

ტურიზმი და საქართველო



ამ თემას მიეძღვნა სასტუმრო „შერატონ მეტეხი პალასში“ გამართული ჯონფერენცია, რომელიც ჩვენმა ჟურნალმა უკომპანია „ელიტ ელექტრონიკსთან“ ერთად ჩაატარა. ჯონფერენციის მუშაობაში ექსპერტებთან ერთად ტუროპერატორები, ავიაკომპანიებისა და სასტუმრო ბიზნესის წარმომადგენლები მონაწილეობდნენ. როგორც ხშირად ხდება-ხოლმე, მიუხედავად ჯონფერენციის ინიციატორთა სურვილისა,

ლონისძიებს ხელისუფლების წარმომადგენლები ვერ, თუ არ დაესწრნენ. შეიძლება თამამად ითქვას, ჯონფერენციის ფარგლებში გამართული დისკუსია საინტერესოდ და შესაშური ენთუზიაზმით გაგრძელდა.

ვფიქრობთ, ჩვენი ჟურნალის მკითხველთათვის ინტერესმოკლებული არ იქნება ჯონფერენციის მონაწილეთა ზოგიერთი მოსაზრების გაცნობა.



ნიკა კვარაცხელია, ექსპერტი ტურიზმის საკითხებში, ისტორიის აკადემიური დოქტორი, პროფესორი:

– ტურიზმი საქართველოს ეკონომიკის განვითარების ერთ-ერთ პრიორიტეტულ მიმართულებად

უნდა იქცეს. ჩვენს ქვეყანას ტურისტული პოტენციალის სრულად ათვისების შემთხვევაში სავარაუდოდ შეუძლია წელიწადში 5-6 მილიონი ტურისტის მიღება. ამის მიღწევა შესაძლებელია სახელმწიფოს ხელშეწყობი როლის გაზრდითა და არსებული უარყოფითი ტენდენციების აღმოფხვრით.

პრაქტიკა ცხადყოფს, რომ სახელმწიფო პოლიტიკის ცვლილება მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს ტურიზმის სფეროზე. ეს გასაგებია, რადგან პოლიტიკოსები ირჩევენ როგორც პრიორიტეტებს და ორიენტირებს პოლიტიკასა და ეკონომიკაში, ისე მათი განხორციელების გზებს. ზემოთქმულის ნათელი მაგალითია შვეცია, სადაც 1976-1994 წლებში ორჯერ მოვიდნენ ხელი-

სუფლებაში სოციალისტები. მათ ჩაუყარეს საფუძველი ტურიზმის დარგში განუვლი ხარჯების სახელმწიფო ბიუჯეტიდან დაფინანსების წესს, რამაც გაზარდა შვეციაში შემოსულ ტურისტთა რაოდენობა. თუმცა, როცა 1991-1994 წლებში, მთავრობა შეიცვალა, მასთან ერთად შეიცვალა პოლიტიკაც და „შვეციის იმიჯისათვის“ პასუხისმგებლობა დაეკისრა არა სახელმწიფო ორგანოს, არამედ კერძო სექტორს, რომელმაც, როგორც მოსალოდნელი იყო, დაფინანსება შეამცირა და საზღვარგარეთ წარმომადგენლობები გააუქმა. შედეგად შვეციაში უცხოელ ტურისტთა რაოდენობამ იკლო, ხოლო 1995 წლიდან სოციალისტების ხელისუფლებაში ხელმეორედ მოსვლის

შემდეგ კერძო სექტორსა და სახელმწიფოს შორის ისევ მიღწეულ იქნა კომპრომისი და სახელმწიფომ ხელახლა დაიწყო ქვეყნის იმიჯის განმტკიცების მიზნით ტურიზმის პრომოუშენის დაფინანსება. შესაბამისად, შვეციის ტურიზმი ისევ წარმატებული გახდა. ცნობილი სენტენციის თანახმად, თუ ჭკვიანები სხვის შეცდომებზე სწავლობენ, მაშინ ჩვენც შეძლებისდაგვარად უთუოდ უნდა გავითვალისწინოთ შვეციის მაგალითი და გავაკეთოთ შესაბამისი დასკვნები.

ერთ-ერთი მთავარი პრობლემა შესაბამისი საკანონმდებლო ბაზის უქონლობაა - საქართველოს, ტურიზმში მოქმედი კანონები და კანონქვემდებარე აქტების ჩამოსათვლელად ორივე ხელი საკმარისი იქნება. ჩვენში არავინ არეგულირებს ისეთ საკითხებს, როგორებიცაა: **როგორ უნდა მოხდეს საგზურის გაყიდვა, რა არის ექსკურსია, რა ურთიერთობებში უნდა იყოს ტურისტული ფირმა კლიენტთან, ვინ უნდა იყოს გიდი და ა.შ.**

შემიძლია დაბეჯითებით ვთქვა, რომ საქართველოს გააჩნია დიდი გეოგრაფიული წანამძღვრები იმისათვის, რომ ტურიზმი განვითარდეს. ვფიქრობ, საქართველომ ტურიზმის განვითარების მიმართულებებს შორის პრიორიტეტი კულტურულ ტურიზმს უნდა მიანიჭოს. თუ ჩვენ კულტურული ტურიზმის განვითარება გვინდა, რომელიც ითვალისწინებს ჩვენი კულტურის



სხვისთვის გაცნობასა და პოპულარიზაციას, აქ, რა თქმა უნდა, ორმაგი გავლენა არსებობს. თუმცა, ეს „გათქვეფის“ საშიშროებას ნამდვილად არ ქმნის – როგორც ჩამოსულზე იმოქმედებს ქართული კულტურა, ისე დამხვდურზეც მოახდენს გავლენას ჩამოსულის კულტურული და საყოფაცხოვრებო ტრადიციები.

და ბოლოს: თუ ჩვენ გვინდა ტურიზმის განვითარება, ქვეყანაში ტურიზმზე პასუხისმგებელმა ორგანომ უნდა უთხრას ტურისტული ბიზნესით დაკავებულ ან პოტენციურად ამის მსურველ ადამიანებს, დაკავდით ტურიზმით, გააკეთეთ საქმე და გექნებათ წარმატება. ჩემი ეს მოსაზრება ეფუძნება 2006-2007

წლებში ქვეყანაში შემოსული ტურისტების იმ რაოდენობას, რომელიც კულტურული ტურიზმის მიმართულებით ნავიდა. თუ გვექნება კვლევებზე დაფუძნებული ინფორმაცია, ტურიზმის რომელი ფორმით უფრო მეტი ადამიანი ჩამოვიდა ქვეყანაში, იქნება ეს სათავგადასავლო, თუ კულტურული ტურიზმი, მაშინ სწორედ იქით უნდა მივმართოთ სახელმწიფოს ძალისხმევა და სტიმული მივცეთ მის განვითარებას. სამწუხაროდ, ასეთი მარკეტინგული კვლევები, სოციოლოგიური დაკვირვებები, ანალიზი და მასზე დამყარებული რეკომენდაციები სახელმწიფოს მხრიდან ნაკლებია, ეს კი, გარკვეულწილად, დარგის განვითარების ხელისშემშლელი ფაქტორია.



მარინა მცხაიშვილი, საქართველოს პარლამენტის დარგობრივი ეკონომიკისა და ეკონომიკური პოლიტიკის კომიტეტის წამყვანი სპეციალისტი, ეკონომიკის დოქტორი, პროფესორი:

– ვერ წარმომიდგენია, კონცეფციისა და საკანონმდებლო ბაზის არარსებობის პირობებში ტურიზმი როგორ უნდა განვითარდეს. მინდა გულისტკივილით აღვნიშნო, რომ თუკი ეს მიმართულება ქვეყნისთვის პრიორიტეტულია, თუკი მას ნამდვილად ეკონომიკური შემოსავლების შემოტანა შე-

უძლია, რეფორმის შედეგად ტურიზმის დეპარტამენტის საინვესტიციო სააგენტოსთან გაერთიანება დარგს კარგს არაფერს მოუტანს.

რაც შეეხება ტურისტულ ინფრასტრუქტურას, იგი საკმაოდ დაუგეგმავად ვითარდება, რაც სასტუმროებისა და ატრაქციების ცენტრალურ ქალაქებში ან დედაქალაქის ცენტრალურ ქუჩებსა და მათ მიმდებარე ტერიტორიაზე კონცენტრაციაში გამოიხატება. ნუთუ მსოფლიოში ცნობილი ხუთი სახელგანთქმული სახელწოდების მქონე სასტუმრო

თბილისის ერთ ქუჩაზე უნდა განთავსდეს? არც მხოლოდ ბათუმის ბულვარის უზომოდ გალამაზებაზე ფიქრია მისაღები, ნაცვლად მთლიანად აჭარის რეგიონში ტურიზმის განვითარებაზე გლობალურად ფიქრისა.

აღსანიშნავია, რომ დღეისათვის ჩვენი ქვეყნის მოქალაქეების მნიშვნელოვანი ნაწილი ტურიზმის განვითარების ფუნდამენტური პრინციპებისა და არსის შესახებ საკმაოდ მწირ ინფორმაციას ფლობს. განსაკუთრებით გამოვყოფდი სამეცნიერო და აკადემიურ წრეებში არსებულ მდგომარეობას. არ არსებობს ტურიზმის შესახებ ქართულენოვანი სამეცნიერო და

სპეციალური ლიტერატურა მცირე გამონაკლისის გარდა. ტურიზმის სპეციალობა სულ ახლახან შევიდა უმაღლესი სასწავლებლების სპეციალობათა კლასიფიკატორში. საქართველოში არსებული უმუშევრობის მაღალი მაჩვენებლის მიუხედავად, ტურიზმისა და სტუმარ-მასპინძლობის სფეროში კვალიფიციური კადრების ნაკლებობაა. აუცილებელია მენტალიტეტის შეცვლა, ანუ ტურიზმის განვითარების პრიორიტეტისადმი საზოგადოების დამოკიდებულება. აღნიშნულ ნაკლოვანებათა საფუძველი სწორი, მეცნიერულად დასაბუთებული ინფორმაციის დეფიციტია. განსაკუთრებით მნიშვნელო-

ვანია ტურპროდუქტის ფასისა და ხარისხის ისეთი შეფარდება, რომელიც კონკურენტუნარიანს გახდის მას როგორც ადგილობრივ, ასევე უახლოესი მეზობელი ქვეყნების ბაზრებზე. პრიორიტეტად უნდა იქცეს შიდა ტურიზმის განვითარება, რადგან ამ დროს შექმნილი თანამედროვე ინფრასტრუქტურა და მომსახურების შესაბამისი სტანდარტები უცხოელი ტურისტების ნაკადების რაოდენობის გაზრდაზეც დადებითად იმოქმედებდა.

სამწუხაროდ, შემოსული ტურისტების ოფიციალური სტატისტიკა რეალურ სურათს არ ასახავს, რადგან დათვლის სათანადო მეთოდოლოგიაც კი არ გაგვაჩნია.

ბიორბი კოლუა, ავიაკომპანია „ნაციონალური ავიაზაზების“ პრეზიდენტი:

– უცნაურია, რომ ტურიზმის განვითარების პრობლემებზე საუბრისას ავიაციას არავინ ახსენებს... არადა, ევროპაში არის ასეთი ტენდენცია – ტურიზმის „პაკეტი გაყიდვა“. მე მზად ვარ, შევთავაზო დაბალი, კონფიდენციალური ტარიფები საქართველოს ტურიზმის მთელ სექტორს, რაც გაცილებით მეტი ტურისტის მოზიდვას შეუწყობდა ხელს.

რასაკვირველია, მხოლოდ იაფი ბილეთით საქმე არ მოგვარდება! საქართველოში თითქმის არ არის დაბალფასიანი სასტუმროები, რომლებიც პაკეტის შეკერისას ჩვენთან ერთად შემოვლენ ალიანსში. უცხოური კომპანიების შემოსვლის სანინალმდეგო ნამდვილად არაფერი მაქვს, მაგრამ ნუ გვექნება ილუზიები, რომ ისინი ჩვენს ტურისტებს დაბალ ფასებს შესთავაზებენ. უცხოური კომპანიები თავიანთი ქვეყნის ტურიზმის განვითარებაზე მუშაობენ და მართლებიც არიან, ჩვენს ტურიზმს კი ჩვენ უნდა მივხედოთ.

სასიხარულოა, რომ თბილისში ასეთი ლამაზი აეროპორტი გაკეთდა, მაგრამ ავიაციასთან ალიანსის გარეშე საქმეს მხოლოდ ეს ვერ უშველის.



ანზორ ქოქოლაძე, „ელიტ ელექტრონიქსის“ გენერალური დირექტორი, კონფერენციის თანაორგანიზატორი:

– ტურიზმის განვითარების საკითხებზე საუბრისას განსაკუთ-

რებით უნდა აღინიშნოს არაკოორდინირებულობის პრობლემა. მაქსიმალურად ოპტიმიზებული და შეჯერებული უნდა ვიყოთ! ამას მთავრობა უნდა ჩაუდგეს სათავეში. სხვა შემთხვევაში ეს ინიციატივა კერძო სექტორმა უნდა აიღოს თავის თავზე. ზოგადად ქვეყნის პრობლემა იმაშია, რომ ერთიანი ეკონომიკური განვითარების კონცეფცია არ გაგვაჩნია.

ჩვენი საზოგადოების არც თუ ისე მცირე ნაწილი შიშობს, რომ ტურიზმის განვითარება ქვეყანას მომსახურე ერად გადააქცევს, რაც არასწორად მიმაჩნია.

მართალია, მთავრობის მხრიდან ინფრასტრუქტურულ ნაწილში გარკვეული ნაბიჯები გადაიდგა,

მაგრამ არაკოორდინირებულად, ბიზნესთან შეუჯერებლად. მიმაჩნია, რომ მთავრობის ფუნქცია ბიზნესის წარმოება კი არა, ისეთი მოედნის შექმნაა, სადაც ბიზნეს-სუბიექტები ითამაშებენ. ხშირად გვსაყვედურობენ, რომ კერძო სექტორის მხრიდან ინიციატივები არ მოდისო, ბიზნეს-სექტორის წარმომადგენლები რისკიანები არ არიან, სუსტები არიან და ა.შ. შეიძლება მართლაც არა ვართ ძლიერები, მაგრამ ოდესმე ხომ უნდა გავძლიერდეთ?! ვფიქრობ, თუ თავად ტურიზმის სექტორი არ იქნება აქტიური, ამ მიმართულების გასაძლიერებლად რაც არ უნდა გააკეთოს სხვა სექტორმა, არაფერი არ გამოვა.



კოტე აბულაძე, ტურიზმის ექსპერტი. ეკონომიკის დოქტორი, პროფესორი:

– ტურიზმის ექსპერტმა ბ-ნმა ნიკა კვარაცხელიამ კონფერენციაზე სწორად აღნიშნა, რომ საჭიროა საკანონმდებლო ბაზის შევსება. კანონების ჰარმონიზაცია ევროკავშირის მოთხოვნებთან ჩვენს სინამდვილესთან მათი ადაპტაცია. ამ მხრივ განსაკუთრებით ბევრია გასაკეთებელი, თანაც, დრო არ ითმენს.

უდავოდ კარგია სასტუმროებისა და ტურისტული ცენტრების მშენებლობა, მაგრამ რად გვინდა სპორტული მოედნები და ინვენტარი, თუ თამაშის წესები არ გვექნება?

ეს პრობლემა სხვა კუთხითაც მინდა წარმოვაჩინო. ჩვენ გვაქვს კანონი **მომხმარებელთა უფლებების დაცვის შესახებ**, რომლის მე-7 მუხლში ნათქვამია, რომ საქონლი-

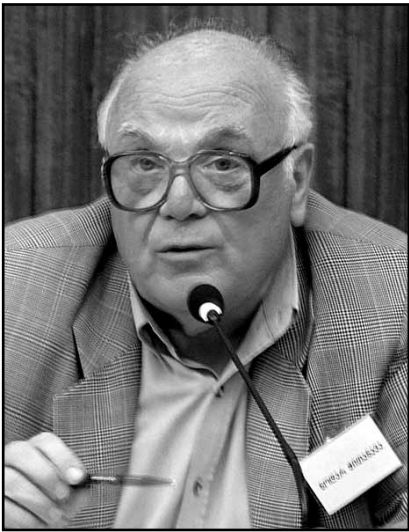
სა და მომსახურების მწარმოებლების მიერ სარეკლამო მასალებში გაცხადებული ხარისხი რეალობას უნდა შეესაბამებოდეს. წინააღმდეგ შემთხვევაში დგება მომსახურების მწარმოებლის პასუხისმგებლობის საკითხი. პირდაპირ უნდა ითქვას, რომ ეს კანონი არ მუშაობს. არადა, როცა მოვინდომეთ, ხომ შევძელით ღვინის და ზოგიერთი სხვა პროდუქტის ფალსიფიკაციის შემცირება?... უცხოელი ტურისტების მომსახურებაც ხომ ექსპორტია!.. მართალია საქართველოს კანონში **„ტურიზმისა და კურორტების შესახებ“** ტურისტული მომსახურება ექსპორტთანაა გათანაბრებული, მაგრამ საკანონმდებლო მოთხოვნა რჩება კიდევ ერთ **„ხმად მლალედებისა უდაბნოსა შინა“**. მომრავლდა თვითმარქვია სასტუმროები, რომლებიც ვარსკვლავების იმ რაოდენობით ამკობენ თავიანთ ფასადებსა თუ სარეკლამო მასალებს, რამდენითაც სურთ. ეს ხომ მომხმარებლის მოტყუებაა! ჩვენ არ გვაინტერესებს რა ფერის უნიფორმა ეცმევა მომსახურე პერსონალს, ან რა ფერის კედლები ექნება სასტუმროს სააბაზანოს, მაგრამ ადამიანის სიცოცხლე, მისი ჯანმრთელობისა და ქონების დაცვა მიმღები სახელმწიფოს პასუხისმგებლობის საკითხია. ასე, მაგალითად, აზერბაიჯანი მომდევნო წლის იანვრიდან შეაჩერებს იმ სასტუმროთა საქმიანობას, რომლებსაც არ ექნებათ ლიცენზია. ასეთივე მოთხოვნებია უკრაინაში, მოლდოვაში, ესტონეთსა და სხვა ქვეყნებ-

ში. სასტუმრო მომსახურების თანამედროვე სტანდარტი ორი წლის წინათ საქართველომაც შეიმუშავა. იგი როგორც ხდება ხოლმე ბიუროკრატიულ მორევში გაეხვა და ორი წელია, იქ ტრიალებს.

დღეს ჩვენ არ გაგვაჩნია არც ტურიზმის განვითარების სახელმწიფო პროგრამა და არც ტურისტული ობიექტების განლაგების გენერალური სქემა. მთელი სიგრძე-სიგანით უნდა გავაცნობიეროთ დარგის ინფრასტრუქტურის უდიდესი მასშტაბი, რომელიც იწყება საზოგადოებრივი ტრასეებიდან და საერთაშორისო აეროპორტებით მთავრდება. ტურიზმი ხომ მხოლოდ სასტუმროებით არ შემოიფარგლება, როგორც ზოგიერთს ჰგონია... ის ერთობლივად საბანკო სადაზღვევო და სამედიცინო მომსახურებასაც, გზებს, ენერგო- და წყალმომარაგებას მოიცავს, მაგრამ ყველაფერი აუცილებლად საერთაშორისო სტანდარტებს უნდა შეესაბამებოდეს! კადრების, განსაკუთრებით კი, მენეჯერთა მომზადების დარგში მდგომარეობა სავალალოა. ზოგჯერ მრჩება შთაბეჭდილება, ჩვენ ტურიზმის მენეჯერებს კი არა, ტურისტებს ვამზადებთ. ჩვენ არ ვაძლევთ კურსდამთავრებულებს ეკონომიკურ, ტექნოლოგიურ ცოდნას. საქართველოს სასტუმრო ბაზარზე შემოდიან ტრანსნაციონალური კორპორაციები, რომლებსაც უზარმაზარი პოტენციალი და თანამედროვე ტექნოლოგიები გააჩნიათ. ჩვენ კი ვერ ვიყენებთ ამას, იმიტომ, რომ კვალიფიკაცია არ გვყოფნის, თუმცა, ეს ტექნოლოგიები ძალიან გვჭირდება. სწორედ მათ საფუძველზე უნდა ვმართოთ არსებული სანარმოები და შევქმნათ ახლები.

ძალიან მომეწონა ჟურნალ **„ბიზნესი და კანონმდებლობაში“** გამოქვეყნებული **რევაზ საყვარიშვილის** სტატია სათაურით **„ტურიზმი – დიდი შანსი ბევრი საფრთხეებით“**. ვფიქრობ, ეს კარგი პასუხია დიდი სკეპტიკოსებისთვისაც და დიდი ოპტიმისტებისთვისაც. განსხვავებული აზრის არსებობა ძალიან კარგია – დროა ამას მივეჩვიოთ და პატივი ვცეთ განსხვავებულ მოსაზრებებს.





ნოდარ ჭითანაძე, ეკონომიკის მეცნიერებათა დოქტორი, პროფესორი:

– რაც შეეხება ტურიზმის გამოცდილებას, ჩემდა სამწუხაროდ, მხოლოდ 5 წლის წინათ გავიგე, რომ ტურიზმის პრობლემატიკა ჯერ კიდევ შოთა რუსთაველს ჰქონია განხილული „ვეფხისტყაოსნის“ 1054-ე სტროფში:

**„აქა მოსვითა განყმდების
კაციცა იყოს ბერები,
სმა, გახარება, თამაში,
ნიადაგ არს სიმღერები,
ზამთარ და ზაფხულ სწორად
გვაქვს ყვავილი ფერად ფერები,
ვინცა გვიცნობენ, გვნატრიან,
იგიცა, ვინ არ ფერები.“**

ფეიქრობ, ამისთვის სერიოზული ყურადღება დღემდე არავის არ მიუქცევია. ეს აფორიზმის დონეზე წარმოდგენილი მოსაზრება, დღევანდელი ტერმინოლოგიით თუ ვიტყვით, ტურიზმის რეკლამის სანიმუშო მაგალითია. ამიტომ, ვინც რეკლამაზე მუშაობს, ეს უნდა იცოდეს.

საბჭოთა პერიოდში საქართველოს ტურიზმის განვითარების გამოცდილება ჰქონდა და შესაბამისი მატერიალურ-ტექნიკური ბაზა, ანუ დღევანდელი გაგებით, ინფრასტრუქტურაც ფუნქციონირებდა. მსოფლიო ტურიზმის დიდ ექსპერტს, უნახავს ყოველივე ეს, ამაყად წარმოუთქვამს: **„ეს პატარა ქვეყანა დიდი ტურიზმისთვის არის განწირული.“** გამოგიტყდებით, ჩემში ამ გამონათქვამს აღტაცება არ გამოუწვევია. არა იმიტომ, რომ სწორი არ იყო. ექსპერტმა

დიდ პოტენციალზე მიგვანიშნა. მე ჩვენი, ამ მოსაზრებების გამტარებელი მხარე მალეღვებს. ჩვენ ხომ ეიფორიის მდგომარეობაში ეროვნული ეკონომიკა დავანგრეთ და მოვშალეთ. თუ ასეთი გატაცებით მივუდგებით საქმეს და მხოლოდ ტურიზმზე ჩამოვკიდებთ ჩვენი ეროვნული ეკონომიკის განვითარებას, საბედისწერო შეცდომას დავუშვებთ. მაგრამ ეს იმას როდინიშნავს, რომ ტურიზმს ქვეყანაში თავისი ადგილი არ აქვს. ტურიზმის განვითარების პოტენციალის ასამოქმედებლად მიზნობრივ-პროგრამული მიდგომა საჭირო – ხელის ცეცებით ქვეყნის განვითარების მხარე გამოცდილება უკანასკნელი 18 წლის მანძილზე საქართველომ უკვე დააგროვა, უხეში შეცდომებიც დაუშვა. ახლა კი ლიმიტი უკვე ამონურულია. ასე რომ, ქვეყანას ტურიზმის და არამხოლოდ ტურიზმის კომპლექსური განვითარების პროგრამა უნდა ჰქონდეს. კოორდინაციის მექანიზმებზე პროგრამის გარეშე ვერ ვილაპარაკებთ. ვინც პროგრამირების პრობლემებზე მუშაობს, მას უნდა ესმოდეს ამ პროგრამის განმასხვავებელი თვისება სხვა დოკუმენტებისაგან. ეს არის მიზანი, ამოცანები, ეტაპები, ფინანსური წყაროები, მათი მიღწევის საშუალებები და მექანიზმები, რომლებსაც ჩვენ მენეჯმენტის სახით წარმოვიდგენთ-ხოლომე.

რა არის საჭირო პროგრამის შედგენისათვის? უპირველესად, სწორი კონცეპტუალური და მეთოდოლოგიური მიდგომა. ჯერ პასუხი უნდა გაეცეს კითხვას: როგორი სოციალურ-ეკონომიკური სისტემა მიესადაგება ქვეყნის განვითარების სტრატეგიას? საბაზრო? საკამათო არ არის. 21-ე საუკუნის ეკონომიკა საბაზრომექანიზმებზე დაყრდნობის გარეშე არ მოიაზრება. მაგრამ ეს არ არის საკმარისი პირობა-ფაქტორი ეკონომიკის ეფექტიანობის ამაღლებისათვის. აქ სხვა საყრდენიც არის – ესაა ეკონომიკის სახელმწიფოებრივი რეგულირება. ამოცანა იმაშია, რომ თვითრეგულირების მექანიზმები ჰარმონიულ მდგომარეობაში იყოს ეკონომიკის სახელმწიფოებრივი რეგულირების მექანიზმებთან.

არც ტურიზმის როლი და მნიშ-

ვნელობა გარკვეული. ამ დარგთან დაკავშირებით გამოკვეთილ ორივე ცნობილ მიდგომას აქვს არსებობის უფლება, მაგრამ არც ერთი არაა სწორი: პირველი, აზვიადებს ტურიზმის როლს და ცალმხრივად განიხილავს ქვეყნის ეკონომიკის განვითარებას, მეორე კი ტურიზმის ცალმხრივ გაგებაზე აგებს თავის პოზიციას და აკნინებს მის როლს. რაშია გამოსავალი? ტურიზმი საქართველოს სოციალურ-ეკონომიკური სისტემის ერთ-ერთ სემენტად, დარგად, მიმართულებად და მისი განვითარება კი სხვა დარგებთან უშუალო კავშირში უნდა განვიხილოთ. მსოფლიო ეკონომიკა ნამდვილად ღრმა კრიზისშია, ყველაზე დიდ პრობლემად კი სიღარიბის დაძლევა დგას. ამიტომ, ტურიზმის განვითარება სწორედ სიღარიბის დაძლევის, როგორც დასაქმების მნიშვნელოვან ფაქტორს უნდა დაუკავშიროთ. დადგენილია, რომ ერთი სამუშაო ადგილი ტურიზმში 2-3 სამუშაო ადგილს ქმნის მომიჯნავე დარგებში.

ჩემის აზრით, ტურიზმის განვითარების ტემპებს აუცილებლად უნდა უსწრებდეს სურსათის წარმოების ტემპები საქართველოში. თუ არა და, ქვეყანაში შემოვა სუბსიდირებული, ევროკავშირის ქვეყნებში წარმოებული პროდუქცია, რომელსაც 30 პროცენტით აფინანსებს სახელმწიფო, ამას კი საქართველოში წარმოებული პროდუქცია ვერ გაუძლებს და ჩვენი სოფლის მეურნეობა, სურსათის წარმოება, რომელიც სულს ღაფავს, მთლიანად ჩაკვდება.

შემომაქვს წინადადება, შეიქმნას საკანონმდებლო ბაზაზე, ინფრასტრუქტურაზე და ორგანიზაციული მართვის პრობლემებზე მომუშავე ჯგუფები. ჟურნალმა **„ბიზნესი და კანონმდებლობა“** კი ტურიზმის პოპულარიზაციის მენეჯერის ფუნქცია უნდა ითავოს. სასურველია, ამ მიმართულებით ჟურნალმა მონიტორინგიც დაანერგოს და, სავარაუდოდ, იანვრისთვის სპეციალური ნომერიც გამოსცეს, სადაც ამ მონიტორინგის შედეგებს გავეცნობით.

**მოამზადა
ეკა ჯიშვილაძემ**