შპს გურამ თავართქილაძის სახელობის თბილისის
სასწავლო უნივერსიტეტი

ბიზნესისა და სოციალური მეცნიერებების ფაკულტეტი

სპეციალობა: საერთაშორისო ბიზნესის მენეჯმენტი

სამაგისტრო ნაშრომი

მსოფლიო და საქართველოს ტურისტული ბაზრის კონიუნქტურის ანალიზი და მისი განვითარების ტრენდები

ნინო ონიკაშვილი

ხელმძღვანელი: პროფ. ლ. ჩაგელიშვილი

თბილისი

2020

ანოტაცია

ნაშრომში „მსოფლიო და საქართველოს ტურიზმი“ განხილულია საქართველოში არსებული ტურზმის სახეობები ,მათი განვითარების პერსპექტივები და შესაძლებლობები.ასევე განხილულია მსოფლიოს მოწინავე ტურისტული ქვეყნები. ნაჩვენებია თუ რამდენად მნიშნელოვანია ქვეყნისთვის ტუიზმის განვითარება, ის აუცილებელი წინაპირობა არის ქვეყნის ეკონომიკური და სოციალური განვითარებისთვის.სწორედ ამიტომ ძალიან დიდი მნიშვნელობა აქვს ქვეყანაში არსებული რესურსების სწორად გამოყენებას,რაც საშუალებას მოგვცემს მაქსიმალური მოგება მიიღოს ქვეყანამ.

ნაშრომი შედგება სამი თავისგან,ნაშრომის პირველ თავში განხილულია მსოფლიო ტურიზმის განვითარების ტენდენციები, მეორე თავში საუბარია საქართველოში ტურიზმის განვითარებაზე და მის ტენდენციებზე, ხოლო მესამე თავში ნაჩვენებია თუ რამდენად კონკურენტუნარიანები ვართ მსოფლიო ბაზარზე.ნაშრომს ბოლოში ერთვის დასკვნა და გამოყენებული ლიტერატურა

Annotation

The paper "The World and The Tourism of Georgia" discusses the types of tourism existing in Georgia, perspectives and opportunities of their development. The world's leading tourist countries are also discussed in the thesis. It shows the importantance of developing tourism in the country which is the necessary precondition for the economic and social development of the country. That is why it is of utmost importance to properly utilize the resources available in the country, enabling the country to make the most profit.

The thesis consists of three chapters. Chapter I discusses the world tourism development trends. Chapter II deals with the development of tourism in Georgia and its trends and Chapter III shows how competitive we are in the world market. The thesis is followed with the conclusion and the references.

სარჩევი

თავი 1. მსოფლიო ტურიზმის განვითარების ტენდენციები ..... გვ. 5

1.1. მსოფლიო ტურიზმის განვითარებაზე მოქმედი ფაქტორები და შესაძლებლობები ..... გვ. 5

1.2. მსოფლიო ტურისტული ცენტრები, მსოფლიო ტურისტული რეგიონების მიმოხილვა ..... გვ. 8

თავი 2. საქართველოს ტურიზმის განვითარების ტენდენციები და შედეგები ... გვ. 16

2.1. საქართველოში არსებული ტურიზმის დარგები ..... გვ. 16

2.2 საქართველოს ტურისტული ბაზრის სტატისტიკური ანალიზი ..... გვ. 27

თავი 3. საქართველოს ტურიზმის განვითარების სტრატეგია და კონკურენტუნარიანობა მსოფლიოში..... გვ.41

3.1 საქართველოს ტურიზმის სტრატეგია ..... გვ. 41

3.2 საქართველოს ტურიზმის კონკურენტუნარიანობა მსოფლიო ბაზარზე ..... გვ. 48

დასკვნა ..... გვ. 55

გამოყენებული ლიტერატურა ..... გვ. 56

შესავალი

თემის აქტუალურობას წარმოადგენს როგორც მსოფლიო ასევე საქართველოს ტურისტული კურორტების და ცენტრების მიმოხილვა მათზე ტურისტული ნაკადის ანალიზის განხილვა. დღეს ეს ინდუსტრია თითქმის ყველა ქვეყანაშია განვიტარებული, ზოგიერთი ქვეყანისთვის კი ყველაზე მნიშვნელოვანი შემოსავლის დარგია. ბოლო პერიოდში სულ უფო იზრდება კონკურენცია ტურისტული დანიშნულების ადგილებს შორის, რადგან სულ უფრო მეტი ტურისტული ერთეული განიხილავს ტურიზმს, როგორც ეკონომიკური განვითარების ფაქტორს, რომელსაც შესწევს უნარი გამოასწოროს ინფრასტრუქტურა ,ქვეყნის ეკონომიკური მდგომარეობა და სხვა.

თემის მიზანია მსოფლიო მოწინავე ტურისტული რეგიონების და საქართველოში არსებული კურორტების განხილვა,მიზანია გავიგოთ თუ რამდნეი ტურისტი მოგზაურობს და რამდენია მათი დანახარჯები.ასევე მნიშვნელოვანია იმის გაგება თუ რომელი ქვეყანა არის ტურისტებში ყველაზე პოპულარული.

კვლევის ობიქეტია მსოფლიოში და საქართველოში განვითარებული ტურისტული სახეობები

კველევის მეთოდოლოგია ნაშრომში თეორიული პრინციპები და წესები წარმოდგენილია მეთოდოლოგიის საშუალებით. თემაში განსაზღვრულია მიზნის მისაღწევი კონკრეტული პრაქტიკული ხერხები, რჩევები და რეკომენდაციები. რაც შეეხება მეთოდოლოგიას, თემაში გამოყენებულია მეთოდოლოგიის, როგორც თვისობრივი ასევე რაოდენობრივი ფორმა.

თავი I

მსოფლიო ტურიზმის განვითარების ტენდენციები

1.1 ტურიზმის განვითარების მსოფლიო ტენდენციები

საზღვარგარეთის ქვეყნებში სხვადასხვა მოტივით ტურისტების მოგზაურობა მრავალ წელს ითვლის.მისმა განვითარებამ გამოიწვია ქვეყნებს შორის კარჩაკეტილობის რღვევა . საერთაშორისო ტურიზმი მას შემდეგ არსებობს რაც ადამიანთა ჯგუფებმა გადაწყვიტეს სხვადასხვა მიზნით და ინტერესეის გამო დროებით გადასულიყვნენ მეზობელი, მოსაზღვრე ქვეყნის ტერიტორიაზე.ადამიანებს ყოველთვის ჰქონდათ სურვილი დასვენებისა და მოგზაურობის. შეიძლება ითქვას, რომ მოთხოვნილება დასვენებაზე გაჩნდა მაშინ, როდესაც ადამიანებმა დაიწყეს შრომა.

მსოფლიო ტურიზმის შემდგომი განვითარება განაპირობა ვიზების გამარტივებამ, ტურიზმის სფეროში კრედიტების მოზიდვამ.

მსოფლიო ტურიზმის განვითარების ხარჯზე გაჩნდა ახალი ტენდენციები და მიმართულებები,მისი განვითარება სასარგებლოა მასში მონაწილე ყველა მხარისთვის. მსოფლიო ტურიზმის განვითარების ასეთმა აქტუალურობამ გამოიწვია ტურიზმის და მასთან დაკავშირებული დარგების-ტრანსპორტის,სოფლის მეურნეობის ,მეცნიერების ,კულტურის და განათლების განვითარება.

თანამედროვე ეტაპზე ტურისტული პაკეტით სარგებლობა შეუძლია ყველა ტურისტულ ჯგუფს, ყველა ქვეყანა ხასიათდება სპეციფიკური ტურისტული თვისებებით, რის გამოც ტურისტებისთვის საკმაოდ რთულია გადაწყვეტილების მიღება თუ რომელ ქვეყანაში სურს მოგზაურობა.ხშირ შემთხვევაში ტურისტები ირჩევენ ისევ იმ ქვეყანას, სადაც უკვე იყვნენ, რადგან არსებობს ამის რამდენიმე მიზეზი:

1. 1.ტურისტები ეჩვენიან მიმღები ქვეყნის მოქალაქეთა ტრადიციებს
2. 2.ეგუებიან სტუმარ-მასპინძლობას
3. 3.ოჯახებთან უყალიბდებათ მეგობრული დამოკიდებულებები

თუმცა მომდევნო წელს იგივე ქვეყანაში მოგზაურობა ხშირ შემთხვევაში მოსაწყენი ხდება,ნანახი ღირსშესანიშნაობების გამო, ნაცნობი კულტურის და გასართობი პარკების და სკვერების მონახულებით.

მსოფლიო ტურიზმში იკვეთება ისეთი უმნიშვნელოვანესი ტენდენცია,როგორიცაა ტურისტების განთავსების ადგილების მატება.

თანამედროვე ეტაპზე განვითარებადი ქყვენებიც უკვე აქტიურად არიან ჩართულები საერთაშორისო ტურიზმში და საკმაოდ დიდ შემოსავალს იღებენ ამ სფეროდან.ტურიზმი მსოფლიოს 49 ნაკლებად განვითარებულ ქვეყანაში გადაიქცა სავალუტო შემოსავლების მიღების უმინშვნელოვანეს წყაროდ.

არსებობს გლობალური ძალები, რომლებიც გავლენას ახდენენ ტურიზმის მო-მავალზე. ომები ავღანეთსა და ერაყში წარმოადგენენ როგორც სოციალურ ასევე ეკონომიკურ პრობლემებს.

ტერორიზმი წარმოადგენს საფრთხეს ტურიზმის კეთილდღეობისთვის, ტერორისტები ირჩევენ ტურისტული დანიშნულების ადგილების შემდეგი მიზეზების გამო:

1.შეტევეა ტურიზმის ცენტრზე არის შეტევა ქყვენის მთლიან ეკონომიკაზე-ფაქტი,რომელიც გვაიძულებს ყურადღება გავამახვილოთ ტურიზმის ეკონომიკურ მნიშვნელობაზე.

2.ტურიზმი მეტად ორიენტირებულია მედიაზე-ტერორიზმი კი ცდილობს იყოს იქ სადაც საჯაროობაა.

3.ტურისტული სანახაობები,როგორებიცაა მუზეუმები,ისტორიული ადგილები და ლამაზი ლანდშაფტი.

4.ტურისტული ადგილები უზრუნველყოფენ ტერორისტებისთვის შედარებით მეტად ანონიმურობას.

მიუხედავად მიმდინარე ეკონომიკური სიტუაციისაა, ტურიზმს შეუძლია ოპტიმისტურად დააჩქაროს ტრადიციული ეკონომიკის ზრდა.

პოლიტიკური ცვლილებები მსოფლიოში ხელს უწყობს უფრო მიღწევადი რომ გახდეს მოგზაურობა მრავალი ახალი ტურისტისთვის. ევროპის განვითარებამ

თავისთავად დაანგრია მოგზაურობის მრავალი ბარიერი.პარალელურად,ევრო გახდა მსოფლიოს მეორე ვალუტა,ამგვარად შეამცირა ტურიზმის კიდევ ერთი მოუხერხებლობა.მნიშვნელოვანი საერთაშორისო ქალაქები სწრაფად ხდებიან მსოფლისო ყველაზე მნიშვნელოვანი ტურისტული დანიშნულების ადგილები.

დღევანდელი ტურისტი განიცდის იმ ცვლილებებს ,რომლებიც ხელს შეუწყობს უფრო განსხვავებული ,მომავლის ტურისტის შექმნას.ჩინეთი ეძებს გზებს გახდეს მნიშნელოვანი ტურისტული ქვეყანა ,სთავაზობს ვიზიტორებს სრულიად განსხვავებულ შთაბეჭდილებებს ,სურს კონკურენცია გაუწიოს ექსტრემალურ ,სათავგადასავლო და კატასტროფების იგივე შავი ტურიზმის შთაბეჭდილებებს.

1.2 მსოფლიო ტურისტული ცენტრები,

მსოფლიო მოწინავე ტურისტული ქვეყნები და ტურისტული ნაკადების ანალიზი

მსოფლიო მრავალი ტურისტული რეგიონის გამოცდილებამ ცხადყო, რომ ტურისტული ბიზნესის გრძელვადიანი, გეგმაზომიერი განვითარება არამცთუ არ იწვევს უარყოფით შედეგებს, არამედ იგი ხელს უწყობს ტურისტული ბაზრის დაკმაყოფილების უზრუნველყოფას რეგიონებში, ხოლო იქ სადაც ტურისტული ბიზნესის განვითარებას ნაკლებად ექცევა ყურადღება ჩნდება სოციალური პრობლემები, რაც უარყოფითად მოქმედებს უპირველეს ყოვლისა ტურისტული ბაზრის განვითარებაზე და განაპირობებს ეკონომიკური პოტენციალის დაქვეითებას. მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციის (მტო) მიერ მიღებული კლასიფიკაციით მსოფლიო დაყოფილია 6 ტურისტულ რეგიონად. ნებისმიერი ქვეყნისთვის მნიშვნელოვანია, იმის განსაზღვრა, თუ რომელი რეგიონიდან შემოდის ტურისტთა მეტი რაოდენობა.

ევროპის ქვეყნების უმრავლესობას აქვს გასასვლელი ატლანტისა და ჩრდილო-ყინულოვან ოკეანეზე, რაც ტურისტული კავშირების განვითარების ერთ-ერთი ხელშემწყობი ფაქტორია. უცხოელი ტურისტების მიღების რაოდენობის მიხედვით

ევროპა ლიდერად რჩება. რეგიონში ტურიზმი ორიენტირებულია არა მხოლოდ უცხოელ სტუმრებზე, არამედ მეზობელ ქვეყნებზეც. ამ რეგიონში ტურიზმის განვითარებას ხელი შეუწყო მისმა ბუნებრივმა და გეოგრაფიულმა მდებარეობამ. რეგიონი მდიდარია სანაპირო ზოლებით, აქ უამრავი დაბლობები და მაღალმთიანი რაიონებია, ამიტომ ტურისტებს საშუალება ეძლევათ დაისვენონ და დატკბნენ საოცარი ბუნებრივი ატმოსფეროთი. კლიმატი თითქმის ყველგან ზომიერი და ძალიან თბილია, გარდა ჩრდილოეთ ნაწილში, სკანდინავიის ნახევარკუნძულზე. აქ ყველაზე მეტი ბუნებრივი და არქიტექტურული ძეგლებია. ისინი მიეკუთვნება სხვადასხვა პერიოდის ძეგლებს-ძველი მსოფლიოს, ნეოლითის და რენესანსის პერიოდს.

ტურიზმი ბევრი ქვეყნის ეკონომიკაში წამყვან როლს თამაშობს. ასეთი ქვეყნები ცდილობენ, რომ რაც შეიძლება მეტი ტურისტი მოიზიდონ.

როგორც უკვე აღვნიშნეთ, დღესდღეობით არსებობს მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაცია (UNWTO), რომელიც გთავაზობს 10 ყველაზე ხშირად მონახულებულ ქვეყანის მონაცემებს.

1. აშშ 200 მლნ ტურისტი. ამერიკაში დასათვალიერებელი ადგილი ნამდვილად მრავლად არის, მსოფლიოს დედაქალაქი ნიუ-იორკი, კინოინდუსტრიის ჰოლივუდის სამშობლო ლოს ანჯელესი, უდიდესი ნაციონალური პარკები ვაშინგტონი და სან-ფრანციკო.

2. ესპანეთი - 75,3 მლნ ტურისტი. ესპანეთს ტურისტების პრობლემა ნამდვილად არ აქვს. პირიქით, ესპანური სამზარეულო და ღვინო, ახალგაზრდების კურორტი იბიცა, გაუდის არქიტექტურა ბარსელონაში, სამეფო ქალაქი მადრიდი, ანდალუზიისა და კასტილინის იტორიული ქალაქები. კულტურა და გართობა ამ ქვეყანაში მშვენივრად არის შერწყმული.

3. საფრანგეთი- 46 მლნ ტურისტი. ალბათ ეს არავისთვის მოულოდნელი არ არის, რომ საფრანგეთი ამ სიაში მე-3 ადგილზეა. ქვეყანა, რომელიც ცნობილია არქიტექტურული ძეგლებითა და ისტორიული მუზეუმებით. სიყვარულის ქალაქი პარიზი , ლუვრი, ტრიუმფალური თაღი და ეიფელი ამით ყველაფერია ნათქვამი.

4. ჩინეთი 43.1მლნ ტურისტი. ბოლო წლებში უცხოელთა რიცხვი შესამჩნევად გაიზარდა, რაც უპირველეს ყოვლისა იმით აიხსენბა, ქვეყნის მზარდი ეკონომიკური ტემპებით. ეგზოტიკური სამზარეულო და ისტორიული ადგილები.

5. იტალია - 43,6 მლნ ტურისტი. ვენეციის რომანტიული არხების, რომის მოედნები, ფლორენცია კულტურული ძეგლებით. ამ ქვეყანაში ტურისტების რაოდენობა ყოველწლიურად იზრდება.

6. დიდი ბრიტანეთი - 35 მლნ ტურისტი. ბრიტანეთში დასათვალიერებლი მრავალად არის, შოტლანდიის მრავალფეროვანი ლანდშაფტი, უელსის სანაპირო ხაზი და რაღა თქმა უნდა ლონდონი.

7. ტაილანდი-28 მლნ. მრავაფეროვანი რელიეფი ,მსოფლიოში უმდიდრესი ტყეები,საზღვაო კურორტები და მრავალი კულტურული ძეგლი.სწორედ ამის გამო აქ უამრავი ტურისტი ჩადის ყოველწლიურად.

8. გერმანია - 26,7 მლნ ტურისტი. გერმანია ტურიზმის განვითარებისთვის მსოფლიოში ყველაზე მეტ ფულს ხარჯავს, როგორც ჩანს ამ ყველაფერს შედეგი ნამდვილად მოაქვს, მიუნხენის Octomber fest კი გერმანიაში ყველაზე მეტ ტურისტს იზიდავს.

9. ჰონგ-კონგი-25,3 მლნ. კუნძულზე მდეობარეობს ჰოგ-კონგის უამრავი ღირშესანიშნაობა ,რომელთა შორის არის ვიქტორიას პარკი.

10. მაკაო- 14,9 მლნ. იგივე „ოცნებების ქალაქი“ .ქალაქში შეხვდებით უარავ კაზინობეს და იდეალური ადგილია საშოპინგოდ

აღმოსავლეთ აზიისა და წყნარი ოკეანიის რეგიონი

ბოლო ათწლეულების მანძილზე აზიისა და წყნარი ოკეანიის რეგიონი მსოფლიოში ყველაზე სწრაფად მზარდი ტურისტული რეგიონია, ტურიზმი აქ ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი სექტორია. ტურიზმის განვითარებას რეგიონში ხელი შეუწყო: მგზავრობის გამარტივებამ, საჰაერო ტრანსპორტის ლიბერალიზაციამ,

პოლიტიკური ბარიერების გაუქმებამ და სხვა. რეგიონი გამოირჩევა ნამდვილი ტროპიკული სამოთხით, მრავალფეროვანი კულტურით, ეგზოტიკური სამზარეულოთი, ტრადიციული ნაგებობებით და ა.შ. ასევე აქ სხვადასხვა ტიპის ტურიზმია განვითარებული: ეკოტურიზმი, კულტურული, რელიგიური და სხვა.

ამერიკის შეერთებული შტატების რეგიონი

ამერიკის მაკრორეგიონი დასავლეთ ნახევარსფეროში მდებარეობს და აერთიანებს შემდეგ მსხვილ ტურისტულ რეგიონებს: ჩრდილო ამერიკა, ცენტრალური და სამხრეთი ამერიკა. ტურიზმი ამერიკის შეერთებულ შტეტებში დიდი ინდუსტრიაა, რომელიც ყოველწლიურად მილიონობით საერთაშორისო და შიდა ტურისტს ემსახურება. ტურისტებს აშშ-ში შეუძლიათ ნახონ ბუნებრივი საოცრებები, ქალაქები, ისტორიული ღირსშესანიშნაობები, გასართობი ობიექტები და სხვა. აშშ-ში ტურიზმი სწრაფად ვითარდება ურბანული ტურიზმის ფორმით. 2001 წლის 11 სექტემბერს ტერაქტების სერია მოხდა აშშ-ში. ტერორისტებმა 4 კომერციული თვითმფრინავი გამოიყენეს, როგორც განადგურების იარაღი, ამ ტერაქტს 3000 ადამიანი შეეწირა, ამის გამო ტურისტებმა წინასწარი ჯავშნები გააუქმეს, დაიკეტა აეროპორტი 4 დღით, ამ ტრაგედიის გამო ამერიკამ 7 მილიონი დოლარით იზარალა. დღეს არსებობს ფართო სპექტრი ტურისრული ატრაქციონების აშშ-ში, როგორიცაა: გასართობი პარკები, ფესტივალები, ისტორიული ნაგებობები, ღირსშესანიშნაობები, მუზეუმები, გალერეები და სხვა.

ტურიზმი საფრანგეთში

საფრანგეთი განვითარებული ინდუსტრიის ქვეყანაა, მას წინა წლებში დაახლოებით 80 მილიონზე მეტი ტურისტი ეწვია, თუმცა 2016 წელს მათი რიცხვი 48 მილიონამდე შემცირდა, ეს გამოიწვია ნიცაში მომხდარმა ტერაქტმა და ასევე პარიზის

წყალდიდობებმა. ტურიზმი ქვეყნის ყველა რეგიონშია განვითარებული. პარიზი არის საფრანგეთის ადმინისტრაციული, პოლიტიკური და კულტურული ცენტრი. მიუხედავად ორი მსოფლიო ომისა, ქალაქის ცენტრი შესანიშნავი ბულვარებითა და ინფრასტრუქტურით ნაპოლეონის დროს მოგვაგონებს. ლუვრი, ვერსალი, ტრიუმფალური თაღი, ტუილრის ბაღი, ეიფელის კოშკი,პარიზის ღვთისმშობლის ტაძარი, ეს ის ნაგებობებია, რომლებიც იზიდავს ათასობით ტურისტს. ისტორიული ადგილები, მდიდრული კაფეები და მეფეთა სასახლეები, არისტოკრატული რეზიდენციები და ულტრათანამედროვე მაღალსართულიანი სახლები აქ ერთადაა თავმოყრილი. პარიზი მსოფლიოს ერთ – ერთი სიცოცხლით სავსე ქალაქია. აქ მდებარეობს 2000–მდე მონუმენტი, 200 მუზეუმი, მთავარი ღირსშესანიშნაობები მდინარე სენას სანაპიროზე, ქალაქის ცენტრშია თავმოყრილი. “პარიზის გულიდან” ოდნავ მოშორებით, კუნძულ სიტეზე, განთავსებულია ლუვრი, მსოფლიოს ერთ – ერთი ღირსშესანიშნავი მუზეუმი.არქიტექტურულ - ისტორიულ ღირსშესანიშნაობებს შორის აუცილებლად გამოყოფენ პარიზის ღვთისმშობლის ტაძარს, რომელიც ადრინდელი გოთიკის ნაგებობაა, აღფრთოვანებას იწვევს ტაძრის სამი პორტალი: გალერეა ქიმებით, კოშკები, უნიკალური ვიტრაჟები. პარიზში იმართება უმაღლესი დონის სამოდელო ჩვენებები, აქ მაღალი მოდა უკავშირდება ისეთი მოდელიორებისა და დიზაინერების სახელებს, როგორიცაა ივ სენ ლორანი, კოკო შანელი, კრისტიან დიორი, პიერ კარდენი და სხვები. მათი ატელიეები დღეს მსოფლიო სამოდელო სახლებადაა ქცეული. პარიზი ცნობილია თავისი გართობის ინდუსტრიით, აქ მდებარეობს 100 თეატრი და კაფე, 400 კინოთეატრი, გარდა საოპერო და დრამატული თეატრებისა აქ მდებარეობს მრავალი საესტრადო და საკონცერტო დარბაზი, კაბარეები, საცეკვაო ბარები და ღამის კლუბები.პარიზის შემოგარენში ასევე მდებარეობს ევროდისნეილენდი, სტატისტიკური მონაცემების მიხედვით ეს გასართობი კომპლექსი ძალიან პოპულარულია ქვეყნის ტურისტებს შორის, ორჯერ მეტი ვიზიტორი ჰყავს ვიდრე ლუვრსა და ეიფელის კოშკს.ნიცის საერთაშორისო აეროპორტი მნიშვნელოვან როლს თამაშობს ტურიზმის განვითარებაში, წელიწადში 8,6 მლნ ადამიანს ემსახურება, 80 საერთაშორისო მარშრუტით 28 ქვეყანას შორის და

იღებს თვითმფრინავებს 45 ავიახაზიდან. სასტუმრო მომსახურება შედგება ლუქსის კლასისა და სასტუმრო რეზიდენციისაგან. კონგრესის 9 სასახლეში შეიძლება ჩატარდეს საქმიანი შეხვედრები მაღალ დონეზე. 19 სამთო კურორტი ფუნქციონირებს დეკემბრიდან მაისამდე. ლაჟვარდოვანი სანაპირო მთელი წლის განმავლობაში წარმოადგენს ტურისტებისათვის ერთ-ერთ ძირითად მიმართულებას, მსოფლიოში ცნობილი კულტურული ღირსშესანიშნაობების გამო: კანის საერთაშორისო კინოფესტივალი, რომელიც ყოველწლიურად მაისში ტარდება, კარნავალი ნიცაში - ტარდება თებერვლის თვეში. თუ რა მნიშვნელობისაა ეს რეგიონი, ამის სრულად თქმა შეუძლებელია, აქ მრავალი რამაა წარმოდგენილი. მუზეუმები, გამოფენები, მაღაზიები, საზღვაო ზოოპარკი, სამორინეები, ღამის კლუბები, სპექტაკლები და სხვა.

ტურისტების ყურადრებას ასევე იქცევს მონაკო, რომელიც ხმელთაშუა ზღვის სანაპიროზე მდებარეობს, ალპების ძირში 195 ჰექტარზე, 12 კმ-ის მოშორებით იტალიის რივიერისგან. დღეისათვის მონაკო სუვერენული სახელმწიფოა, თუმცა არანაირი საბაჟო არ ფუნქციონირებს მონაკოსა და საფრანგეთის საზღვარზე, რაც თავისუფალ მიმოსვლას აადვილებს. საშუალოდ წელიწადში აქ 300 მზიანი დღეა, მონაკო ტურისტებს იზიდავს პლიაჟებით, თელასოთერაპიის ცენტრებით, მუზეუმებითა და ტროპიკული აკვარუიმებით. მონაკოში სტუმრების მისაღებად მრავალი სასტუმრო მუშაობს, რომეთა რანგი 4 ვარსკვლავით განისაზღვრება. მონტე კარლო ევროპის სამორინეების დედაქალაქია. ეს ერთ – ერთი ქალაქია იმ სამ ქალაქს შორის, სადაც სამორინეებისა და სათამაშო აპარატების ქსელია გავრცელებული. ქალაქი მონაკოს შემადგენლობაშია და ტურისტებს იზიდავს 1863 წელს აგებული სამორინით, ქალაქში მრავალი სათამაშო აპარატი და სამორინეა წარმოდგენილი, აქ არსებული მდიდრული სასახლეები დაუვიწყარ შთაბეჭდილებას ტოვებს ტურისტებზე.

ტურისტების ყურადღებას იქცევს ქვეყნის ჩრდილოეთით არსებული დასავლეთ ატლანტის ყველაზე მზიანი სანაპირო პუატუ შარანტის რეგიონი, აქ წარმოდგენილია საერთაშორისო სტანდარტის ქვიშიანი სანაპიროები, ისეთი როგორიცაა რუაიანი, ასევე პატარა ქალაქი: ფურასი, ლა პალმირი, სენ-პოლ-სიურ-მერი, მეშერი, ეს პლიაჟები

გამოსადეგია საიალქნო სპორტისა და საქარე სერფინგისათვის. ისეთი ციხესიმაგრეები, როგორიცაა ფორტ ბოიარდი, სანაპიროს იცავდნენ ზღვის მხრიდან. პლიაჟიდან შესაძლებელია გამგზავრება ყველანაირი სააექსკურსიო მარშრუტზე, რეგიონს ქალაქების მასშტაბით, სადაც ძვირფასი ისტორიული წარსული დღემდე შეიმჩნევა.

მსოფლიოში ცნობილია საფრანგეთის ალპების სამთო კურორტები. აღსანიშნავი კურორტებია: ლეზარკი, ლაპლანი, მენიუირი, ვალ დ იზერი, მერიბელი, შამონი და სხვა. მომბლანიდან მთელ სივრცეში ჩრდილოეთიდან ყველაზე სამხრეთით მდებარე მთებამდე, განლაგებუილია თანამდედროვედ აღჭუერვილი სათხილამურო ტრასები, რომლებიც ერთმანეთთან დაკავშირებულია ჩქაროსნული ავტოსტრასებით. ფრანგული სამთო - სათხილამურო კურორტებისა და ტრასების მაღალ ხარისხიანობა იწვევს ტურისტების ყურადღებას. საშუალოდ სამთო -სათხილამურო კურორტები დამსვენებელს სთავაზობს 80 სხვადასხვა სახის სათხილამურო ტრასას სირთულის მიხედვით 150 კილომეტრამდე. აქ მოემაერთებიან არა მარტო სპოერტსმენები შეჯიბრებებისათვის, არამედ გულშემტკივრებიც.

ყველაზე სანახაობრივ სპორტულ ღონისძიებებად ითვლება: მონტე კარლოს ავტორალი თებერვლის თვეში, 24საათიანი ავტო შეჯიბრებები ლე-მანში, ფრანგული დერბი შანტში, ტურ დე ფრანსი – ველორბოლა ივლისის თვეში, გარდა ამისა 1998 წელს აქ ჩატარდა მსოფლიო ჩემპიონატი ფეხბურთში და დიდი მუზარადის ღია ჩემპიონატი ჩოგბურთში. პარიზი ითვლება მსიოფლიო ლიდერად კონფერენციებისა და მაღალი ხარისხის ვაჭრობით. საქმიანი ტურიზმიდან მიღებული შემოსავალი შემოსვლითი ტურიზმიდან მიღებული შემოსავლის მესამედს წარმოადგენს. სხვადასხვა დეპარტამენების სავაჭრო პალატებს აქვთ შესაძლებლობა რომ მოაწყონ კომფერენციები და სამუშაო შეხვედრები.

ტურიზმი ესპანეთში

ესპანეთის ეკონომიკის ერთ-ერთი განვითარებული დარგია ტურიზმი. ესპანეთს ტურისტების რაოდენობის მხრივ მსოფლიოში მეორე ადგილი უჭირავს. ყოველწლიურად მას 57 000 000-ზე მეტი ადამიანი სტუმრობს. ტურისტების 85%

ზღვისპირა კურორტებზე დასასვენებლად ჩადის. ყველაზე დიდი პოპულარობით სარგებლობს კატალონიის კურორტები.ევროპაში განხორციელებული ყოველი მესამე კრუიზი სწორედ ესპანეთზე მოდის. ტურიზმის განვითარების ერთ-ერთი სახელშემწყობო ფაქტორია ესპანეთში არსებული საერთო სიიაფე, როგორც წესი ესპანეთში ჩასული ტურისტების ნაწილი საშუალო ფენის წარმომადგენელია. შესანიშნავი პლაჟები, სასიამოვნო კლიმატი, სასტუმროების ფართო არჩევანი, საინტერესო საექსკურსიო ზონა და რაც მთავარია, არაჩვეულებრივი პირობები საუკეთესო დასვენებისთვის- ეს ესპანეთია, დასავლეთ ევროპის ყველაზე საინტერესო და სასურველი საკურორტო ზონა. ის როგორც მშვიდი დასვენების, ასევე ღამის ცხოვრების მოყვარულთათვის საყვარელი ადგილია. აქ ისტორიული და არქიტექტურული ღირებულების მქონე სხვადასხვა ეპოქის უამრავი ქანდაკებაა, შესანიშნავი ტაძრები, შუა საუკუნეების ეპოქის სასახლეები, ცნობილ და განთქმულ მოქანდაკეთა შედევრები.

ტურიზმი ჩინეთში

ტურიზმი ჩინეთში საგრძნობლად გაფართოვდა ბოლო რამდენიმე ათწლეულის მანძილზე. 2016 წელს მას 43.1 მლნ ტურისტი ეწვია. ჩინეთი სხვა ქვეყნებისგან გამოირჩევა უცნაური ტრადიციებით, დამახასიათებელი სამოსით, კულთურით და სხვა.

პეკინი დიდებული ქალაქია, რომელმაც მაღალტექნოლოგიური განვითარების მიუხედავად, მაინც შეძლო საკუთარი ტრადიციული შარმის შენარჩუნება. მისი პატარა ჩაის სახლები, ნაჭრებისა და ხელნაკეთი ნივთების მაღაზიები, ძველი ტაძრები და ჩინელებისათვის დამახასიათებელი ქუჩის ხმაურიანი რესტორნები ამ ქალაქს განსაკუთრებულ მნიშვნელობას ანიჭებენ. ყველაზე ხმაურიანი ქუჩა ვანგფუჯინგი ტურისტებისთვის საყვარელი ადგილია. მთა კაულინზე, რომლის ძირას ფაიფურის დასამზადებლად საჭირო ნედლეულის საბადოა, დამთვალიერებელთა ნაკადი არ წყდება.

ტურიზმი თურქეთში

თურქეთში ტურიზმი ერთ-ერთი ყველაზე განვითარებული დარგია. 2015 წელს ის მსოფლიოს ყველაზე მონახულებადი ქვეყნების 10-ლში შედიოდა, თუმცა 2016 წლის მონაცემებით მას მე-12 ადგილი უჭირავს ამ სიაში. ეს განაპირობა 2016 წელს თურქეთის სახელმწიფო გადატრიალების მცდელობამ, ასევე არაერთმა ტერორისტულმა აფეთქებამ, რომელმაც უამრავი ადამიანი იმსხვერპლა და რათქმაუნდა ეს ყველაფერი უარკოფითად აისახა ტურიზმზე. 2016 წელს ტურისტთა ნაკადმა (-29%)-ით იკლო. თურქეთში ტურიზმი დამყარებულია ძირითადად ისტორიულ ადგილებზე, ზღვისპირა კურორტებზე, ეგეოსისა და ხმელთაშუა ზღვების სანაპიროებზე.

სტამბოლი ერთ-ერთი ყველაზე პოპულარული ადგილია ტურისტებისთვის. აქ არის ათასობით სასტუმრო. ის არის ყველაზე დიდი ქალაქი და საკმაოდ დიდი ისტორია აქვს. აქ არის სულთან აჰმედის მეჩეთი (ლურჯი მეჩეთი), აია სოფია, ტოპკაპის სასახლე, გალატას კოშკი და ა.შ. სტამბოლში ასევე არის ერთ-ერთი ყველაზე დიდი სავაჭრო ცენტრი Istanbul Cevahir Mall, რომელიც მსოფლიოს 7 უდიდეს სავაჭრო ცენტრს შორისაა.

როგორც უკვე აღვნიშნეთ ტურიზმი დღეს თითქმის ყველა ქვეყანაშია განვითარებული და ყოველწლიურად მილიონობით ტურისტი მოგზაურობს, ზოგიერთი ყვეყნისთვის კი ყველაზე შემოსავლიანი დარგია. ტურიზმი წარმოადგენს მნიშვნელოვან ეკონომიკურ ძალას, რომელიც უზრუნველყოფს დასაქმების, მოსახლეობის შემოსავლებისა და საგადასახადო შემოსავალთა ზრდას.

თავი II

საქართველოს ტურიზმის განვითარების ტენდენციები და შედეგები

2.1 საქართველოში არსებული ტურიზმის დარგები

საქართველოს ტურისტული პოლიტიკის მარეგულირებელი ორგანო არის ტურიზმის ეროვნული სააგენტო. ტურიზმის ეროვნული სააგენტო ახდენს ჩვენს ქვეყანაში გასული და ჩამოსული ტურისტების რაოდენობის დადგენას და გატარებული დროის ხანგრძლივობას ასევე განსაზღვრავს როგორც დანახარჯებს ასევე ფინანსურ მოგებას.იმისათვის რომ ტურისტების დიდი რააოდენობის მოზიდვა შევძლოთ, საჭიროა მაღალი ხარისხის მომსახურებების შეთავაზება.ასევე მაქსიმალურად უნდა ვეცადოთ ყურადღება გავამახვილოთ ისეთ მიმართულებებზე, როგორიცაა სამთო და ექსტრემ ტურიზმს, რადგან ძირითადად ამ დარგებით არიან უცხოელი ტურისტები დაინტერესებულნი. ქვეყნის იმიჯი ასევე უმჯობესდება ტურიზმის ისეთი დარგებითმ როგორიცაა აგროტურიზმი, ეკოტურიზმი და ა.შ.

ქვეყნისთვის ტურიზმის განვითარება საერთაშორისო კავშრების მნიშნელოვანი ნაწილია,ნებისმიერ შემთხვევაში ის ხელს უწყობს განვითარებას ,შემოსავლების ზრდას,უცხოური ვალუტის შემოდიენების ხარჯზე,იქმნება სამუშაო ადგილები,ტურიზმის განვითარება ქვეყანას ეხმარება სიღარიბისდაძლევაში,ეკონომიკური კეთილდღეობის გაუმჯობესებაში.

საქართველოში კულტურა,ისტორიული ძეგლები,კლიმატი გეოგრაფიული მდებარეობა,განთქმული სტუმართმოყვარეობა იძლევა საშუალებას ტურიზმის განვითარების.ჩვენს ქვეყანაში კურორტების განვითარება 19-20 საუკუნეში დაიწყო,ამ დროს მოხდა ბორჯომისა და აბასთუმნის აღმშენებლობა.

საბჭოთა პერიოდში ქართული კურორტები აღიარებული იყო როგორც საუკეთესო სამედიცინო დანიშნულების ადგილები.

ისეთი ქვეყნისთვის როგორიც საქართველოა ტურიზმი და კურორტები ერთმანეთისგან განუყოფელია. კურორტებზე როგორც დასვენება არის შესაძლებელი ასევე მკურნალობა და გაჯანსაღებისთვის არის შესანიშნავი.შეგვიძლია

დანამდვილებით ვთქვათ ,რომ რთულად თუ მოიძებნება მსოფლიოში ისეთი ადგილი, სადაც ყველა სახის სამკურნალო ობიექტები არსებობს,ეს იქნება ზღვისპირეთის თუ მთის კურორტების.უფრო რომ განვაზოგადოთ და სათითაოდ განვიხილოთ ყველა შესაძლებლობა რაც საქართველოს გააჩნია, შეგვიძლია ჩამოვთვალოთ რამდენიმე სახის ტურიზმი, რაც არის ჩვენს ქვეყანაში განვითარებული და ვისაუბროთ სათითაოდ ყველაზე.

გამაჯანსაღებელი და სამკურნალო ტურიზმი

სამედიცინო ტურიზმი შედარებით ახალი, მაგრამ ძალიან მნიშვნელოვანი და საინტერესო მიმართულებაა,სამედიცინო ტურიზმმა შექმნა მნიშვნელოვანი რამ, როდესაც პაციენტს არ აკმაყოფილებს საკუთარი ქვეყნის მედიცინის შესაძლებელობები მას საშუალება ეძლევა მიმართოს სხვა ქვეყანას დასახმარებლად ეს იქნება გამაჯანსაღებელი თუ სამკურნალო მიმართულებით. სამკურნალო და გამაჯანსაღებელი ტურიზმი ძალიან მნიშვნელოვანია ქვეყნისთვის რადგან ის ხელს უწყობს ქვეყანაში მედიცინის განვითარებას.

შეგვიძლია ავღნიშნოთ რომ საქართველო ამ მხრივ არის ძალიან მდიდარი რადგან ჩვენს ქვეყანაში დაახლოებით 2000 მდე მინერალური და სამკურნალო წყალი არსებობს,რომელიც ადამიანს ეხმარება სხვადასხვა ჯანრთელობის პრობლემების მოგვარებაში. ყველაზე გავრცელებული კურორტები ამ მხრივ არის: წყალტუბო,ქობულეთი,აბასთუმანი,ახტალა,ბაკურიანი,ბათუმი,ბახმარო,მწვანე კონცხი,საირმე ,პატარა ცემი,სურამი. შეგვიძლია ვთქვათ, რომ ეს კურორტები ეხმარება სპატურიზმის განვითარებას,მსოფლიოს სხვადსახვა ქვეყნებში აქვთ ინფორმაცია იმის შესახებ რომ თუ რამდენად სასარგებლოა ამ კურორტებზე ვიზიტი ჯანრთელობისთვის. გამაჯანსაღებელ და სამკურანლო ტურიზმს შეუძლია ძალიან დიდი სარგებელის მოტანა ქვეყნისთვის რადგან ჩვენ ვიზიდავთ გარკვეული ტიპის პაციენტებს.

საქართველოშო შესაძლებელია ისეთი სპეციფიკური სახეების განვითარება, როგორიცაა კლიმატური ანუ მთის ,ზღვის და ტყის კურორტები, ბალნეოლოგიური კურორტები,ისინი წარმოადგენენ ქვეყნის ტურისტულ ღირსებას.ჩვენი ქვეყნის მთის ჰავა გამოირჩევა სუფთა ჰაერით ,მზის ულტრაიისფერი სხივებით ,ჟანგბადის მაღალი შემცველობით.ასეთი ჰაერი ადამიანს სასიცოცხლო პროცესებს უაქტიურებს,ამშვიდებს ნერვულ სისტემას,აღადგენს სუნთქვის ფუნქციას,იმუნიტეტის გაუმოჯებესებისთვის არის იდეალური.

შავი ზღის კლიმატის შემთხვევაშიც შეგვიძლია ვთქვათ რომ ზღის ჰავას გააჩნია სამკურნალო თვისებები.მედიცინაში დამტკიცებულია რომ ის საუკეთესოა სისხლის მიმოქცევისთვის,სასუნთქი ორგანოებისთვის,ნერვიული სისტემისთვის.ურეკი განსაკუთრებულად გამოირჩევა მაგნიტური ქვიშებით.

ასევე აღსანიშნავია რომ გვაქვს უამრავი გაზიანი წყალი,რომელიც ძალიან სასარგებლოა საჭმლის მომნელებელი სისიტემისთვის,მინერალურ კურორტებში შეგვიძია დავასახელოთ:ბორჯომი,საირმე,შოვი და ა.შ.სამხწუხარო თითქმის ყველა ჩმოთვლილი კურორტი მხოლოდ სეზონურია და სულ რამდენიმე თვის განმავლობაში არის აქტიური.იმისათვის რომ ეს ადგილები გახდეს უფრო მიმზიდვლეი და საინტერესო ტურისტებისთვის საჭიროა გაკეთდეს სასტუმროები,რესტორნები,კაფე ბარები.აუცილებელი მოთხოვნა მხოლოდ ამ მიმართულებაში არა ნებისმერ მიმართულებაში აუცილებელია რომ იყოს კვალიფიციური გიდები,საჭიროა ბუკლეტების დამზადება რომ დიდი ინფორმაციის მიღება შეძლონ და ინტერესის გაღრმავება მოხდეს ტურისტების მხირდან. წყალტუბოს მაგალითი რომ განვიხილოთ იგი არის ცნობილი სამკურნალო და მინერალური წყლებით, დღეს უკვე თანამედროვე ტექნოლოგიები ,რომელიც კურორტზეა დანერგილი,საშუალებას გვაძლევს გავაუმჯობესოთ მინერალური წყლებით მკურნალობის შედეგები.იმისათვის რომ მსოფლიო ბაზარზე კონკურენცია გავუწიოთ სხვადასხვა ქვეყნებს, აუცილებელია რომ მოხდეს ამ სფეროში ინვესტიციების მოზიდვა,სახელმწიფოს ჩართლობა ,რაც საშუალებას მისცემს ადგილობრივ მოსახლეობას ხელი შეუწყონ სამკურნალო და გამაჯანსაღებელი ტურიზმის განვითარებას.საწიროა თავდაპირველად მოხდეს

დაბალი ფასის განსაზღვრა ნებისმერ მომხმსახურებაზე რადგან მოხდეს კურორტის პოპულაიზაცია.უნდა მოხდეს საგზაო სისტემის გაუმჯობესება მოწესრიგება ,განსაკუთრებით მაღალ მთიან ადგილებში.

აგროტურიზმი

„სოფლის ტურიზმის არის ტურისტების მცირე ჯგუფების მოზგაურობა დასვენების მიზნით ,სოფლის ზოგჯერ ცენტრიდან მოშორებულ ტრადიციულ დასახლებებში ადგილობრივი ტრადიციების და სოფლის ცხოვრების გასაცნობად. ტურისტული ობიექტების მფლობელები და მმართველები სოფლის მცხოვრებელები არიან,ხოლო ფერმერული ანუ აგროტურიზმი გულისხმოსბს ტურისტების განთავსებას თვით ფერმერულ სახლებში სასოფლო სამეურნეო საქმიანობის გაცნობას“

როდესაც საუბარს აგროტურიზმზე ვიწყებთ მნიშვნელოვანი და აღსანიშნავია რომ ამ შემთხვევაში ტურისტი მცირე დანახარჯებით ახერხებს დასვენებას და მისი ინტერესის დაკმაყოფილებას.

მნიშვნელოვანია ის რომ აგრო ტურიზმის დროს ადგილობრივი მოსახლეობისთვის შემოსავლის წყარო ხდება ,რადგან ტურისტები ხშირ შემთხვევაში ადგილობრივ მოსახლეობასთან ერთად ცხოვრობენ, ერთვებიან ყოველდღიურ საქმიანობაში, ეცნობიან ადგილობრივ კულტურას, კერძებს, მონაწილეობას ირებენ სხვადსხვა საქმიანობებში, ეს იქნება ყველის მომზადება, ღვინის დაწურვა,თევზაობაში მონაწილეობა თუ ადგილობრივი მიწების დამუშავება და ადგილობრივი კულტურის გაცნობა. ეცნობიან ადგილობრივ ფოლკლორს, ათვალიერებენ და აქტიურად ერთვებიან ადგილობრივ სახელოსნოებში სამუშაო პროცესებში რაც მათთვის არის ძალიან საინტერესო და სასიამოვნო პროცესი. აგრო ტურიზმის განვითარება უშუალო კავშირშია სასოფლო სამეურნეო დარგების განვითარებასა და აღდგენაში.

ტურისტების უმეტესობას წარმოდგენა არ აქვთ საქართველოს პოტენციალზე შესაძლებლობებზე, ამიტომაც უნდა მოხდეს რაც შეიძლება მეტად ამ ადგილების პოპულარიზაცია რომ მოვიზიდოთ უამრავი ტურისტი. რითაც გვაქვს შესძლებლობა რომ ქვეყანა ეკონომიკურად ძლიერი და დამოუკიდებელი გახდეს.

აგროტრუზიმის უპირატესობა არის ის რომ ის მუშაობს მთელი წლის განვალობაში არ აქვს სეზონური ინტერესი ტურისტების ხრიდან რაც რათქმა უნდა ადგილობრივი მოსახლეობისთვლის მთელი წლის ფინანსურ უზრუნველყოფას ნიშნავს.

რელიგიური ტურიზმი

ჩვენს დღევანდელ ცხოვრებაში რელიგიური ტურიზმი არის ერთ-ერთი ყველაზე აქტიური და მნიშვნელოვანი მიმართულება,ამ მიმართულების მიმართ ძლიერი ინტერესი ქვეყანას პოლიტიკურ და სოციალური სტაბილურობის მნიშვენლოვანი ფაქტორი ხდება.

მოსფლიო ტურისტული ორგანიზაციის (UNWTO) მონაცემებით ,პირველი ადგილი სწორედ რელიგიურ ტურიზმს უკავია. ეს მოტივი თანამედროვე ადამიანის გაზრდილი მოთხოვნილებების გამო არის,რადგან სურვილი აქვთ რომ ღრმად გაეცნონ მსოფლიო რელიგებს,გაიღმაონ ცოდნა თითეული რელიგიის მიმართულებით.

საქართველოში ეკლესია მონასტრები ყველა რეგიონშია განთავსებული თანაც არაერთუ,ტურისტის ინტერესი კონკრეტული რეგიონის და ეკლესია მონასტრის მიმართ გამოიწვევს და ხელს შეუწყობს ეკონომიკურ განვითარებას, როგორც ქვეყნის ასევე ადგილობრივი მოსახლეობის.

რელიგიური ტურიზმის ფინანსურად სარგებლობა შეუძლია როგორც სახელმწიფოს ასევე კერძო ბიზნესის წარმომადგენლებს და ადგილობრივებს.

საქართველოს აქვს უამრავი ეკლესია მონასტერი,რის შესახებაც ტურისტებმა არ იციან. ძირითადად მათი უმეტესობა ნანგრევების სახით არის შემორჩენილი.

თუ გვინდა რომ რელიგიური ტურიზმის განვითარებაზე ვისაუბროთ ამ შემთხვევაში აუცილებელი პირობა არის სახელმწიფოს ჩართულობა ძალიან დიდი დოზით. საჭიროა რომ უფუნქციოდ დატოვებული ეკლესია მონასტრების აღდგენა მოხდეს ამის შემდეგ კი ინფორმაციის მიწოდება ამის შესახებ რომ რაც შეიძლება მეტი ტურისტის მოზიდვა შეძლოს ჩვენმა ქვეყანამ.

განვიხილოთ რამდენიმე ეკლესია მონასტერი რომელსაც დაკარგული აქვს ფუნქცია და რომლის აღდგენაც გამოიწვევს ტურისტების დიდი რაოდენობის მოზიდვას და მათ ინტერესს, რაც პირდაპირ კავშირშია ფინანსურ სტაბილურობასთან.

კახის წმინდა გიორგის ეკლესია, რომელიც მდებარეობს უალამაზეს სოფელ კახში. ამ ეკლესიაში რამდენიმე წელია მსახურება აღარ ტარდება არ აღევლინება წირვა ლოცვა,დღეის მდომარეობით კი ეკლესია არის დაკეტილი და უფუნქციო.ასევე შეგვიძლია ვისაუბროთ გიშის საყდრის შესახებ რომრლის სოფელ გიშში მდებარეობს და ისიც არის დაკეტილი უფუნქციო და დანგრეული.

კახში არსებობს ასევე კასრის საყდრის ეკლესია რომელიც არის ასევე მიტოვებული და მხოლოდ ნანგრევებიღა არის შემორჩენილი.

იმისათვის რომ რელიგიური ტურიზმის განვითარებაზე ვიფიქროთ გვაქვს უდიდესი პოტენციალი და გვჭირდება მხოლოდ სახელმწიფოს დახმარება,რაც თავისთავად მოიტანს ქვეყენაში პოლიტიკურ სტაბილურობას და ეკონომიკურ სიძლიერეს.

ეკოტურიზმი

ეკოტურიზმი ბუნებრივი გარემოსა და ადამიანის მიერ შექმნილი კულტურული მრავალფეროვნებების დასათვალიერებად დაგეგმილი და განხორციელებული მოზგაურობაა. რა თქმა უნდა ზიანის მიუყენებლად უნდა ხდებოდეს ეს მოგზაურობა.

ეს არის მოგზაურობა როდესაც ტურისტების ჯგუფს მკაფიოდ აქვთ გაცნობიერებული გარემოს მიმართ საკუთარი პასუხისმგებლობა.

ადამიანისთვის და გარემოსთვის არის ძალიან სასარგებლო ეკოტურიზი, რადგან მინიმუმამდე არის დაყვანილი გარემოზე უარყოფითი ზეგავლენის მოხდენა, ასევე ეს მიმართულება ხელს უწყობს მოსახლეობის ეკონომიკური შემოსავლების ზრდას.

მიახლოებითი მონაცემებით მსოფლიოში ტურიზმის 15-20% ეკოტურიზმს განეკუთვნება. ეკოტურიზმის განვითარების ერთერთი მთავარი პრინციპი არის მოსახლეობის ჩართულობას,მისი საბოლოო მიზანი კი არის ბუნებრივი გარემოს

დაცვა. 1992 წელს საქართველოს მთავრობა შეუერთდა დაცული ტერიტორიების განვითარების ახლა პროგრამას და 1994-1997 წლებში მომზადდა ხუთი ეროვნული პარკისთვის,ბორჯომ-ხარაგაულის,თუშეთის,ვაშლოვანის ,კოლხეთის და მტირალას ეროვნული პარკები. ამის შემდეგ დაარსდა ბორჯომ-ხარაგაულის ეროვნული პარკი საერთაშორისო სტანდარტებით.

ტურისტებს რომლებიც ნაკლებად განვითარებულ რეგიონებს სტუმრობენ ხშირად მზად უნდა იყვნენ კომფორტის დასავიწყებლად ,ალბათ ეს ნაწილობრივ კიდევ უფრო მიმზიდვლეს და საინტერესოსო ხდის მათ მოგზაურობას,უნდა ჰქონდეთ

ადგილის შესახებ ინფორმაიცაა რომ მაქსიმალურად შეამცირონ გარემოზე უარყოფითი ზეგავლენა,

საქართველოს ნამდვილად გააჩნია საკმარისი რესურსი , რომ ეკოტურიზმით სერიოზული სარგებელი მიიღოს. ასევე ეკოტურიზმის დახმარებით საქართველოს ადგილობრივი კულტურის ტრადიციების და ცხოვრების ცნობადობის ზრდას.

განვიხილოთ ფშავხევსურეთის მაგალითზე ეკოტურიზმი, ის ცნობილა როგორც ერთერთი ულამაზესი მხარე საქართველოში.ფშავხევსურეთის უნიკალური კულტურული მემკვიდრეობა დღემდე აოცებს მსოფლიოს:ბუნება , ტრადიციები, წესჩვეულებები, ქარგვა, რეწვა, ხეზე მუშაობა.ფშავ-ხევსურეთში მრავალი სალაშქრო, საცხენოსნო და საფეხმავლო ტურისტული მარშრუტები არსებობს რაც ძალიან საინტერესოა ტურისებისთვის.ავსე არსებობს მეზობელ რეგიონებში ძალიან საინტერესო სალაშქრო ადგილები:ხევში, მთიულეთში, გუდამაყარში, თიანეთში და თუშეთში.

ღვინის ტურიზმი

საქართველოს შეგვიძლია თამამად ვუწოდოთ ღვინის სამშობლო. როგორც ამბობენ საქართველო აკვანია ხოლო კახეთი კი მის გულს წარმოადგენს. ძალიან მნიშვნელოვანია ღვინის კულტურაზე როდესაც ვიწყებთ საუბარს ავღნიშნოთ ქვევრი, რომელშიც საოცრად ინახება ღვინო და საუკუნეებს ითვლის მისი არსებობა ჩვენს

ქვეყანაში. ქვევრს შევხვდებით ძალიან ბევრგან ქართულ კულტურაში, ეს იქნება ეკლესია მონასტრებში თუ ადგილობრივი მოსახლეობის სახლებში.

ჩვენს ქვეყანაში 2000-მდე ყურძნის ჯიშიდან 500 ქართულია, ჩვენი გეოგრაფიული მდებარეობა გვაძლევს უდიდესს რესურსსა და შესაძლებლობას რომ საუცხოო ჯიშის ყურძენი მოვიყვანოთ და შემდეგ საუუცხოო ღვნო დავწუროთ.

ღვინის ადგილი ქვეყანაში არსებული რესურსებისა და შესაძლებლობებით განისაზღვრება, იგი ძალიან მნიშვნელოვანი კულტურის ნაწილია და ასევე სარფიანი შემოსავლის წყაროა.

ღვინის ტურიზმი მხოლოდ ყურძნის დაკრეფვა დაწურვით არ შემოიფარგლება. ამ დროს ტურისტი აგემოვნებს ადგილობრივ სამზარეულოს, ეცნობა ადგილობრივ კულტურას, ეკლესია მონასტრებს. დღეის მდგომარებით ძალიან ცნობილია ღვინის ტურიზმი და კიდევ უფრო მეტად იზრდება მისი ცნობადობა.

საჭიროა ტურისტებისთვის ინფორმაციის მიწოდება რომ ოდითგანვე რა ფასეული იყო ღვინო ჩვენთვის და მეღვინეობა. რის დასამტკიცებლადაც შეგვიძლია მოვიყვანოთ ერთი ასეთი ლეგენდა.

„სვანეთში არსებობს ერთი ძალიან პატარა მთა, რომელიც მეტად უცნაური ფორმისაა და იმერული მოგრძო ჭურს წააგავს, სვანური ლეგენდის თანახმად ზევსმა ამირანი (პრომეთე) როდესაც დასაჯა ბოლომდე არ გაწია და სწორედ ამ კლდეზე მიაჯაჭვა. ეს კლდე იყო ღვინით სავსე უზარმაზარი ჭური, რომელიც მუდამჟამს ღვინით იყო სავსე და ამირანი ასწლეულების მანძილზე ამ ქვევრიდან მწვეთავი ღვინის წვეტებით საზრდოობდა“ ეს შეიძლება უბრალო ლეგენდაა ადგილობრივი მოსახლეობის მიერ მოგონილი თუმცა კიდევ ერთხელ ადასტურებს რომ ღვინის დაყენების ტრადიცია ჩვენს ქვეყანაში უძველესი დროიდან არსებობს.

ღვინის უნიკალურ თვისებებზე რომ ვისაუბროთ შეგვიძლია ყურადღება მივაქციოთ მის სამკურნალო თვისებებს, ძველი კახური მეთოდით დაყენებულ ღვინოს ბევრად მეტი სარგებლობა მოაქვს ადამიანის ჯანმრთელობისთვის,ვიდრე ევროპულად დაყენებულ ღვინოს.იგი ორგანიზმის იცავს რადიაციული ნაერთების და მძიმე ლითონებისგან.

შეგვიძლია ვთქვათ რომ საქართველოს ნამდვილად გააჩნია რესურსები ტურიზმის ამ სფეროს განვითარებისთვის.რაც არა მხოლოდ ეკონომიკურ სარგებელს მოუტანს ქვეყანას და მოსახლეობას არამედ ადგილობრივ მოსახლეობას დაასაქმებს და განავითარებას ,ისტორიულ არამატერიულ ფასეულობებს დაიცავს.

გასტრონომიული ტურიზმი

მსოფლიოში ერთერთი პოპულარული სახეობა ტურიზმის არის გასტრონომიული ტურიზმი. საქართველოს როგორც სხვა უამრავი რესუსრისა აქაც ამოუწურავი შესაძლებლობები გააჩნია. რაც უფრო იზრდება კონკურენცია ტურისტული დანიშნულების ადგილებს შორის, მით უფრო მნიშვნელოვანი ხდება ადგილობრივი კულტურა, მისი ნამდვილობა, განსაკუთრებული ნიშნების მოძიება, გასტრონომიას ამ ყველაფერში დუდიდესი წვლილი შეაქვს, ის შეგვიძლია განვიხილოთ როგორც ქვეყნის სავიზიტო ბარათი.გასტრონომიული ტურიზმის უპირატესობა არის ის რომ მას სეზონი არ გააჩნია, ანუ წელიწადის ნებისმიერ დროს არის აქტუალური და შემოსავლის მომტანი. კარი ეროვნული სამზარეულო არის წინაპირობა ბევრი ტურისტის.

ჩვენი სამზარეულო ერთერთი საუკეთესოა მსოფლიოში, გვაქვს ძალიან მრავალფეროვანი არჩევანი.ასევე მნიშვნელოვანია ის რომ ტურისტს შესაძლებლობა აქვს თვითონვე მიიღოს მონაწილეობა ამა თუ იმ კერძის მომზადებაში ,ასევე ეცნობა ამ დროს ადგილობრივ ფოლკლორს ტრადიციებს და კულტურას. რაც ტურისტების დიდ ინტერესესს იწვევს და სასიამოვნოა მათთვის.

ძალიან მნიშვნელოვანია ქვეყნისთვის გასტროტურიზმის წარმოდგენა საერთაშორისო ტურისტულ გამოფენებზე სადაც სხვადსხვა ქვეყნის ტურ ოპერტაორები არიან , არიან ასევე სასტუმროს წარმოამდგენლები რითაც შესაძლებლობა გვეძლევა რომ მეტმა ადამიანმა გასინჯოს და ინტერესი გაუჩნდეს ჩვენი ქვეყნის სამზარეულოს მიმართ, ასეთი ქმედება აამაღლებს ქვეყნის სამზარეულოს ცნობადობას.

საქართველოს ნებისმიერი კუთხე მდიდარია თავისი ორიგინალური და განსხვავებული კერძებით, რაც საშუალებას გვაძლევს ტურისტებს შევთავაზოთ მრავალფეროვანი და დაუვიწყარი დღეები.

კარგი იქნებოდა საქართველოშ იტალიის მსგავსად ეწყობოდეს კულინარიული ტურები რც საშუალებას მისცემდა მიეღოთ კულინარიული გაკვეთილები

გასტრონომია ტურიზმის დიდი ბიზნესის მნიშვნელოვანი ნაწილია.

კრეატიული ტურიზმი

დღევანდელ ცხოვრებაში თანამედროვე ტენდენციებმა კრეატიულობა წარმატების სიმბოლოდ აქცია. ეს საკითხი ტურიზმსაც შეეხო და არსებობს ტურიზმის ასეთი მიმართულება რასაც კრეატიულ ტურიზმი ქვია.იგი ძალიან გავს კულტურულ ტურიზმს, თუმცა მისგან განსხვავდება იმით რომ იგი ტურისტებისთვის სანახაობების მხოლოდ დაკვირვებით კი არ შემოიფარგლებიან არამედ შეუძლიათ უშუალოდ მიიღონ მონაწილეობა ყველაფერში რაც ძალიან დიდი შთაბეჭდილებებს სთავაზობს მათ, ამ დროს უამრავ ახალ შესაძლებლობას პოულობენ საკუთარ თავში.

საქართველოში ეს ტურიზმის გულისხმობს ტრადიციულ საქმიანობაში ჩართვას.ეს იქნება: ხეზე კვეთა, ქარგვა, თექის დამუშავება, ძერწვა, სოფლის მეურნეობაში ჩაბმა, ღვინის დაწურვის პროცესში მონაწილეობის მიღება, ასევე არქეოლოგიური გათხრებიც შეგვიძლია ვახსენოთ აქვე, შეისაწავლია ადგილობრივ ტრადიციულ მედიცინას და სხვა მრაცალი. ამ უამრავი გამოცდილების შემდეგ ტურისტრბს მეტად ამახსოვრდებათ ქვეყანა, უფრო მძაფრია მათი მოგონებები და ბევრად უფრო სასიამოვნო.ავსტრიას აქვს შემდეგი სახის კრეატიული ტურიზმი ის ტურისტბს სთავაზობს, მონაწილეობა მიიღოს კულტურული სუვენირების შექმნაში, სთავზობენ ადგილობრივი კერძების დამზადებას რაც ძალიან საინტერესოა.

კრეატიული ტურიზმი უქმნის შესაძლებლობას ადგილობრივ მოსახლეობას დასაქმდეს და ჰქონდეს შემოსავლის წყარო.

სათავგადასავლო და სპეციალიზირებული ტურიზმი

რაც შეეხება ტურიზმის ამ მიმართულებას შეგვიძლია ვისაუბროთ ,იმ ტიპის გატაცებებზე რასაც საფუძვლად უდევს თხილამურებით სრიალი, ლაშქრობა, ალპინიზმი, ნადირობა, ჯომარდობა, თევზაობა. ასევე აქვე შეგვიძლია ვთქვათ არქეოლოგიური გათხრებიც. ამ ტიპის მიმართულებებს ძირითადად კვალიფიციური გიდები ატარებენ, რადგან გარანტირებული იყოს ტურისტისთვის უსაფრთხოების ნორმები,ასეთი ტიპის დასვენება მკაცრ კონტროლს უნდა ექვემდებარებოდეს და უნდა კონტროლდებოდეს.

პრაქტიკული მაგალისთივსთვის საქართველოში ბაკურიანი, გუდაური შეგვიძლია გამოვყოთ სათხილამუროდ. სათხილამურო სეზონი ნოემბერში იწყება და გვიან გაზაფხულზე მთავრდება, ტურისტები მრავლად სტუმრობენ ამ ადგილებს.

მიუხედავად იმისა რომ ჩვენმა ქვეყანამ ჯერ კიდევ ვერ დაიკავა საპატიო ადგილი მსოფლიო ტურისტულ ბაზარზე, მაინც შეგვიძლია ვთქვათ რომ ტურისული ნაკადების ზრდა ფიქსირდება ჩვენს ქვეყანაში რაც ძალიან კარგია. ფაქტია რომ მსოფლიო ინტერესდება ჩვენი ქვეყნის უდიდესი და ამოუწურავი პოტენციალით, ამის დასტური კი არია არაერთი ინვესტიცია ჩვენს კურუორტებზე უცხოელების მიერ. თუმცა რა თქმა უნდა საკმარისი არ არის ის რის გამოყენებასაც ჩვენი ქვეყანა ახერხებს. საჭიროა პოტენციალის მაქსიმალურად გამოყენება. ჩვენი ქვეყნის ტურისტების უდიდეს ნაწილს შეადგენენ სოომხეთის, აზერბაიჯანის, თურქეთის და უკრაინის მოქალაქეები. ტურისტი რომელიც არის ქვეყნის სტუმარის ის იყენებს ადგილობრივ საკვებს, სასმელს,საცხოვრებლად სასტუმროებს ან ადგილობრივი მოსახლეობის ოჯახებს.ეს ყველაფერი უნდა იყოს მოწესრიგებული ისე რომ ტურისტს ჰქონდეს კიდევ დაბრუნების სურვილი ჩვენს ქვეყანაში. ტურიზმის განვითარება იწვევს ქყვეანაში ეკონომიკურ სტაბილურობას, ადგილობრივი მოსახლების დასაქმებას, რაც ძალიან მნიშვნელოვანი და საჭირო, ასევე ადგილობრივი პროდუქტის რეალიზებას. ჩვენი ქვეყნის უდიდესი პოტენციალიდან და რესურსიდან გამომდინარე აუცილებელია ტურიზმის განვითარება.

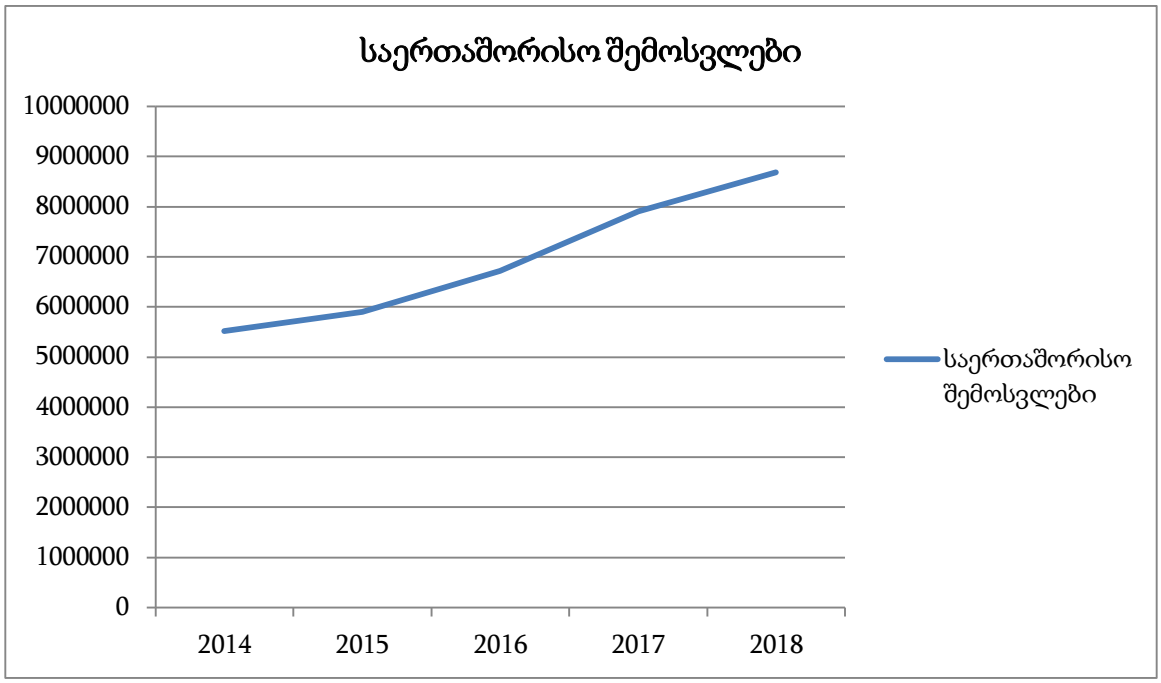
სოციალური ტურიზმი

როდესაც საუბარს ვიწყებთ სოციალურ ტურიზმზე ამ შემთხვევაში ვგულისხმობთ დაბალი შემოსავლების მქონე ადამიანების მოგზაურობას, ვინც მოკლებული არის მაღალი ხარისხის ტურისტული მომსახურებით სარგებლობას.ესენი შეიძლება იყვნენ მრავალშვილიანი ოჯახები,პენსიონერები და ა.შ

მიუხედავად იმისა რომ ჩვენმა ქვეყანამ ჯერ კიდევ ვერ დაიკავა საპატიო ადგილი მსოფლიო ტურისტულ ბაზარზე, მაინც შეგვიძლია ვთქვათ რომ ტურისული ნაკადების ზრდა ფიქსირდება ჩვენს ქვეყანაში რაც ძალიან კარგია. ფაქტია რომ მსოფლიო ინტერესდება ჩვენი ქვეყნის უდიდესი და ამოუწურავი პოტენციალით, ამის დასტური კი არია არაერთი ინვესტიცია ჩვენს კურუორტებზე უცხოელების მიერ. თუმცა რა თქმა უნდა საკმარისი არ არის ის რის გამოყენებასაც ჩვენი ქვეყანა ახერხებს. საჭიროა პოტენციალის მაქსიმალურად გამოყენება. ჩვენი ქვეყნის ტურისტების უდიდეს ნაწილს შეადგენენ სოომხეთის, აზერბაიჯანის, თურქეთის და უკრაინის მოქალაქეები. ტურისტი რომელიც არის ქვეყნის სტუმარის ის იყენებს ადგილობრივ საკვებს, სასმელს,საცხოვრებლად სასტუმროებს ან ადგილობრივი მოსახლეობის ოჯახებს.ეს ყველაფერი უნდა იყოს მოწესრიგებული ისე რომ ტურისტს ჰქონდეს კიდევ დაბრუნების სურვილი ჩვენს ქვეყანაში. ტურიზმის განვითარება იწვევს ქყვეანაში ეკონომიკურ სტაბილურობას, ადგილობრივი მოსახლების დასაქმებას, რაც ძალიან მნიშვნელოვანი და საჭირო, ასევე ადგილობრივი პროდუქტის რეალიზებას. ჩვენი ქვეყნის უდიდესი პოტენციალიდან და რესურსიდან გამომდინარე აუცილებელია ტურიზმის განვითარება.

სქემა 2.1

2.2 საქართველოს ტურისტული ბაზრის სტატისტიკური ანალიზი

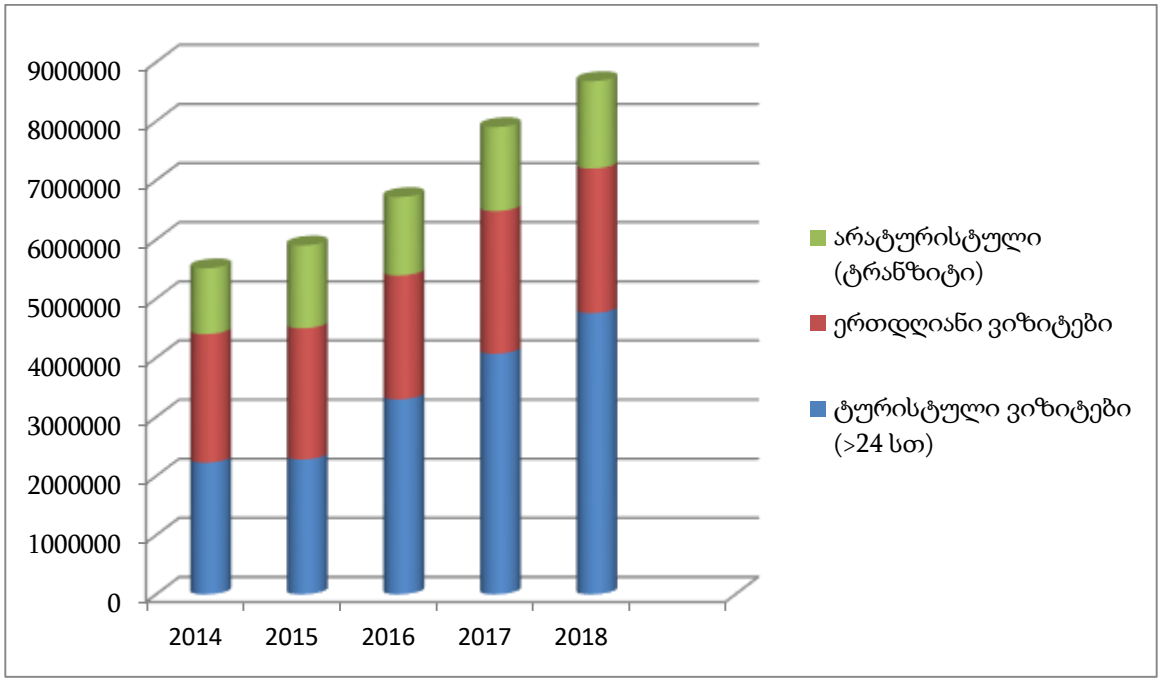


- წყარო: https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/100/turizmis-statistika საერთაშორისო შემოსვლები 2014დან 2018მდე

2014 წლიდან საერთაშორისო შემოსვლების მაჩვენებელი ყოველწლიურად იზრდება. მაქსიმალურ მაჩვენებელს აღწევს 2018 წელს, რაც შეადგენს 8679544 ტურისტს. მათ შორის არიან როგორც ერთდღიანი მოგზაურები, ასევე ისეთი ტურისტები, რომლებიც საქართველოს ტერიტორიაზე 24 საათზე მეტ ხანს გაჩერდნენ. ამასთანავე აღსანიშნავია, რომ მთლიანი შემოსვლებიდან 17% მოდის ტრანზიტით მოგზაურებზე.

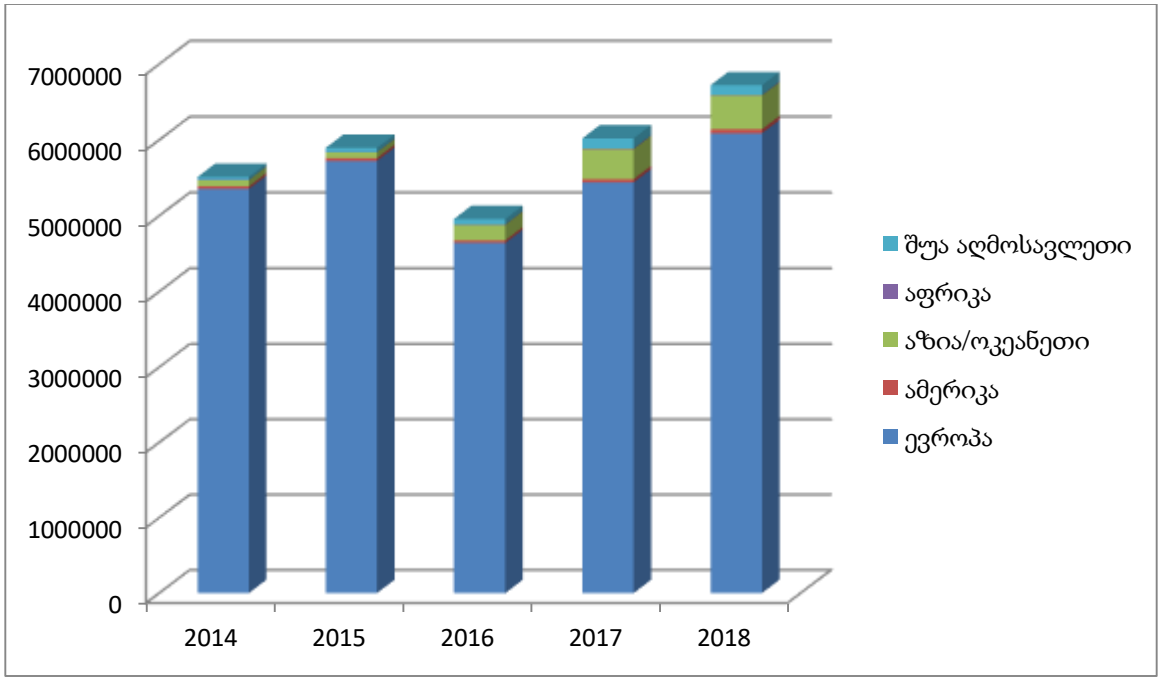
სქემა 2.2

საერთაშორისო მოგზაურების კლასიფიკაცია



სქემა 2.3

საერთაშორისო ვიზიტები რეგიონების მიხედვით



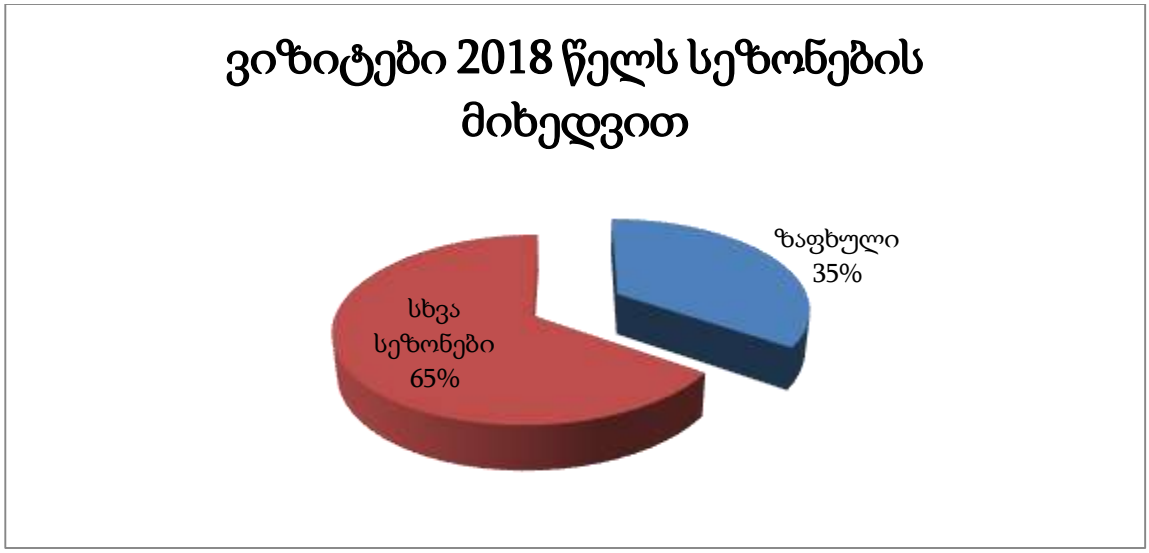
როგორც გრაფიკი გვიჩვენებს, 2014-2015 წლებში, ტურისტების 97% შემოსვლა ფიქსირდებოდა ევროპიდან. ეს მაჩვენებელი 2016 წელს 93%, ხოლო 2017-2018 წლებში 90% იყო.გვ.12

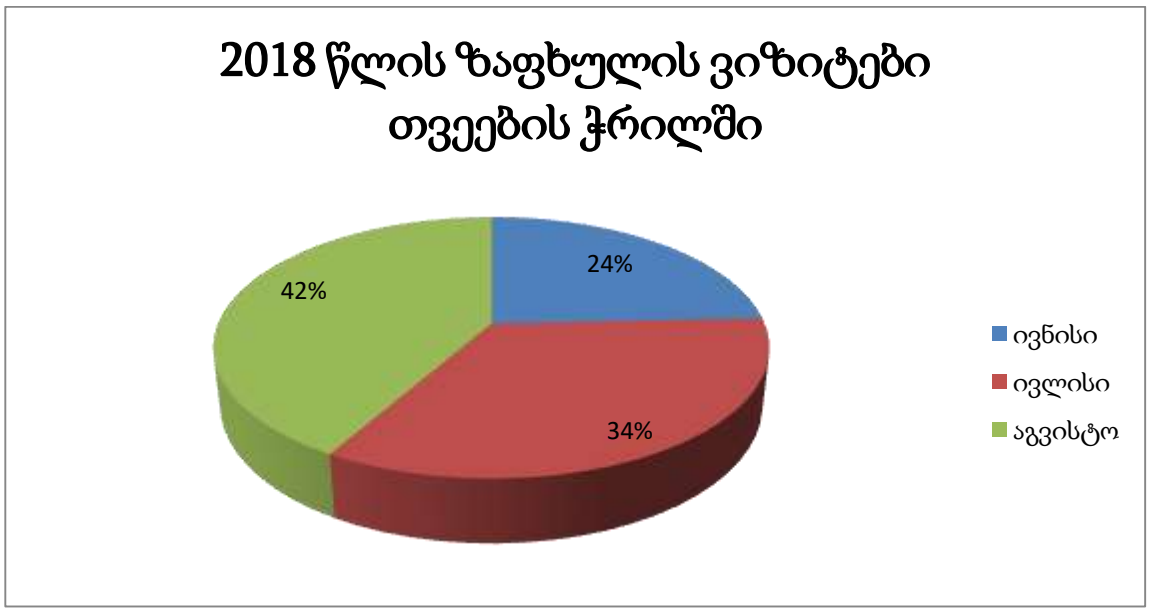
სქემა 2.4

საერთაშორისო ვიზიტები თვეების მიხედვით 2018 წელი

საერთაშორისო ვიზიტორების მიერ განხორციელებულ ვიზიტებს შორის ყველაზე პოპულარული ზაფხლის სეზონია 2492924 ვიზიტით, რაც მთლიანი ვიზიტების 34,6% შეადგენს. ზაფხულის თვეების მიხედვით კი ვიზიტები შემდეგნაირად ნაწილდება: ივნისი - 606792, ივლისი - 845588 და აგვისტო 1040544. გვ.24

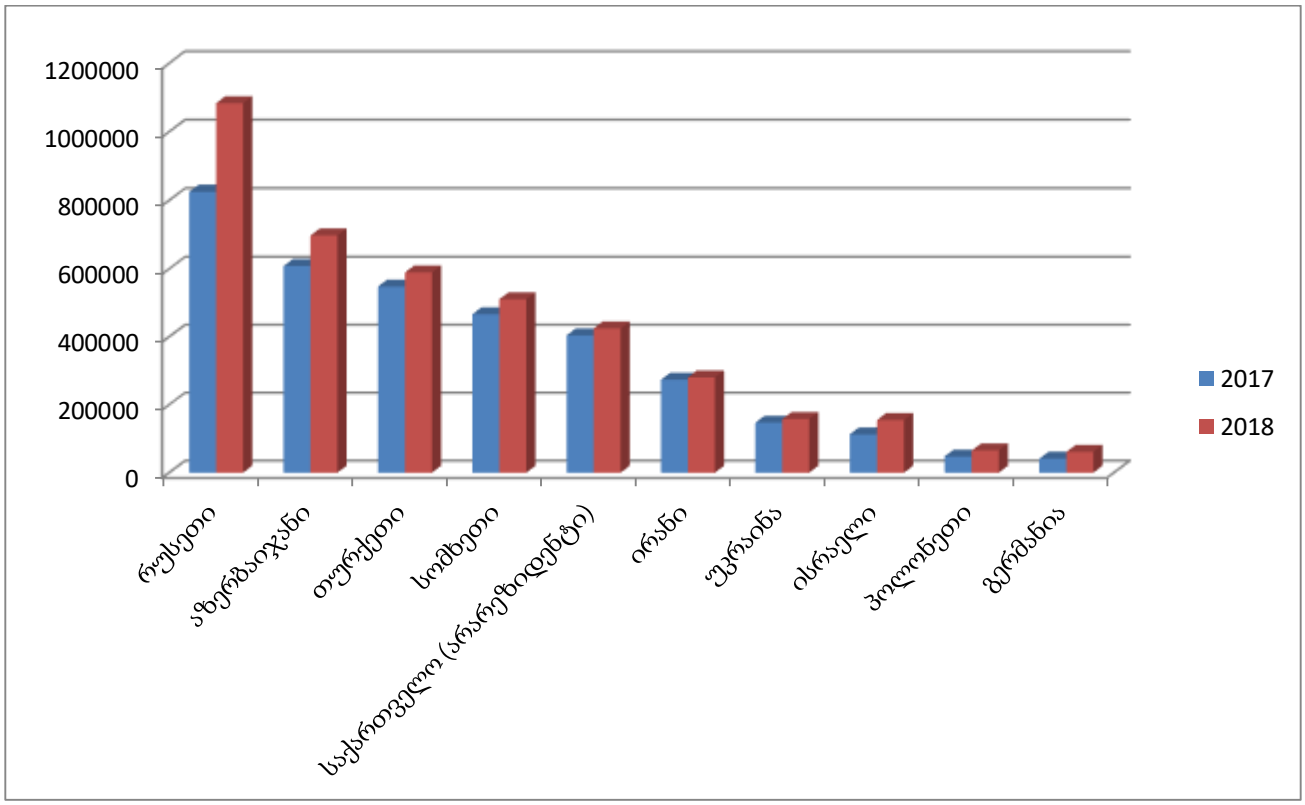
სქემა 2.4





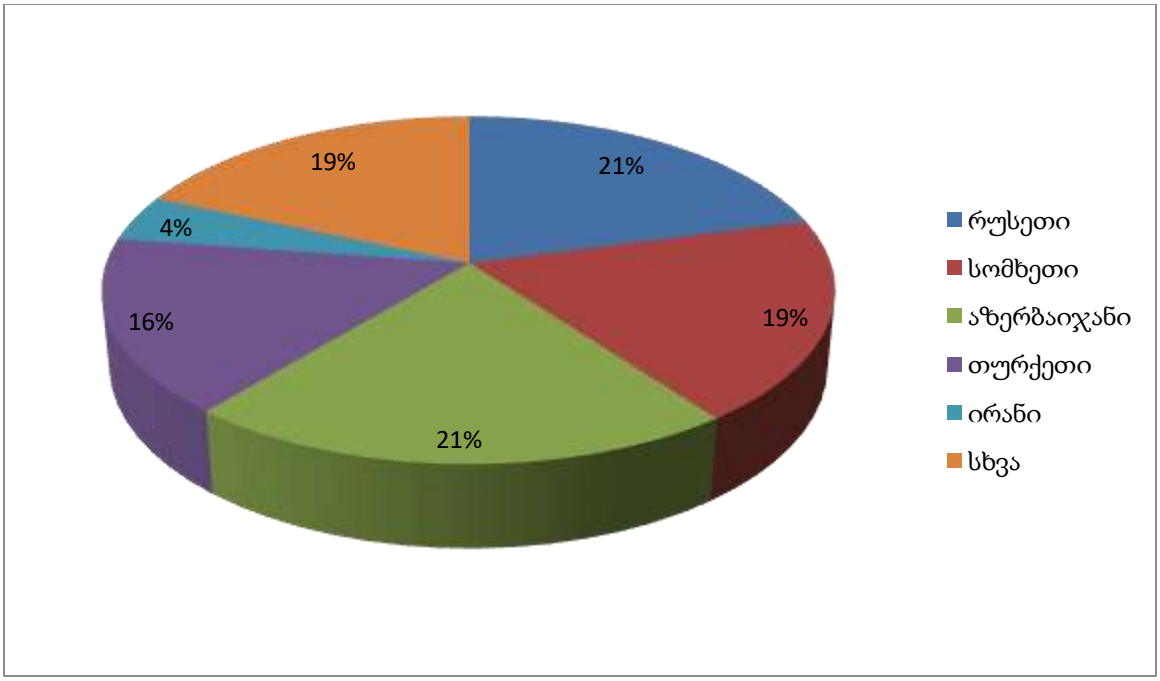
სქემა 2.5

საერთაშორისო ტურისტული ვიზიტები (2017-2018), პირველი 10 ქვეყანა



სქემა 2.6

საქართველო-საერთაშორისო ვიზიტების განაწილება

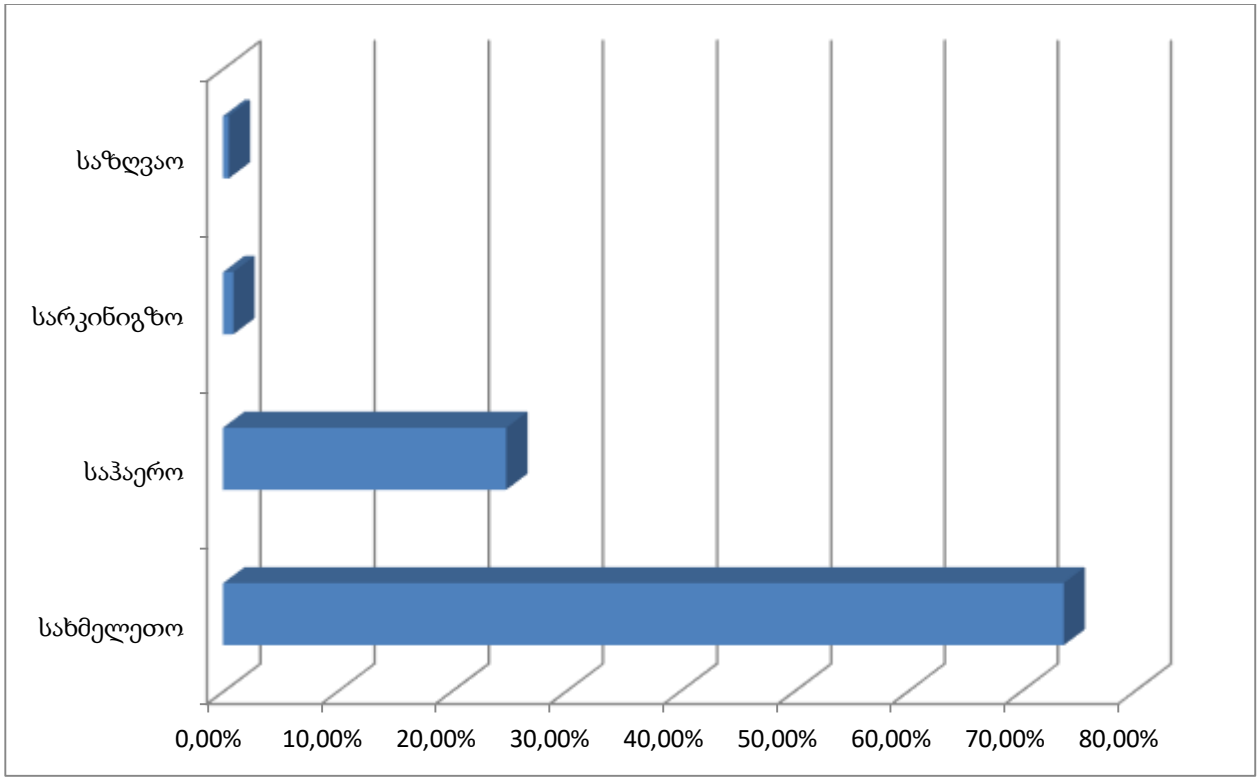


თუ ვიზიტების კლასიფიკაციას ქვეყნების მიხედვით მოვახდენთ, როგორც შემომსვლელი, ასევე გამსვლელი ვიზიტორებით ლიდერობს რუსეთი და აზერბაიჯანი.

რაც შეეხება საქართველო-საერთაშორისო ვიზიტების კლასიფიკაციას საზღვრის ტიპების მიხედვით, აქ უპირობოდ ლიდერობს სახმელეთო გზა 73.8%-ით. მას მოყვება საჰაერო ტრანსპორტი 24.8%-ით. ხოლო სარკინიგზო და საზღვაო ტრანსპორტი შესაბამისად 0.9% და 0.5% ინაწილებენ.გვ.46

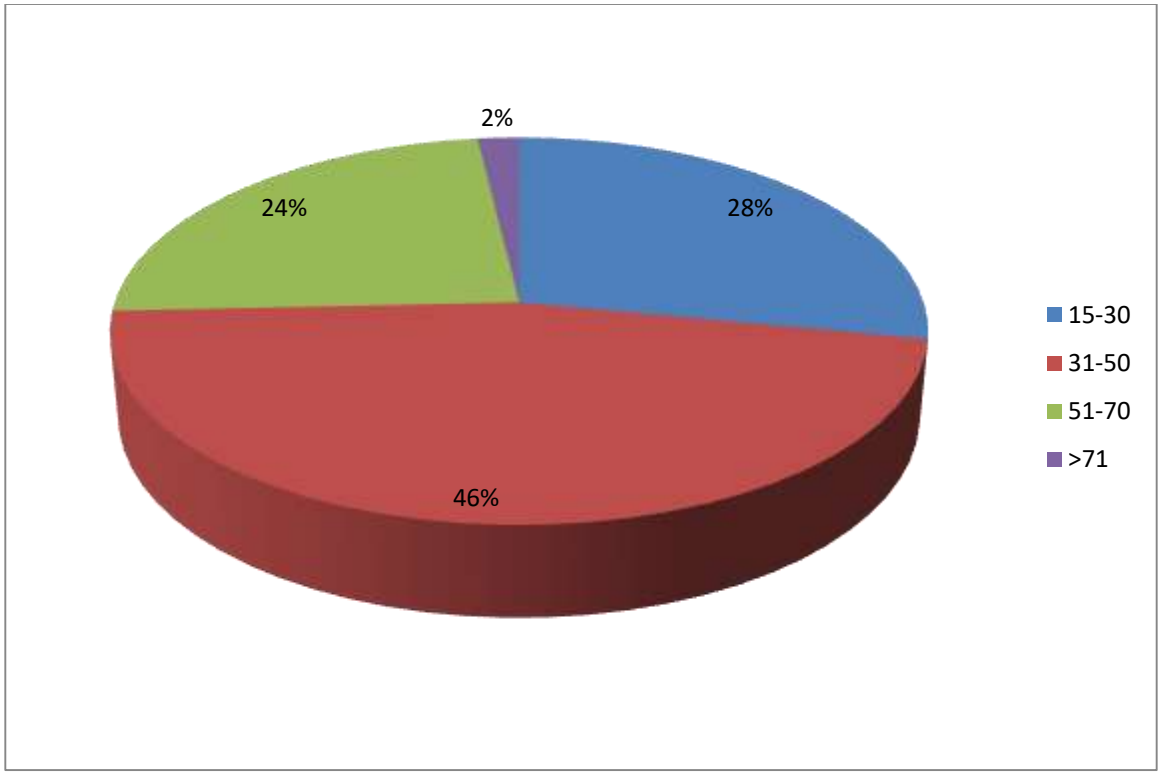
სქემა 2.7

საქართველო-საერთაშორისო ვიზიტები საზღვრის ტიპების მიხედვით



სქემა 2.8

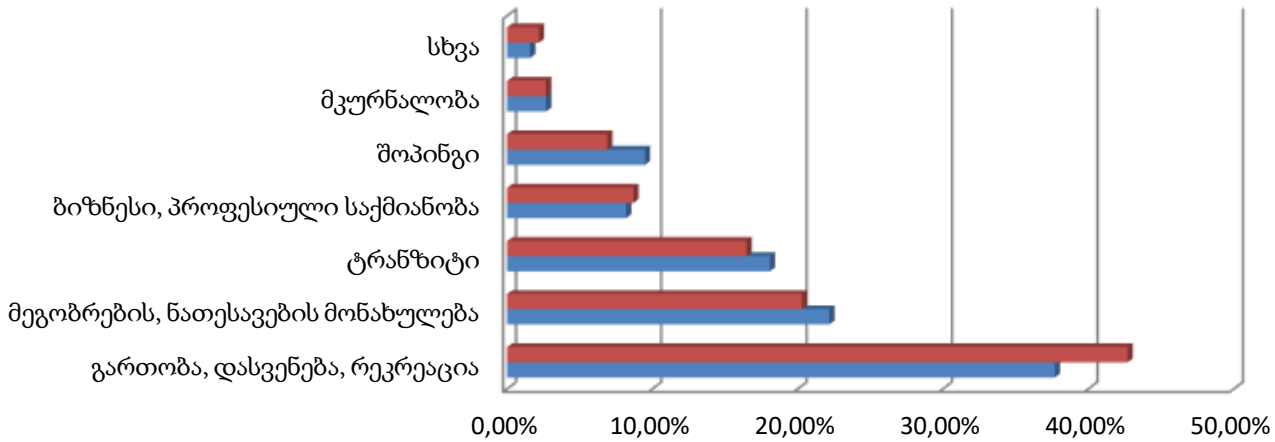
საერთაშორისო ვიზიტორები ასაკობრივი ჯგუფების მიხედვით



ასაკობრივი ჯგუფების მიხედვით ლიდერობს 31-50 წლის ასაკობრივი კატეგორია. ამ ჯგუფის წილი მთელ ტურისტებში 46% შეადგენს. ეს ძირითადად განპირობებული იმით, რომ ამ ასაკში როგორც წესი ადამიანები პროფესიულად შემდგარნი არიან და შესაბამისად შემოსავლებიც ისეთ ზღვარს აღწევს, რომ მოგზაურობისთვისაც გარკვეული წილი რჩებათ. ამასთან ამ ასაკში იზრდება ბიზნესისა და პროფესიული საქმიანობის გამო სხვადასხვა ქვეყნების მონახულება. ამის შემდეგ თითქმის ერთნაირი პროცენტული მაჩვენებელი მოდის 15-30 და 51-70 წლის ასაკობრივ ჯგუფზე, რომლებიც შესაბამისად 28% და 24% ინაწილებენ.გვ.56

სქემა 2.9

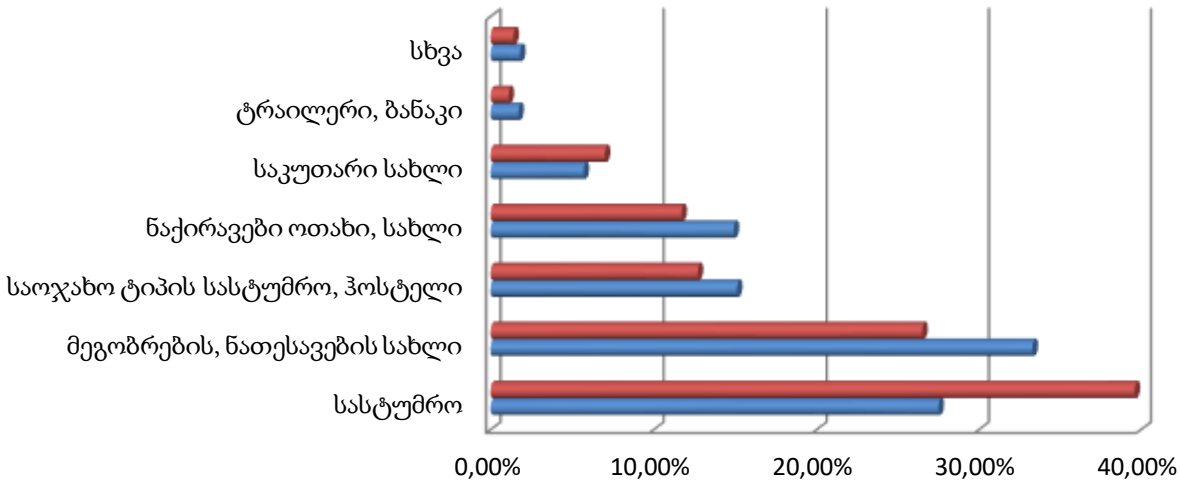
ვიზიტის მთავარი მიზანი



	გართობა, დასვენება, რეკრეაცია	მეგობრების, ნათესავების მონახულება	ტრანზიტი	ბიზნესი, პროფესიული საქმიანობა	შოპინგი	მკურნალობა	სხვა
2018	42,70%	20,30%	16,50%	8,70%	6,90%	2,70%	2,20%
2017	37,70%	22,20%	18,10%	8,20%	9,50%	2,70%	1,60%

სქემა 2.10

განთავსების საშუალებებში ღამისთევა



	სასტუმრო	მეგობრების, ნათესავების სახლი	საოჯახო ტიპის სასტუმრო, ჰოსტელი	ნაქირავები ოთახი, სახლი	საკუთარი სახლი	ტრაილერი, ბანაკი	სხვა
2018	39,60%	26,50%	12,70%	11,70%	7,00%	1,10%	1,40%
2017	27,50%	33,30%	15,10%	14,90%	5,70%	1,70%	1,80%

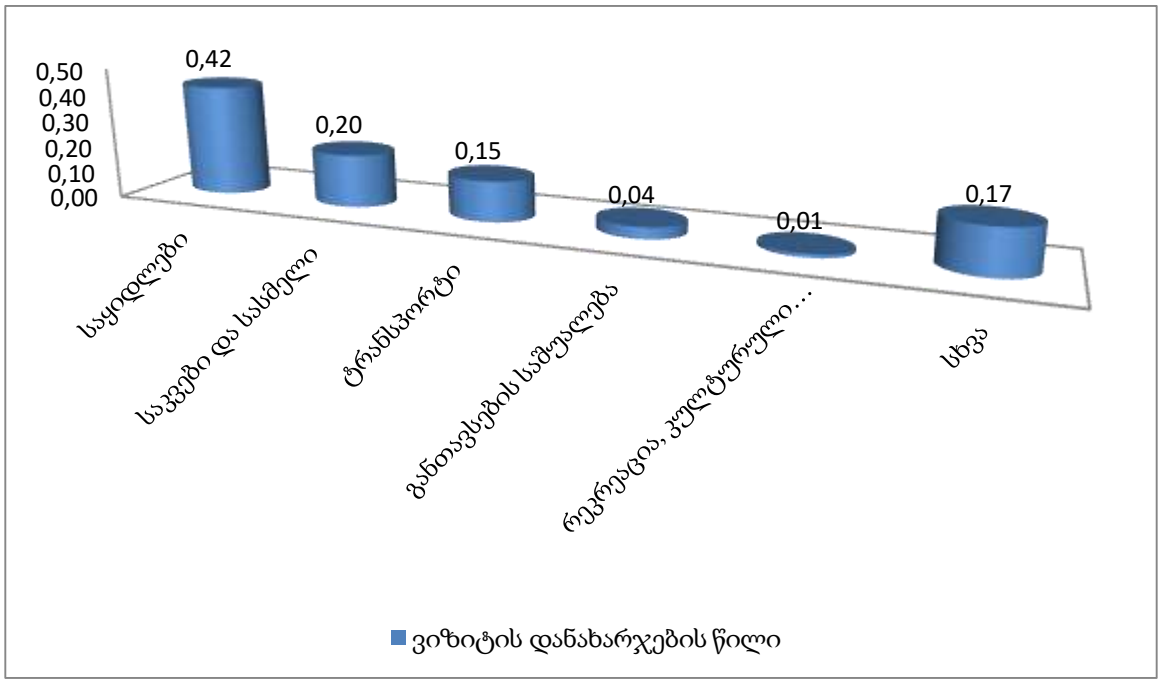
თუ შევადარებთ 2017 და 2018 წლებს მოგზაურობის მთავარი მიზნის მიხედვთ, ორივე წელს ლიდერობს დასვენება და რეკრეაცია, და მეგობრებისა და ნათესავების მონახულება. უნდა აღინიშნოს ასევე, რომ ტრანზიტის წილმა მთლიან შემომსვლელებში 2018 წელს 2017 წელთან შედარებით თითქმის 2%-ით დაიკლო. ასევე 2%-ით დაიკლო ნათესავებისა და მეგობრების მოსანახულებლად ჩამოსულმა ვიზიტორებმა და ამის ხარჯზე გართობისა და რეკრეაციის მიზნით ჩამოსულმა ტურისტების რიცხვმა 37%-დან 42%-მდე, ანუ 5%-ით მოიმატა.

რაც შეეხება განთავსების საშუალებებს, საყურადღებოა ის ფაქტი, რომ სასტუმროებში განთავსების წილმა 2018 წელს 2017 წელთან შედარებით 12%-ით მოიმატა. ეს ცვლილება ძირითადად გამოწვეული იყო მეგობრებისა და ნათესავების სახლში ღამისთევის პროცენტული წილის შემცირებით. აღნიშნული დადებითად აისახება საქართველოში არსებულ სასტუმრო ბიზნესზე.გვ.75

ვიზიტის დანახარჯები კი შემდეგნაირად ნაწილდება. ლიდერობს საყიდლებზე დანახარჯები 42%-ით. ამას მოყვება საკვებზე და სასმელზე გაწეული დანახარჯი და ტრანსპორტზე დანახარჯები შესაბამისად 20%-ით და 15%-ით.

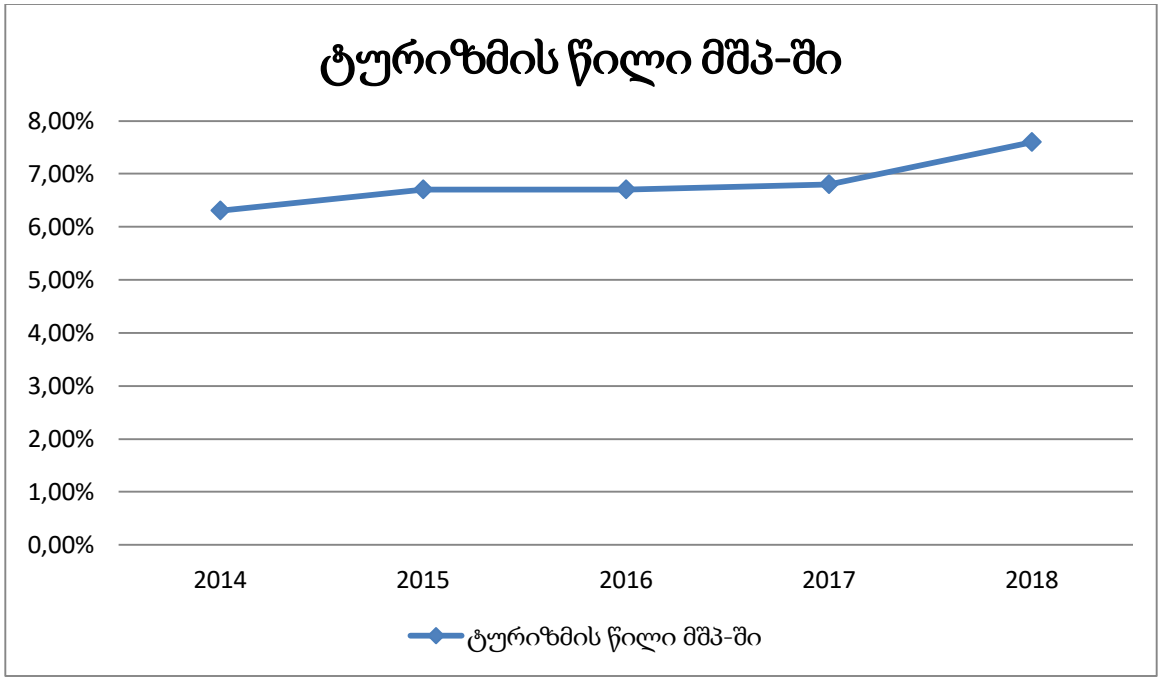
სქემა 2.11

ვიზიტის დანახარჯების წილი საქონელსა და მომსახურებაზე



ტურიზმი რომ ქვეყნის ეკონომიკისთვის მნიშვნელოვან შემადგენელ ნაწილს წარმოადგენს, ამას ტურიზმიდან შემოსავლების მშპ-ში წილიც გვიჩვენებს. 2014 წლიდან მისი პროცენტული წილი სტაბილურად იმატებს და 6.3%-დან 7.6%-მდე ადის.გვ. 77

სქემა 2.12

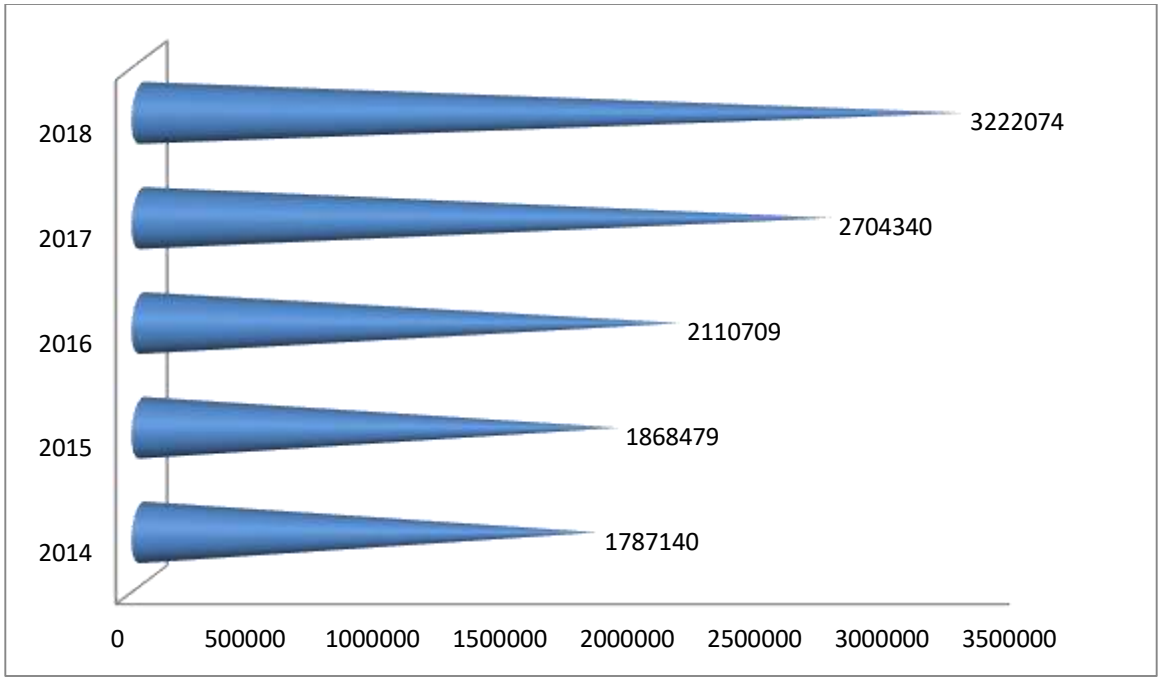


აბსოლიტურ მაჩვენებელში თუ განვიხილავთ შემოსავლები სართაშორისო ტურიზმიდან ყოველწლიურად იზრდება და 1787140 ათასი აშშ დოლარიდან 3222074 ათას აშშ დოლარამდე იზრდება 2014-2018 წლების პერიოდში.

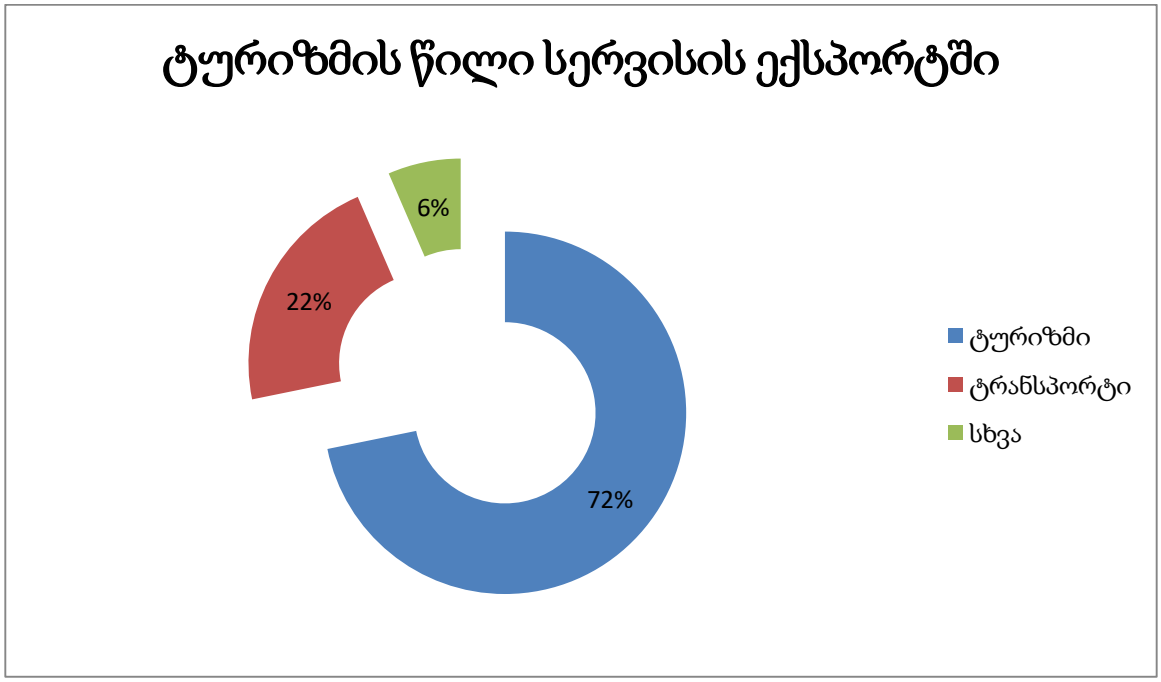
ხოლო 2018 წელს ტურიზმის წილი სერვისის ექსპორტში უპირობო ლიდერია და მთლიანი სერვისის ექსპორტის 72%-ს შეადგენს.გვ.54

სქემა 2.13

შემოსავლები საერთაშორისო ტურიზმიდან (ათასი აშშ დოლარი)



სქემა 2.14



ქვეყნის სამთავრობო პოლიტიკა დიდ გავლენას ახდენს ტურისტულ ნაკადებზე. ამის კარგი მაგალითია რუსეთიდან შემოსული ტურისტების რაოდენობის ანალიზი

2017-2019 წლებში. 2017 წელს რუსეთიდან შემოსული ტურისტების რაოდენობა 1135057 იყო, ხოლო 2018 წელს 1404757. როგორც ვხედავთ, ტურისტების რიცხვი აღნიშნული ქვეყნიდან 23,8%-ით გტაიზარდა. მოლოდინი ასეთივე იყო 2019 წელსაც, მაგრამ პოლიტიკურმა დაძაბულობამ გამოიწვია ის, რომ 2019 წელს რუსეთიდან შემოსული ტურისტების რიცხვმა 1471558 შეადგინა და შესაბამისად წინა წელთან შედარებით ზრდა მხოლოდ 4,8% იყო.

აქედან გამომდინარე, ქვეყანამ მრავალი ფაქტორი უნდა გაითვალისწინოს, როდესაც მიზანი არის ტურისტული ბაზრის ზრდა-განვითარება.გვ.43

3. საქართველოს ტურიზმის განვითარების სტარტეგია და კონკურენტუნარიანობა მსოფლიოში

3.1 საქართველოს ტურიზმის სტარტეგია

თემის ამ ნაწილში ვისაუბრებთ თუ რამდენად მნიშვნელოვანია საქართველოსთვის ტურიზმის სფერო და რა კეთდება იმისთვის რომ გაიზარდოს ტურიზმის წილი საქართველოში, რათა უფრო ფართო მასშტაბისთვის გახდეს საინტერესო და ასევე მივიღოთ ეკონომიკური ზრდა ამ სფეროდან, მეტი შემოსავალი, მეტი დასაქმებული მოსახლეობა და შესაბამისად მეტი ტურისტი.

საქართველოს მთავრობის ამოცანაა ამუშავდეს და განხორციელდეს გეგმა, რომელიც მდიდარ ბუნებრივ და კულტურულ რესურსებს მსოფლიო დონის ტურისტულ პროდუქტად და უნიკალურ შთაბეჭდილებების მიღების შესაძლებლობად აქცევს. ამ გეგმის მიხედვით უნდა მოვიზიდოთ უფრო მაღალგადხდისუნარიანი ტურისტები ევროკავშირის ქვეყნებიდან, ჩრდილოეთ ამერიკიდან, ახლო აღმოსავლეთიდან და აზიიდან.

ჩვენ ვისაუბრებთ, სტრატეგიის შემშავების პროცესზე, მის სტრუქტურაზე, მიზნებზე, გამოწვევებზე და ასევე შესაძლებლობებზე, დასაწყისში მინდა ავღვნიშნო, რომ სტრატეგიის შემუშავების პროცესი, მსოფლიო ბანკის ჩართულობით, ერთი წლის განმავლობაში მიმდინარეობდა. დოკუმენტის მომზადებისას გაიმართა კონსულტაციები ორგანიზაციებისა და სპეციალისტების ფართო სპექტრთან, რომელთა შორის იყვნენ სახელმწიფო ხელისუფლებისა და მუნიციპალიტეტების წარმომადგენლები, ტურ-ოპერატორები, სატრანსპორტო სფეროს წარმომადგენლები,ინვესტორები, დაცულ ტერიტორიებსა კულტურულ მემკვიდრეობებზე პასუხსიმგებელი უწყებები, წარმომადგენლები განთავსების ობიექტებიდან და სხვა დაინტერესებული მხარეები.

ტურიზმის განვითარების მთავარი გამოწვევების იდენტიფიცირების, იდეების გენერირებისა და მათი განხორციელების პრიორიტეტულობის განსაზღვრის მიზნით გაიმართა მრავალი კონსულტაცია სახელმწიფო, კერძო და არასამთავრობო

სექტორის წარმომადგელებთან, ასევე ჩატარდა სამუშაო შეხვედრები დარგის დამოუკიდებელ ექსპერტებთან. სტრატეგია მომზადებულია სსიპ - საქართველოს

ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის, მსოფლიო ბანკისა და სხვა წყაროებიდან მიღებული კვლევებისა და მონაცემების ანალიზის საფუძველზე. სტრატეგიაში ნათლად გვაქვს განხილული შემდეგი საკითხები: ტურიზმის დარგი და არსებული მდგმარეობა საქართველოში, კვლევების ანალიზი და კონსულტაცია შესაბამის სამუშაო ჯგუფთან, დაიგეგმა ამოცანები და ღონისძიებები, რომლებიც სახელმწიფო და კერძო ინვესტიციებიდან უზრუნელყოფს, მაქსიმალური ამონაგების მიღების შესაძლებლობას. კვლევის სახელწოდებაა „საქართველოს ტურიზმის სტრატეგია 2025“

„საქართველოს ტურიზმის სტრატეგია 2025“ შემუშავდა ორ ეტაპად, პირველ სამუშაო დოკუმენტში მოცემულია დეტალური სიტუაციური ანალიზის შედეგები, მათ შორის, ტურიზმის მნიშვნელობის ზრდისა და ინვესტიციებიდან მაქსიმალური ამონაგების მიღების ძირითადი დამაბრკოლებელი ფაქტორები და შესაძლებლობები, ასევე მათი შესწავლა და ანალიზი. მეორე ეტაპზე მომზადდა სტრატეგიის დოკუმენტი სამუშაო ჯგუფის რეკომენდაციების გათვალისწინებით. სტრატეგიის ნაწილს წარმოადგენს სამოქმედო გეგმა, რომელიც ასევე განსაზღვრავს სხვადასხვა აქტივობაზე პასუხისმგებელ უწყებებს, განხორცელების ვადებს, მიზნობრივ მაჩვენებლებს, საჭირო დაფინანსების წყაროებს და შედეგების საზომ ინდიკატორებს.

საქართველოს ტურიზმის სტარტეგიული ხედვა მდგომარეობს შემდეგში, 2025 წლისთვის საქართველო ცნობილი იქნება, როგორც მოწინავე, ყველა სეზონის, მაღალი ხარისხის ტურისტული ქვეყანა, გამორჩეული თავისი კულტურული და ბუნებრივი მემკვიდრეობით, მსოფლიო დონის მომსახურებითა და სტუმარმასპინძლობის უძველესი ტრადიციით.

ინფრასტრუქტურაში განხორციელებული სტრატეგიული ინვესტიციების, განათლების უზრუნველყოფის, მარკეტინგისა და მსოფლიო მასშტაბით მაღალგა-დახდისუნარიანი ტურისტებისთვის უნიკალური ქართული შთაბეჭდილებების შეტავაზების გზით, საქართვე ტურიზის დარგში არსებული კონკურენციის მოწინავე რიგებში წარმოჩინდება.

ვიზიტორების მიერ დახარჯული თანხის გაზრდის შედეგად ტურიზმის წვლილი საქართველოს ეკონომიკის ზრდასა და განვითარებაში მნიშვნელოვად მოიმატებს, მეტი ყურადღება დაეთმობა ვიზიტორთა ხარისხსა და მრავალფეროვნებას, ვიდრე ვიზიტორთა რაოდენობას.

რაც შეეხება სტრატეგიის მიზნებს, დაინტერესებულ მხარეებთან სადაც ვგულისხმობთ ორგანიზაციებისა და სპეციალისტების ფართო სპექტრს, რომელთა შორის იყვნენ სახელმწიფო ხელისუფლებისა და მუნიციპალიტეტების წარმომადგენლები, ტურ-ოპერატორები, სატრანსპორტო სფეროს წარმომადგენლები,ინვესტორები, დაცულ ტერიტორიებსა კულტურულ მემკვიდრეობებზე პასუხსიმგებელი უწყებები, წარმომადგენლები განთავსების ობიექტებიდან და სხვა დაინტერესებული მხარეები. მათთან კონსულტაციის შედეგად განისაზღვრა შემდეგი მიზნები:

- მაღალ გადახდისუნარიანი ტურისტული ბაზრებიდან საჰაერო მგზავრობის გამარტივება, ასევე შიდა სატრანსპორტო ქსელების გაუმჯობესება, ქვეანაში ვიზიტორთა ნაკადების თავისუფალი გადაადგილების უზრუნველყოფისათვის;
- ქვეყნის კულტურული და ბუნებრივი სიმდიდრის გამოყენებით ვიზიტორებისთვის უნიკალური და ამარლებული შთაბეჭდილებების მიღების შესაძლებლობების შექმნა, რაზეც ზარდი მოთხოვნაა მსოფლიოს ყველაზე მაღალგადახდისუნარიან ტურისტულ ბაზარზე;
- ვიზიტორთა მომსახურების გაუმჯობესება (უცხო ენის ფლობის თვალსაზრისით და ტრანსპორტირების განთავსების საშუალებების), რათა ქვეყნის შესახებ მიზნობრივი მარკეტინგული აქტივობების შედეგად ჩამოყალიბებული წარმოდგენა გამართლდეს, ხოლო, ჩამოსულმა ვიზიტორმა პოზიტიურიგზავნილები გაავრცელონ საქართველოზე და განმეორებიტ ესტურონ ქვეყანას;
- მონაცემთა შეგროვებისა და ბაზრის კვლევის შესაძლებლობების გაუმჯობესება, უფრო მეტად გადახდისუნარიანი ტურისტული ბაზრების მოთხოვნებისა და თავისებურებების უკეთ შესწავლის მიზნით;

▪ ხსენებული კვლევებისა და დამატებითი მარკეტინგული რესურსების გამოყენება მაღალგადახდისუნარიანი ბაზრების უფრო ეფექტურად ასათვისებლად, მათთან კავშირების დასამყარებად და საქართველოს, როგორც მსოფლიო დონის ტურისტული დანიშნულების ქვეყნის ცნობადობუს ასამაღლებლად.

მიზნების შემდეგ ჩვენ შეგვიძლია ვისაუბროთ იმ დასახულ განვით-არების გეგმებზე, რომლებიც შემუშავდა კვლევისას:

○ ტურიზმიდან მიღებული შემოსავლების გაზრდა არსებული დონიდან (1.9 მილიარდი აშშ დოლარი) 6.6 მილიარდი აშშ დოლარამდე;

○ დარგისმიერ მთლიან შიდა პროდუქტში შეტანილი პირდაპირი წილი უნდა შეადგენდეს 7.9%-ს;

○ ყოველი ვიზიტორის მიერ აშუალოდ დახარჯული თანხს გაზრდა არსებული 328 აშშ დოლარიდან 600 აშშ დოლარმდე;

○ ტურიზმში დასაქმეული პირების რაოდენობის გაზრდა დაახლოებით 90%-ით არსებული 158,515-დან 301,284-მდე;

○ ვიზიტის საშუალი ხანგრძლივობის გაზრდა არსებული 5 დღიდან 7 დღემდე;

○ ტურიზმის სფეროში პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების 63%-ით გზრდა, არსებული 723 მილიონი აშშ დოლარიდან 1,178 მილიონ აშშ დოლარამდე;

○ დასავლეთ ევრპის, აზიისა და ჩრდილოეთ ამერიკის მაღალგადახდისუნარიანი ბაზრებიდან ვიზიტორთა რაოდენობის გაორმაგება;

იზნის მისაღწევად საჭიროა განვიხილოთ სტრატეგიის შემდეგი საფხურები, რომლებიც გვეხმარება ზემოთ ხსენებული მიზნის მისაღწევად ტურიზმის სფეროში, ეს საფეხურები მოიცავს: საერთაშორისო მოგზაურებს, შემსავლებს საერთაშორისო ტურიზმიდან და ასევე ტურიზმის წილი მშპ-ში.

განვიხილოთ თითოეული მათგანი, საერთაშორისო მოგზაურები დაგვეხმარება ქვეყნის ცნობადობის გაზრდაში, ტურისტული ინფრასტრუქტურის განვითარებაში და მაღალი ხარისხის მომსახურების შეთავაზებაში. შემოსავლებს რაც შეეხება მოიცავს ტურისტული პროდუქტის განვითარებას, საპრომოციო აქტივობებს

მაღალგადახდისუნარიან ბაზარზე და ასევე მაღალი ხარისხის მომსახურების გაწევას. მესამე საფეხურია ტურიზმის წილი მშპ-ში და შესაბამისად იგულიხმება: ინვესტიციების მოზიდვა ტურიზმის სექტორში, კერძო სექტორის ზრდის ხელშეწყობა და ტურისტული პროდუქტის განვითარება.

სამუშაო ადგილების საშუალო წლიური რაოდენობა, ტურიზმის ასოცირებულ ინდუსტრიებში ასევე მნიშვნელოვანია მიზნის მისაღწევად და განვიხილოთ შესაბამისი ინსტუმენტები, რმლებიც მოიცავს ტრენინგებს, ლექციებს, სამუშაო შეხვედრებს ტურიზმის სექტორში დასამებლთათვის; ასევე კერძო სექტორის ზრდის ხელშეწყობა და წამახალისებელ აქტივობებს. ვიზიტორის საშუალო დანახარჯები რომ დავადგინოთ, ყურადრება უნდა მივაქციოთ შემდეგ ინსტუმენტებს: კონცენტრირება მაღალგადახდისუნარიან სეგმენტზე; მაღალი ხარისხის მომსახურების შეთავაზება; ახალი ტურისტული პროდუქტის შეთავაზება და არსებულის დივერსიფიკაცია. მნიშვნელოვანია ასევე გავთვალოთ გაჩერების საშუალო ხანგრძლივობა, ამ შემთხვევაში მნიშვნელოვანია მარკეტინგული კომპანიები, რომლებიც იმ ვიზიტორებზე კონცენტრირდება, რომლებიც ხანგრძლივი პერიოდით დარჩებიან ქვეყანაში; ახალი ტურისტული პროდუქტის შეთავაზება და არსებულის დივერსიფიკაცია და რაც ასევე მნიშვნელოვაია მაღალი ხარისხის მომსახურება. შემდეგი საკითხია პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები ტურიზმის სექტორში აქ მოიაზრება ტურისტული ინფრასტრუქტურის განვითარება; ხელსაყრელი გარემოს შექმნა და ასევე ქვეყნის ცნობადობის გაზრდა, მიზნის მისაღწევად ასევე ყურადღება უნდა მვაქციოთ საერთაშორისო შემოსავლების სტრუქტურას, შესბაამისად ამ საკითხში მნისვნელოვან როლს თამაშობს მარკეტინგული კომპანიები, უნდა მივიღოთ მონაწილეობა საერთაშორისო გამოფენებში და საპრომოციო აქტივებების წარმოდგენა ახალ ბაზრებზე.

შესაძლოა გაგვიჩნდეს კითხვა თუ როგორ უნდა მიაღწიოს ჩვენმა ქვეყანამ სასურველ შედეგს? ამ კითხვაზე პასუხი განისაზღვრა სახელმწიფო, კერძო, არასამთავრობო სექტორისა და სამოქალაქო საზოგადოებასთან კონსულტაციების

შედეგად, სასურველი შედეგის მისაღებად ქვემოთ ჩამოთვლილი პრინციპები დაგვეხმარება.

❖ კერძო სექტორის წამყვანი როლი - ტურიზმი უნდა განვითარდეს საბაზრო ტენდენციებზე დაყრდნობით, ინდუსტრიის თაოსნობითა და მთავრობისა და სამოქალაქო საზოგადოებასთან თანამშრომლობით.

❖ ბაზრების პრიორიტეტულობის განსაზღვრა - საქართველოს ტურიზმის განვითარებისა და მარკეტინგის სტრატეგია უნდა იყოს ორიენტირებული ისეთი მიზნობრივი ბაზრების დაინტერესებასა და მომსახურებაზე, რომლებიც ჩადებული ინვესტიციიდან ყველაზე მეტ ამნაგებს მოიტანენ.

❖ სახელმწიფოს სრული ჩართულობა - ტურიზმის სფეროს წარმატებული განვითარება საჭიროებს სახელმწიფო ხელისუფლებისა და მუნიციპალიტეტების ორგანოების ჩართულობას, მათ შორის, საიმიგრაციო, განათლების, ინფრასტრუქტურის, საზოგადოებრივი უსაფრთხოების სამსახურებისა და სხვა უწყებების კოორდინაციას.

❖ მდგრადობა - განვითარების პროცესში გათვალისწინებული უნდა იყოს „ეროვნული გეოგრაფიული საზგადოების“ (National Geographic Society) – „გეო-ტურიზმის“ კონცეფცია. „გეო-ტურიზმი“ მოგზაურობის სახეობაა, რომელიც ორიენტირებულია დანიშნულების ადგილის გეოგრაფილი თავისებურებების შენარჩუნებასა და დაცვაზე, მათ შორის, გარემოს, ესთეტიკის, კულტურული მემკვიდრეობისა და ადგილობრივი მოსახლეობის კეთილდღეობის ხელშეწყობაზე.

❖ საქართვლოს სტუმართმოყვარეობის კულტურის განვრცობა მომსახურების სფეროზე - საქართველოს სტუმართმოყვარეობის კულტურა მომსახურების სფეროზე უნდა განივრცოს ტრენინგების, განათლების ხელშეწყობისა საზოგადოებაში ტურიზმის მნიშვნელობის შესახებ ცნობიერების ამაღლების გზით.

ტურიზმის სფეროში სახელმწიფო და კერძო ინვესტიციბის გაზრდა რა ტქმა უნდა მნიშვნელოვანია საქართველოს ტურიზმის განვითარებისთვის, ამიტომ შემუშავდა სტრატეგიები, რომლებიც მდგომარეობს შემდეგში: ახალი, კერძო ინვესტიციების მოზიდვა ტურიზმის სექტორისათვის; მსხვილი ინფრასტრუქტურისა და

კომუნიკაციების გაუმჯობესება ტურისტული დანიშნულების ადგილებში სივრცითი მოწყობის პრინციპების გათვალისწინებით; ავიაციის დარგის განვიტარება და საქართველოს მიმართულებიტ განხორციელებული რეისების რაოდენობის გაზრდა; საკურიზო ლაინერების პორტებსა და ნავსადგომებში ინვესტირება, კერძო სექტორისათვის შეღავათების დაწესება და საკრუიზო ლაინერების წახალისება დარჩენის გახანგრძლივების მიზნით; სარკინიგზო და საგზაო ტრანსპორტისა და შესაბაისი ინფრასტრუქტურის გაუმჯობესება და მომსახურების ხარისხის ამაღლება ვიზიტორების მოთხოვნების გათვალისწინებით, განსაკუთრებით, ტურისტულად მიმზიდველ დანიშნულების ადგილებსა და ქალაქებში; ინვესტიციების განხორციელება საზღვაო ტურისტულად მნიშვნელოვან ადგილებზე საზოგადოებრივი დანიშნულების ობიექტების განვითარებისათვის (საშხაპეები, გამოსაცვლელი ოთახები, ნაგვის ურნები, სანაპირო ზოლებზე მისასვლელი ტერიტორიები და ა.შ); ინდივიდუალური მოგზაურობის ხელშეწყობის მიზნით საინფორმაციო დაფებისა და მიმართულებების მაჩვენებელი მანიშნებლების დამატება ქვეყნის მაშტაბით (საერთაშორისო ან ევროკავშირის სტანდარტების გამოყენებით) და ბოლოს მნიშვნელოვანი ასევე ინვესტიციების განხორციელება შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე პირთათვის ტურისტული ობიექტების ხელმისაწვდომობის უზრუნველსაყოფად.

ტურიზმის განვითარების სტრატეგიაში, მნიშვნელოვანია ეფექტიანი მარკეტინგისა და საინფორმაციო კომპანიის საშუალებით ვიზიტორების მოზიდვა მაღალგადახდისუნარიანი ბაზრებიდან და შიდა ტურიზმის სტიმულირება. გაგაცნობთ იმ ეტაპებს, რომელთა დამხმარებითაც შეგვიძლია მივაღწიოთ, ზემოთ აღნიშნულ სტრატეგიას, ესენია: შიდა ტურიზმის სტიმულირება; ტურისტული დანიშნულების ადგილის მარკეტინგის დეტალური წლიური სტრატეგიის ჩამოყალიბება და განხორციელება, მაშსი სამიზნე ბაზრების პრიორიტეტულობის წარმჩენა, საქმიანობის მკაფიოდ დასახვა და წარმატების შძეფასებვის საზომების განსაზღვრა; ტურისტული დანიშნულების ადგილი ცნობადი და შთამბეჭდავი ბრენდის შექმნა; კონრეტული რეგიონების მარკეტინგული აქტივობების, მათ შორის,

მათი ბრენდინგის მხარდაჭერა; ინტერნეტ და სოციალურ მედია საშუალებებიტ შინაარსზე ორიენტირებული მარკეტინგული ღონისძიებების განხორციელება, მათ შორის, ისტორიების გაზიარებითა (storytelling) და თემატური კომპაიების გზით; საზოგადოებასთან ურთიერთობისა და მედია შესაძლებლობების გამოყენება; საერთაშორისო ტურისტულ ინდუსტრიასთან ურთიერთობების დამყარება და სენარჩუნება; საერთაშორისო გამოფენა-ბაზრობებზე საქართველოს წამოჩენის გაუმჯობესება, კულტურის ღვინის, ნიმუშებისა და სხვა მიმართულებების წარდგენით; მარკეტინგული სააგენტოების, დიპლომატებისა და დიასპორის წარმომადგენლების ჩართვა საერთაშორისო მარკეტინგულ აქტივობებში და სხვა; საუკეთესო მარკეტინგული გამოცდილების დანერგვის მიზნით სახელმწიფო და კერძოსექტორის წარმომადგენლების პროფესიულ ასოციაციებში გაწევრიანებასა და აქტიური თანამშრომლობის მხარდაჭერა, ესენი შეიძლება იყოს მაგალითად: სათავგადასავლო ტურიზმის პროფესიული ასოციაცია (ATTA) ან ტურისტულიდანიშნულების ადგილების მარკეტინგის საერთაშორისო ასოციაცია (DMAI) ან კიდე სხვა.

ბოლოს განვიხილოთ ასევე მნიშვნელოვაი სტრატეგია ტურიზმის სფეროში, რომელიც ეხება ბუნებრივი და კულტურული მემკვიდრეობის რესურსების გამოყენებას ტურიზმში, ასევე უნიკალური და ავთენტური შეთავაზების შექმნას. აღნიშნული საკითხი გულისხმობს: სტრატეგიაში განსაზღვრული პრიორიტეტული პროდუქტებისა და ბაზრის მოთხოვნებზე დაყრდნობით ტურისტული პროდუქტის განვითარებისთვის სტრატეგიული ნაბიჯების დაგეგმვას; უნიკალური შეტავაზების შექმნისა და გავრცელების მიზნით კერძო სექტორისთვის ფინანსური და ტექნიკური მხარდაჭერის შესაბამისი პროგრამების დანერგვას; არქეოლოგიური გათხრების ადგილებისა და მუზეუმების შენობების გამოყენება დროებით და თემატური გამოფენების მოწყობის მიზნით ასევე სპეციალური ღონისძიებების მოწყობა, მხარდაჭერა და რეკლამირბა.

3.2 საქართველოს ტურიზმის კონკურენტუნარიანობა მსოფლიო ბაზრზე

საქართველოს ტურიზმის როლი მსოფლიო ბაზრაზე უნდა იყოს კონკურენტ უნარიანი, აქ განვიხილავთ რა საშუალბებით გავხდებით კონკურენტუნარიანი და რა როლი უკავია საქართველოს ტურიზმს მსოფლიო ბაზრაზე

დასაწყისისთვის განვიხილოთ შესაძლებლობები და იდეეები, როგორ შეიძლება გავხდეთ კონკურენტუნარიანი მსოფლიო ბაზარზე, უფროკონკრეტულად შემოგთავაზებთ ექსპერტთა მიერ წარმოდგენილ SWOT ანალიზს.

აშშ- საქართვლოს ბიზნეს-საბჭოსა და კომპანია SW Associates LLC-ის ექსპერტთა მიერ წარმოდგენილი SWOT- ანალიზი რეალურად ასახავს არსებულ ვითარებას. მოკლედ იგი ასე გამოიყურება: ძლიერ მხარეებში მოხსენიებულია გამოკვეთილად ქართული ასპექტები (თონეში პურის ცხობა, ჩურჩხელა, ქორწინება ჯვრისწერით, ქართული ტრადიციული მასპინძლობა და სამზარეული, ქართული ღვინო და სხვ.) , სტალინის მუზეუმი გორში, დმანისის არქეოლოგიური გათხრები და მიმზიდველი ბუნება. საერთო ჯამში, საქართველო შეფასებულია მიდარი ბუნებრივი და კულტურული მემკვიდრეობით, რაც წარმოადგენს უცხოელ ტურისტთათვის უნიკალურ შეთავაზებას და შეუძლია ქვეყანა გახადოს კონკურენტუნარიანი მსოფლიო ტურისტულ სივრცეში. სუსტ მხარეებად მიჩნეულია: არქეოლოგიური, ბუნებრივი და ისტორიული ძეგლების დაუცველობა, ტურისტული ნიშნების (სიმბოლოების) და ინფორმაციის ნაკლებობა, სასტუმრო სახლების სიმცირე უცხოელ ტურისტთა ჯგუფებისათვის (რეგიონებში), სუვენირების შემენის შსაძლებლობის დეფიციტი, მიტოვებული (მოუვლელი) შენობები; ინფრასტურქტურისა და მომსახურების კუთხით - უხარისხო და სახიფათო გზები, საგზაო ნიშნების დეფიციტი, შიდა ავიაგადაზიდვების არასაკმარისობა, შეუსაბამო სატრანსპორტო მოცულობა, დანაგვიანება და ნაგვის კოლექტორების არარსებობა, თანამედროვე ტიპის სუფთა საპირფარეშოების დეფიციტი და სხვა.

მარკეტინგისა და ბაზრის კვლევის შესახებ აღნიშნულია, რომ ტურიზმის დეპარტამენტს არ გააჩნია საჭირო სტაფი და რესურსები კვლევების განსახორციელებლად; არარსებობს მარეტინგის გეგმა, რომელიც განსაზღვრავდა დანახარჯებს მარკეტინგსა და პრომოუშენზე; ასევე არ არსებობს განხორციელებული მარკეტინგული ძალისხმევის მონიტორინგისა და შეფასების შაშუალებები, შესაძლებლობებიდან აღნიშნულია, რომ საქართველოს გააჩნია უამრავი პროდუქტის შეთავაზების შესაძლებლობა კულტურულ და ბუნებრივ რესურსებზე დამყარებულ ტურიზმის სფეროში მაგალითად შგევიძლია ჩამოვთვალოთ რამოდნმე: ღვინის ტურიზმი, არქეოლოგიური გათხრების მონახულება, რელიგიური ტურიზმი და ბუნერივ რესურსებზე დამყარებული ტურიზმი. მიზანშეწონილად მიიჩნევენ სამგზავრო სარკინიგზო მომსახურების გაფართოებას და გაუმჯობესებას, ინფრასტრუქტურის პრივატიზებას, რკინიგზის სისტემის პრივატიზებას. საფრთხეებიდან დასახელებულია სერიოზული საერთაშორისო კონკურენცია სანაპირო ტურიზმსა და ზამთრის ტურიზმში, ნარჩენების მენეჯმენტის პრობლემა, როგორც ყველაზე სერიოზული ინფრასტრუქტურული პრობლემა საქართველოში.

ტურიზმი ხელს უწყობს მოსახლეობის ცხოვრების დონისა და ხარისხის ამაღლებას, რაზეც მეტყველებს ტურიზმის სტატისტიკა. მონაცემების მიხედვით პლანეტის თითქმის ნახევარი, პირდაპირ თუ ირიბად ტურიზმის ინდუსტრიაში მოღვაწეობს, მიუხედავად ბუნებრივი კატაკლიზმების, სხვადახვა სოციალურ - ეკონომიკური თუ პოლიტიკური სიტუაციის ზემოქმედებისა. თუმცა ვიცით, რომ ნეგატიური ტენდენციები ამა თუ იმ რეგიონში ზღუდავს ტურისტულ ნაკადებს, რადგან ტურიზმის განვიტარებისაკენ სწრაფვა მნშვნელოვანწილად განპირობებულია ტურისტული მომსახურების მოთხოვნის ელასტიურობით. როგორც ავღნიშნეთ, რეგიონული ტურიზმის განვითარების ერთ-ერთ მნიიშვნელოვან ფაქტორს რეგიონში ან ზოგადად ქვეყანაში არსებული პოლიტიკური მდგომარეობა შეადგენს, თუკი რომელიმე ტურისტულ რეგონში არსებობს არასაიმედო ან არასტაბილური პლიტიკური სიტუაცია, მაშინ ხდება ტურისტული ნაკადის ორიენტაციის ცვლილება სხვა რეგიონებისაკენ, ასევე ახალი ტურისტული მიმართულებების ფორმირება. ხოლო

ეკონომიკური არასტაბილურობისას რეგიონში, საქმე გვაქვს ძვირადღირებული ტურისტული მარშუტების მოთხოვნის კლებასთან. პარალელურად შეიძლება მოხდეს მოთხოვნის ზრდა იაფასიან ტურისტულ ტურებზე.

საქართველოს ტურიზმი რომ გახდეს მეტად კონკურენტუნარიანი მსოფლიო ბაზარზე შეგვიძლია გავიტვალისწინოთ ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი საკითხი, რომელიც მოიცავს შემდეგს, ტურიზმის დარგის რეგულირების ხერხების მიხედვით საქართველოსთვის ყველაზე მეტად მისაღები არის მართვის ევროპული მეთოდი, რომელიც გამოიყენება ისეთ ქვეყნებში, როგორიც არის საბერძნეთი, იტალია, საფრანგეთი, შვეიცარია სადაც ტურიზმის დარგის განვითარების საკითხები მიეკუთნება მრავალდარგობრივ სამინისტროებს, რომლებიც ახორციელებენ ძირითადად შემდეგი სახის აქტივობებს: უცხოეთის ქვეყნებში ტურისტული წარმომადგენობის მართვას, სამართლებრივი ბაზის შემუშავებას, სტატისტიკური ინფორმაციის შეგროვებასა და დამუშავებას, რეკლამას, გამოფენებში მონაწილეობას, უცხოელ ჟურნალისტებთან მუშაობას და მარკეტინგულ საქმიანობას. წარმატებული ტურისტული სახელმწიფოები დიდ მნიშვნელობას ანიჭებენ ქვეყნის ტურისტული მოთხოვნილებების განვითარებასა და წინსვლას. ტურიზმის კონკურენტუნარიანობის ასამაღლებლად აუცილებელია სერიოზული ფინანსური მხარდაჭერა და კაპიტალდაბანდებები, ამასთან როგორც საერთაშორისო პრაქტიკა გვიჩვენებს ინვესტიციების დაბანდებიდან მირებული ეფექტი მაშინვე არ ჩანს, ამას გრძელვადიანი ეფექტი უფრო აქვს, რომელიც რამდენიმე წლის შემდეგ ბაზარზე აქტიური პოზიციონირების შემდეგ მიიღება. მასტიმულირებელი ღონისძიებების გარეშე შეუძლებელია უცხოეთის და ადგილობრივი ტურისტების შემოდინება და შესაბამისად ქვეყნის ეკონომიკაში შემოსავლების ზრდა. ტურიზმის დარგის განსხვავება კი ეკონომიკის რეალური სექტორისგან ის არის, რომ მასში ამ ნაკადების ეფექტი მოკლე ვადებში ჩანს. გრძელვადიანი ეფექტის არსი აქ იმაშია, რომ ხანგრძლივი პერიოდის განმავლობაში არის ეფექტი ჩადებული ფინანსური ნაკადებიდან. ანუ მოკლე ვადებში ვიღებთ გრძელვადიან ეფექტს. რაც წარმოების სექტორისაგან განსხვავებული.

საქართველოსთვის ძალიან მნიშვნელოოვანია, რომ იყოს კონკურენტუნარიანი მსოფლიო ბაზარზე, ამისათვის შემუშავდა და განიხილა სხვადასხვა საკითხები და ამოცანები, განვიხილოთ ის სტრატეგიული ამოცანები, რომლებიც დაგვეხმარება რომ ვიყოთ მეტად კონკურენტუნარიანი მსოფლიო ბაზარზე, დაინტერესებულ პირებთა კონსულტაციები ორგანიზაციებისა და სპეციალისტების ფართო სპექტრთან, რომელთა შორის იყვნენ სახელმწიფო ხელისუფლებისა და მუნიციპალიტეტების წარმომადგენლები, ტურ-ოპერატორები, სატრანსპორტო სფეროს წარმომადგენლები,ინვესტორები, დაცულ ტერიტორიებსა კულტურულ მემკვიდრეობებზე პასუხსიმგებელი უწყებები, წარმომადგენლები განთავსების ობიექტებიდან და სხვა დაინტერესებული მხარეები.აქტიური კონსულტაციების შედეგად ჩამოყალიბდა 50 პრიორიტეტული აქტივობა, რომლებიც დაჯგუფდა 8 სტრატეგიულ ამოცანად:

- ✓ ტურიზმის სფეროში სახელმწიფო და კერძო ინვესტიციების გაზრდა;
- ✓ ბიზნეს გარემოს გაუმჯობესება უცხოური და ადგილობრივი ინვესტიციების გაზრდის მიზნით;
- ✓ ეფექტური მარკეტინგისა და საინფორმაციო კამპანიის საშუალებით ვიზიტორების მოზიდვა მარალგადახდისუნარიანი ბაზრებიდან; შიდა ტურიზმის სტიმულირება;
- ✓ კონკურენტუნარიანობის გაზრდა მსოფლიო დონის ტურისტული მომსახურების შეთვაზების მეშვეობით;
- ✓ საქართველოს ბუნებრივი და კულტურული მემკვიდრეობის აქტივების გამოყენება უნიკალური ტურისტული შთაბეჭდილებების შეთავაზების გზით;
- ✓ საქართველოს ბუნებრივი და კულტურული მემკვიდრეობის პატივიცემა, დცვა და წარმოჩენა;
- ✓ ტურიზმის სფეროსი მონაცემთა მოპოვებისა და ანალიზის, ასევე, სექტორის განვითარების შეფასების შესაძლებობების გაუმჯობესება;
- ✓ ზემოხსენებული ამოცანების მისაღწევად პარტნიორული ურთიერთობების დამყარება სახელმწიფო, ტურიზმის ინდუსტრიის

წარმომადგენლებს, არასამთავრობო ორგანიზაციებსა და ადგილობრივ მოსახლეობას შორის.

ასევე მნიშვნელოვანია ბიზნეს გარემოს გაუმჯობესება ვიზიტების რაოდენობის, უცხოური და ადგილობრივი ინვესტიციების გაზრდის ხელშეწყობის მიზნით, რათა უფრო კონკურენტუნარიანი გახდეს მსოფლიო ბაზარზე საქართველოს ტურიზმი, განვიხილოთ შესაბამისად შემდეგი საკითხები; ბუნებრივ და კულტურულ მემკვიდრეობაზე, სახელმწიფოსა და მუნიციპალიტეტების საკუთრებაში მყოფ მიწებზე სხვადასხვა შეღავათის დაწესება სახელმწიფო და კერძო კომპანიებს შორის ეკონომიკური თანამშრომლობის სხვა ფორმების განვითარების მიზნით; ტურიზმის სფეროს მარეგულირებელი სამართლებრივი ჩარჩოს განახლება; საინვესტიციო ბარიერების აღმოსაფხვრელად მუშაობის გაგრძელება და ტურიზმის სფეროში ინვესტორების ნდობის ამაღლება; სატრანსპორტო სექტორის განსავითარებლად, ასევე, ახალი განთავსების საშუალებების, საკონვენციო ცენტრების, საკონცერტო დარბაზებისა და სხვა საზოგადოებრივი შენობების ასაშენებლად შეღავათების დაწესება და ბოლოს რც ასევე მნიშვნელოვანი ფაქტორია სავიზო რეგულირების მოქნილობის უზრუნველყოფა.

მსოფლიო დონის ტურისტული მომსახურების შეთავაზების გზით როგორ უნდა გაიზარდოს კონკურენტუნარიანობა _ ამისთვის საჭიროა : ტურიზმის ინდუსტრიაში ხარისხის, უსაფრთხოებისა და მდგრადი განვითარების პროგრამების შემუშავება და სტანდარტიზაციის ხელშეწყობა; ტურისტული პროდუქტის შემუშავებისა და მარკეტინგში, ასევე მომსახურების სფეროში და სხვა მომიჯნავე საქმიანობაში ჩართულ, კერძო და საჯარო სექტორში დასაქმებულთა ტრენინგი ასევე ტურიზმისა და სტუმარმასპინძლობის სფეროსთან დაკავშირებული ზოგადი, პროფესიული და უმაღლესი საგანმანათლებლო დაწესებულებების სასწავლო პროგრამების ძშემუშავება, გაუმჯობესება. შემდეგი საკიტხები მოიცავს ტურიზმის სფეროში ციფრრული დაჯაშნისა და ანგარიშსწორების სისტემაზე გადასვლის ხელშეწყობა; სსიპ -

საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის მიერ გაწეული მომსახურების გაუმობესება ტურიზმის საინფორმაციო ცენტრებში, ვებ გვერისა და სოციალური მედია არხების საშუალებით; მყარი ნარჩენების მართვის გამჯობესება და ბოლოს ვიზიტორების დაცვისა და საზოგადოებრივი უსაფრთხოების უზრუნველყოფის ღონისძიების გაძლიერება.

შემდეგ საკითხში განვიხილავთ თემას, რომელიც ეხება საქართველოს ბუნებრივი და კულტუტურლი მემკვიდრეობის პატივისცემას,დაცვას და წარმოჩენას, ეს საკითხი მეტად მნიშვნელოვანია მსოფლიო ტურიზმის ინდუსტრიაში და შედგება ქვემოთ ჩმოთვლილი სტრატეგიებისგან:

- კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლებისა დადაცული ტერიტორიების მართვის, გეგმების შემშავება საქართველოს ბუნებრივი და კულტურული მემკვიდრეობის მდგრადი გამოყენების მიზნით;
- კოორდინაციის გაუმჯობესება კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლების მმართველ ორგანიზაციებს, ტურიზმის სფეროს წარმომადგენლებსა და მუნიციპალიტეტების ორგანოებს შორის;
- დაცული ტერიტორიებისა და კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლებისათვის სტიმულის მიცემა, რათა მათ გააუმჯობესონ ვიზიტორების მომსახურება და გაზარდონ მათგან მიღებული შემოსავალი, რაც ადგილობრივი მრეწველობის განვითარებასა და კულტურული მემკვიდრეობის შენარჩუნებას შეუწყობს ხელს;
- სახელმწიფო და კერძო სექტორს შორის თანამშრომლობის განვითარების ხელშეწყობა დაცულ ტერიტორიებზე სტორიული მნიშვნელობის მქონე ადგილებზე ან / და კულტურული მემკვიდრეობის მიმდეარე ტერიტორიებზე კერძო ინვესტივიების გაზრდა.
- ინფრასტრუქტურის გაუმჯობესების გზით ბუნებრივ და კულტურულ მემკვიდრეობაზე წვდომის გაუმჯობესება (გზები, სათხილამურო ტრასები, საპიკნიკე ზონები, ვიზიტორების ცენნტრები, საპირფარეშოები, მანქანის სადგომები და ა.შ);
- საქართველოში არსებული სხვა ერების/ ეთნიკური ჯგუფების კულტურული მემკვიდრეობის პატივისცემა და მხარდაჭერა, მაგალითად: გერმანული სოფლები

ქვემო ქართლში, ებრაელთა დასახლებები რაჭაში, ევროპელი და ბრიტანელი მთასვლელების მიერ კავკასიის მთების კვევის ისტორია და ა.შ

მსოფლიო ბაზრზე კონკურენტუნარიანობის გასაუმჯობესებლდ, მონაცემთა მოპოვებისა და ანალიზის, ასევე, სექტორის განვითარების შეფსების მასშტაბის გაფართოება და გაუმჯობესებაც გარკვეულ როლს თამაშობს, ამისათვის საჭიროა კვლევების ჩატარება და ტურიზმის სატელიტური ანგარიშის შექმნა; საქართველოში ტურიზმის სტრატეგიის შესრულების შეფასების ჩარჩოს განსაზღვრა და ასევე ტურიზმის სტატისტიკის მწარმოებელი უწყებების მუშაობის კოორდინაციის გაუმჯობესების მიზნით შესაბამისი სისტემის შექმნა.

საქართველოს ტურიზმის განვითარებისთვის და მსოფლიო ბაზარზე კონკურენტუნარიანობისთვის კიდევ ერთ - ერთ მნიშვნელოვან საკიტხს განვიხილავთ რაც მოიცავს პარტნიორული ურთიერთობების დამყარებას სახელმწიფოს, ტურიზმის ინდუსტრიის წარმომადგელებს, არაამთავრობო ორგანიზაციებსა და ადგილობრივ მოსახლეობას შორის, ჩამოვთვლი რამოდენიმე მნიშვნელოვან საკითხს რომლებიც გვეხმარება აღნიშნული მიზნის მისარწევად, ესენია: „ საქართველოს ტურიზმის სტრატეგია 2025“ _ისა და მისი განხორციელების შესახებ ცნობადობის ამაღლება სახელმწიფო, კერძო სექტორსა და ფართო საზოგადოებაში; ტურიზმის უწყებათაშორისი სამუშაო ჯგუფის შექმნა ეფექტური დაგეგმვის, პოლიტიკის შემუსავებისა და ინვესტიციების ქვეყნის სტრატეგიული პრიორიტეტების შესაბამისად განხორციელების უზრუნველყოფის მიზნით; სსიპ - საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციიის სათათბირო ორგანიზაციბის დაარსება და არსებული ფორმატის პერიოდული გაუმჯობესება სტრატეგიის განხორციელების პროცესისა და ადმინისტრაციის საქმიანობის ხეშესწყოობის მიზნით; სახელმწიფო და კერძო სექტორის თანამშრმლობით ტურისტული დანიშნულების ადგილის მართვის მოდელების შემუსავება და განხორციელება დანიშნულების ადგილზე გამოწვევების იდენტიფიცირებისა და მათთან გამკავების მიზნით; ადგილობრივი მოსახლეობის ჩართულობა ტურიზმის, როგორც საყოველთაო საქმიანობის განვითარების მიზნით;

მჩირე და საშუალო საწარმოების სარგებლის გასაზრდელად სამუშაოების ჩატარება; კერძო სექტორის ტურიზმის ასოციაციების გაძლიერება; პოლიტიკის შემუშავება კერძო კომპანიების, ტურისტული დნაიშნულებისადგილებისა და სსიპ - საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციიის მიერ ერთობლივი მარკეტინგული ღონისძიებების გატარების მიზნით.

თემის დასასრულს მოკლე მიმოხილვას გავაკეთებ საართველოს ტურიზმის განვითარების და კონკურენტუნრიანობის ოლს მსოლიო ბაზარზე, როგორც ვიცით სტრატეგიის მონიტორინგი და შეფასება მოხდა და განისაზღვრა ათი წლით, საჭიროების შემთხვევაში ,ექვემდებარება ყოველწლიურ გადახედვას და განახლება დასახული მიზნების განსახორციელებლად. სტრატეგია და სამოქმედო გეგმა განახლდება მიზნობრივი ბაზრების მთხოვნის და თავისებურებბეის გათვალისწინებთ, ასევე, ის მოერგება საბაზრო პირობების ცლილებებს და დაიხვეწება ერთობლივი ძალისხმევის შედეგად, მიღწეული შედეგების შესაბამისად. სტრატგიისა და სამოქმედო გეგმის განხორციელებას მონიტორინგს უწევს სსიპ საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია. ეროვნული სტრატეგიის საფუძველძე სსიპ - საქართველოს ტურიზმის ადმინისტრაცია რეგულარუად იმუსავებს შსაბამის უწყებებთან და მუნიციპალიტეტების ხელისუფლებსთან, საჯარო პოლიტიკის სხვადახვა დოკუმენტის ტურიზმის სტრატეგიასთან ჰარმოიზაციის მიზნით. როგორც ვნახეთ საართველოსთვის მეტად მნიშვნელოვანია ტურიზმისსფერო და ასევე მნიშვნეოვანია ვიყოთ კონკურენტუნარანი მსოფლიო ბაზრაზე.

დასკვნა

მოცემულ ნაშრომში განხილულია როგორც მსოფლიო ასევე საქართველოს ტურიზმის შესახებ ინფორმაცია.ნათლად ჩანს რამდენად დიდი მნიშვნელობა აქვს ტურიზმს ქვეყნის განვითარებისთვის,ის სძენს ქვეყანას როგორც პოლიტიკურ ასევე ეკონომიკურ სტაბილურობას.დარგია.ბოლო პერიოდში სულ უფრო და უფრო იზრდება კონკურენცია ტურისტული დანიშნულების ადგილებს შორის , რადგან სულ უფრო მეტი ტურისტული ერთეული განიხილავს ტურიზმს, როგორც ეკონომიკური განვითარების ფაქტორს, რომელსაც შესწევს უნარი გამოასწოროს ინფრასტრუქტურა, ქვეყნის ეკონომიური მდგომარეობა და სხვა. ტურიზმი წარმოადგენს მნიშვნელოვან ძალას ქვეყნისთის,ის ასაქმებს ადგილობრივ მოსახლეობას და აძლევს საშუალებას იყვნენ ფინანსურად ძლიერები.ტურისტების მოგზაურობა დადებითად მოქმედებს ქალაქების, სოფლების, ქვეყნების ეკონომიკურ განვითარებაზე, ასევე ინფრასტრუქტურის გაუმჯობესებაზე. მოცემულ თემაში ნათლად ჩანს თუ რამდენად მნიშვნელოვანია ტურისტებისთვის და ზოგადად დარგისთვის პოლიტიკურ სტაბილურობა და ასევე უსაფრთხოების შეგრძნება.

ტურიზმის დარგების განვითარება საშუალებას აძლევს ქვეყანას მეტი ფინანსური შემოსავალი მიიღოს.ბოლო წლების განვალობაში ტურიზმის სტაბილური ზრდა ფიქსირდება,შემომავალი ტურისტების ვიზიტების მიზნებიდან გამომდინარე ცხადია რომ საქართველოს აქვს პოტენციალი და ამოუწურავი რესურსი ,ტურიზმის ბევრი დარგის განვიტარებისთვის.ამისათვის საჭიროა რომ განვითარდეს ტურიზმის ინფრასტრუქტურა და ტურიზთან დაკავშირებული მომსახურების დარგები,რადგან ტურიზმის განვიტარება არ არის რაიმე ერთ კონკრეტულზე დამოკიდებული ეს არის კომპელქსური დარგი და შესაბამისად ჭირდება მრავალმხრივი განვითარება,აღნიშნული გამოიწვევს ტურისტის კმაყოფილებას რაც პირდაპირ აისახება შემდგომში ტურისტული ნაკადების ზრდაზე.

გამოყენებული ლიტერატურა:

- ბახტაძე, ე. „მსოფლიო ტურიზმის განვითარების ტენდემციები“ თბ. 2005
- ოქროცვარიძე, ა. „ტურიზმისა და მასპინძლობის მენეჯმენტი“ თბ. 2011
- უკლება, მ. „საერთაშორისო ტურიზმი“ თბ. 2009
- ქათამაძე, დ. „საერთაშორისო ტურიზმი“ თბ. 2013
- საქართველოს-ტურიზმის-სტრატეგია-2025
- http://jako.fm/ka/turistebis-raodenobam-chinetshi-kolosalur-machvenebels-miaghtsia
- http://jako.fm/ka/makao-chinuri-las-vegasi
- https://www.geostat.ge/ka
- https://gnta.ge/ge/
- http://www.gastrotur.ru/
- http://www.creativetourismnetwork.org/
- file:///C:/Users/DD/Downloads/wtobarometereng.2017.15.2.1%20(5).pdf
- http://www.deutschertourismusverband.de/
- http://www.world-tourism.org/