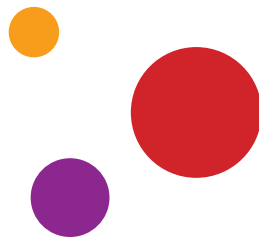




საქართველოს ბიზნეს ასოციაცია



ტურიზმის განვითარების
შემაჯავრებელი ფაქტორები
საქართველოში
ივლისი, 2015

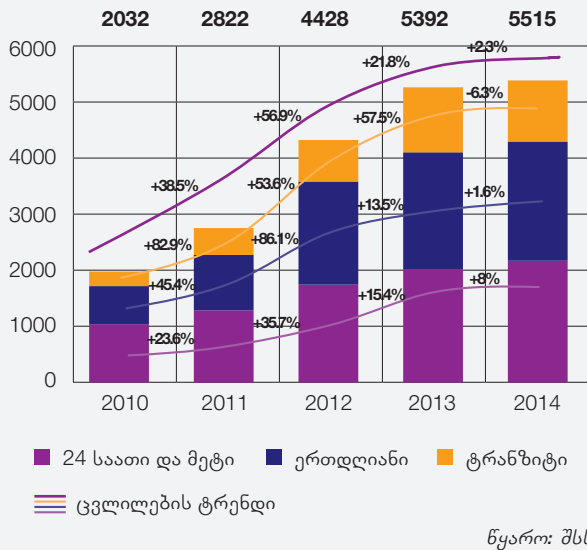


სტატისტიკა და ტენდენციები

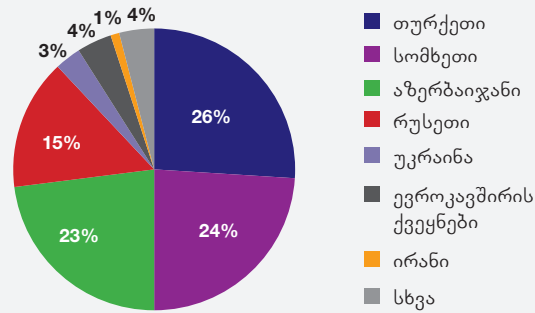
2010 წლიდან საქართველოში საერთაშორისო ვიზიტორთა რაოდენობა ორნიშნა ზრდის ტემპით ხასიათდებოდა, თუმცა, 2014 წელს ეს მაჩვენებელი 2,3%-მდე შემცირდა. ტურისტების¹ რაოდენობაც შესაბამისად, იმავე ტენდენციით ხასიათდებოდა, ხოლო 2014 წელს ზრდის ტემპმა 8% შეადგინა, რაც მსოფლიოს საშუალო მაჩვენებელთან შედარებით ოდნავ მაღალია (საშუალოდ 5.2%²).

აღსანიშნავია, რომ ყველაზე მეტი ვიზიტორი საქართველოში მეზობელი ქვეყნებიდან შემოდის – თურქეთის, სომხეთის, აზერბაიჯანის და რუსეთის მოქალაქეები 2014 წელს ვიზიტორთა სრული რაოდენობის 88%-ს შეადგენდნენ.³

გრაფიკი 1: საერთაშორისო ვიზიტორების სტატისტიკა, 2010-2014

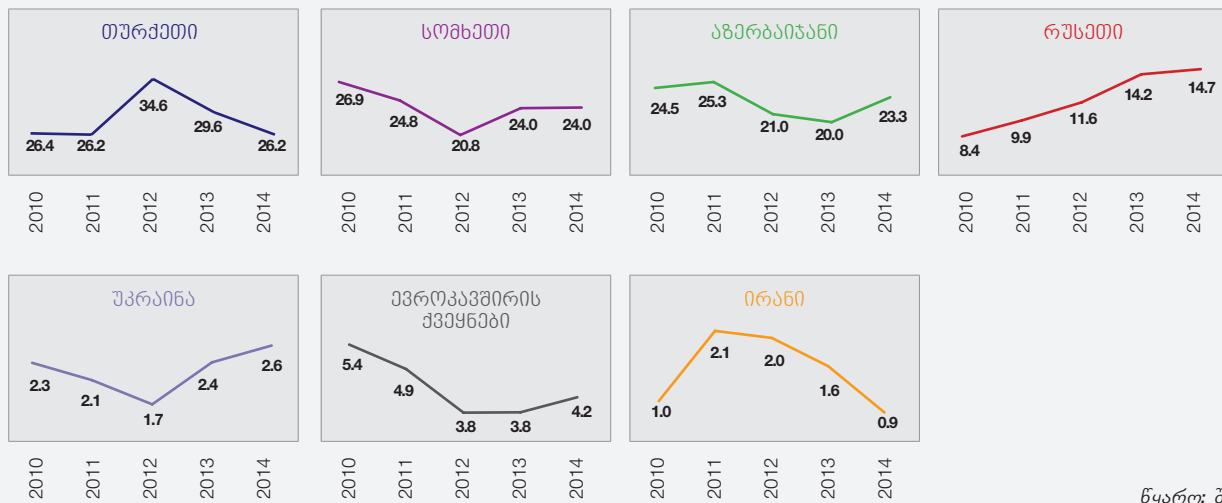


გრაფიკი 2: უცხოურ ვიზიტორთა გადანაწილება ქვეყნების მიხედვით, 2014



მნიშვნელოვანია აღინიშნოს, რომ 2010 წლიდან 2014 წლის ჩათვლით, თურქეთიდან და ირანიდან ვიზიტორთა წილი შემცირდა ვიზიტორთა სრულ რაოდენობაში. ამასთან, ირანიდან ვიზიტორთა მკვეთრი კლება ამ ქვეყანასთან სავიზო პოლიტიკის გამკაცრების პერიოდს ემთხვევა. რუსეთიდან და უკრაინიდან ვიზიტორთა წილი მთლიან ოდენობაში ზრდის ტენდენციით ხასიათდება.

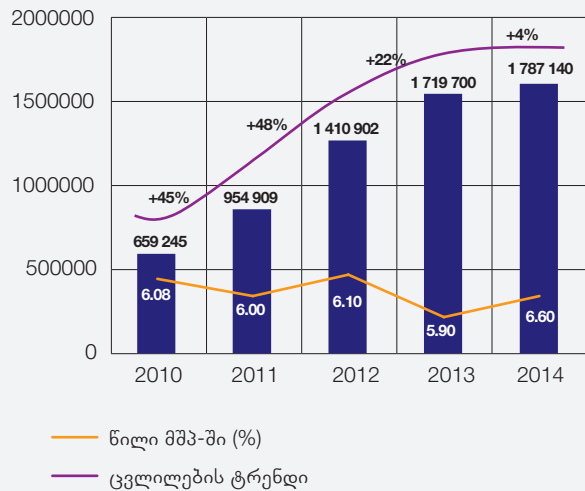
გრაფიკი 3: ყველაზე დიდი დენადობის ქვეყნები ვიზიტორთა ნაკადის მიხედვით, 2010-2014



1 ის ვიზიტორები, რომლებმაც ქვეყანაში 24 საათი და მეტი დაყვეს
 2 წყარო: მსოფლიო ბანკი
 3 წყარო: შსს

ბოლო წლების განმავლობაში ტურიზმიდან მიღებული შემოსავლები მშპ-ის საშუალოდ 6%-ს შეადგენს⁴, ხოლო თანხობრივი ბრუნვა შემომსვლელ ტურიზმში 1 700 მილიონ აშშ დოლარს აჭარბებს⁵.

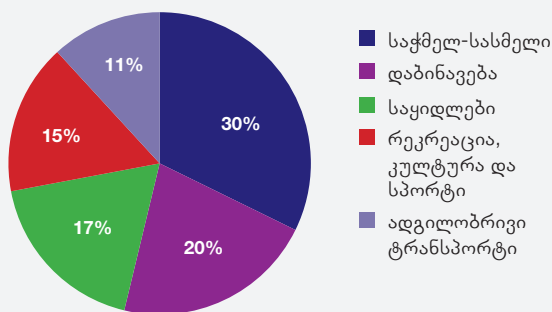
გრაფიკი 4: ბრუნვა შემომსვლელ ტურიზმში (USD), 2010-2014



წყარო: ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია

საშუალო სტატისტიკური ტურისტის დანახარჯების სტრუქტურა შემდეგია: ჭამა-სმაზე თანხის 30% იხარჯება, დაბინავებაზე – 20%, საყიდლებზე 17%, გართობა-დასვენებაზე (რეკრეაცია, კულტურა, სპორტი) 15%, ადგილობრივ ტრანსპორტზე კი 11%.

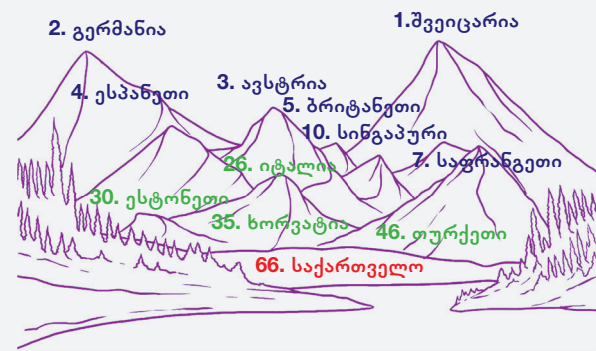
გრაფიკი 5: საშუალო სტატისტიკური ტურისტის დანახარჯების სტრუქტურა



წყარო: ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია

ზემოთ მოყვანილი სტატისტიკა და ტენდენციები ცუდი არ არის, მაგრამ ხელსაყრელი კლიმატისა და ადგილმდებარეობის, კულტურული და ბუნებრივი გარემოს მრავალფეროვნების, სტუმართმოყვარეობის, კარგი ტურისტული მემკვიდრეობის მიუხედავად, მსოფლიო ეკონომიკური ფორუმის მიერ გამოქვეყნებულ ტურიზმის და მოგზაურობის კონკურენტუნარიანობის 2013 წლის ანგარიშში საქართველო 66-ე ადგილზეა 140 ქვეყანას შორის.

გრაფიკი 6



წყარო: World Economic Forum

ქვეყნის ხელისუფლების მიერ ტურიზმი პრიორიტეტულ დარგად არის დეკლარირებული, რაც დარგის ზრდის და განვითარების პოტენციალს აძლიერებს. თუმცა, ტურიზმის სწრაფი და სწორი მიმართულებით განვითარებისთვის მნიშვნელოვანია იმ ფაქტორების გააზრება და გადაჭრის ხედვის ჩამოყალიბება, რომელთა არსებობაც მნიშვნელოვნად აფერხებს დარგის განვითარებას.

2020 წელს, საქართველოს შეუძლია იყოს კარგად განვითარებული ტურიზმის მქონე ქვეყანა, თუ დავაკმაყოფილებთ მთავარ პარამეტრებს:

პარამეტრი	2013წ.	2020წ.
უცხოელი ვიზიტორების რაოდენობა (1000/მოსახლეობა) ⁶	1.4	2.4<6
ერთი ვიზიტორის მიერ დახარჯული საშუალო თანხა ⁷	\$334	\$600<
ადგილი მსოფლიო კონკურენტუნარიანობის ანგარიშში ⁸	66	>50

ამ პარამეტრების მიღწევა კი შესაძლებელია, თუ გავუმკლავდებით შემდეგ გამოწვევებს:

4 წყარო: ტურიზმის ეროვნული სააგენტო

5 წყარო: საქართველოს ეროვნული ბანკი

6 ასეთი ქვეყნებია პოლონეთი, თურქეთი, ლიტვა, ბულგარეთი, ხორვატია

7 ასეთი ქვეყნებია: პოლონეთი, ტაილანდი, ჩინეთი, თურქეთი, კოსტა-რიკა, ლიტვა, ბულგარეთი, ხორვატია

8 40-50 რეიტინგის მქონე ქვეყნებია: ყატარი, პოლონეთი, ტაილანდი, მექსიკა, ჩინეთი, თურქეთი, კოსტა-რიკა, ლატვია, ლიტვა, ბულგარეთი

1. მომსახურების ხარისხი

ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი პრობლემა, რასაც საქართველოში ჩამოსული ტურისტების უმრავლესობა აწყდება, მომსახურების დაბალი სტანდარტებია. გარდა საერთაშორისო, მაღალი კლასის სასტუმროებისა, ეს პრობლემა თითქმის ყველა ტურისტულ და მომსახურების ობიექტზე თვალშისაცემია. მნიშვნელოვან ბარიერს წარმოადგენს უცხო ენების არცოდნის გამო კომუნიკაციის პრობლემა ადგილობრივ მომსახურე პერსონალსა და ტურისტებს შორის. ამან ასახვა პოვა ტურიზმის კონკურენტუნარიანობის ანგარიშის სხვადასხვა მაჩვენებელზეც. მათ შორის, ტურიზმის დარგში განათლებისა და ტრენინგების მაჩვენებლით საქართველო 77-ე ადგილზეა, განათლების სისტემის ხარისხის მიხედვით 113-ე ადგილზე, პერსონალის ტრენინგის მასშტაბებით – 99-ე ადგილზე⁹. ამას ემატება ისიც, რომ მიუხედავად საყოველთაოდ ცნობილი ქართული სტუმართმოყვარეობისა, კერძო სექტორი არ არის მოტივირებული და ორიენტირებული კლიენტთა კმაყოფილებაზე, რასაც, ასევე, ადასტურებს კონკურენტუნარიანობის ანგარიშში კლიენტებზე ორიენტირებულობის ხარისხის მაჩვენებლით 118-ე ადგილზე ყოფნა¹⁰.

მომსახურების ხარისხის გაუმჯობესება მნიშვნელოვნად იმოქმედებს ტურისტთა კმაყოფილების საერთო დონეზე და შესაძლებელს გახდის კიდევ უფრო მეტი ტურისტის მოზიდვას ქვეყანაში. ამ ამოცანის გადასაჭრელად საჭიროა:

კადრების კვალიფიკაციის ამაღლება

საჭიროა ტურიზმის დარგში განათლების და ტრენინგების ხელშეწყობა და ნახალისება, როგორც ტურიზმის მენეჯმენტის, ასევე ტურიზმის მომსახურე სპეციალობების დანერგვა და ნახალისება. ხელისუფლებას შეუძლია მნიშვნელოვნად ნახალისოს მსოფლიოს წარმატებული ტურისტული ქვეყნებიდან სასწავლო პროგრამების მოძიება-ჩამოტანა და დანერგვა.

მნიშვნელოვანია მოკლევადიანი გაცვლითი პროგრამების განხორციელება ტურისტული კომპანიებისა და ტურიზმის მომსახურე სხვადასხვა სფეროში დასაქმებული ადამიანების მონაწილეობით. მონაწილეები შეძლებენ წარმატებული

ქვეყნების გამოცდილებისა და ცოდნის ჩამოტანას და საქართველოში ადაპტირებას.

ასევე, მნიშვნელოვანია უცხო ენების სპეციალური, ტურიზმზე მორგებული პროგრამების შემუშავება და სწავლება როგორც კერძო სექტორის, ასევე, საჯარო სექტორის იმ წარმომადგენლებისთვის, რომლებსაც შეხება აქვთ ტურისტებთან – მათ შორის პატრულისა და საზოგადოებრივი ტრანსპორტის თანამშრომლებისთვის.

კლიენტზე ორიენტაცია

ტურისტთა კმაყოფილების ზრდისთვის მნიშვნელოვანია ტურისტული და, ზოგადად, სერვისკომპანიების თანამშრომლების მოტივირება. სხვადასხვა სახის რეიტინგები სერვისის მიმართულებით და ჯილდოების დაწესება კარგი მეთოდია კერძო სექტორის ნახალისებისათვის.

ამასთან, საჭიროა ტურიზმთან შეხებაში მყოფი კომპანიების თანამშრომლებისათვის მომსახურების სტანდარტების სწავლება – იქნება ეს ტრენინგ კურსები, სტაჟირებების პროგრამებში ჩართვა თუ სხვა აქტივობები.

საზოგადოებრივი მოთხოვნის გაზრდა ხარისხიან მომსახურებაზე, თავისთავად, ბუნებრივი სტიმული იქნება კომპანიებისათვის – გახდნენ კლიენტზე მეტად ორიენტირებულნი. ამისათვის საჭიროა საზოგადოებაში მომსახურების კულტურის ამაღლება და ნახალისება, მათ შორის სოციალური ქსელის გამოყენებით მოქალაქეების აქტიური ჩართვა განხილვებში.

2. ინფრასტრუქტურა

მიუხედავად იმისა, რომ ბოლო წლებში ქვეყანაში სახმელეთო და სხვა ინფრასტრუქტურა სტაბილურად ვითარდება, ტურიზმისთვის შესაბამისი გამართული ინფრასტრუქტურა მაინც რჩება ერთ-ერთ მნიშვნელოვან პრობლემად ყველა – ავია, საავტომობილო, ენერგეტიკული და კომუნალური მიმართულებით.

ამასთან, ინფრასტრუქტურული და მატერიალური ბაზის განვითარება დიდ დროსა და მნიშვნელოვან ინვესტიციებთან არის დაკავშირებული. ამიტომ, საჯარო სტრუქტურების მხრიდან ინვესტიციების მოზიდვაში დახმარება და ქვეყნის საინვესტიციო პოტენციალის აქტიური პრომოცია მნიშვნელოვანია.

9 წყარო: World Economic Forum

10 წყარო: World Economic Forum

ტურისტული ინფრასტრუქტურის განვითარება

ტურიზმის განვითარებული ინფრასტრუქტურა მრავალი კომპონენტისგან იქმნება, თუმცა, მათ შორის ყველაზე მნიშვნელოვანია სასტუმროების მრავალფეროვანი არჩევანი – ყველაზე ძვირადღირებული, საერთაშორისო, ბრენდული სასტუმროებიდან – დაბალბიუჯეტისი და შესაბამისი ხარისხის მქონე მცირე სასტუმროების ჩათვლით.

ოფიციალური მონაცემებით ქვეყანაში საწარმოების რაოდენობა 2015 წლის ივნისისთვის 46 363-ია. აქედან სასტუმროებზე 66% მოდის¹¹. თუ გავითვალისწინებთ, რომ მიმდინარე წლის ივნისში ტურისტების¹² რაოდენობა 197 000-ს აჭარბებდა, ხოლო ვიზიტის საშუალო ხანგრძლივობა 4,5 დღე იყო, მივიღებთ, რომ ტურისტების ჩამოსვლა-წასვლის იდეალური განაწილების შემთხვევაში ივნისში 43 777 საწარმო ადგილი იყო საჭირო. ამას ემატება ადგილობრივი ტურისტები, რომლებიც, ძირითადად, შავი ზღვის სანაპიროზე არჩევენ დასვენებას. საბოლოო ჯამში კი, იმის გათვალისწინებით, რომ ივლისი და აგვისტო სტატისტიკურად ტურიზმის პიკური თვეებია, შესაძლებელია დასკვნის გაკეთება – ქვეყანაში არსებული სასტუმროებისა და საწარმო ადგილების რაოდენობა არ არის საკმარისი ტურისტთა მზარდი რაოდენობის მისაღებად. ამასვე ადასტურებს ისიც, რომ კონკურენტუნარიანობის რეიტინგში სასტუმროს ნომრების რაოდენობის მაჩვენებლით საქართველო 78-ე ადგილზეა¹³.

სასტუმროების რაოდენობის გაზრდა საფასო არჩევანის გათვალისწინებით ერთ-ერთი უმთავრესი ამოცანაა.

სატრანსპორტო სერვისები, მათ შორის, საზოგადოებრივი ტრანსპორტის ხარისხი, მოძრაობის სიხშირე და მარშრუტები ჯერ კიდევ რჩება ერთ-ერთ შემაფერხებელ ფაქტორად.

მნიშვნელოვანია კვების სერვისების განვითარება – ხარისხიანი რესტორნების, კაფეების, ბარების, კეიტერინგისა და სხვა, კვებისა და მასთან დაკავშირებული ბიზნესების მრავალფეროვანი არჩევანის უზრუნველყოფა. საკვების უსაფრთხოების ნორმების მკაცრი რეგულირება და დაცვა. ხარისხის მიმართულებით კი რეიტინგებისა და ჯილდოების სისტემების ამუშავება.

მსოფლიოში უფრო და უფრო მეტი ქვეყანა მიმართავს ტურისტული ინფრასტრუქტურის ახალი მიგნების – საკონვენციო ცენტრების გამოყენებას ტურისტთა დიდი ნაკადების მოსაზიდად, მათ შორის არა ტურისტული სეზონების დროსაც. საკონვენციო ცენტრი წარმოადგენს კომპლექსს, რომელიც აერთიანებს სასტუმრო, საკონცერტო, აუდიო-ვიდეო, სალექციო, საკონფერენციო, საგამოფენო და სხვა სივრცეებს და შეუძლია ერთდროულად ათასობით სტუმრის მიღება.

შედარებით დაბალშემოსავლიან ტურისტებზე გათვლილი, მაგრამ ასევე მცირე ინვესტიციებს საჭიროებს კემპინგ-ბანაკები შესაბამისი ინფრასტრუქტურით. ასეთი ბანაკების არსებობა განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია ტურიზმის პიკურ თვეებში, როდესაც, მთაში და ზღვისპირეთში უამრავი ტურისტი ჩადის და საწარმო ადგილების რაოდენობაც არასაკმარისია. გარდა შემომსვლელი ტურისტებისა, კემპინგ-ბანაკებში, ასევე, შესაძლებელია ადგილობრივი ახალგაზრდებისა და ოჯახების მოზიდვა.

ავია-ინფრასტრუქტურის განვითარება

ჩვენს ქვეყანაში, ამ დროისათვის ოპერირებადი ავიაკომპანიების სიმცირე არ იძლევა როგორც ფრენების სიხშირის გაზრდის, ასევე პირდაპირი ავიარეისებისა და სრულფასოვანი საფასო კონკურენციის შესაძლებლობას. მნიშვნელოვან სირთულეებს ქმნის ღამის ავიარეისებიც. შესაბამისად, მსოფლიო ეკონომიკური ფორუმის 2013 წლის ანგარიშში საქართველო საჰაერო ტრანსპორტის ინფრასტრუქტურის ხარისხის მაჩვენებლით 82-ე ადგილზეა. ადგილობრივი ფრენების სიხშირის მიხედვით – 93-ე ადგილზე, ხოლო საერთაშორისო ფრენების – მე-100 ადგილზე¹⁴.

სწორედ ამიტომ, ხელისუფლების ერთ-ერთი მთავარი ამოცანა უნდა იყოს საჰაერო ტრანსპორტის ინფრასტრუქტურის ხარისხის გაუმჯობესება. ქვეყანაში ოპერირებადი ავიაკომპანიების რაოდენობის გაზრდა შესაძლებელს გახდის როგორც ადგილობრივი და საერთაშორისო ფრენების სიხშირის, ასევე, საერთაშორისო პირდაპირი რეისების მიმართულებების (ე.წ. ჩარტერული რეისების) რაოდენობის გაზრდას.

11 წყარო: ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია

12 ვიზიტის ხანგრძლივობა – 24 საათი და მეტი

13 წყარო: World Economic Forum

14 წყარო: World Economic Forum

ამასთან, მნიშვნელოვანია, რომ მოხდეს მესაზღვრეებისა და სხვა, შემომსვლელ ტურისტებთან შეხებაში მყოფი, საჯარო მოხელეების სწავლება და მოტივირება კეთილგანწყობილი და ხარისხიანი მომსახურების მიზნით.

სახმელეთო ინფრასტრუქტურის განვითარება

რაც უფრო კომფორტულად და სირთულეების გარეშე შეუძლია ტურისტს დანიშნულების ადგილამდე მისვლა, და რაც მეტ ასეთ ადგილამდე შესაძლებელი მისვლა, ქვეყნის ტურისტული მიმზიდველობა გაცილებით მეტია.

სახმელეთო ინფრასტრუქტურის განვითარების მიმართულებით საჭიროა მაგისტრალური საავტომობილო გზების განვითარება და უკვე არსებული პერიფერიული გზების ხარისხის გაუმჯობესება. ასევე, ახალი მაგისტრალების სისტემის განვითარება და ყველა ტურისტულ ცენტრამდე კეთილმოწყობილი საავტომობილო გზის მიყვანა.

ავტომაგისტრალების გასწვრივ მომსახურე ინფრასტრუქტურის განვითარება კიდევ ერთი სტიმული იქნება ტურისტებისა და ტურისტული ჯგუფებისათვის ამ ადგილებზე გასაჩერებლად და დამატებითი მომსახურებებისა და პროდუქტების შესაძენად.

ამასთან, საჭიროა ლოგისტიკური ობიექტების შექმნა დიდ ტურისტულ ცენტრებთან, რომლებიდანაც შესაძლებელი იქნება ამ ცენტრების გრძელვადიანი უწყვეტი მომარაგების უზრუნველყოფა.

უნდა აღინიშნოს, რომ რკინიგზის მნიშვნელობა ტურიზმის დარგში გარკვეულწილად უგულებელყოფილია. თუმცა, ბევრ განვითარებულ ქვეყანაში სარკინიგზო-სამგზავრო გადაზიდვები საკმაოდ კარგი საშუალებაა ტურიზმიდან შემოსავლების მისაღებად. სარკინიგზო მაგისტრალებისა და შემადგენლობის ხარისხი, რეისების სიხშირე და განრიგი, სარკინიგზო ცენტრალური სადგურების ინფრასტრუქტურა და ხარისხი – ასევე, მნიშვნელოვანი გამოწვევაა დარგის განვითარებისთვის.

გარდა ამისა, ველო-ბილიკების განვითარება ძირითად ტურისტულ ქალაქებში შესაძლებელს გახდის ველოსიპედების გაქირავების სერვისების განვითარებას.

ენერგო და კომუნალური ინფრასტრუქტურის განვითარება

ტურიზმის დარგისთვის ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი ინფრასტრუქტურული ნაწილი ენერგო და კომუნალურ ინფრასტრუქტურას უჭირავს.

იმისათვის, რომ ყველა ტურისტული ცენტრი უზრუნველყოფილი იყოს ენერჯის უწყვეტი წყაროთი, საჭიროა ქსელის განვითარება – რეგიონული და მუნიციპალური გადამცემი ხაზების მშენებლობა და მათი მიყვანა ტურისტულ ცენტრებამდე.

გარდა ამისა, დასუფთავების სისტემების განვითარება და ნაგავსაყრელების მშენებლობა – კიდევ ერთი მნიშვნელოვანი კომპონენტია დარგის განვითარებისთვის. საჭიროა მონესრიგებული დასუფთავების სისტემები როგორც ტურისტულ ცენტრებში, ასევე, საავტომობილო და სარკინიგზო მაგისტრალების გასწვრივ.

ამასთან, საჭიროა მაღალსიჩქარიანი ინტერნეტის დაფარვის არეალის მაქსიმიზაცია.

უნდა აღინიშნოს, რომ საზოგადოებრივი საპირფარეშოების ქსელის განვითარება აუცილებელია და შესაძლებელია სატენდერო პროექტების გზით, რომელიც ასევე, ხელს შეუწყობს კერძო კომპანიების განვითარებას და შესაძლებელს გახდის ხარისხის კონტროლს.

საინფორმაციო ინფრასტრუქტურის განვითარება

ინფრასტრუქტურის „უხილავი“, მაგრამ აუცილებელი ნაწილია საინფორმაციო, ე.წ. „სოფტ“ ინფრასტრუქტურა, რომელიც ტურისტული ნაკადების მოძრაობას აწესრიგებს. ამისათვის საჭიროა უკვე არსებული ტურისტული საინფორმაციო ცენტრების ქსელის განვითარება. კარგად ორგანიზებულ საინფორმაციო ცენტრებს შეუძლია იყოს ინფორმაციის ორმხრივად გამტარი. მის ცენტრალური ფუნქცია კი ტურისტებისაგან მიღებული და შეკრებილი ინფორმაციის ანალიზი და ამ ანალიზის საფუძველზე ტურისტული სერვისებისა თუ პროდუქტების შესაბამისი დახვეწა უნდა იყოს.

ტურისტული საგზაო ნიშნების ქსელი საინფორმაციო ინფრასტრუქტურის მეორე მნიშვნელოვან

ნი ნაწილია. განსაკუთრებით ავტომაგისტრალების გზაჯვარედინებზე, უცხოელი ტურისტებისთვის რთულია ორიენტირება შესაბამისი მაჩვენებელი ნიშნების გარეშე.

საშუალო და მცირე ზომის სასტუმროების დატვირთვის და განვითარებას მნიშვნელოვნად შეუწყობს ხელს ტურისტული ობიექტების ჩართვა საერთაშორისო და-ჯავშნის და ტურისტულ პორტალებზე. ტურიზმის ადმინისტრაციას შეუძლია დახმარების განევა საოჯახო სასტუმროებისათვის ასეთ პორტალებზე დარეგისტრირებით და შესაბამისი კონსულტაციების განვითარებით.

გარდა ამისა, საჭიროა განვითარდეს ტურისტული გზამკვლევები – ელექტრონული და ბეჭდური ტურისტული რუკები და მობილური აპლიკაციები, სადაც დეტალურად იქნება აღწერილი ტურისტული მარშრუტები მანძილის, სირთულისა და დამატებითი ტურისტული შესაძლებლობების გათვალისწინებით.

ამასთან, სასტუმროებში, თვითმფრინავებში, აეროპორტებში, სასაზღვრო პუნქტებში, რკინიგზის სადგურებში, ავტოსადგურებსა და ავტობუსის მოსაცდელეებზე – ყველა იმ ადგილზე, სადაც ტურისტებს უწევთ მოძრაობა, უნდა განთავსდეს ე.წ. „სტენდები“ ტურისტული მარკეტინგული მასალებით.

3. ტურისტული შესაძლებლობები

იმისათვის, რომ ქვეყანაში შემოსული ტურისტის მიერ საშუალოდ დახარჯული თანხა სამიზნე ოდენობას გაუტოლდეს (\$600 და მეტი), თანაც ისე, რომ ტურისტი მის მიერ დახარჯული თანხის მინიმუმ შესაბამის სარგებელს და კმაყოფილებას იღებდეს, აუცილებელია მრავალფეროვანი ტურისტული შესაძლებლობების განვითარება. მრავალფეროვანი არჩევანი საშუალებას იძლევა ქვეყანა საინტერესო იყოს ტურისტთა უფრო ფართო წრისთვის და გაიზარდოს ქვეყანაში შემოსული ტურისტების მიერ დახარჯული თანხების ოდენობა.

მიუხედავად ქვეყანაში არსებული მრავალფეროვანი ბუნებრივი ლანდშაფტისა და მდიდარი კულტურული მემკვიდრეობისა, დღეს საქართველო არ გამოირჩევა ტურისტული შესაძლებლობების მრავალფეროვნებით. ქვეყანაში არ არის განვითარებული სპორტული,

სარეკრეაციო, გასართობი და თემატური პარკები; ასევე, ნაკლებად არის განვითარებული საკურორტო კომპლექსები. არ არის განვითარებული მანქანის გაქირავების სერვისები და შესაბამისად, ამ მაჩვენებლის მიხედვით საქართველო 97-ე ადგილზეა მსოფლიო კონკურენტუნარიანობის ანგარიშში¹⁵.

კულტურული რესურსების განვითარება

საქართველოს საკმარისად გააჩნია საბაზისო კულტურული რესურსები, რომლებზეც შესაძლებელია ტურისტულად მიმზიდველი კულტურული პროდუქტების შექმნა. ადგილობრივი რენვის განვითარება შესაძლებელს გახდის ტურისტებისათვის საინტერესო პროდუქტების შექმნას და რეალიზაციას.

მნიშვნელოვანია, რომ იუნესკოს მსოფლიო კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლების სიაში გაიზარდოს ქართული ძეგლების რაოდენობა. დღეისათვის, სიაში 4 ქართული კულტურის ძეგლია შესული, ხოლო მომლოდინე სიაში 15 ქართული კულტურის ძეგლი. ამისათვის საჭიროა მიზანმიმართული მუშაობა და ურთიერთთანამშრომლობა ტურიზმის ადმინისტრაციას, კულტურისა და განათლების სამინისტროებს შორის. უნდა მოხდეს ერთობლივი მიზანმიმართული პროექტების დაგეგმვა და განხორციელება.

გარდა ამისა, საერთაშორისო ფესტივალების, გამოფენებისა და ბაზრობების ორგანიზება კარგ პლატფორმას შექმნის ტურისტების მოსაზიდად და ადგილობრივი კულტურის ექსპორტისათვის.

სპორტის, ბართობის, რეკრეაციის შესაძლებლობების განვითარება

სპორტული-სარეკრეაციო კომპლექსების, თემატური და გასართობი პარკების არსებობა ქვეყანაში ხელს შეუწყობს მრავალფეროვანი ტურისტული პროდუქტების განვითარებას და საერთაშორისო სპორტული და სხვა ღონისძიებების ორგანიზებისთვის საინტერესო ადგილად განხილვას.

არსებული საკურორტო კომპლექსების განვითარება შესაძლებელს გახდის დიდი ოდენობით ტურისტების მომსახურებას.

15 წყარო: World Economic Forum

საერთაშორისო ოლიმპიადების, კონფერენციებისა და სემინარების სისტემატური ორგანიზება უზრუნველყოფს არასაკურორტო სეზონებზე ტურისტების პერმანენტულ მოზიდვას.

ტურიზმის მომსახურე საქმეების განვითარება

კარგად განვითარებული დარგისთვის აუცილებელია არსებობდეს სანდო და გამოცდილი ტურისტული კომპანიები, სააგენტოები და ტუროპერატორები. ხელისუფლებას შეუძლია ხელი შეუწყოს მათ განვითარებას სხვადასხვა მხარდამჭერი პროგრამით. ამასთან, მნიშვნელოვანია, რომ ქვეყანაში ოპერირებდეს ცნობილი, საერთაშორისო ტურისტული კომანიები.

საჭიროა განვითარდეს ტურისტული ავტოპარკები და სატრანსპორტო კომპანიები, რომლებიც შეძლებენ სხვადასხვა მოთხოვნის მქონე და ოდენობის ტურისტის მომსახურებას.

ნებისმიერ დარგში, და მათ შორის ტურიზმშიც, სპეციალიზებული კვლევითი და საკონსულტაციო ორგანიზაციების არსებობა, სადაც ხდება დარგის შესახებ ცოდნის აკუმულირება და ანალიზი, დარგის წარმატების ერთ-ერთი მთავარი წინაპირობაა.

4. ბუნებრივი გარემო

საქართველოს ბუნებრივი გარემოს მრავალფეროვნება ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ფაქტორია ქვეყნით ტურისტების დაინტერესებისთვის. თუმცა, დღეს არსებული მდგომარეობით, ეს ფაქტორი მნიშვნელოვანი ხელისშემშლელია დარგის განვითარებისთვის. ლანდშაფტის, ტყის რესურსების არგანახლება და მოუვლელიობა, სანაპირო ზოლების უსუფთაობა – განსაკუთრებით თვალშისაცემია განვითარებული ქვეყნებიდან ჩამოსული ტურისტებისთვის. რესურსების მიმართ არასათანადო ყურადღებას მონიშნავს კონკურენტუნარიანობის ანგარიშიც – ხმელეთის ბიომრავალფეროვნების დაცულობის მაჩვენებლით, საქართველო 114-ე ადგილზეა, გარემოსდაცვითი რეგულირების სიმკაცრის მაჩვენებლით კი 94-ე ადგილზე¹⁶. გარდა ამისა, სხვადასხვა ექსპერტების მიერ ხშირად სა-

ხელდება ქუჩებსა და საზოგადოებრივ ადგილებზე უსუფთაობისა და საზოგადოებრივი ტუალეტების არარსებობის პრობლემა.

ბუნებრივი გარემოს ხარისხის გაუმჯობესება

ლანდშაფტის მოვლა-შენარჩუნებისათვის საჭიროა განსაკუთრებით ცენტრალური გზისპირა პერიმეტრები მუდმივად დასუფთავდეს და გატარდეს სისუფთავის დაცვისათვის საჭირო ღონისძიებები, საჭიროა დაიდგას ნაგვის ურნები; ასევე, დაცული ტერიტორიებისა და პარკების მუდმივი სისუფთავის უზრუნველყოფა. სანაპირო ზოლის, განსაკუთრებით კი აქტიურ ტურისტულ რეგიონებში, დასუფთავება და მოვლა აუცილებელია. საზოგადოების აქტიური ჩართვა სუფთა გარემოს მისაღებად შესაძლებელია სხვადასხვა კამპანიით. საჭიროების შემთხვევაში უნდა გამოიყენებოდეს მკაცრი სამართლებრივი ბერკეტები დანაგვიანებისა და ტყის ჩეხვის წინააღმდეგ.

მნიშვნელოვანია განახლდეს ტყის რესურსები – გაინმინდოს ტყის მასივები ხმელი და დაავადებული ხეებისგან და დაირგას ახალი ნერგები. ასევე, ახალი ტყის მასივების დაგეგმვა და განვითარება. მნიშვნელოვანია ბიომრავალფეროვნების შენარჩუნება და განვითარება.

ბუნებრივი და არქიტექტურული ძეგლების განვითარება და ცნობადობის გაზრდა

გარდა არსებულისა, საჭიროა ქვეყანაში შეიქმნას და განვითარდეს, რაც შეიძლება მეტი ახალი დაცული ტერიტორია, პარკები, და ბოტანიკური ბალები. თითოეული ტერიტორია ორგანიზებულად უნდა დაიგეგმოს და განვითარებდეს.

საჭიროა ტურისტული ინფრასტრუქტურის განვითარება არქიტექტურულ-ისტორიულ ძეგლებთან, ასევე ნაკრძალებსა და ტყე-პარკებში, რაც გულისხმობს სასტუმროს, კაფეების, საპირფარეოს, გართობის სხვადასხვა შესაძლებლობების შექმნას.

მნიშვნელოვანია, რომ საქართველოს ბუნებრივი ძეგლების შესახებ ცნობადობა გაიზარდოს საერთაშორისო მასშტაბით. იუნესკოს მსოფლიო მემკვიდ-

რეობის ძეგლებს შორის საქართველოს ბუნებრივი მემკვიდრეობის არცერთი ძეგლი არ არის წარმოდგენილი. სიაში მინიმუმ 1 ძეგლის შეტანაც კი, ხელს შეუწყობს ქვეყნის ბუნებრივი ძეგლების შესახებ ცნობადობის ამაღლებას.

5. დარგის ორგანიზება

დარგის სწორი და სწრაფი განვითარებისთვის, მისი პრიორიტეტულობის გათვალისწინებით, ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი ამოცანა მისი ინსტიტუციური მოწყობა და ორგანიზებაა. ამ დრომდე ქვეყანაში არ არის დარგის განვითარების გრძელვადიანი სტრატეგიული ხედვა, რაც განაპირობებს დარგის ქაოტურ და ფრაგმენტულ განვითარებას. დარგობრივი ასოციაციები არ არიან საკმარისად ძლიერი იმისათვის, რომ საკანონმდებლო ინიციატივებსა და სისტემური ხასიათის პრობლემებზე საკუთარი ხედვები მოამზადონ და მუდმივად იმუშაონ, აქტიური მონაწილეობა მიიღონ მათ განხილვებში.

მნიშვნელოვანია, ქვეყანაში არსებობდეს დარგის განვითარების სტრატეგიული ხედვა და მისი განხორციელებისათვის საჭირო ყველა ინსტრუმენტი. მათ შორის, როგორც ინსტიტუციური მოწყობა, ასევე შესაბამისი კანონმდებლობა და რეგულაციები.

დარგის ინსტიტუციონალური განვითარება

ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის გაძლიერება, მისი გამოტანა ცალკე სტრუქტურულ ერთეულად პრემიერმინისტრის უშუალო დაქვემდებარებაში მნიშვნელოვნად გაზრდის ამ სტრუქტურის მუშაობის ხარისხს და ეფექტურობას. ასევე, საჭიროა ადმინისტრაციის გაძლიერება საკადრო და ფინანსური რესურსით. უნდა გაძლიერდეს ტურიზმის ადმინისტრაციის ანალიტიკური ფუნქცია.

ხელისუფლებამ ხელი უნდა შეუწყოს დარგობრივი ასოციაციების შექმნას და გაძლიერებას, რომლებიც ორგანიზებულად იმუშავენ დარგში არსებულ პრობლემებსა და გამოწვევებზე. აქტიურად უნდა ხდებოდეს ამ ასოციაციების ჩართვა ტურიზმთან შეხებაში მყოფი საკანონმდებლო ცვლილებებისა და გადამწყვეტილებების შემუშავების პროცესში.

უნდა განვითარდეს და გაძლიერდეს ტურიზმის არსებული საინფორმაციო ცენტრები, მათი ქსელის

გაფართოება მთელი ქვეყნის მასშტაბით და დამატებითი ფუნქციებით აღჭურვა. ეს, ერთის მხრივ, საშუალებას მისცემს ხელისუფლებას, გაზარდოს ტურისტების ინფორმირებულობა და ორგანიზებულად შეძლოს ნაკადების მართვა, მეორეს მხრივ კი შესაძლებელს გახდის ინფორმაციის დროულ მოგროვებას, როგორც ტურისტებთან უკუკავშირის საშუალებით, ასევე, უშუალოდ საინფორმაციო ცენტრების მხრიდან დანახული პრობლემებისა და გამოწვევების შესახებ.

დონორების მეშვეობით სისტემატურად უნდა განხორციელდეს როგორც რაოდენობრივი, ისე ხარისხობრივი კვლევები ტურიზმის დარგში, რაც შესაძლებელს გახდის დარგის შესახებ სრული სურათის დანახვას. მაგალითად, რომელი ქვეყნებიდან შემოსული ტურისტები რომელ ადგილებს სტუმრობენ? რამდენი ტურისტი შემოდის ქვეყანაში განმეორებით? რამდენ ადამიანთან გაუწია რეკომენდაცია ქვეყანას? რომელი ფაქტორებით დარჩა უკმაყოფილო? – ამ ტიპის უამრავ კითხვაზე პასუხი აუცილებელია იმისათვის, რომ შესაძლებელი გახდეს სწორი ანალიზი, დაგეგმვა და ეფექტური ღონისძიებების გატარება.

კანონმდებლობისა და რეგულაციების გაუმჯობესება

შესაბამისი საკანონმდებლო ხელშეწყობის გარეშე დარგის განვითარება ვერ მოხდება. ამისათვის საჭიროა, რეგულაციების შესაბამება დარგის პრიორიტეტებთან სხვადასხვა მიმართულებით. მათ შორის, მნიშვნელოვანია ტურიზმში საკუთრების ნახალისება, რაც გაამარტივებს ახალი სასტუმროების გაჩენას და საერთაშორისო ბრენდების შემოსვლას ქვეყანაში. მნიშვნელოვანია, რომ ქვეყანაში შემომსვლელი ტურისტებისათვის ბარიერებთან და შეზღუდვებთან არ იყოს დაკავშირებული საზღვრის გადმოკვეთა.

საინვესტიციო მიმზიდველობის გაზრდის მიზნით საჭიროა მოგების გადასახადის გაუქმება. მრავალ ქვეყანაში წარმატებით მუშაობს ტურისტული ზონების გამოცხადება 5–10 წლიანი სქემებით, სადაც კონკრეტული ადგილებისთვის შემუშავებულია გენერალური გეგმა, ხელისუფლება უზრუნველყოფს ადგილზე ინფრასტრუქტურას და აცხადებს კონკურსს კონკრეტული მოცულობის ობიექტებზე. ტუ-

რისტული ზონების შიგნით მოქმედებს ვადიანი შე-
ღავათები, თუმცა, როგორც წესი, შემდგომში უკვე
სპეციალური ზონების გარეთაც ხდება საკურორტო
ზონის ბუნებრივი განვითარება.

ტურიზმის სტრატეგია

ქვეყნის ბრენდინგი და ტურიზმის მიზნებისთვის
პრომოცია უნდა ხორციელდებოდეს არა ქაოტუ-
რად, არამედ წინასწარ შემუშავებული გრძელვადი-
ანი სტრატეგიით.

აუცილებელია, ქვეყანას გააჩნდეს ხედვა, თუ
როგორი ტიპის ტურიზმს ავითარებს, რა ტიპის
ტურისტებზე აკეთებს ორიენტაციას – მრავალ-
რიცხოვან და შედარებით დაბალშემოსავლიანზე
თუ შედარებით მცირერიცხოვან და მაღალშემო-
სავლიან სეგმენტზე; რა ტიპის ქვესექტორებია
პრიორიტეტული, რომელ ნიშურ ტურიზმს ავითა-

რებს; გაცხადებული ხედვის შესაბამისად მოხდება
კერძო სექტორის განვითარება შესაბამისი ხარის-
ხისა და ფასის მომსახურებებისა და სასტუმროე-
ბის ჩათვლით.

უნდა შემუშავდეს საპრომოციო სტრატეგია შემომსვ-
ლელი და ადგილობრივი ტურიზმისთვის ცალ-ცალკე.

საჭიროა სამიზნე ქვეყნებისა და სეგმენტების გან-
საზღვრა, სადაც განხორციელდება მიზანმიმართუ-
ლი ღონისძიებები – მედიაარეკლამები, სისტემატური
მედიატურები და ტურისტული აგენტების ტურები,
ტურისტულ კომპანიებთან და ავიაკომპანიებთან
თანამშრომლობა და სასურველი მიმართულებებით
რეისების დაგეგმვა.

საერთაშორისო ტურისტულ გამოფენებში მონაწი-
ლეობასთან ერთად მნიშვნელოვანია ასეთივე გამო-
ფენების საქართველოში მოწყობა.

ბიბლიოგრაფია

- World Economic Forum. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013, 2013
- World Economic Forum, The Global Competitiveness Report 2013-2014, 2014
- Bank of Georgia Research, Georgia's Tourism Sector, Targeting Diversification, 2014
- Bank of Georgia Research, Georgia's Tourism Sector, Arrivals on the Rise, 2013
- Bank of Georgia Research, Georgia's Tourism Sector, Better than Ever, 2013
- Bank of Georgia Research, Georgia's Tourism Sector, Seize the Opportunity, 2013
- Georgian National Tourism Administration, Georgian Tourism in Figures, 2014
- Georgian National Investment Agency, Investment Opportunities in Georgia – Tourism, 2012
- Ministry of Culture and Tourism of Turkey, Tourism Strategy of Turkey – 2023, 2007
- Tourism And Economic Development by Allan M. Williams, Gareth Shaw, Robert Williams, 1998
- Ministry of Tourism, Republic of Croatia, Croatian Tourism Development Strategy until 2020, 2013
- Ministry of Tourism of Republic of Croatia, Croatian Tourism Development by 2010 Strategy Report, 2003
- შსს. საქართველოს საზღვარზე გადაადგილებული ვიზიტორთა სტატისტიკური მონაცემები, 2015 წლის მაისი

დოკუმენტში მოცემული მოსაზრებები ეყრდნობა სხვადასხვა წყაროს და ანალიზს. მათ შორის: ქართული ტურიზმის
ბოლო წლების სტატისტიკას და დინამიკას, მსოფლიო ეკონომიკური ფორუმის ანგარიშებს, დარგის ექსპერტებთან და
წარმომადგენლებთან ინტერვიუებს, კვლევებს, ანგარიშებს და სტატიებს, სხვადასხვა ქვეყნის გამოცდილებას.
საქართველოს ბიზნეს ასოციაცია არ არის პასუხისმგებელი გამოცემაში მითითებული წყაროების მონაცემების სიზუსტეზე.