

საქართველო სამრთაშორისო ტურისტულ ბაზარზე

ტურიზმი საქართველოში ეროვნული ეკონომიკის განვითარების პრიორიტეტულ მიმართულებად აღიარებული და ეს, შემთხვევითი არ არის. ის მსოფლიოში ერთ-ერთი ყველაზე დინამიურად განვითარებადი და მალაქშემოსავლიანი დარგია. მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციის (UNWTO) სტატისტიკური მონაცემებით 2011 წელს საერთაშორისო ტურიზმიდან შემოსავალი ტრილიონს მიუახლოვდა და 919 მლრდ. აშშ დოლარზე (693 ევრო) მეტი შეადგინა. 2009-2010 წლებში

დაფიქსირდა მოგზაურთა 4,5-5% ზრდა, რაც 2011 წელსაც შენარჩუნდა. ტურიზმის სფეროში მსოფლიოში არსებული სამუშაო ძალის 16%-ზე მეტია დასაქმებული. ამ დარგში იქმნება მსოფლიო შიდა პროდუქტის 9,2%, ხოლო საერთაშორისო ექსპორტის 4,3% და მსოფლიო ინვესტიციების 9,2% ხორციელდება, 2011 წლისთვის ის მიუახლოვდა მსოფლიო ეკონომიკურ კრიზისამდე არსებულ დონეს, რაც მიანიშნებს იმაზე, რომ დარგის განვითარება კვლავაც გრძელდება.

ჩვენი ქვეყანა ბოლო რამდენიმე წელია ცდილობს დაიმკვიდროს ადგილი მსოფლიო ტურისტულ რუკაზე. საქართველოს ტურიზმის ეროვნული სააგენტო ბოლო სამი წელია ქვეყანაში ვიზიტორების მკვეთრ ზრდას აცხადებს, ხოლო 2011 წელი შეფასდა, როგორც ყველაზე დინამიკური ქვეყნის ტურიზმის განვითარებაში. ამ წელს საქართველოში 2.8 მილიონი უცხოელი მოგზაური ჩამოვიდა, რაც 39%-ით მეტია 2010 წელთან შედარებით. მიუხედავად ამისა, ტურიზმის ზოგიერთი ექსპერტი ფიქრობს, რომ დარგი არასწორად, ერთდროულად ყველა მიმართულებით, ქოტურად ვითარდება და რომ არ არის გათვალისწინებული ამ სფეროში ქვეყნის კონკურენტული უპირატესობა.

ისიც, რომ ქვეყანამ საბჭოთა საქართველოდან მიიღო უკვე დანგრეული საკურორტო და ტურისტული ინფრასტრუქტურა და ზემოთ ნახსენები 4 მილიონიდან 2,5 მილიონი აფხაზეთში ისვენებდა. საქართველოს თითქმის თავიდან უწევს ამ დარგის შენება. მაგრამ, რა დიდიც არ უნდა იყოს სურვილი სწრაფად მივაღწიოთ სასურველ შედეგს, ყოვლად დაუშვებელია არასწორი და ნაჩქარევი გადაწყვეტილებების მიღება.

ტურიზმის ქოტურმა განვითარებამ რეგიონი შეიძლება დიდ ეკონომიკურ, ეკოლოგიურ და სოციალურ პრობლემის წინაშე დააყენოს. იმისათვის, რომ ქართული ტურისტული პროდუქტი იყოს კონკურენტუნარიანი, საჭიროა, მსოფლიო ტურიზმში დღეს მიმდინარე პროცესების და ტენდენციების გათვალისწინებით მოხდეს ტურიზმის გრძელვადიანი დაგეგმვა და მისი განვითარების პოლიტიკის (კონცეფციის განსაზღვრა, რო-

დღეისათვის, როდესაც ტურისტული პროდუქტისა და ბაზრების მკვეთრი გამიჯვნის შედეგად ადგილობრივი ტურიზმი თავისი ფორმითა და შინაარსით შეიცვალა და იგი საბაზრო პრინციპებით ფუნქციონირებს, მოსაძებნია ქართული ტურისტული პროდუქტის რეალიზაციის ბაზრები. საქმეს ართულებს



03ლისი 2012

მელიც უნდა შეესაბამებოდეს ქვეყნის განვითარების ერთიან პოლიტიკას.

საქართველოს მთავრობა ბოლო პერიოდში ცდილობს ტურიზმის სპონტანური განვითარების მიმართულეა შეცვალოს და აქცენტი კვლევაზე აილოს. მაგრამ, სახელმწიფო სტრუქტურების მიერ კვლევის ჩატარების არასწორი მეთოდოლოგია და პრაქტიკა არის დამკვიდრებული. არასწორია ვილაპარაკოთ ქვეყნის საზღვრის გადამკვეთი ადამიანების რიცხვის ზრდის მიხედვით ტურიზმის, როგორც დარგის განვითარებაზე და ქვეყნისათვის მის სიკეთეზე. ტურისტების რიცხოვნობის ზრდა უნდა განიხილებოდეს მისგან მიღებულ ეკონომიკურ სარგებელთან ერთად. ტურიზმისა და საკურორტო მეურნეობის გავლენა ქვეყნის ეკონომიკაზე გამოიხატება კონკრეტულად შემდეგ მაჩვენებლებში: შემოსული, გასული და ადგილობრივი ტურისტების რიცხოვნობა; ერთი ტურისტის მიერ გაწეული ხარჯები; ტურიზმიდან და საკურორტო მეურნეობიდან მიღებული შემოსავლები; ტურიზმიდან და საკურორტო მეურნეობიდან მიღებული შემოსავლების ხვედრითი წილი ქვეყანაში შექმნილი საქონლისა და მომსახურების საერთო მოცულობაში; ტურიზმის ხვედრითი წილი ქვეყნის ექსპორტში და საგადამხდელო ბალანსში; ქვეყნის ბიუჯეტში ტურიზმიდან და საკურორტო მეურნეობიდან მიღებული შემოსავლები; ტურიზმის განვითარებით შექმნილი სამუშაო ადგილების რაოდენობა და სხვა.

მსოფლიოში მოგზაურობისა და ტურიზმის (T&T) განვითარების ხელშეწყობის მიზნით მსოფლიო ეკონომიკური ფორ-



რუმი 2007 წლიდან აქვეყნებს მოგზაურობისა და ტურიზმის კონკურენტუნარიანობის ანგარიშს, სადაც ქვეყნების გრადაცია ეფუძნება კონკურენტუნარიანობის ინდექსს (Travel&Tourism Cometitiveness Index (TTCI)), ინდექსი აფასებს იმ ფაქტორებსა და პოლიტიკას, რომელიც მიმზიდველს ხდის მოგზაურობისა და ტურიზმის სექტორის განვითარებას სხვადასხვა ქვეყანაში.

ვინაიდან ტურიზმი გადახლართულია სახელმწიფო, ეკონომიკურ, პოლიტიკურ და სოციალურ სისტემებთან კონკურენტუნარიანობის ინდექსის გამოანგარიშება ეფუძნება შემდეგ ფაქტორებს: 1) პოლიტიკის განმსაზღვრელი კანონები და რეგულირება; 2) გარემოს მარეგულირებელი წესები; 3) დაცულობა და უსაფრთხოება; 4) ჯანმრთელობა და ჰიგიენა; 5) მოგზაურობისა და ტურიზმის პრიორიტეტულობა; 6) საჰაერო ტრანსპორტის ინფრასტრუქტურა; 7) სახმელეთო ტრანსპორტის ინფრასტრუქტურა; 8) ტურისტული ინფრასტრუქ-

ტურა; 9) საინფორმაციო და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების ინფრასტრუქტურა; 10) ფასის კონკურენტუნარიანობა; 11) ადამიანური რესურსები; 12) ტურიზმისადმი ეროვნული დამოკიდებულება; 13) ბუნებრივი რესურსები; 14) კულტურული რესურსები. ასეთი მონაცემების ანალიზის საფუძველზე ტურისტული ქვეყნების მთავრობასა და ტურისტულ კომპანიებს კარგი შესაძლებლობა უჩნდებათ დაადგინონ დარგის განვითარების ხელშემშლელი მიზეზები და იპოვნონ პრობლემების ეფექტურად გადაჭრის გზები, ინდექსით ასევე შესაძლებელია შეფასდეს ის ფაქტორები და პოლიტიკა, რომელიც მიმზიდველს ხდის მოგზაურობისა და ტურიზმის სექტორს.

აღნიშნული გრადაციის მიხედვით, საქართველო 2007 წელს 134 ქვეყნიდან 66-ე პოზიციაზე იმყოფებოდა და უსწრებდა ისეთ ქვეყნებს, როგორცაა ქუვეითი, რუსეთის ფედერაცია, ჩინეთი, უკრაინა, რუმინეთი და სხვა. 2011 წელს გამოქვეყნებული კონკურენტუნარიანობის ინ-



დექსით (TTCI) ქვეყნების გრადაციის საქართველო 139 ქვეყნიდან 2009-2011 წლებში უცვლელად 73-ე პოზიციას იკავებს. ამავე გამოკვლევით რეგიონში ჩვენი ქვეყნის მნიშვნელოვან კონკურენტს თურქეთს უჭირავს- 50-ე პოზიცია, ხოლო ისეთ პატარა ქვეყანას, როგორცაა კვიპროსი 24-ე პოზიცია. ასევე საყურადღებოა ყოფილი საბჭოთა ქვეყნების ესტონეთის - 25-ე პოზიცია; ლატვიას 51-ე; ბულგარეთის 48-ე; პოლონეთს 49-ე, უნგრეთის 38-ე ადგილები კონკურენტუნარიანობის ინდექსით და ყურადსაღებია, რა უდევს საფუძვლად თითოეული მათგანის წარმატებას.

ამ თვალსაზრისით ზემოთ ნახსენები კონკურენტუნარიანობის შეფასების ინდექსით სტატისტიკა ცალკეულ კომპონენტში საინტერესოა. მასში გამოყენებული.

14 ფაქტორი მოიცავს 74 კომპონენტს, რომელთა ანალიზით იკვეთება საქართველოში ტურიზმის განვითარების ხელისშემშლელი ფაქტორები. მათ შორის ერთ-ერთ უმთავრესი

პრობლემა ტურისტული ინფრასტრუქტურის არარსებობაა. ასე მაგალითად, საჰაერო ტრანსპორტის ინფრასტრუქტურის მიხედვით საქართველო 105-ე პოზიციაზეა, მასში შედის ისეთი კოეფიციენტები, როგორცაა საჰაერო ტრანსპორტის ინფრასტრუქტურის ხარისხი (89-ე პოზიცია), ფრენების რაოდენობა 1000 კაცზე (91-ე), აეროპორტების სიმჭიდროვე(89-ე), საერთაშორისო საჰაერო ტრანსპორტის ქსელი(103-ე) და სხვა. საქართველო ტურისტული ინფრასტრუქტურის მიხედვით 87-ე პოზიცია 139 ქვეყანას შორის. ტურისტული პროდუქტის ფასის კონკურენტუნარიანობის მიხედვით საქართველო 91-ე პოზიციაზეა, სასტუმროს ფასის კომპონენტით 109-ე, რაც იმაზე მიანიშნებს, რომ სასტუმრო მომსახურების სიძვირით საქართველო საფრანგეთსაც (97-ე ადგილი) კი უსწრებს.

ზამთრის ტურიზმის მიმართულებით ევროპის ქვეყნებს, მაგალითად, იტალიას სასტუმროს ფასის კომპონენტით 89-ე და სასტუმრო ოთახების რაოდენ-

ობის მიხედვით მე-10 პოზიცია უჭირავს, ხილო ავსტრიას იგივე სასტუმროს ფასის კომპონენტით 71-ე და სასტუმრო ოთახების რაოდენობით 26-ე პოზიცია უჭირავთ. ეს კი იმას ნიშნავს, რომ იქ ჩასულ ტურისტს უფრო დიდი არჩევანის საშუალება აქვს უფრო დაბალ ფასში. ამას ემატება საქართველოში მგზავრობასთან დაკავშირებული მაღალი ხარჯები (თვითმფრინავის ბილეთი, მოსაკრებელი და სხვა) და დაბალი ხარისხის მომსახურება. მაშინ ჩნდება კითხვა: რატომ უნდა ისარგებლონ ევროპელმა ტურისტებმა, რომელიც მიზნობრივ სეგმენტს წარმოადგენს, ჩვენს მიერ შეთავაზებული ზამთრის ტურებით, იმიტომ, ხომ არა, რომ ჩვენ „განსაკუთრებული თოვლი გვაქვს?“, ეს არასერიოზულია.

ქართული ტურისტული კომპანიების მომსახურების დღიური ფასი 100-დან 180 აშშ დოლარამდე მერყეობს, მაშინ როდესაც თურქეთის და ეგვიპტის ტურისტული პაკეტის დღიური ფასი შედარებით იაფია (შესაბამისად დღეებში 100 და 120 აშშ დოლარი), ამასთან ეს კურორტები იდეალური სეზონურობით გამოირჩევიან და მომხმარებელს სთავაზობენ თვისობრივად და ხარისხობრივად უფრო მაღალი დონის სამოგზაურო ტურებს.

ყოფილ სოციალისტურ ქვეყნებს, როგორცაა: ბულგარეთი (48-ე), რუმინეთი(63-ე), ლიტვა(55-ე), ლატვია(51-ე), ესტონეთი(25-ე), პოლონეთი(49-ე), სლოვენია(33-ე), TTCI -ით ქვეყნების გრადაციის უკავიათ გაცილებით მონინავე პოზიციები და ამას ძირითადად კარგი ინფრასტრუქტურის და მომსახურების მაღალი ხარისხით აღწევენ. ასე მაგალითად: ეს-

ივლისი 2012

ტონეთი ტურისტული ინფრასტრუქტურის მიხედვით მე-11, ხოლო სასტუმროების ფასის მე-14 პოზიციაზეა; ბულგარეთი სასტუმროების ფასის მიხედვით 24-ე, ხოლო სასტუმროთა რაოდენობის მიხედვით მე-13 პოზიციაზე და სხვა.

ქართული ტურისტული პროდუქტი მაღალი ფასისა და მომსახურების დაბალი დონის გამო, არაკონკურენტუნარიანია მეზობელი ქვეყნებისა და ზოგადად საერთაშორისო ბაზარზე. მომსახურების დაბალ ხარისხს მნიშვნელოვნად განსაზღვრავს ამ სფეროში დასაქმებულთა არაპროფესიონალიზმი. იგივე TTCI-ის მონაცემებით, თუ საქართველოს დაწყებითი განათლების რეგისტრაციის მიხედვით მე-6, საშუალო განათლების რეგისტრაციის მიხედვით მე-11 პოზიცია უკავია, განათლების სისტემის ხარისხის მიხედვით 119-ე, კადრების მომზადების დონის მიხედვით 108-ე პოზიცია. საქართველოში ტურიზმში დასაქმებულთა დიდი ოდენობა დაბალკვალიფიციურია. ამასთან, ადგილობრივი მოსახლეობის სამეცნიერო გამოცდილების უქონლობა და ფინანსური შეზღუდვები განთავსების ადგილებში

ძალიან ართულებს ტურისტთა მომსახურების დონის ამაღლებას.

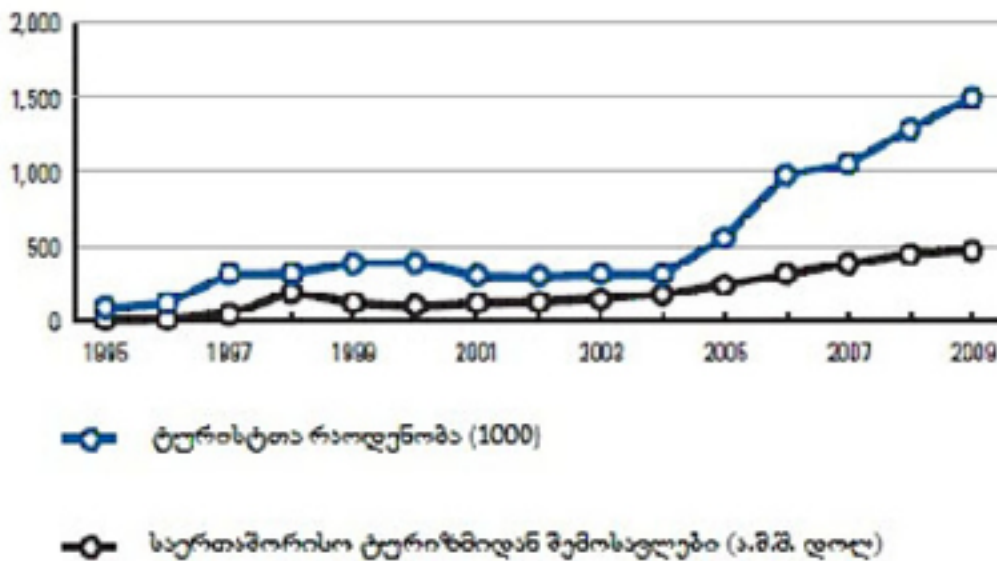
საქართველოს ტურისტულ ბაზარზე შეინიშნება უცხოური ინვესტიციების ნაკლებობაც (TTCI-ის მონაცემებით, საქართველო 89-ე პოზიციაზეა). არსებობს გარკვეული ფაქტორებისა, რომლებიც ქვეყანაში ხელს უშლის სასურველი საინვესტიციო გარემოს შექმნას. უპირველეს ყოვლისა ეს არის ბიზნესის არაპროგნოზირებულობა და მაღალი რისკი; ადგილობრივი და უცხოური ინვესტორების უფლებების დაცულობა და სხვა. (TTCI-ის მონაცემებით საქართველო საკუთრების უფლების მიხედვით 120-ე, ხოლო ორმხრივი საჰაერო ხელშეკრულების დიაპოზის მიხედვით 121-ე ადგილზე). საერთაშორისო საჰაერო სატრანსპორტო ქსელის 103-ე ადგილზე, ამასთან ბორტის დატვირთვის საშუალო მაჩვენებელი არ აღემატება 56%-ს.

მიუხედავად იმისა, რომ უკანასკნელ პერიოდში ქვეყანაში ბევრი მამუტაბური ინვესტიცია განხორციელდა. საქართველოში შემოვიდა მსოფლიო სასატუმროების ქსელების: „ჰილტონის“

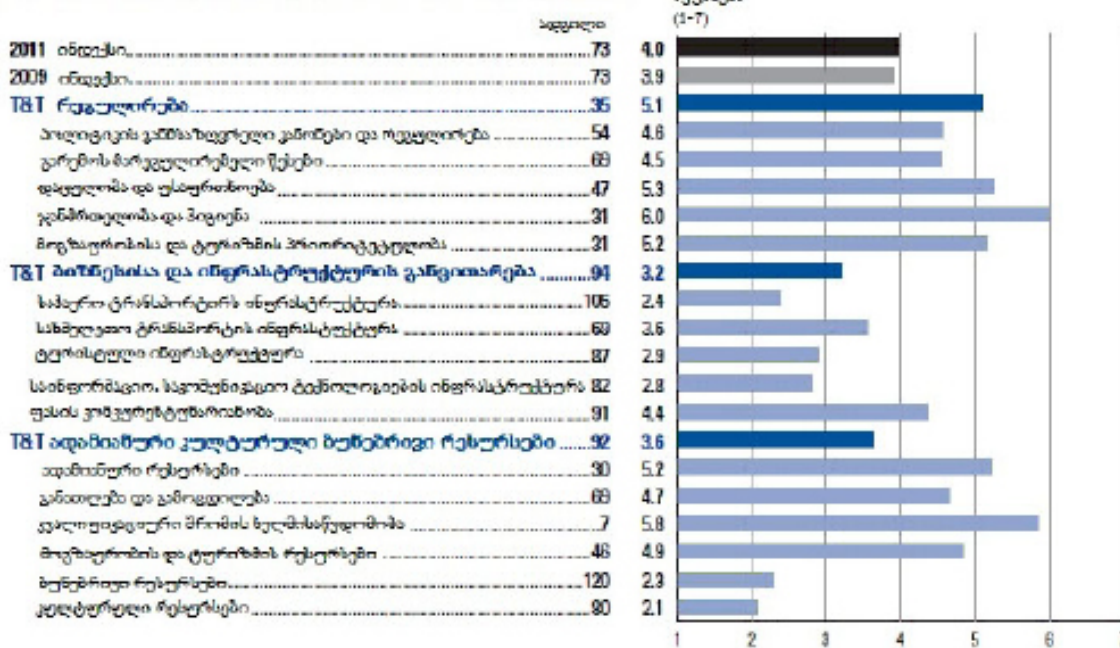
„ჰაიატის“, „რედისონის“, „ინტერკონტინენტალის“ ინვესტიციები. მაგრამ, როგორც ჩანს ეს არ არის საკმარისი. ამასთან საჭიროა არა მხოლოდ 5 და 4 ვარსკვლავიანი, არამედ 3 და 2 ვარსკვლავიანი სასტუმროები, მოტელები, ჰოსტელები, სასტუმრო სახლები და სხვა, რათა მოხდეს სასტუმროს ფასების შემცირება.

ყურადღასაღები და გასათვალისწინებელია ასევე ის ფაქტი, რომ ტურისტული ბიზნესი მსოფლიოს ბევრ ქვეყანაში და განსაკუთრებით პატარა ქვეყნებში, ემყარება საშუალო, მცირე და საოჯახო ბიზნესს. საქართველოში კონკურენტუნარიანი ტურიზმის განვითარების სტრატეგიაში წარმოდგენილი უნდა იყოს რეგიონებში ტურიზმის განვითარების მიკროსტრატეგიები, სადაც დიდი ადგილი დაეთმობა ადგილობრივი მოსახლეობის ჩართვას ტურიზმის ინდუსტრიაში და მათთვის ხელშეწყობას, როგორც მატერიალური რესურსის განვითარების, ასევე ტურისტთა მომსახურების პროფესიული დონის ამაღლების მიმართულებით.

როგორც ზემოთ ავრნიშნეთ,



ტურიზმის და მოგზაურობის კონკურენტუნარიანობის ინდექსი



წყარო: მოგზაურობისა და ტურიზმის კონკურენტუნარიანობის ანგარიში 2011 © 2011 მსოფლიო ბაერთაშორისო ეკონომიკური ფორუმი

ტურისტთა რიცხვის ზრდა მაშინ არის სახარბიელო, თუ მას თან სდევს მისგან მიღებული ეკონომიკური სარგებელი. საქართველოში ტურისტების რაოდენობის ზრდას მნიშვნელოვნად ჩამორჩება საერთაშორისო ტურიზმიდან შემოსავლების ზრდა (იხ. გრაფიკი). ამიტომ საჭიროა ტურიზმის ისე განვითარება, რომ შესაძლებელი იყოს ტურისტების ნაკლები ნაკადიდან მივიღოთ მეტი შემოსავალი. ამ თვალსაზრისით ძალზე მომგებიანია საქმიანი ტურიზმი, საკონფერენციო ტურიზმი, ექსტრემალური ტურიზმი, რომლის განვითარების პოტენციალი საქართველოს აქვს.

ანგარიშგასანვივა აგრეთვე ის ფაქტი, რომ შეზღუდული რესურსების პირობებში გაუმართლებელია დარგის მრავალი მიმართულებით ერთდროული განვითარება და ეტაპობრივად დასახული უნდა იქნეს დარგის განვითარების პრიორიტეტები.

ამასთან, საქართველოს ტურიზმის კონკურენტუნარი-

ანობისთვის აუცილებელ პირობას წარმოადგენს ტურისტული პროდუქტის დაბალი ფასები და მომსახურების მაღალი ხარისხი, რაც ასევე ასახული უნდა იქნეს ქვეყნის ტურიზმის განვითარების სტრატეგიაში.

მიუხედავად იმისა, რომ სახელმწიფო ჩინოვნიკები ტურისტების რაოდენობის ზრდაზე დაყრდნობით ყოველწლიურად, ზარ-ზეიმით გვამცნობენ საქართველოში ტურიზმის განვითარების ზრდას, ტურიზმის მსოფლიო ორგანიზაციის ოფიციალურ მონაცემების მიხედვით, თუ ვიმჯელებთ, საქართველო საერთაშორისო ტურისტულ ბაზარზე არც, თუ სახარბიელოდ გამოიყურება (საქართველოს TCI-ის მიხედვით ბოლო სამი წელი 73-ე პოზიცია უკავია). ვინაიდან, ტურიზმი არის მეურნეობის განვითარების ერთობ რთული დარგი, რომელიც მოიცავს საზოგადოებისა და ეკონომიკის სხვადასხვა სექტორებს, რასაც TCI-ის ფაქტორთა სიმრავლე და მრავალფეროვნებაც გვიჩვენებს.

აქედან გამომდინარე დარგის წარმატებულად განვითარების საფუძველს უნდა წარმოადგენს მისი წინასწარი დაგეგმვა, როგორც ეროვნულ, ასევე რეგიონალურ და ადგილობრივ დონეზე. ქვეყნის ტურიზმის განვითარების პოლიტიკა (კონცეფცია) უნდა ფორმირდებოდეს ტურიზმის განვითარების არსებული მოდელების, ინფრასტრუქტურის, ღირსშესანიშნაობების, საქმიანობის სახეების, ტურიზმის ბაზრის კვლევისა და ანალიზის საფუძველზე, ასევე სოციალ-ეკონომიკური და ეკოლოგიური ფაქტორების გათვალისწინებით.

ნანა კაციტაძე,
სდასუ ასოცირებული პროფესორი

ლიტერატურა:

მარინა მეტრეველი. ტურიზმისა და სტუმართმანსპიძლობის საფუძველები

www.scribd.com/doc/.../Travel-Tourism-Competitiveness-Report-2011

www.turizm.gov.ge