრობლემებიდან მხოლოდ 8 მათგანზე ფლობს ინფორმაციას, რაც ნაკლებია სრულად არსებული პრობლემების (სულ 17) ნახევარზე შეიძლება ითქვას, რომ ნაშრომში

წარმოდგენილი ჰიპოთეზა დადასტურდა. აქედან გამომდინარე, სტეა-ს კვლევითი კომპონენტი არაეფექტური გზებით ცდილობს საქართველოს ტურიზმის სექტორში არსებული პრობლემების მოძიებას. სტეა ინფორმაციის მოძიების პროცესში არ არის კონცენტრირებული ტურისტულ ბიზნესში დასაქმებულ პირებზე, რაც ერთ-ერთი მთავარი მიზეზია იმისა, რომ სახელმწიფო და კერძო სექტორი სხვადასხვა პრობლემების მოგვარებას მიიჩნევენ პრიორიტეტად. მიუხედავად იმისა, რომ სტეა მის მიერ იდენტიფიცირებული პრობლემების (სულ 16) ნახევარის მოგვარებაზე აქტიურად მუშაობს, ტურისტული ბიზნესის ხელშეწყობის კუთხით მისი საქმიანობა დადებითად ვერ შეფასდება.

აღსანიშნავია, რომ ზემოთ ჩამოთვლილი პრობლემებიდან ოთხ მათგანზე სახელმწიფო აქტიურ რეჟიმში რეაგირებს, მაგალითად სერვისის სფეროში მომუშავე პირები გადიან გადამზადებას, აქტიურად მიმდინარეობს დასუფთავების კამპანიები, ტურისტულ ადგილებში მომუშავე კვების პუნქტების მიმართ გამკაცრდა სურსათის უვნებლობის ხარისხი და ველო ტურიზმის ხელშეწყობის მიზნით შეიქმნა ახალი ველო ბილიკები. დანარჩენ საკითხებზე მიმდინარეობს სამუშაო პროცესები, თუმცა ხელშესახები შედეგები ჯერ სახეზე არაა. გასათვალისწინებელია ტურისტული კომპანიების მიერ მოწოდებული პრობლემებიდან, რომლები წარმოდგენენ სახელმწიფო კომპეტენციების სფეროს. ამ კითხვაზე პასუხის გასაცემად ავტორის მიერ შეიქმნა შემდეგი ცხრილი (იხილეთ ცხრილი N3).

იდენტიფიცირებული პრობლემები	სახელმწიფოს პრეროგატივა	კერძო ბიზნესის პრეროგატივა
საგზაო ინფრასტრუქტურა: სასაზღვრო პუნქტები, უღელტეხილები და ლოკაციები	X (ხედვა)	
ველო ბილიკები - მათთან მისასვლელი გზები და საბაგიროები	X (რეაგირება)	
სანიტარული კვანძები - სისუფთავე, არასაკმარისი რაოდენობა	X (ხედვა)	
პარკინგი ავტობუსებისთვის	X (არ განიხილება)	X
არაეფექტური სარეაბილიტაციო სამუშაოები	X (არ განიხილება)	
ახალი პროექტების ნაკლებობა	X (არ განიხილება)	X
დანაგვიანება	X (რეაგირება)	
გარევაჭრობა და ქაოსი	X (ხედვა)	

ლოკაციებზე რეკრეაციული ადგილების არარსებობა	X (არ განიხილება)	X
ახალი ადგილების ათვისება	X (ხედვა)	X
საკვები პროდუქტების უვნებლობა	X (რეაგირება)	
ერთფეროვანი (მწირი) მენიუ		X
ნელი მომსახურება - მაღალი ფასი		X
სამთო ტურისტულ ლოკაციებზე კვების პუნქტების სიმწირე		X
თანამშრომლების კვალიფიკაცია		X
სამინებელი ოთახების რაოდენობა		X
შესაბამისი აღჭურვილობა: ჰიგიენური საშუალებები, გამათბობელი და კონდიციონერი		X

ზემოთ მოყვანილი ცხრილის თანახმად, სახელმწიფო პასუხისმგებელია ტურისტული კომპანიების კვლევის შედეგად აღმოჩენილი 17 პრობლემიდან მხოლოდ 11-ზე. ოთხი პრობლემური საკითხის მოგვარება თანაბრად შეუძლია როგორც სახელმწიფოს, ისე კერძო სექტორს. მაგალითად, ისეთმა სასტუმროებმა, რომლებსაც არ აქვს ავტობუსის დროებით გასაჩერებელი ადგილი ტურისტების მიყვანის ალტერნატიულ მექანიზმზე უნდა იფიქრონ ან კერძო ბიზნესმა შეიძლება ითავოს ახალი კურორტების, ათვისება და თანამედროვე პროექტების განხორციელება. მომსახურების სფეროში არსებული ჩავარდნები, ყოველგვარი კამათის გარეშე, ბიზნესმა თავად უნდა მოაწესრიგოს, თუმცა ხელისუფლება აღნიშნული მიმართულებით აქტიურად მუშაობს, რაც გადამზადების პროგრამების წარმართვაში გამოიხატება. თუმცა, თუ ტურისტული კომპანიები, თავიანთი ტურისტების კმაყოფილებიდან გამომდინარე პრეტენზიებს გამოთქვამენ კვებისა და განთავსების პუნქტების მიმართ, რომლებიც ასევე ბიზნეს სექტორს მიეკუთვნებიან, კონკრეტული სტანდარტის არარსებობა ტურიზმის სექტორის განვითარების პროცესს მხოლოდ კონკურენციის იმედად ტოვებს, რაც მოკლევადიან პერსპექტივაში არამარტო ტურისტთა უკმაყოფილების რისკებს წარმოშობს, არამედ ვიზიტორთა რაოდენობის შემცირების პროგნოზირების საშუალებასაც იძლევა.

დავუბრუნდეთ საკვლევ შეკითხვას, რომელსაც შემდეგნაირად არის ფორმულირებული: საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის პრობლემის დადგენასა და მოგვარებაზე ორიენტირებული საქმიანობა რა გავლენას ახდენს ქართული ტურისტული კომპანიების მიერ გაყიდული სერვისის ხარისხზე?

ტურისტული კომპანიების შედეგად იდენტიფიცირებული 17 პრობლემიდან 11 სახელმწიფოს რეაგირების სფეროს წარმოადგენს. ნახსენები 11 პრობლემიდან კი სტეპ 7-ის შესახებ ფლობს ინფორმაციას და მხოლოდ სამ მათგანზე რეაგირებს. აქედან გამომდინარე, შეიძლება ითქვას რომ ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია კვლევის შედეგად ტურიზმის სექტორში არსებული პრობლემების შესახებ არასრულ ინფორმაციას მოიძიებს. იმ გამოწვევებზე, რომლებზეც სახელმწიფოსა და ბიზნესის ინტერესების ერთმანეთს ემთხვევა, რეაგირების ხარისხი განსაკუთრებით მცირეა. ვინაიდან ტურისტული ბიზნესის მხრიდან წამოსულ მოთხოვნაზე (მოგვარდეს 7 კონკრეტული პრობლემა) სახელმწიფოს მხრიდან მიწოდება (რეაგირება 3 პრობლემებზე) მცირეა, სერვისის ხარისხი დაბლა იწევს, რაც პირდაპირ კავშირშია ტურიზმის მდგრად განვითარებასთან, ტურისტების კმაყოფილებასა და ვიზიტორთა რაოდენობასთან. მოგეხსენებათ პრობლემები გაიფილტრა, რათა სახელმწიფოს როლის შეფასებისას თავიდან ყოფილიყო აცილებული მსჯელობის ნაკლოვანებები.

დასკვნის ბოლო ნაწილი კი თემის აქტუალურობას ეხება. ნაშრომში რამდენჯერმე გაჟღერდა მოსაზრება, რომ საქართველოს პოპულარიზაცია, რაც სწორი და ეფექტური მარკეტინგის შედეგია, პირდაპირ კავშირშია ტურისტების რაოდენობის ზრდასთან, თუმცა ინფრასტრუქტურის განვითარებისა და შესაბამისი სერვისის მიწოდების გარეშე, მთელი რიგი პრობლემები შეიძლება აღმოცენდეს. სწორედ ამ საკითხზე იყო ყურადღება გამახვილებული ლიტერატურის მიმოხილვის თავში, სადაც „ტევადობის“ კონცეფციაა განხილული. დღესდღეობით საქართველოს გააჩნია ვიზიტორთა მიღების ლიმიტი, რომლის არ გათვალისწინებაც არსებული ინდუსტრიის შეფერხებით ფუნქციონირებას გამოიწვევს. როგორც უკვე ითქვა ტურიზმის მდგრადი განვითარების პროცესებს მთელი რიგი გვერდითი მოვლენები ახასიათებს, მაგალითად დაბინძურება, ინფრასტრუქტურის დაძველება, ტურისტების რაოდენობით გამოწვეული დატვირთვა თუ ბუნებრივი კატაკლიზმები. საქართველოში ბუნებრივი კატაკლიზმების გარდა დანარჩენ ოთხ ფაქტორს უდავოდ უარყოფითი გავლენა აქვს ტურისტებისთვის მიწოდებულ სერვისზე. აქედან გამომდინარე, შეიძლება ითქვას რომ ტურიზმის მდგრადი განვითარება საქართველოში რისკის ქვეშ დგას და ამჟამად არსებული დადებითი ტენდენციები შესაძლოა რადიკალურად შეიცვალოს. ამ კუთხით მნიშვნელოვანია სახელმწიფოს

როლის გამოკვეთა, რისთვისაც გამოყენებულია ლიტერატურის მიმოხილვაში გაანალიზებული თეორიული მასალა. ქვემოთ მოყვანილი ცხრილი ცხადყოფს რომელ კომპონენტებში აქვს ხელისუფლებას ჩავარდნები.

სახელმწიფოს როლი ტურიზმის სექტორის განვითარებაში	სტეა-ს საქმიანობის შეფასება
მარკეტინგი, პოპულარიზაცია	+
ინფრასტრუქტურის მშენებლობა	-
მომსახურე პერსონალის გადამზადება	+
ჯანსაღი ბიზნეს გარემოს შექმნა	-

ცხრილიდან გამომდინარე, საქართველოს ხელისუფლების საქმიანობა ვერ აკმაყოფილებს უკვე აპრობირებულ სტანდარტებს. სტეა-ს კვლევითი საქმიანობა ვერ ახერხებს ტურიზმის სექტორში არსებული პრობლემების შესახებ სრულყოფილი და კომპლექსური ინფორმაციის მოძიებას. პრობლემების იდენტიფიცირების კუთხით სახელმწიფოსა და ტურისტულ ბიზნესს შორის სუსტია თანხვედრის მაჩვენებელი. გარდა ამისა, კვლევის შედეგად მოძიებული პრობლემების მხოლოდ მცირე ნაწილზე რეაგირება უარყოფით გავლენას ახდენს მიწოდებული სერვისის ხარისხზე, რაც ტურიზმის ინდუსტრიის მდგრადი განვითარებისთვის ერთ-ერთ მნიშვნელოვან გამოწვევას წარმოადგენს.

6. გამოყენებული ლიტერატურა

- Budeanu, A., Graham, M., Moscardo, G., & Ooi, C.-S. (2015). Sustainable Tourism, Progress, Challenges and Opportunities: Introduction to this. *Journal of Cleaner Production*.
- Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet—The state of eTourism research. *Tourism Management*, 29(4), 609-623.
- Díaz, M. R., & Rodríguez, T. F. (2016). Determining the Sustainability Factors and Performance of a Tourism Destination from the Stakeholders' Perspective. *Sustainability*, 6, 951.
- Florek, I. (2012). Sustainable Tourism Development. *Region formation and development studies - Journal of Social Sciences*, 157-166.
- gnta.ge. (2015). *საქართველოს ტურიზმის სტრატეგია 2025*. თბილისი: საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია.
- gnta.ge. (2018 წლის 8 მაისი). *ტურისტული კომპანიების კვლევა*. მოპოვებული 2019 წლის 20 აპრილი, საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია:
<https://gnta.ge/ge/%E1%83%A2%E1%83%A3%E1%83%A0%E1%83%98%E1%83%A1%E1%83%A2%E1%83%A3%E1%83%9A%E1%83%98-%E1%83%99%E1%83%9D%E1%83%9B%E1%83%9E%E1%83%90%E1%83%9C%E1%83%98%E1%83%94%E1%83%91%E1%83%98%E1%83%A1-%E1%83%99/-დან>
- gnta.ge. (2019 წლის 2017 თებერვალი). *მარიამ ქვრივიშვილი ტურიზმის სფეროს წარმომადგენლებს შეხვდა*. მოპოვებული 2019 წლის 12 აპრილი, საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია:
<https://gnta.ge/ge/%E1%83%9B%E1%83%94%E1%83%93%E1%83%98%E1%83%90-%E1%83%AA%E1%83%94%E1%83%9C%E1%83%A2%E1%83%A0%E1%83%98/page/4/-დან>
- gnta.ge. (2019). *მედია ცენტრი*. მოპოვებული 2019 წლის 2 ივლისი, საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია:
<https://gnta.ge/ge/%e1%83%9b%e1%83%94%e1%83%93%e1%83%98%e1%83%90-%e1%83%aa%e1%83%94%e1%83%9c%e1%83%a2%e1%83%a0%e1%83%98/-დან>
- Hall, C. M. (2008). *Tourism Planning: Policies, Processes and Relationships*. Edinburgh: Pearson Education Limited.
- Islam, S. (2015). Study on Factors Influencing Tourism: Way Forward for Sustainable Tourism in Bangladesh. *Journal of Tourism, Hospitality and Sports*, 6, 1-13.
- Jahan, N., & Rahman, S. (2016). Identifying the key factors influencing sustainable tourism in Bangladesh: A Quantitative Analysis. *the 12th Biennial Conference of Hospitality and Tourism Industry in Asia*. Atlantis Press.
- Kubickova, M. (2016). The Role of Government in Tourism: Linking Competitiveness, Freedom, and Developing Economies. *Czech Journal of Tourism*, 5(2), 73–92.
- Mcminn, S. (1997). The challenge of sustainable tourism. *The Environmentalist*, 17(2), 135–141.
- Miller, G., & Twining-Ward, L. (2005). *Monitoring for a Sustainable Tourism Transition: The Challenge of Developing and Using Indicators*. Wallingford : CABI Publishing .

- Morrison, A., & Mill, R. (1985). *Tourism System: An Introductory Text*. Englewood Cliffs: Kendall/Hunt.
- Pigram, J. J., & Wahab, S. (2005). *Tourism, Development and Growth: The Challenge of Sustainability*. London : Routledge.
- Rosen, E. (2018). *New Rankings Of The World's Fastest-Growing Tourism Destinations*. მოპოვებული 2018 წლის 8 სექტემბერი, <https://www.forbes.com/sites/ericrosen/2018/09/06/new-rankings-of-the-worlds-fastest-growing-tourism-destinations/#7a6b3d2c57ea>-დან
- Schianetz, K., Kavanagh, L., & Lockington, D. (2007). The Learning Tourism Destination: The potential of a learning organisation approach for improving the sustainability of tourism destinations. *Tourism Management*, 28(6), 1485–1496.
- Sharpley, R. (2010). The Myth of Sustainable Tourism. *CSD Working Papers Series*, 1-15.
- Sharpley, R., & Telfer, J. D. (2002). *Tourism and Development: Concepts and Issues*. Clevedon: Channel View Publications.
- Statista. (თ. გ.). *Global travel and tourism industry - Statistics & Facts*. მოპოვებული 2019 წლის 15 აპრილი, The Statistics Portal: <https://www.statista.com/topics/962/global-tourism/>-დან
- Tbilisi.gov.ge. (2017 წლის 1 თებერვალი). *ხვალიდან N37 მარშრუტზე 10 ახალი „მანის“ ავტობუსი იმოდრავებს*. მოპოვებული ქალაქ თბილისის მუნიციპალიტეტის მერია : <http://www.tbilisi.gov.ge/news/3332>-დან
- Theobald, W. F. (2005). *Global Tourism*. Amsterdam : Elsevier Inc.
- Tosun, C. (2001). Challenges of sustainable tourism development in the developing world: the case of Turkey. *Tourism Management*, 22(3), 289-303.
- World Bank. (2018). *International LPI*. მოპოვებული 2018 წლის 8 ნოემბერი, <https://lpi.worldbank.org/international/global>-დან
- WTTC. (2015). *Governing National Tourism Policy*. World Travel & Tourism Council.
- Zhenhua, L. (2003). Sustainable tourism development: a critique. *Journal of Sustainable Tourism*, 11(6), 459-475.
- ბრეგაძე, გ. (2017). *საქართველოს ტურიზმის სტატისტიკური მიმოხილვა*. თბილისი: საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია.
- გოგუაძე, ნ. (2015). საოჯახო სასტუმროების აქტუალობა ტურიზმში. *ტურიზმის განვითარების პერსპექტივები საქართველოში* (გვ. 27-31). თბილისი: საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია.
- ვარშალომიძე, რ. (2015). ტურისტული კაბინების ქსელი. *ტურიზმის განვითარების პერსპექტივები საქართველოში* (გვ. 20-22). თბილისი: საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია .
- კვინტრაძე, ნ. (2018 წლის 29 მარტი). *ტურიზმის წილი საქართველოს და მსოფლიოს ქვეყნების ეკონომიკებში*. მოპოვებული 2019 წლის 13 აპრილი, Forbes Georgia: <https://forbes.ge/news/3662/turizmis-wili-ekonomikebSi>-დან

მაზანიშვილი, გ. (2016). სამკურნალო-გამაჯანსაღებელი ტურიზმის და მიდი განვითარების პერსპექტივები კახეთის რეგიონში. *ტურიზმის განვითარების პერსპექტივები საქართველოში და მსოფლიო გამოცდილება* (გვ. 54-56). თბილისი: საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია.

შეთეკაური, გ. (2016). ეკოტურიზმის განვითარების მნიშვნელობა და პერსპექტივები ფშავ-ხევსურეთში. *ტურიზმის განვითარების პერსპექტივები საქართველოში და მსოფლიო გამოცდილება* (გვ. 20-25). თბილისი: საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია.

ჯალაღონია, ნ. (2017). სამეგრელოს "მკურნალი" მინერალური წყლების პოტენციალი რეკრეაციული ტურიზმის განვითარებისთვის. *ტურიზმის განვითარების პერსპექტივები საქართველოში და სტრატეგიული მიზნები* (გვ. 83-86). თბილისი: საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია.

Ivane Javakhishvili Tbilisi State University

Giorgi Khidesheli

The Effect of the Problem Identifying and Solving Work of Georgian
National Tourism Administration on the Functioning of the Tourism
Business Sector

Public Administration and Public Policy

A thesis is submitted in fulfilment of the requirements for the Master degree of
Public Policy and Administration

Thesis Supervisor: Alexandre Kukhianidze
Doctor of Philosophy, Professor

Tbilisi

2019

დანართი 1 - ტურისტული კომპანიების თანამშრომლებთან გამოყენებული კითხვარი (ვერსია 1)

კვლევის მიზანი - როგორი ხარისხის სერვისს სთავაზობენ ქართული ტურისტული სააგენტოები ვიზიტორებს, რა პრობლემებს აწყდებიან სერვისის მიწოდების კუთხით და რატომ?

1. როგორ ფიქრობთ რა დოზით უნდა ერეოდეს სახელმწიფო ბიზნესში?
2. როგორ ფიქრობთ თავად ბიზნესი რა დონემდე ამართლებს სახელმწიფოს ჩარევას ბიზნეს სფეროში?
3. როგორ შეაფასებდით დღეს საქართველოში არსებულ სიტუაციას ბიზნესისა და სახელმწიფოს ურთიერთობის ჭრილში
 - a. რა პრობლემებს გამოკვეთდით
 - b. რა ნაბიჯები უნდა გადაიდგას უკეთესი თანამშრომლობის მისაღწევად
4. როგორ შეაფასებდით საქართველოში ტურიზმის ზრდის ტენდენციებს და მის გავლენას სოციალური და ეკონომიკური გარემოს განვითარებაზე?
5. როგორ ფიქრობთ ქართული ტურისტული სააგენტოები როგორი ხარისხის სერვისს სთავაზობენ ტურისტებს?
 - a. რა ძირითადი კომპონენტებისგან შედგება ზემოთ ხსენებული სერვისი
 - b. სერვისი ხარისხს რა გავლენა აქვს ტურიზმის მდგრად განვითარებაზე
6. რა ჩავარდნები არსებობს სერვისის მიწოდების კუთხით?
7. როგორ ფიქრობთ, რა რატომ ხასიათდება ქართული ტურისტული სერვისი ზემოთ ხსენებული ჩავარდნებით? რა არის განმაპირობებელი ფაქტორი?
8. თქვენი აზრით აღნიშნული პრობლემების მოგვარებაზე ვინ არის პასუხისმგებელი და რატომ?
9. როგორ შეაფასებდით სახელმწიფოს მხრიდან გაღებულ ძალისხმევას განავითაროს ტურიზმის სექტორი?
 - a. ხომ არ არსებობს ისეთი საკითხები, რომლებიც ყურადღების მიღმაა დარჩენილი
10. თქვენი აზრით, როგორია ტურისტული ბიზნესისა და სახელმწიფოს ურთიერთდამოკიდებულება?

- a. როგორია კომუნიკაციის არხები
 - b. თქვენი გამოცდილებიდან ხომ არ გახსენდებათ შემთხვევა, როდესაც ტურისტული სააგენტოების მოთხოვნას, მოგვარებულიყო რაიმე კონკრეტული პრობლემა შესაბამისი ზომები მოჰყვა ხელისუფლების მხრიდან?
11. რა ნაბიჯები უნდა გადაიდგას სამომავლოდ და ვინ უნდა მოიაზრებოდნენ ძირითად აქტორებად?
12. რამეს ხომ არ დაამატებდით?

დანართი 2 - ტურისტული კომპანიების თანამშრომლებთან გამოყენებული კითხვარი (ვერსია 2)

კვლევის მიზანი - დაადგინოს როგორი ხარისხის სერვისს სთავაზობენ ქართული ტურისტული სააგენტოები ვიზიტორებს, რა პრობლემებს აწყდებიან სერვისის მიწოდების კუთხით და რატომ?

1. როგორ შეაფასებდით საქართველოში ტურიზმის ზრდის ტენდენციებს?
2. როგორ ფიქრობთ, ქართული ტურისტული სააგენტოები როგორი ხარისხის სერვისს სთავაზობენ ტურისტებს?
3. ძირითადად რა სახის პრობლემებს აწყდებით ტურის განხორციელების პროცესში?
4. როგორ ფიქრობთ, რატომ ხასიათდება ქართული ტურისტული სერვისი ზემოთ ხსენებული ჩავარდნებით? რა არის განმაპირობებელი ფაქტორი?
5. თქვენი აზრით, აღნიშნული პრობლემების მოგვარებაზე ვინ არის პასუხისმგებელი და რატომ?
6. როგორ შეაფასებდით სახელმწიფოს მხრიდან გაღებულ ძალისხმევას განავითაროს ტურიზმის სექტორი?
7. რა საკითხების მოგვარებისკენ მოუწოდებს ტურისტული ბიზნესი სახელმწიფოს?
8. რა ნაბიჯები უნდა გადაიდგას სამომავლოდ და ვინ უნდა მოიაზრებოდნენ ძირითად აქტორებად?
9. რამეს ხომ არ დაამატებდით?

დანართი 3 - ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის თანამშრომლებთან
გამოყენებული კითხვარი (ვერსია 1)

კვლევის მიზანი - დაადგინოს როგორი ხარისხის სერვისს სთავაზობენ ქართული ტურისტული სააგენტოები ვიზიტორებს, რა პრობლემებს აწყდებიან სერვისის მიწოდების კუთხით და რატომ?

1. როგორ შეაფასებდით საქართველოში ტურისტული პოტენციალის განვითარების ტენდენციებს?
2. რა ძირითად გამოწვევებს ვაწყდებით ტურიზმის განვითარების კუთხით?
3. გთხოვთ მოკლედ დაახასიათოთ ტურიზმის სფეროში არსებული პრობლემები
 - a. რა პრობლემებზე მუშაობთ ამჟამად?
 - b. რა პრობლემებზე მუშაობდით უახლოეს წარსულში და რა შედეგი დადგა?
4. რომელი პრობლემები რჩება გადაუჭრელი?
5. როგორია თქვენი როლი პრობლემის მოგვარების თვალსაზრისით და რომელ უწყებებთან თანამშრომლობთ?
6. თუ პრობლემა გადაუჭრელი დარჩა შემდგომ რა ხდება?
7. ინფორმაციის შეგროვების რა საშუალებებს ფლობთ?
 - a. რა სახის პრობლემებზე იღებთ ინფორმაციას საზოგადოებისგან და როგორ?
 - b. რა საკითხებს ეხება თქვენ მიერ ჩატარებული კვლევები?
 - c. რა ფაქტორები ახდენენ ნეგატიურ გავლენას კვლევის შედეგებზე?
8. რამეს ხომ არ დაამატებდით?