

ნინო ჯერენაშვილი
გრიგოლ რობაქიძის სახელობის უნივერსიტეტის

ტურისტული პროდუქტის წინწაწევა საქართველოში

ტურიზმი ერთ-ერთი უდიდესი ინდუსტრიაა მსოფლიოში, რომელიც ეკონომიკის მნიშვნელოვან და დინამიურად განვითარებად დარგს წარმოადგენს. საქართველოში ტურიზმის განვითარება ხელს შეუწყობს ეკონომიკის ზრდას, მოსახლეობას მოუტანს დამატებით შემოსავლებს, შეამცირებს უმუშევრობის დონეს, ხელს შეუწყობს ქართული ტრადიციებისა და ისტორიულ-კულტურულ ფასეულობათა პოპულარიზაციას.

როგორც ცნობილია, საქართველოს საკმაოდ დიდი ტურისტული პოტენციალი აქვს: 102 კურორტი, 182 საკურორტო ადგილი, 2400 მინერალური სამკურნალო წყლის წყარო, 12 000 ისტორიისა და არქიტექტურის ძეგლი, მათგან 4 შეტანილია იუნესკოს მსოფლიო მნიშვნელობის ძეგლთა ნუსხაში, 7 არსებული და პერსპექტიული ეროვნული პარკი და ა.შ. [4]. საქართველოს კურორტებმა და ტურისტულმა ბაზებმა დიდი ხანია ფართო აღიარება მოიპოვეს. აქედან გამომდინარე, ის უფრო და უფრო მიმზიდველი ხდება უცხოელი მოგზაურებისა და ტურისტებისათვის.

ტურიზმი ის სფეროა, სადაც წარმატება დამოკიდებულია იმაზე, თუ რამდენად შეძლებს ქვეყანა უპასუხოს ტურისტის მოთხოვნებს შესაბამისად და უზრუნველყოს მათი უსაფრთხოება.

როგორც მოგეხსენებათ, 2008 წლის აგვისტოს რუსეთ-საქართველოს ომმა გავლენა იქონია ტურისტულ ბიზნესზე და იკლო ტურისტების ნაკადმაც, თუმცა 2012 წლისთვის მდგომარეობა საგრძნობლად გაუმჯობესდა. საქართველოს 2012 წლის იანვარში, თებერვალსა და მარტში 677 278 ვიზიტორი ესტუმრა, ხოლო 2011 წელს იყო – 485 835. ევროპიდან საქართველოს სახელმწიფო საზღვარზე 2012 წელს სულ შემოსულია 648 478 ვიზიტორი, ხოლო 2011 წლის მონაცემებით იყო – 468 278 [3].

ქვეყანა	2011: 3 თვე	2012: 3 თვე	ცვლილება	ცვლილება %
სულ	485 835	677 278	191443	39%
ევროპა	468 278	648 478	180200	38%
ევროპა (დ.ს.თ-ს გარეშე)	170 115	297 414	127299	75%
ცენტრალური და აღმოსავლეთ ევროპა	304 685	358 169	53484	18%
დსთ	298 163	351 064	52901	18%
ჩრდილოეთ ევროპა	3 307	3 944	637	19%
სამხრეთ ევროპა	4 559	5 023	464	10%
დასავლეთ ევროპა	5 356	7 016	1660	31%

აღმოსავლეთ ხმელთაშუაზღვისპირა ევროპა	150 371	274 326	123955	82%
ამერიკა	4563	6012	1449	32%
კარიბის ქვეყნები	142	180	38	27%
ცენტრალური ამერიკა	11	46	35	318%
ჩრდილოეთ ამერიკა	4 259	5 509	1250	29%
სამხრეთ ამერიკა	151	277	126	83%
აღმოსავლეთ აზია/ოკეანეთი	2930	4574	1644	56%
ახლო აღმოსავლეთი	693	1262	569	82%
სამხრეთ აზია	8218	14900	6682	81%
აფრიკა	878	1683	805	92%
აღმოსავლეთ აფრიკა	358	871	513	143%
ცენტრალური აფრიკა	8	13	5	63%
ჩრდილოეთ აფრიკა	69	98	29	42%
სამხრეთ აფრიკა	160	152	-8	-5%
დასავლეთ აფრიკა	283	549	266	94%

ცხრილი 1. საქართველოს სახელმწიფო საზღვარზე ჩამოსული უცხოეთის მოქალაქეების რაოდენობა [4]

მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციის მიერ მიღებული კლასიფიკაციით მსოფლიო დაყოფილია 6 ტურისტულ რეგიონად [4].

ევროპა ქართული ბაზრისთვის მზარდი რეგიონია და ძირითადი ორიენტირი საქართველოში სწორედ ამ რეგიონზე უნდა იყოს აღებული. საქართველოს ტურისტულ ბაზარზე ევროპის რეგიონის ამგვარი ხვედრითი წილი განპირობებულია აგრეთვე შემდეგი ფაქტორებით: გეოპოლიტიკური სიახლოვით, კულტურით და ა.შ.

ტურისტული პროდუქტის გასაღების ეფექტიანობა დ.ს.თ.-ს სივრცეში ეფექტურია. მთავარ ბაზრად ამ სივრცეში რუსეთი რჩება. ეს იმით აიხსნება რომ, რომ ერთის მხრივ საქართველოს და რუსეთს საერთო საზღვარი ჰყოფთ, ხოლო მეორეს მხრივ, ისტორიულად ქართული ტურისტული პროდუქტი რუსეთში საკმაოდ ცნობადია. ჯერ კიდევ საბჭოთა კავშირის დროს საქართველოს ზღვისპირა კურორტებს უცხოელ ვიზიტორებს შორის უმთავრესად რუსები სტუმრობდნენ. მეორე ადგილზეა სომხეთი.

ტურიზმის ადმინისტრაციის მონაცემებით, 2012 წლის იანვარ-მარტში საქართველოს რუსეთიდან 46 438 ვიზიტორი სტუმრობდა, მაშინ როდესაც გასული წლის პირველ სამ თვეში საქართველოში 33 732 რუსი ტურისტი იმყოფებოდა. საინტერესო ფაქტია, რომ საქართველოში რუსი ტურისტების ზრდა 2008 წლიდან ფიქსირდება, 2008 წელს საქართველომ რუსეთიდან 114 459 რუსი ვიზიტორი მიიღო, მაშინ როდესაც 2007 წელს ქვეყანას რუსეთიდან მხოლოდ 91 361 ვიზიტორი ეწვია [3].

აქედან გამომდინარე, შეიძლება იქთვას, რომ ბოლო ორი წლის განმავლობაში ტურისტების ნაკადის მნიშვნელოვანი ზრდა შეინიშნება.

ვფიქრობ, საინფორმაციო ტურისტულ ცენტრებს დიდი როლის ეკისრებათ ტურისტული პროდუქტის წინაწევის საკითხში. ტურიზმის საინფორმაციო ცენტრები ფუნქციონირებენ შემდგომ ქალაქებში: თბილისში, ბათუმში, მცხეთაში, თელავში, სიღნაღში, ბორჯომში, ბაკურიანში, ყვარელსა და დაბა მესტიაში. 2011 წლის 26 აპრილს ტურიზმის საინფორმაციო ცენტრი გაიხსნა გორშიც და ტურიზმის ეროვნული სააგენტოს მონაცემებით, გორში საქართველოში ჩამოსული ვიზიტორების 10% ჩადის, ხოლო 2010 წელს გორს 65000 ვიზიტორი ეწვია.

მიმაჩნია, რომ საქართველოს ტურიზმის ინდუსტრიაში და კერძოდ, სასტუმრო ინდუსტრიაში, ტრანსნაციონალური კორპორაციების შემოსვლა და ინვესტირება გაააქტიურებს ტურიზმის სფეროს. ჩვენი აზრით საქართველოსთვის, როგორც პატარა და მთაგორიანი ადგილისათვის ბევრად უფრო მნიშვნელოვანია მცირე სასტუმროების, სასტუმრო სახლების აშენების ინვესტირება, განსაკუთრებით მთიან რეგიონებში.

ამის ნათელი მაგალითია ამერიკელი მაგნატის, დონალდ ტრამპის ინვესტირებით თბილისსა და ბათუმში საცხოვრებელი კოპლექსისა და სასტუმროს აშენება, სადაც მშენებლობის პირველ ეტაპზე 250 მილიონი ამერიკული დოლარი ჩაიდება, თუმცა ორგანიზაციის ხელმძღვანელობა სამომავლოდ ინვესტიციის გაზრდას გეგმავს.

საქართველოში ტურისტული პროდუქტის განვითარების ნათელი მაგალითია ზემო სვანეთის რეგიონი, რომელიც 2007 წელს საქართველოს ტურიზმის ეროვნულმა სააგენტომ ის ადგილობრივი ტურიზმის განვითარების სფეროში პრიორიტეტულ რეგიონად აღიარა. მესტიის ახალი აეროპორტი საშუალებას იძლევა განხორციელდეს ყოველდღიური ფრენები, რაც ხელს შეუწყობს მესტიისა და უშგულის მნიშვნელოვან ტურისტულ ცენტრებად ჩამოაყალიბებას.

ტურისტული პროდუქტის რეალიზაციაზე მოქმედი ფაქტორებიდან საკმაოდ მნიშვნელოვანია ქვეყნის პოლიტიკური მდგომარეობა და მოქმედი კანონმდებლობა. საქართველოში ტურიზმის სფეროს არეგულირებს საქართველოს კანონები: «ტურიზმისა და კურორტების შესახებ» და «კურორტებისა და საკურორტო ადგილების სანიტარული დაცვის ზონების შესახებ». ტურისტული პროდუქტის სრულყოფისათვის მნიშვნელოვანია ტურიზმში სატრანსპორტო, განსაკუთრებით საჰაერო ტრანსპორტით მომსახურების რაციონალიზაცია. ქვეყანაში ტურიზმის განვითარების ერთ-ერთი ძირითადი პირობაა საჰაერო ტრანსპორტით მომსახურების ტარიფების შემცირების აქტიური პოლიტიკის გატარება ტურისტული პროდუქტის მყიდველობითი უნარიანობის შენარჩუნებისათვის.

ბოლო წლების განმავლობაში ტურისტული პროდუქტის წინაწევისათვის შეინიშნება ეფექტური ცვლილებები. კერძოდ, ამას ადასტურებს საქართველოს მონაწილეობა საერთაშორისო ბაზრობებსა და გამოფენებში. 2011 წლის 18–20 თებერვალს საქართველომ თავისი ტურისტული პროდუქტი გაიტანა ესტონეთის საერთაშორისო გამოფენა-ბაზრობაზე

„TOUREST“, ამავე წლის 19–23 იანვარს საქართველო წარდგენილი იყო ესპანეთში, კერძოდ მადრიდში [3].

რაც შეეხება ტურისტული პროდუქტის რეკლამას, გარდა იმისა რომ ტუროპერატორები რეკლამას ათავსებენ ჟურნალში, რადიოში, ტელევიზიასა და ინტერნეტში, ყველაზე ეფექტურია ინტერნეტი.

ტურიზმის ბაზარი დინამიურად ვითარდება. ის არის პირველ ადგილზე ბიზნეს სექტორში, სადაც ბიზნესის ფუნქციები თითქმის ექსკლუზიურად იყენებს საინფორმაციო და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიებს (ICT) [1].

როგორც მოგეხსენებათ, ინტერნეტი, მობილური ტექნოლოგიები და ვაიერლესი ტურისტებს აძლევს საშუალებას დანიშნულების ადგილების შესახებ მიიღონ ღრმა ინფორმაცია მთელი მსოფლიოს მასშტაბით. ტურისტული პროდუქტი იყო პირველი, რომელმაც მოიცვა საინფორმაციო ტექნოლოგიები [2].

ტურისტული კომპანიები ინტერესდებიან ინტერნეტის შემდეგი შესაძლებლობებით:

1. კომუნიკაცია და ეფექტური კავშირი;
2. მარკეტინგული კვლევები;
3. რეკლამა და ტურისტული პროდუქტის განვითარება;
4. დაჯავშნის სისტემების გამოყენება.

გამოყენებული ლიტერატურა

1. Buhalis, D. 2003. *Tourism: Information technologies for strategic tourism management*.
2. JOO J. A. 2002. *Business model and its development strategies for electronic tourism market, Information Systems Management*.
3. www.gnta.ge
4. www.unwto.org
5. www.wikipedia.org