

აკაკი წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტი
ბიზნესის, სამართლისა და სოციალურ მეცნიერებათა ფაკულტეტი

მაია დიაკონიძე

ტურიზმის ინდუსტრია და საქართველოს შრომის ბაზრის განვითარების პერსპექტივები

ეკონომიკის დოქტორის აკადემიური ხარისხის მოსაპოვებლად

დ ი ს ე რ ტ ა ც ი ა

სამეცნიერო ხელმძღვანელი:

ეკონომიკის დოქტორი,
ფილოსოფიის დოქტორი
პროფესორი თამილა არნანია-კეპულაძე

ქუთაისი 2017

შინაარსი

| | |
|--|-----|
| შესავალი | 3 |
| თავი 1. შრომის ბაზარზე ტურიზმის ინდუსტრიის გავლენის კვლევის თეორიულ-მეთოდოლოგიური საფუძვლები | |
| 1.1. შრომის ბაზრის კლასიფიკაციისა და სეგმენტაციის თეორიულ-მეთოდოლოგიური საფუძვლები | 12 |
| 1.2. ტურიზმის არსის და კლასიფიკაციის ევოლუცია | 26 |
| 1.3. ტურიზმის ინდუსტრიის არსი, სტრუქტურა და ადგილი ეკონომიკაში | 44 |
| თავი 2. დასაქმების თავისებურებანი ტურისტული მომსახურების სფეროში | |
| 2.1. დასაქმებისა და შრომის თავისებურებანი ტურისტული მომსახურების სფეროში | 66 |
| 2.2. სამომხმარებლო მოთხოვნის ჩამოყალიბების თავისებურებანი ტურისტული მომსახურების ბაზარზე და მისი გავლენა დასაქმებაზე | 84 |
| 2.3. ტურისტული მომსახურების სფეროს განვითარება და დასაქმების პერსპექტივები ტურიზმის ინდუსტრიაში | 115 |
| თავი 3. ტურისტული მომსახურების სფეროში დასაქმების პოლიტიკის სრულყოფა | |
| 3.1. შრომითი საქმიანობის რეგულირება ტურისტული მომსახურების სფეროში | 144 |
| 3.2. ტურისტული მომსახურების სფეროში სახელმწიფო პოლიტიკის სრულყოფა საქართველოს შრომის ბაზარზე დასაქმების ზრდის მიზნით | 160 |
| დასკვნები და რეკომენდაციები | 174 |
| გამოყენებული ლიტერატურა | 178 |
| დანართები | 187 |

შესავალი

თემის აქტუალობა: შრომის ბაზრის პრობლემების კვლევას ხანგრძლივი ისტორია აქვს. მიუხედავად ამისა, შრომის ბაზრისა და მოსახლეობის დასაქმება დღემდე რჩება მეცნიერთა კვლევის აქტუალურ საკითხად და წარმოადგენს თანამედროვე ეკონომისტების, სოციოლოგების, პოლიტიკოსების, სხვადასხვა საეროშორისო, სამთავრობო თუ არასამთავრობო ორგანიზაციის ერთ-ერთ მთავარ საზრუნავს.

შრომის ბაზარზე არსებული პრობლემები, პირველ რიგში, გამოიხატება შრომის მოთხოვნასა და მიწოდებას შორის რაოდენობრივი ან/და სტრუქტურული დისბალანსის არსებობით, რომლის დროს შრომის მიწოდება ჭარბობს ან არ შეესაბამება მასზე მოთხოვნას, რაც გამოიხატება დასაქმების დონის შემცირებასა და უმუშევრობის დონის ზრდაში.

ყველა ქვეყნის ეკონომიკის ერთ-ერთ მთავარ პრობლემას წარმოადგენს მოსახლეობის დასაქმება და, შესაბამისად, შრომის ბაზარზე წონასწორობის მიღწევა შრომის მიწოდებისა და მასზე მოთხოვნის გაწონასწორების საფუძველზე.

საქართველოში დაქირავებით დასაქმებული ადამიანების რიცხოვნობის შემცირების და თვითდასაქმებულთა ზრდის ტენდენცია შეინიშნება. თვითდასაქმებულთა მნიშვნელოვანი რაოდენობა უმეტესად სოფლის მეურნეობაშია კონცენტრირებული, რომლის წილი მთლიან შიდა პროდუქტში დაბალია და მხოლოდ 9%-ს შეადგენს, უმუშევრობის დონე კი 12-16%-ს ფარგლებში მერყეობს. ამასთან, საქართველოს შრომის ბაზარზე სამუშაო ძალაზე მოთხოვნასა და მიწოდებას შორის არა მარტო რაოდენობრივი, არამედ მნიშვნელოვანი სტრუქტურული (პროფესიებისა და კვალიფიკაციის მიხედვით) დისბალანსი არსებობს. ეს გარემოება მნიშვნელოვნად აფერხებს შრომის ბაზრის ეფექტიან ფუნქციონირებას და ნეგატიურად აისახება ეკონომიკურ საქმიანობის მსვლელობაზე, რაც, თავის მხრივ, ქვეყნის განვითარებისა და მოსახლეობის დასაქმების აუცილებელი წინაპირობაა.

დასაქმების დონის ამაღლებისა და შრომის ბაზრის ეფექტიანი ფუნქციონირების მისაღწევად აუცილებელი ხდება ქვეყანაში არსებული რესურსების მაქსიმალურად რაციონალური გამოყენების გზით შეიქმნას ეკონომიკის ისეთი სტრუქტურა, რომელიც უზრუნველყოფს შრომისუნარიანი მოსახლეობის ჩართვას შრომითი საქმიანობაში.

ვიაიდან მოთხოვნა შრომაზე წარმოადგენს წარმოებულს მოთხოვნიდან იმ საქონელსა და მომსახურებაზე, რომელიც ამ შრომით იქმნება, მიზანშეწონილია განისაზღვროს ეკონომიკის ის დარგი/დარგები, რომლებიც ზრდის სწრაფი ტენდენციით გამოირჩევიან და რომლებსაც, მაშასადამე, შეუძლიათ ხელი შეუწყონ დასაქმების პრობლემის მოგვარებას.

აღნიშნულიდან გამომდინარე, ყურადღების ფოკუსირება მოვახდინეთ ეკონომიკის შედარებით ახალ და ერთ-ერთ ყველაზე სწრაფად მზარდ სექტორზე - ტურიზმის ინდუსტრიაზე.

ტურიზმის ინდუსტრიის ცენტრალურ ადგილს თავად ტურიზმი იკავებს ანუ ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარება განპირობებულია ტურიზმისა და ტურისტული მომსახურების სფეროს განვითარებით. საერთაშორისო ტურისტული ორგანიზაციის (UNWTO) პროგნოზის თანახმად, 2020 წლისთვის საერთაშორისო ტურისტული ვიზიტების რაოდენობა მიაღწევს 1,6 მილიარდს ანუ თითქმის 3-ჯერ გაიზრდება, ხოლო საერთაშორისო ტურისტული ვიზიტებიდან მიღებული შემოსავალი გაიზრდება 399 მილიარდიდან 2 ტრილიონ დოლარამდე წელიწადში ანუ თითქმის 5 ჯერ მეტი გახდება[73]. თავის მხრივ ტურისტების რაოდენობის ზრდა ხელს უწყობს დასაქმების რიცხოვნობის ზრდას, რაც დადებითად აისახება როგორც შრომის ბაზრის ფუნქციონირებაზე, ასევე მოსახლეობის შემოსავლებზე და, ზოგადად, ქვეყნის ეკონომიკაზე.

ბევრ ქვეყანაში ტურიზმის ინდუსტრია მთლიანი შიდა პროდუქტის უმეტეს ნაწილს აწარმოებს. ასე, მაგალითად, ესპანეთი ტურიზმის ინდუსტრიის წილი მთლიანი შიდა პროდუქტში 16%-ს შეადგენს, იტალიაში ეს მაჩვენებელი 10,3%-ის ტოლია, მაროკოში – 17,3%, საფრანგეთი – 9,3%, ნორვეგია–9,1%, თურქეთში – 12,6%,

დიდ ბრიტანეთში – 11,3% და სხვა[68]. ტურიზმის, და განსაკუთრებით, საერთაშორისო ტურიზმის, ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი მახასიათებელია მოსახლეობის დასაქმების ზრდა, ვინაიდან ტურიზმის, როგორც ეკონომიკური დარგის, გამართული ფუნქციონირება ადამიანური რესურსების ფართო გამოყენებას ეფუძნება. შესაბამისად, ქვეყნები, რომელთა ეკონომიკაში ტურიზმის ხვედრითი წილი საგრძნობლად დიდია, დასაქმებულთა რაოდენობა პირდაპირპროპორციულად შეესაბამება მას. მაგალითისათვის შეიძლება მოვიყვანოთ ევროპა, სადაც 2015 წლისათვის ტურიზმის ინდუსტრიაში დასაქმებულთა რაოდენობა 14 229 000 ადამიანი იყო, რაც მთლიანად, დასაქმებულთა 3,6%-ს შეადგენდა. 2016 წლის პირველი კვარტლის მონაცემების თანახმად, ევროპაში ვიზიტორთა რაოდენობამ წინა წლის მონაცემებთან შედარებით 3,4%-ით იმატა, რასაც მოჰყვა დასაქმებულთა რაოდენობის 1,8%-ით ზრდა და 2016 წელს ტურიზმის ინდუსტრიაში დასაქმებულთა რაოდენობამ 14 492 000 ადამიანი შეადგინა[73]. ყოველივე ზემოდ აღნიშნულიდან გამომდინარე შეიძლება გაკეთდეს დასკვნა იმ დადებით როლზე, რომელსაც ასრულებს ტურიზმის ინდუსტრია შრომის ბაზართან დაკავშირებულ პრობლემების გადაჭრაში.

მაშასადამე, ტურიზმის ინდუსტრია შეიძლება განხილულ იქნას, როგორც მძლავრი ინსტრუმენტი, რომელსაც ძალუმს ქვეყნის ეკონომიკის ისეთი მნიშვნელოვანი პრობლემის გადაწყვეტა, როგორცაა მოსახლეობის დასაქმება და ეკონომიკის განვითარება.

პრობლემის შესწავლის მდგომარეობა: შრომის ბაზრისა და მოსახლეობის დასაქმების რიცხოვნობის ზრდასთან დაკავშირებული საკითხების შესწავლის მიმართ მეცნიერთა მხრიდან ინტერესი დიდია. საქართველოს შრომის ბაზრისა და ქვეყანაში მოსახლეობის დასაქმების პრობლემების შესწავლას ახორციელებენ ქართველი მეცნიერები მ.ცარციძე, ნ.პაიჭაძე, ნ.ლაცაბიძე, რ.აბესაძე, ა.გუგუშვილი, ე.მელაძე და სხვები. საკმაოდ ბევრი კვლევა ეთმობა, ასევე, მოსახლეობის დასაქმების სტატისტიკურ ანალიზს.

აქტიური შესწავლის საგანს წარმოადგენს ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარების პერსპექტივები და ტენდენციები. ასევე მნიშვნელოვანია შრომები, რომლებიც ტურიზმის ინდუსტრიის ანალიზს ეხება, სადაც სხვადასხვა მეთოდოლოგიის გამოყენებით განხილულია ტურიზმის ინდუსტრიის როლი ეკონომიკაში. ტურიზმის და ტურიზმის ინდუსტრიის კვლევას ახორციელებს მ. კაპანაძე, რ. ბერიძე, ლ. კოჭლამაზაშვილი, მ. მეტრეველი, რ. ბერიძე, ნ. კვარაცხელია, ა. ოქროცვარიძე, მ. ვადაჭკორია, მ. მელაძე და სხვ.

ტურიზმის ინდუსტრიის ეკონომიკური გავლენის ცალკეული მოდელები ჩამოყალიბებულია ამ სფეროში მომუშავე უცხოელი მკვლევრების მიერ. მათ შორის არიან Jeffrey Dorfman, Jim Stanford, Lori G. Kletzer, William L. Koch, Schubert S., Brida G., Shi S., Wen Q., Frechtling Douglas, Ernst Hinsken. უცხოელ მეცნიერთა შორის იმავე თემატიკაზე მუშაობენ Бурменко Т.Д., Даниленко Н.Н., Туренко Т.А, Дмитриев М., Забаева М., Малыгина Е., Клейменов А.М., Сергеев Б.И., Наумова С.А., Новиков В.С., Тарасов Ю.И., Н.А. Тумасян, Ткаченко Т.И., Гаврилюк С.П., Зимина Г. და სხვები.

საკითხის ირგვლივ არსებული სამეცნიერო ლიტერატურის შესწავლა ცხადყოფს, რომ შრომის ბაზარზე და მოსახლეობის დასაქმებაზე ტურიზმის ინდუსტრიის ზეგავლენის კვლევა იშვიათობას წარმოადგენს და ნაკლებად არის შესწავლილი ტურიზმის ინდუსტრიის ეკონომიკაში ინტეგრირების, შრომის ბაზარზე და, უწინარეს ყოვლისა, დასაქმებაზე, მისი ზეგავლენის შესაძლებლობები, რაც შრომის ბაზარზე დასაქმებასთან დაკავშირებული პრობლემების არსებობის პირობებში განაპირობებს წინამდებარე კვლევის აქტუალობას.

კვლევის მიზნები და ამოცანები: სადისერტაციო ნაშრომის კვლევის მიზანს წარმოადგენს საქართველოს შრომის ბაზარზე დასაქმების ზრდის პერსპექტივებზე ტურიზმის ინდუსტრიის გავლენის შესწავლა.

დასახული მიზნის მისაღწევად ჩამოყალიბებულია შემდეგი ამოცანები:

- შრომის ბაზრის კლასიფიკაციისა და სეგმენტაციისადმი განსხვავებული მიდგომების გაანალიზება და სადისერტაციო კვლევისათვის კონკრეტული სეგმენტების გამოყოფა;
- ტურიზმის ინდუსტრიის არსისა და სტრუქტურის დაზუსტება;
- ტურიზმის ინდუსტრიის სტრუქტურული ელემენტებსა და შრომის ბაზრის განსაზღვრულ სეგმენტებში დასაქმებას შორის კავშირის განსაზღვრა;
- ტურისტული მომსახურების სფეროში შრომისა და დასაქმების თავისებურებათა დაზუსტება;
- ტურისტული მომსახურების სფეროში სამომხმარებლო მოთხოვნის ჩამოყალიბების თავისებურებებისა და შრომის ბაზარზე მათი გავლენის შესწავლა;
- ტურიზმის ინდუსტრიაში დასაქმების პერსპექტივების განსაზღვრა მოკლევადიანი და საშუალო ვადიანი პერიოდებისათვის;
- ტურისტული მომსახურების სფეროში შრომითი საქმიანობის რეგულირების აუცილებლობის დასაბუთება;
- საქართველოს შრომის ბაზარზე დასაქმების ზრდის მიზნით ტურიზმის სფეროში პოლიტიკის სრულყოფისათვის რეკომენდაციების შემუშავება.

კვლევის ობიექტი: სადისერტაციო ნაშრომის კვლევის ობიექტს წარმოადგენს ტურიზმის ინდუსტრიისა და შრომის ბაზრის ურთიერთკავშირი.

კვლევის საგანი: სადისერტაციო ნაშრომის კვლევის საგანს წარმოადგენს ტურიზმის ინდუსტრიის გავლენა დასაქმების ზრდის პერსპექტივებზე საქართველოს შრომის ბაზარზე.

კვლევის თეორიულ-მეთოდოლოგიური საფუძვლები: კვლევის მეთოდოლოგია განისაზღვრა საკვლევი თემის მრავალასპექტიანობით. კვლევაში გამოყენებულ იქნა ეკონომიკურ-მათემატიკური, აბსტრაქტულ-ლოგიკური, ფუნქციონალური და შედარებითი ანალიზის, მეცნიერული კლასიფიკაციის, სტატისტიკური, ექსპერტული და გრაფიკული მეთოდები. კვლევა ეფუძნება კომპლექსურ, ინტერდისციპლინარულ მიდგომებს. კვლევის პროცესში გამოყენებული იყო ვრცელი სპექტრის თეორიული

მასალა, საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტროსა და საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მონაცემები, ტურიზმისა და კურორტების ეროვნული ადმინისტრაციის მასალები, ტურიზმის სფეროში მომუშავე სამეცნიერო-კვლევით ინსტიტუტების სამეცნიერო შრომები, მეთოდური მითითებები და რეკომენდაციები, ემპირიული კვლევის (ანკეტური გამოკითხვის მეთოდით) მასალები, ტურიზმის მსოფლიო ორგანიზაციების საინფორმაციო მონაცემები და ინტერნეტრესურსები, სპეციალური და ფუნდამენტური შრომები, კრებულები, სტატიები.

საქართველოს ტურისტულ პროდუქტზე არსებული სამომხმარებლო მოთხოვნის შესწავლის მიზნით მოცემული კვლევის ფარგლებში განხორციელებულ იქნა ემპირიული კვლევა ანკეტირების მეშვეობით მასობრივი გამოკითხვის მეთოდის გამოყენებით რესპონდენტთა შემთხვევითი შერჩევის საფუძველზე.

მეცნიერული სიახლე: სადისერტაციო ნაშრომის მეცნიერული სიახლე ზოგადად მდგომარეობს ტურიზმის ინდუსტრიის, როგორც შრომის ბაზარზე დასაქმებასთან დაკავშირებული პრობლემის გადამჭრელი ფენომენის კომპლექსურ ანალიზში.

სადისერტაციო თემაზე მუშაობის პროცესში მიღებული ძირითადი მეცნიერული სიახლეები შეიძლება შემდეგნაირად ჩამოვსაყალიბოთ:

- *განხორციელდა ტურიზმის ცნების წარმოშობასთან დაკავშირებული შეხედულებათა კლასიფიკაცია;*
- *განისაზღვრა ტურიზმის, ტურისტული მომსახურების სფეროს და ტურიზმის ინდუსტრიის ურთიერთდამოკიდებულება და ურთიერთკავშირი;*
- *შრომის ბაზრის სეგმენტაციის საფუძველზე განხორციელდა დასაქმების სფეროზე ტურიზმის ინდუსტრიის გავლენის შეფასება;*
- *ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარებისა და საქართველოს შრომის ბაზარზე დასაქმების ზრდაზე მისი გავლენის შეფასების მიზნით განხორციელდა საქართველოს ტურისტულ პროდუქტზე არსებული სამომხმარებლო მოთხოვნის ემპირიული კვლევა საქართველოსა და დუბაიში;*

- საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტროსა და საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მონაცემების საფუძველზე შემუშავებულ იქნა საქართველოში ტურისტულ მომსახურებაზე სამომხმარებლო მოთხოვნის პროგნოზი 2017 და 2020 წლებისათვის;
- მიღებული პროგნოზისა და ტურიზმის ინდუსტრიის დასაქმებაზე ზეგავლენის ანალიზის საფუძველზე დასახულ იქნა ღონისძიებათა სისტემადარგის შემდგომი განვითარებისათვის.

სადისერტაციო კვლევის თეორიული და პრაქტიკული მნიშვნელობა: სადისერტაციო ნაშრომში შემოთავაზებული მიდგომები, დასკვნები და რეკომენდაციები შეიძლება გამოყენებულ იქნას შრომის ბაზრის განვითარების რეგიონული და ადგილობრივი სტრატეგიული პროგრამების შემუშავებისთვის, რაც ხელს შეუწყობს ქვეყანის ეკონომიკურ წინსვლასა და ცხოვრების დონის ამაღლებას. ასევე, მოცემული მიდგომების რეალიზება მიმართულია მოსახლეობის დასაქმების რიცხოვნობის ზრდისაკენ, რაც თავის მხრივ, შრომის ბაზრის დაბალანსებული ფუნქციონირების წინაპირობას ქმნის. ჩატარებული კვლევის შედეგად მიღებული თეორიული დასკვნები, შემუშავებული რეკომენდაციები და წინადადებები შეიძლება გამოყენებულ იქნას ტურიზმის დარგის სპეციალისტების ტურიზმის მენეჯმენტში გადამზადების და უმაღლეს სასწავლებლებში სწავლების დროს. კვლევის შედეგები ასევე შეიძლება გამოიყენოს საქართველოს სახელისუფლებო და კერძო სექტორების წარმომადგენლებმა ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარების სტრატეგიული პროგრამების შემუშავებისთვის, სამეცნიერო ნაშრომის მიზნებისა და ამოცანებიდან გამომდინარე მისი სტრუქტურა აგებულია ლოგიკური თანმიმდევრობით, ცალკეულ ნაწილებს შორის ურთიერთდამოკიდებულებისა და საკვლევი პრობლემის სიღრმისეული ანალიზის საფუძველზე დაყრდნობით.

აპრობაცია: სადისერტაციო ნაშრომი დოქტორანტის კოლოქვიუმების სახით იყო წარდგენილი აკაკი წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ეკონომიკის დეპარტამენტის სხდომაზე 2015 წლის 12 ოქტომბერს (ოქმი N2) და 2015 წლის 28 დეკემბერს (ოქმი N4). ასევე, აკაკი წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტის

ეკონომიკის დეპარტამენტის სხდომაზე 2017 წლის 27 მარტს (ოქმი N9) განხორციელდა სადისერტაციო ნაშრომის წინასწარი განხილვა.

დისერტაციის ძირითადი შედეგები ასახულია შემდეგ სამეცნიერო შრომებში:

სამეცნიერო პუბლიკაციები:

1. „ტურიზმი კანონმდებლობა და საქართველო“ ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი, პაატა გუგუშვილის ეკონომიკის ინსტიტუტი, საერთაშორისო სამეცნიერო-ანალიტიკური ჟურნალი „ეკონომისტი“ N1, 2015, ISSN 1987-6890, გვ. 92-95;
2. „ტურისტულ პროდუქტზე მოთხოვნის ფორმირების ევოლუცია“ საქართველოს ბიზნესის მეცნიერებათა აკადემია, საერთაშორისო რეფერირებადი და რეცენზირებადი სამეცნიერო-პრაქტიკული ჟურნალი „მომამბე“ თბილისი 2016, ISSN2233-3606, გვ.10-13;
3. „Peculiarities of Employment in the Tourism Industry“. European Journal of Economics and Management Sciences, Austria, Vein, N1, 2017.

სამეცნიერო კონფერენციები:

4. „ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარების ტენდენციები საქართველოში“, აწსუ-თვის უნივერსიტეტის სტატუსის მინიჭების 25 წლის იუბილისადმი მიძღვნილი პირველი რესპუბლიკური კონფერენცია „ახალგაზრდა აგრარიკოსები“, 2016, გვ.64-67;
5. „ტურიზმი, როგორც ქვეყნის ეკონომიკის პერსპექტიული მიმართულება“ აკადემიკოს პაატა გუგუშვილის დაბადებიდან 110-ე წლისთავისადმი მიძღვნილი საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენციის მასალების კრებული „ეროვნული ეკონომიკების მდგრადი განვითარების აქტუალური პრობლემები“ (10-11 ივლისი, 2015) ISBN 978-9941-13-435-7, გვ. 495-497;
6. „სასტუმრო ინდუსტრიის განვითარება საქართველოში“ საერთაშორისო კონფერენციის „თანამედროვე განვითარების, ეკონომიკური,სამართლებრივი

და სოციალური პრობლემები“მასალები, ქუთაისი 2015, ISSN 2346–8203 გვ.126–128;

7. *„Туризм, как Перспективная Отрасль Национальной Экономики“, Высшее гуманитарное образование XXI века: проблемы перспективы. Материалы десятой международной научно-практической конференции. – Самара : ПГСГА, 2015. – 352 с., Социально-гуманитарная академия, ISBN 978-5-473-01020-6, с.109–113.*

დისერტაციის სტრუქტურა: სადისერტაციო ნაშრომი მოიცავს 193 ნაბეჭდ გვერდს და შედგება შესავლის, სამი თავის, რვა ქვეთავის, დასკვნებისა და წინადადებებისაგან. ტექსტში ჩართულია 6 ცხრილი, 12 სქემა, 9 დიაგრამა. ნაშრომს თან ახლავს 4 დანართი და გამოყენებული ლიტერატურის სია 120 დასახელებით.

თავი 1. შრომის ბაზარზე ტურიზმის ინდუსტრიის გავლენის კვლევის თეორიულ-მეთოდოლოგიური საფუძვლები

1.1. შრომის ბაზრის კლასიფიკაციისა და სეგმენტაციის თეორიული- მეთოდოლოგიური საფუძვლები

შრომის ბაზარი რთული და დინამიურად განვითარებადი სისტემაა, რომელიც მოიცავს სახელმწიფოს, დამსაქმებელთა და დაქირავებულ მომუშავეთა შორის არსებულ ეკონომიკურ, სოციალურ, იურიდიულ და ფსიქოლოგიურ ურთიერთობათა ერთობლიობას. მისი არსი გამოხატულებას პოულობს ფართო სოციალურ-ეკონომიკურ ურთიერთობებში, რომლებიც დაკავშირებული არიან სამუშაო ძალის გაფართოებული კვლავწარმოების სრულ ციკლთან და მოიცავს სამუშაო ძალის წარმოების, განაწილების, გაცვლისა და მოხმარების სტადიებს, რომლებიც გარკვეულ როლს ასრულებენ სამუშაო ძალის ბაზრის ფუნქციონირებაში [2; 5].

ბაზარი საზოგადოებრივი ურთიერთობების, სოციალური ნორმებისა და ინსტიტუტების სისტემაა, რომელიც უზრუნველყოფს მოთხოვნა-მიწოდების კანონის საფუძველზე სამუშაო ძალის კვლავწარმოებას, განაწილებასა და გამოყენებას. უფრო კონკრეტულად კი, შრომის ბაზარი მოსახლეობის დასაქმებისა და შრომის სფეროს ორგანიზაციის საბაზრო ფორმაა [23].

შრომის ბაზარი საბაზრო ეკონომიკის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ელემენტია, ვინაიდან იგი უზრუნველყოფს შრომის სისტემურ განაწილებას ეკონომიკის დარგების, სექტორების, გეოგრაფიული ადგილმდებარეობის, პროფესია-კვალიფიკაციისა და ა.შ. მიხედვით.

შრომის ბაზარი საბაზრო ეკონომიკის განუყოფელი შემადგენელი ნაწილი და საზოგადოების სოციალურ-ეკონომიკური ცხოვრების დინამიურად განვითარებადი სფეროა. მასზე უშუალოდ აისახება ეკონომიკური განვითარების ძირითადი შედეგები და მისი წარმომქმნელი ეკონომიკური, სოციალური და დემოგრაფიული

თავისებურებანი. აქ შრომის ფასის, მომუშავისა და დამქირავებლის ინტერესების გარდა ნათლადაა გამოხატული საზოგადოებაში მიმდინარე ყველა სოციალურ-ეკონომიკური პროცესი. სამუშაო ძალაზე მოთხოვნა და, შესაბამისად, მოსახლეობის დასაქმების რაოდენობა, დამოკიდებულია იმაზე, თუ როგორ ფუნქციონირებს ეკონომიკა, ეკონომიკური ციკლის რომელ ფაზაში იმყოფება იგი და როგორია ბაზრის ძირითადი სუბიექტების - შრომის მიმწოდებლებისა და დამქირავებლების - ქცევა.

შრომის ბაზარი თანამედროვე ეკონომიკის ფუნქციონირების მნიშვნელოვანი შემადგენელი ნაწილია, ვინაიდან მოსახლეობის დიდი ნაწილისთვის შრომითი საქმიანობა წარმოადგენს შემოსავლის მიღების ძირითად (და ხშირ შემთხვევაში ერთადერთ) წყაროს, პიროვნების თვითრეალიზაციის საშუალებას და საზოგადოებაში ადამიანის სოციალური სტატუსის გამომხატველს [2]. ეს იმას ნიშნავს, რომ შრომის ბაზრის გამართულ ფუნქციონირებაზე ბევრად არის დამოკიდებული მოსახლეობის შემოსავალი და საზოგადოების ეკონომიკური კეთილდღეობა.

შრომის ბაზრის მთავარ შემადგენელ ნაწილებად განიხილება შრომის ერთობლივი მიწოდება, რომელიც მოიცავს ეკონომიკურად აქტიურ მოსახლეობას და შრომაზე ერთობლივი მოთხოვნა, რომელიც წარმოადგენილია ვაკანტური სამუშაო ადგილებით და გამოხატავს სამუშაო ძალაზე ეკონომიკის მთლიან მოთხოვნას. სამუშაო ძალაზე მოთხოვნა და სამუშაო ძალის მიწოდება წარმოადგენს შრომის ბაზრის ფუნქციონირების ანალიზის საფუძველს.

შრომის ბაზრისა და მისი ფუნქციონირების შესწავლის დროს შრომაზე მოთხოვნა განიხილება მიკრო, მაკრო, მეზო და მეგა დადონეების ჭრილში და მოიცავს ისეთ კომპონენტებს, როგორცაა:

- შრომაზე მოთხოვნა ცალკეული საწარმოს ან ფირმის მხრიდან;
- შრომაზე მოთხოვნა ცალკეული დარგის მხრიდან;
- შრომაზე მოთხოვნა ცალკეული რეგიონის მხრიდან;
- შრომაზე მოთხოვნა მთლიანად ეკონომიკის მხრიდან;

➤ *შრომაზე მოთხოვნა საერთაშორისო ბაზარზე.*

სხვა ბაზრების მსგავსად, შრომის ბაზარი თავისი ბუნებით არის არაერთგვაროვანი, რის გამო ხორციელდება მისი სტრუქტურირება სხვადასხვა ნიშნის მიხედვით. ყველაზე ხშირად შრომის ბაზრის სტრუქტურირება ხდება ამ ბაზრის კლასიფიკაციისა და სეგმენტაციის საფუძველზე. შრომის ბაზრის კლასიფიკაცია და სეგმენტაცია წარმოადგენს შრომის ბაზრის სტრუქტურირების ობიექტურად განპირობებული პროცესი.

კლასიფიკაციის თვალსაზრისით ხდება შესაძლებელი მოხდეს შრომის ბაზრის სტრუქტურირება სხვადასხვა კრიტერიუმების მიხედვით. მეცნიერულ ლიტერატურაში შრომის ბაზრის კლასიფიკაციისადმი არსებული მიდგომების [1; 3; 4; 23; 80 და სხვ.] გაანალიზებისა და სისტემატიზაციის საფუძველზე შეიძლება გამოყოფილ იქნას შრომის ბაზრის კლასიფიკაციის შემდეგი ჯგუფები:

1. *ეკონომიკის სტრუქტურის მიხედვით* გამოყოფენ ცალკეული დარგების, ცალკეული საქმიანობის სახეებისა და ა.შ. შრომის ბაზრებს;
2. *ეკონომიკური განვითარების დონეების მიხედვით* შრომის ბაზრების განსხვავება ხდება ხელფასის დონის, მოსახლეობის შემოსავლის დონისა და სხვ. მიხედვით;
3. *ტერიტორიული ნიშნის მიხედვით* განასხვავებენ ადგილობრივ, რეგიონალურ, ეროვნულ თუ საერთაშორისო შრომის ბაზრებს;
4. *პროფესიული ნიშნის მიხედვით* გამოყოფენ სხვადასხვა პროფესიების მქონე სპეციალისტების შრომის ბაზრებს, მაგალითად, მასწავლებელთა შრომის ბაზარს, ექიმების შრომის ბაზარს და ა.შ.;
5. *კვალიფიკაციის ნიშნის მიხედვით* გამოყოფენ განსაზღვრული კვალიფიკაციის წარმომადგენლების შრომის ბაზრებს, მაგალითად, კვალიფიცირებული სპეციალისტების შრომის ბაზარს, არაკვალიფიცირებული სპეციალისტების შრომის ბაზარს და ა.შ. ამასთან, უფრო ხშირად განიხილავენ შრომის ბაზრის სტრუქტურას პროფესიულ-კვალიფიკაციური ნიშნის საფუძველზე;

6. *დემოგრაფიული ნიშნის მიხედვით* განასხვავებენ ახალგაზრდების შრომის ბაზარს, წინასაპენსიო ასაკის ადამიანთა შრომის ბაზარს, პენსიონერთა შრომის ბაზარს, ქალთა შრომის ბაზარს;
7. *შინაარსის მიხედვით* განასხვავებენ პოტენციურ (რომელიც აერთიანებს საოჯახო მეურნეობაში დასაქმებულ შრომის უნარიან მოსახლეობას, სტუდენტებს და სხვ.) შრომის ბაზარს, ცირკულირებად ანუ ფიქსირებულ (რომელიც აერთიანებს დასაქმებულებსა და უმუშევრებს) შრომის ბაზარს და შიგასაფირმო (რომელიც მოიცავს დამქირავებლისა და დაქირავებულის ურთიერთობებს) შრომის ბაზარს;
8. *დროებითი კრიტერიუმის მიხედვით* გამოყოფენ მიმდინარე შრომის ბაზარს და პროგნოზირებად შრომის ბაზარს;
9. *ელასტიკურობის კრიტერიუმის მიხედვით* განასხვავებენ ხისტ შრომის ბაზარს, რომელიც ეფუძნება სამუშაო დროის მკაცრ რეგლამენტირებასა და დასაქმების სტანდარტიზირებულ ფორმებს, და მოქნილი შრომის ბაზარი, რომელიც იოლად ახდენს ადაპტირებას ცვლილებებისადმი, კერძოდ, სამეურნეო საქმიანობის პირობების თუ საბაზრო კონიუნქტურის ცვლილებებისადმი;
10. *კონკურენციის კრიტერიუმის მიხედვით* განასხვავებენ სრულყოფილი კონკურენციის შრომის ბაზარს, მონოპსონიურ შრომის ბაზარს, შრომის ბაზარს პროფკავშირების მონაწილეობით, ორმხრივი მონოპოლიის შრომის ბაზარს;
11. *საბაზრო ურთიერთობების განვითარების კრიტერიუმის მიხედვით* გამოყოფენ რეგულირებად შრომის ბაზარს, ორგანიზებულ ჩრდილოვან (არარეგულირებად) შრომის ბაზარს, და სხვ.

შრომის ბაზრის კლასიფიკაციის მსგავსად, შრომის ბაზრის სეგმენტაცია წარმოადგენს შრომის ბაზრის სტრუქტურისა და ობიექტურად განპირობებულ პროცესს, რომლის დროს საზოგადოების განვითარების სოციალური, ეკონომიკური თუ პოლიტიკური ფაქტორების ზემოქმედებით ხდება შრომის საზოგადოებრივი დანაწილება და ყალიბდება გამოცალკევებული ქვებაზრები ან სეგმენტები, რომლებიც განსხვავდებიან თავისი მახასიათებლებით მომუშავეთა კატეგორიებიდან გამომდინარე.

შრომის ბაზარში გამოიყოფა სხვადასხვა შემადგენელი ნაწილები ანუ სეგმენტები. შრომის ბაზრის სეგმენტაცია წარმოადგენს მომუშავეთა და სამუშაო ადგილების დაყოფას მდგრად ჩაკეტილ და მყარ სექტორებად, ზონებად, რომელთა საზღვრები ხელს უშლიან სამუშაო ძალის გადადინებას ერთი სექტორიდან მეორეში და ამით ზღუდავენ სამუშაო ძალის მობილურობას. შრომის ბაზრის ცალკეულ სეგმენტზე თავმოყრილია გარკვეული პროფესიის და სპეციალობის მხოლოდ ერთმანეთის კონკურენტი მომუშავეები, რომლებიც კონკურენციას ვერ უწევენ სხვა სეგმენტში დასაქმებულებს [3; 4; 12; 23].

შრომის ბაზრის სეგმენტაციის თეორია ეფუძნება წარმოდგენას, რომ სამუშაო ადგილების სტრუქტურა გამოირჩევა გარკვეული სიხისტით და შრომის ბაზრის სხვადასხვა სექტორებში არსებობს შრომითი საქმიანობის სხვადასხვა პირობები და მათ შეესაბამება შრომითი ანაზღაურების განხვავებული დონე.

შრომის ბაზრის სეგმენტაცია ხორციელდება სხვადასხვა კრიტერიუმების მიხედვით, რომელთა შორის შეიძლება გამოვყოთ შემდეგი [6]:

- *შრომის ბაზრის გარემოს მოდელირების კრიტერიუმის მიხედვით გამოყოფენ სამუშაო ძალის შიგა და გარე ბაზარს;*
- *სოციალურ-დემოგრაფიული ჯგუფების კრიტერიუმის მიხედვით განასხვავებენ ქალთა, ახალგაზრდობის, ინვალიდთა, პენსიონერთა შრომის ბაზარს;*
- *სოციალურ-ეკონომიკური მახასიათებლების მიხედვით შრომის ბაზრის დაყოფა ეფუძნება დასაქმებულთა დანაწილებას მათი პროფესიულ-კვალიფიციური (განათლების დონე, პროფესიულ-კვალიფიციური შემადგენლობა, მუშაობის სტაჟი და ა.შ.) ნიშნის მიხედვით;*
- *დასაქმების ლეგალურობის კრიტერიუმების მიხედვით გამოყოფენ შრომის ბაზრის ფორმალურ და არაფორმალურ სექტორებს;*
- *რეგულირების ანუ შრომის ბაზარზე სახელმწიფოს ზემოქმედების კრიტერიუმების მიხედვით გამოყოფენ რეგულირებად (კონტროლირებად) და არარეგულირებად(არაკონტროლირებად) სექტორებს;*

- შრომითი ურთიერთობათა სტაბილურობის კრიტერიუმების მიხედვით გამოყოფენ შრომის ბაზრის „ბირთვის“ და „პერიფერიას“ და სხვა [6].

შრომის ბაზრის სეგმენტაციის უმარტივეს ფორმას წარმოადგენს შრომის ბაზრის ორსეგმენტოანი მოდელი, რომელშიც ერთი სეგმენტი მოიცავს უმაღლესი განათლების მქონე სპეციალისტებს, მმართველებსა და ადმინისტრატრაციული სამსახურის წარმომადგენლებს, მაღალკვალიფიციურ მუშებს, ანუ მათ ვისაც, როგორც წესი, აქვთ დასაქმების საიმედო გარანტიები, ხოლო შრომის ბაზრის მეორე სეგმენტი მოიცავს სამუშაოებს, რომლებიც არ მოითხოვენ სპეციალურ მომზადებას და მაღალ კვალიფიკაციას.

შრომის ბაზრის სეგმენტაციის საფუძველზე ყალიბდება შრომის ბაზრის განსხვავებული მოდელები.

აღიარებულია, რომ შრომის ბაზრის მოდელის ჩამოყალიბება ამერიკელი მეცნიერების პიერ დორინგერისა (Peter B. Doeringer) და მიქაელ პიორის (Michael J. Piore) სახელებთან არის დაკავშირებული. მათ მიერ მეოცე საუკუნის 70-ან წლების დამდეგს ჩამოყალიბებული ე.წ შიგა შრომის ბაზრის კონცეფცია და მის საფუძველზე 80-ან წლებში განვითარებული ე.წ. შრომის ბაზრის ვერტიკალური სეგმენტაციის მოდელი, რომელიც დღეს შრომის ბაზრის სეგმენტაციის კლასიკურ მოდელად არის აღიარებული, ეფუძნება შრომის ბაზრის პირველად და მეორად სექტორებად დაყოფის იდეას და აღიარებს ე.წ. „ცუდი“ და „კარგი“ სამუშაო ადგილების არსებობას [4, გვ.21].

პ. დორინგერისა და მ. პიორის თეორიის საფუძველზე თავისი შეხედულებები განავითარეს ჰარვარდისა და ბოსტონის უნივერსიტეტების პროფესორებმა მ. რეიკმა, დ. გორდონმა და რ. ედვარდსმა.

მ. რეიკის (M. Reich), დ. გორდონისა (J. Gordon) და რ. ედვარდის (R. Edwards) კვლევების თანახმად შრომის ბაზრის სეგმენტაციის თანამედროვე ფორმები ყველაზე უკეთ ასახავს შრომის ბაზარზე არსებულ სიტუაციას. ისინი განიხილავენ შრომის

ბაზრის სეგმენტაციას, რომლის საფუძვლად უდევს შრომის ბაზრის გაორების თეორია, ანუ შრომის ბაზრის დაყოფა ორ ნაწილად: *პირველად და მეორად ბაზრად* [57].

როგორც მ. რეიკი, დ. გორდონი და რ. ედვარდსი აღნიშნავენ, რომ ისტორიული თვალსაზრისით შრომის ბაზრის სეგმენტაციის აუცილებლობა გამოწვეულია ეკონომიკური სისტემების ცვლილებებით. მათი კვლევების თანახმად, წარმოების მასშტაბების ზრდამ გამოიწვია სამუშაო ძალაზე რაოდენობრივი და ხარისხობრივი (კვალიფიკაციისმიერი) მოთხოვნის ზრდა. ხოლო ეს უკანასკნელი გახდა შრომის ბაზრის სეგმენტებად დაყოფის მიზეზი [57].

შრომის ბაზრის სეგმენტაცია პირველად და მეორად შრომის ბაზრებად დაყოფა გულისხმობს შრომის ბაზრის დიფერენციაციას სტაბილურობის ხარისხის მიხედვით.

შრომის პირველადი ბაზარი ეს არის ბაზარი, რომელიც წარმოდგენილია ე.წ. „კარგი“ სამუშაო ადგილებით. ასეთი სახის სამუშაოები უმეტესად დამახასიათებელია შრომის შიგა (შიგასაფირმო) ბაზრისთვის. შრომის პირველადი ბაზრის სამუშაოებისთვის დამახასიათებელია შემდეგი თვისებები:

- 1. სტაბილური დასაქმება და მომუშავეის მდგომარეობის საიმედოობა;*
- 2. ხელფასის მაღალი დონე;*
- 3. პრემიების და დამატებითი ხელფასების მიღების შესაძლებლობა, მოგების განაწილებაში მონაწილეობის სხვადასხვა ფორმების არსებობა, საწარმოსგან (ფირმისგან) არასაწარმოო შეღავათების მიღების შესაძლებლობა და ა.შ.;*
- 4. შრომის კარგი პირობები;*
- 5. სტაბილური დასაქმება და მომუშავეთა მდგომარეობის საიმედოობა;*
- 6. პროფესიული ზრდისა და დაწინაურების შესაძლებლობის არსებობა;*
- 7. ადმინისტრაციის მხრიდან სამართლიანი და კორექტული დამოკიდებულება;*
- 8. პროგრესული ტექნოლოგიების გამოყენება, რაც მოითხოვენ მომუშავეთა მაღალ კვალიფიკაციას;*

9. სწავლის და კვალიფიკაციის ამაღლები შესაძლებლობა წარმოების (ფირმის) ხარჯზე;

10. შრომის მოსახერხებელი რეჟიმი;

11. შევსებულებების და ავადმყოფობის დღეების სრული ანაზრატურება;

12. ძლიერი და ქმედითი პროფკავშირების არსებობა.

პირველად ბაზარზე დასაქმებული არიან სამტატო მომუშავეები, რომელთაც საწარმოსთან (ფირმასთან) აქვთ დადებული გრძელვადიანი ხელშეკრულება [4].

შრომის მეორად ბაზარზე ვლინდება სრულიად განსხვავებული სიტუაცია. აქ წარმოდგენილია ე.წ. „ცუდი“ სამუშაოები, რომელთაც გააჩნიათ შრომის პირველადი ბაზრის თვისებათა საწინააღმდეგო მახასიათებლები. შრომის მეორადი ბაზარზე შეთავაზებული სამუშაო ადგილები ხასიათდებიან გაცილებით ნაკლებ მიმზიდველობით და მათ გააჩნია პირველადი ბაზრის საწინააღმდეგო თვისებები:

- დიდი რაოდენობის კადრების დენადობა და არასტაბილური დასაქმება;
- შრომის არადამაკმაყოფილებელი პირობები;
- მკაცრი დისციპლინა;
- შეღავათების არ არსებობა;
- ხელფასის დაბალი დონე;
- პრაქტიკულად არ არსებობს მომუშავეის პროფესიული და თანამდებობრივი დაწინაურების შესაძლებლობა;
- პრიმიტიული წარმოების ტექნოლოგია;
- პროფკავშირების არ არსებობა.

შრომის ბაზრის თითოეული სეგმენტის ანუ პირველადი შრომის ბაზრისა და მეორადი შრომის ბაზრის ყველა მახასიათებლები ურთიერთდამოკიდებული და ურთიერთგანმსაზღვრელია. მაგალითად, მაღალი ხელფასი აიძულებს წარმოებას გაზარდოს მართვის ეფექტიანობა და, შესაბამისად, შრომის მწარმოებლურობა, რათა მოხდეს ხელფასზე მაღალი დანახარჯების კომპენსირება. მწარმოებლურობის დონის ამაღლების მიზნით საჭიროა თანამედროვე პროგრესული ტექნოლოგიების გამოყენება. ეს კი აუცილებელს ხდის ამაღლდეს მომუშავეების კვალიფიკაცია ა.შ.

ანალოგიურ მდგომარეობასთან გვაქვს საქმე შრომის მეორადი ბაზრის შემთხვევაში. მაგალითად, ხელფასის დაბალი დონისას მომუშავეებმა არაა აუცილებელი აითვისონ ნაკლებად შრომატევადი, რესურსდამზოგი პროგრესული ტექნოლოგიები. აქედან გამომდინარე, ნაკლებია მომუშავეთა კვალიფიკაციის ამაღლების სტიმული, მაღალია სამუშაო ძალის დენადობა და სხვ.

შრომის ბაზრის გაორების კონცეფციის შემდგომი განვითარების შედეგად შეიქმნა შრომის ბაზრის სეგმენტაციის მოდელი, რომელიც უფრო სრულყოფილად ასახავს სინამდვილეს. ამ მოდელის თანახმად პირველადი ბაზრის სტრუქტურაში გამოიყოფა ორი სეგმენტი: ზედა სეგმენტი, რომელსაც მიეკუთვნება უპირატესად მენეჯერები და სპეციალისტები და ქვედა სეგმენტი ანუ ე.წ. „ლურჯი საყელოები“ და სტანდარტული, უფრო გონებრივი შრომით დაკავებული მომუშავეები [4].

სამუშაოებისა და, შესაბამისად, შრომის ბაზრის სეგმენტების სამუშაოთა განაწილების კრიტერიუმია შრომითი ურთიერთობების სტაბილურობის ხარისხი.

შრომის ბაზრის ასეთი სეგმენტირების არსებობა აიხსნება იმით, რომ:

1. გამოყენებული წარმოებითი ტექნოლოგიები განსაზღვრავენ სამუშაო ადგილების სტრუქტურას. მათგან ყველა არ მოითხოვს მაღალ კვალიფიკაციასა და პროფესიულ მომზადებას. მსხვილ საწარმოებში ასეთ სამუშაოებთან ერთად, რომლებიც მოითხოვენ სპეციალურ მომზადებასა და ცოდნას, არსებობს მრავალი დამხმარე სამუშაო, რომელთა შესრულებისათვის ასეთი ცოდნა და, შესაბამისად, პროფესიული მომზადება არ არის საჭირო. ამიტომ დამქირავებელი უფრო ადვილად არჩევს მომუშავეებს ამგვარი სამუშაოებისათვის და არ არის აუცილებელი დამატებითი დაბანდებები სპეციფიკურ ადამიანურ კაპიტალში. ამრიგად, გამოყენებული ტექნოლოგიები განსაზღვრავენ სამუშაო ადგილებისა და მომუშავეთა დანაწილებას პირველად და მეორად სექტორებად.
2. წარმოება განიცდის კონიუნქტურულ დაცემებსა და აღმავლობებს. ინფორმაციის განუსაზღვრელობის პირობებში მათზე რეაგირების მოსახდენად საწარმოებს საშუალება უნდა ჰქონდეს შეამციროს ან გაზარდოს

გამოყენებული შრომის რაოდენობა. ეს იწვევს საწარმოთა პერსონალის გაყოფას ორ ნაწილად - მუდმივ და დროებით მომუშავეებად. ამ უკანასკნელებს ეირობენ ხელსაყრელი ეკონომიკური კონიუნქტურისას და სამუშაოდან ათავისუფლებენ წარმოების დაცემისას. ეკონომიკურ სიტუაციასთან საწარმოთა ადაპტაცია ხდება დროებით მომუშავეთა გამოთავისუფლებით, სამუშაო დროის შემცირებით ან ძირითად მომუშავეთა შიგასაწარმოო გადანაწილებით;

3. შრომის ბაზრის სხვადასახვა სეგმენტებს შორის სამუშაო ძალის მობილურობისათვის არსებობს ბარიერები, რომლების დაკავშირებულია შრომის ბაზარზე დისკრიმინაციასთან. დისკრიმინაციის სახეებია:

ა) დისკრიმინაცია სამუშაოზე დაქირავებისას (ან, პირიქით, სამუშაოდან განთავისუფლებისას);

ბ) დისკრიმინაცია პროფესიის არჩევისას ან სამსახურებრივი დაწინაურებისას;

გ) დისკრიმინაცია განათლების მიღებისას;

დ) დისკრიმინაცია შრომის ანაზღაურებისას.

ამ კონცეფციიდან გამომდინარე, უმუშევრობა უმეტესად დაკავშირებულია შრომის მეორად ბაზართან, რომლის შემთხვევაში არც მომუშავეები და არც დაქირავებულები არ არიან დაინტერესებულნი სტაბილური დასაქმებით. ამიტომ უმუშევრობის პრობლემის გადაწყვეტა არ შეიძლება მხოლოდ შრომაზე ერთობლივი მოთხოვნის გადიდებით ან ახალი სამუშაო ადგილების შექმნით. აუცილებელია სამუშაო ადგილები გაიზარდოს შრომის პირველად ბაზარზე და პირიქით, შემცირდეს ისინი შრომის მეორად ბაზარზე.

გამოყოფენ შრომის ბაზრის სეგმენტაციის სხვა ფორმებსაც. ასე, ზემოთ აღნიშნულ პირველად და მეორადი ბაზრების გარდა მ. რეიკი, დ. გორდონისა და რ. ედვარდსი განიხილავენ შრომის ბაზრის სეგმენტაციას რასობრივი ნიშნით და შრომის ბაზრის სეგმენტაციას გენდერული ნიშნით.

შრომის ბაზრის სეგმენტაცია **რასობრივი ნიშნით** - გულისხმობს სამუშაო ძალის მიმწოდებლებისა და სამუშაო ძალაზე მოთხოვნის დიფერენციაციას ეთნიკური

ნიშნით. ხოლო თავის მხრივ შრომის ბაზრის ასეთი ტიპის სეგმენტაცია თავისთავში მოიცავს სეგმენტაციის სხვა ტიპებს.

შრომის ბაზრის სეგმენტაცია *გენდერული ნიშნით* ვარაუდობს შრომის ბაზრის დაყოფას სქესის მიხედვით, რაც გამოწვეულია შრომის ბაზარზე მკვეთრად გამოხატული მამრობითი სქესის სამუშაო ძალაზე არსებული მოთხოვნით კონკრეტული ტიპის სამუშაოს შესასრულებლად და პირიქით - მდედრობითი სქესის სამუშაო ძალაზე მოთხოვნის არსებობით შესაბამისი სამუშაოს შესასრულებლად შრომის ბაზრის სეგმენტაცია ასევე ვარაუდობს *შრომის შიგა და გარე ბაზრების* გამიჯვნას (გამოყოფას).

შრომის გარე ბაზარი ახასიათებს სამუშაო ძალის მყიდველებისა და გამყიდველების ურთიერთობას ქვეყნის, რეგიონის ან ეკონომიკის რომელიმე სექტორის მასშტაბით და უზრუნველყოფს მომუშავეთა განაწილებას შრომის გამოყენების სფეროების მიხედვით. იგი ხელს უწყობს, აგრეთვე, მომუშავეთა გადაადგილებას ერთი სამუშაო ადგილიდან მეორეზე. გარე შრომის ბაზარზე ფუნქციონირებს დარგობრივი ან პროფესიული ნიშნით ჩამოყალიბებული პროფკავშირები.

შრომის შიგა ბაზარი შემოსაზღვრულია ერთი საწარმოთი და ფორმირდება მომუშავეთა გადაადგილებით ერთი თანამდებობიდან მეორეზე საწარმოს ფარგლებში. შრომის შიგა ბაზარზე ხელფასი და სამუშაო ძალის განაწილება ძირითადად განისაზღვრება ადმინისტრაციული წესებით და პროცედურებით, მნიშვნელოვანია პროფკავშირების ზეგავლენა და დასაქმებაც მეტადაა გარანტირებული შრომის გარე ბაზართან შედარებით. ამასთან, თუ გარე შრომის ბაზარი მნიშვნელოვანწილად ფუნქციონირებს კადრების დენადობის მეშვეობით, შიგა ბაზარი პირიქით, ხელს უწყობს დენადობის შემცირებას. შიგა ბაზარი ძირითადად ორიენტირებულია კონკრეტულ საწარმოში სპეციალიზებულ მომუშავეებზე. გარკვეული განსხვავებების მიუხედავად, შრომის გარე და შიგა ბაზრები მჭიდროდ არიან ერთმანეთთან დაკავშირებულნი [70].

ეკონომიკურ მეცნიერებაში ცნობილია შრომის შიგა ბაზრის სეგმენტაციის მოდელი, რომელიც შედგება ოთხი კონცენტრული წრისგან (რ. ლიდბიტერის მოდელის

მიხედვით), რომლის ცენტრში იმყოფებიან დასაქმებულნი სამუშაო ძალის პირველად ბაზარზე ანუ „ბირთვი“. ბირთვის ირგვლივ კიდევ განლაგებულია მეორე წრე, რომელიც განასახიერებს სამუშაო ძალის მეორად ბაზარს ანუ პერიფერიას, რომელსაც გარს უვლის კიდევ ორი წრე: პირველი მათგანი გამოხატავს უმუშევრებს, რომლებიც არიან სამსახურის გარეშე არაუმეტეს ერთი წლის მანძილზე. ხოლო მეორე წრე წარმოადგენს იმ პირებს, რომელთა სამსახურის გარეშე ყოფნის ხანგრძლივობა აღემატება ერთ წელიწადს.

ჟ. ატკინსონის (J. Atkinson) თანახმად, შრომის ბაზარი წარმოდგენილია სამი კონცენტრული წრის სახით, ამასთან მეორე წრე დაყოფილია ორ სეგმენტად. პირველი წრე (ბირთვი) განასახიერებს სამუშაო ძალის პირველად ბაზარს, მეორე წრე წარმოადგენს მეორად ბაზარს, რომლის შემადგენლობაში ავტორს გაყოფილი აქვს ორ სეგმენტი, მათგან ერთ-ერთი სეგმენტი ასახავს იმ მომუშავეებს, ვინც ბირთვის ჯგუფის მსგავსად შრომობს მუდმივ სამუშაო ადგილებზე სრული დატვირთვის პირობებში, მაგრამ პირველ წრესთან (სეგმენტთან) შედარებით მათი მდგომარეობა ნაკლებად მდგრადია, ისინი განიცდიან ეკონომიკური კონიუნქტურის მერყეობის ზემოქმედებას და თუ ეს კონიუნქტურა არ იქნა ხელსაყრელი, ამ სეგმენტში დასაქმებული პერსონალი შეიძლება დროებით განთავისუფლებული იქნას სამსახურიდან. მეორე წრის მეორე სეგმენტი წარმოდგენილია მოკლევადიანი ხელშეკრულების საფუძველზე დასაქმებული პერსონალით - ნაწილობრივად დასაქმებულებით, მოსწავლეებით, სტაჟიორებით, დამხმარე მუშებით და სხვა. მოდელის მესამე წრე მოიცავს მოწვეულ სპეციალისტებს და მათ, ვინც დროებით არის დასაქმებული მოცემულ საწარმოში [4].

შრომის ბაზრის ფუნქციონირებისა და მის ფარგლებში ადამიანთა კარიერისა და მობილობის ახსნის თვალსაზრისით მნიშვნელოვანია გერმანელი მეცნიერების ბურკარტ ლუტცისა (Burkart Lutz) და ვერნერ შენგენბერგერის (Werner Sengenberger) მიერ შემუშავებული მოდელის განხილვა [4, გვ. 21-27]. შრომის ბაზრის კონცეპტუალური მიდგომების სიღრმისეული ანალიზისა და გერმანიის პროფესიული შრომის ბაზრის ემპირიული კვლევის საფუძველზე მათ აღმოაჩინეს

განსხვავებები პირველადი შიგა და პირველადი გარე შრომის ბაზრებს შორის. მეცნიერების ბურკარტ ლუტცისა და ვერნერ შენგენბერგერის შეხედულების თანახმად, სტაბილური შემოსავალი და დასაქმების გარანტია შეიძლება იქნას მიღწეული შრომის როგორც პირველად შიგა, ისე პირველადი გარე შრომის ბაზარზე.

ბურკარტ ლუტცისა და ვერნერ შენგენბერგერის მიერ შექმნილი მოდელი წარმოდგენილია სამი სეგმენტით: *1. შრომის შიგა ბაზარი, რომელზეც მიმდინარეობს სამუშაო ადგილზე კადრების მომზადება-გადამზადება ფირმის მოთხოვნათა შესაბამისად; 2. პროფესიული და გარე ბაზარი, რომლის წარმოდგენილია ინსტიტუციურად სტანდარტიზირებული და აღიარებული უნარების მქონე პერსონალით და ფირმათაშორისო მობილურობით; 3. მეორადი გარე შრომის ბაზარი დაბალ კვალიფიკაციის სამუშაოებისათვის და მობილურობის მაღალი დონით.*

თავისი მნიშვნელობით ბ. ლუტცისა და ვ. შენგენბერგერის მიერ შემოთავაზებული შრომის ბაზრის სეგმენტაციის ანალიზისადმი ინოვაციურმა მიდგომამ გააფართოვა არა მხოლოდ გერმანიის შრომის ბაზრის თავისებურებების შესწავლის შესაძლებლობები, არამედ გადაიქცა შრომის ბაზრის სტრუქტურისადმი ნორმატიული მდგომარეობის შესწავლის თავისებურ საფუძვლად“ [4, გვ. 21-27].

შრომის ბაზრის სეგმენტაციის მიმართ არსებობს განსხვავებული მოსაზრებები. ასე, გამოყოფენ შრომის ბაზრის სეგმენტაციის სამ სახეს:

1. შრომის ბაზრის სეგმენტაცია გეოგრაფიულ ნიშნით - იგულისხმება დასაქმების ფუნქციონირება გეოგრაფიული, სოციალურ-ეკონომიკური და დემოგრაფიული თავისებურებების მიხედვით;
2. შრომის ბაზრის სეგმენტაცია სექტორული ნიშნით - იგულისხმება დასაქმების სტრუქტურის დიფერენციაცია წარმოებისა და ეკონომიკური სექტორების მიხედვით;
3. შრომის ბაზრის სეგმენტაცია ხარისხობრივი ნიშნით - იგულისხმება დასაქმება კონკრეტული პროფესიისა და კვალიფიკაციის მიხედვით [99].

შრომის ბაზრის სეგმენტაციისადმი სხვა მიდგომის თანახმად [70], შეიძლება განხორციელდეს შრომისუნარიანი მოსახლეობის დაყოფა *სოციალურ-დემოგრაფიული ჯგუფების* მიხედვით და მასში გამოიყოფა ქალთა, ახალგაზრდობის, ინვალიდთა და პენსიონერთა შრომის ბაზარი; *სოციალურ-ეკონომიკური მახასიათებლების მიხედვით*, რომელიც ვარაუდობს მომუშავეთა დაყოფას განათლების დონის, პროფესიულ-კვალიფიციური შემადგენლობისა, მუშაობის სტაჟის საფუძველზე; *საკუთრების ფორმების მიხედვით*, რომლის ფარგლებში გამოყოფენ სახელმწიფო და არასახელმწიფო საკუთრებაზე დაფუძნებულ დასაქმებას. შრომის ბაზრის სეგმენტაციისადმი ასეთი მიდგომა არ მიგვაჩნია მართებულად იმ მიზეზის გამო, რომ ამგვარი გრადაცია უფრო დამახასიათებელია შრომის ბაზრის კლასიფიკაციის და არა სეგმენტაციისათვის.

ზემოთ აღნიშნულიდან გამომდინარე შეიძლება ითქვას, რომ შრომის ბაზრის სეგმენტაციის მიმართ განსხვავებული შეხედულებები არსებობს. ყოველი ავტორი თავისებურად განიხილავს შრომის ბაზარზე არსებულ სტრუქტურულ დიფერენციაციას. აქედან გამომდინარე შრომის ბაზრის სეგმენტაციის შემდეგი სახეები გამოიკვეთა:

- *შრომის ბაზრის სეგმენტაცია პირველად და მეორად ბაზრებად;*
- *შრომის ბაზრის სეგმენტაცია გეოგრაფიული ნიშნით;*
- *შრომის ბაზრის სეგმენტაცია რასობრივი ნიშნით;*
- *შრომის ბაზრის სეგმენტაცია გენდერული ნიშნით;*
- *შრომის ბაზრის სეგმენტაცია პროფესიულ-კვალიფიციური ნიშნით.*

შრომის ბაზრის კლასიფიკაციისა და სეგმენტაციის ანალიზმა გვიჩვენა, რომ მიუხედავად ავტორთა შორის აზრთა განსხვავებისა, შრომის ბაზრის დაყოფა-გრადაცია პროფესიულ-კვალიფიციური ნიშნის მიხედვით არის შრომის ბაზრის დიფერენციაციის ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი კრიტერიუმი.

შრომის ბაზრის გრადაცია *პროფესიულ-კვალიფიციური ნიშნის მიხედვით* ეფუძნება, ერთის მხრივ, წარმოების მხრიდან მოთხოვნას განათლების განსაზღვრული დონისა და განსაზღვრული პროფესიის მქონე მომუშავეებზე, ხოლო, მეორეს მხრივ, ეკონომიკურად აქტიური მოსახლეობის მხრიდან მოთხოვნას ისეთ

სამუშაო ადგილებზე, რომლებიც შეესაბამება მათი პროფესიული მომზადების დონესა და კვალიფიკაციას. ეკონომიკური შინაარსით შრომის ბაზრის დარგობრივი ჭრილი არის ეროვნული მეურნეობის დარგთა სამუშაო ძალაზე ერთობლივი საზოგადოებრივი მოთხოვნა, რომელიც უზრუნველყოფილია რეალური სამუშაო ადგილებით ეკონომიკის კონკრეტულ დარგში. ამ მოთხოვნილებათა დისბალანსი იწვევს ვაკანტური სამუშაო ადგილების არსებობას უმუშევრობის პირობებში და განსაზღვრული სამუშაო ადგილების დეფიციტს განსაზღვრული უნარჩვევების მქონე სამუშაო ძალის უკმარისობის პირობებში.

1.2 ტურიზმის არსის და კლასიფიკაციის ევოლუცია

ტურიზმი სოციალურ-ეკონომიკური და კულტურული მოვლენაა, რომელიც გულისხმობს ადამიანთა გადაადგილებას ქვეყნებში დასვენების, თავისუფალი დროის ხარჯვის ან ბიზნეს მიზნებით. იგი ეკონომიკური საქმიანობის შედარებით ახალი სფეროა და ორგანიზებული სახით საქმიანობის დაახლოებით ერთსაუკუნოვანი ისტორია აქვს.

საკმაოდ დიდი პერიოდის განმავლობაში, ტურიზმს ერთიანი განმარტება არ ჰქონდა და მისი განმატებითი რეგულირება ხორციელდებოდა ლოკალურ, შიდა საფირმო ან შიდა საქვეყნო მიდგომების დონეზე. შესაბამისად, ნებისმიერი სუბიექტი, აღნიშნული საქმიანობის განხორციელებისას, თავისუფალი იყო სახელწოდების შერჩევაში.

მეცნიერებაში ჯერ კიდევ არ არის ჩამოყალიბებული ერთიანი მოსაზრება ცნება „ტურიზმი“ს წარმოშობასთან დაკავშირებით. ამ საკითხთან მიმართებაში არსებობს აზრთა სხვადასხვაობა, რომელიც პირობითად შესაძლებელია დავყოთ სამ ჯგუფად.

1. **ლინგვისტური მიდგომა.** არსებობს მოსაზრებება, რომ სიტყვა „ტურიზმის“ ეტიმოლოგიურ საფუძვლად უდევს ლათინური სიტყვა „tornare“ (ტორნარე) ან ბერძნული „tornos“ (ტორნუსი), რაც ნიშნავს მოგზაურობას წრეზე, ანუ

გამგზავრებას ადგილზე კვლავ დაბრუნებით[55]. საფრანგეთში სიტყვა „ტურიზმი“ აღმოცენდა ფრანგილი სიტყვიდან „tourisme“ ან „tour“, რაც ნიშნავს გასეირნებას, მგზავრობას [78, გვ.15].

გარდა ამისა, არსებობს მოსაზრება, რომ სიტყვა „ტურიზმის“ ეტიმოლოგია უკავშირდება ძველ არამეულ სატყვას «tur», რომელიც ბიბლიურ ტექსტებში გამოიყენებოდა ადამიანთა გადაადგლების აღსანიშნავად.

2. *საკუთარი სახელის განზოგადების ვერსია.* სხვა შეხედულების თანახმად, სიტყვა „ტურიზმი“ უკავშირდება მეფე კარლოს მე-5 სახელს, რომელმაც 1516 წელს ინგლისთან დადებულ სავაჭრო ხელშეკრულების საფუძველზე გადასცა არისტოკრატიული ოჯახის წარმომადგენელს დელა ტურს (Della Tour) უფლება განახორციელოს კომერციული გადაზიდვები ინგლისში და სწორედ ამ პიროვნების სახელი დაედო საფუძვლად ტერმინს „ტურიზმი“.

3. *სკანდინავური მითოლოგიის ვერსია.* ერთ-ერთი ვერსიის თანახმად, ტერმინი „ტურიზმის“ წარმოშობა დაკავშირებულია ძველ სკანდინავურ მითოლოგიასთან და ლეგენდებთან, რომლებშიც აღწერილია ღმერთი ოდინის მსოფლიო მოგზაურებები ანუ ე.წ. დიდი მოგზაურებები, დიდი ტურები («grand-tour»). გარდა ამისა, ცნობილია, რომ ძველი სკანდინავიის მკვიდრნი - ვიკინგები - გამოირჩეოდნენ მგზავრობის სიყვარულით და ხშირად მგზავროდნენ დიდ მანძილებზე ანუ აწყობდნენ დიდ ტურებს («grand-tour») [83].

ტერმინი „ტურიზმი“ პირველად გამოყენებულ იქნა 1830 წელს ფრანგი ვ. ჟეკმოს მიერ, რომელმაც მისცა ამ ცნებას დაკონკრეტებული განმარტება. ვ. ჟეკმომ განსაზღვრა ტურიზმი, როგორც უკან დაბრუნებით გამგზავრება. მან აგრეთვე ჩამოაყალიბა ტურიზმის სამი მიზანი: სწავლა, მკურნალობა და ტრანზიტი [83, გვ.10].

რაც შეეხება ცნება „ტურიზმი“-ს არსს, თავდაპირველად ის ნიშნავდა მოგზაურობას გაცნობის მიზნით. ასეთ მოგზაურობებს აწყობდნენ XVII-XVIII საუკუნეებში აზნაურთა წრის ახალგაზრდა წარმომადგენლები, ხოლო XIX

საუკუნეში ასეთი მოგზაურობები იმდენად პოპულარული გახდა, რომ მათ სხვა ფენებიც მოიცვეს.

მე-19 საუკუნის მეორე ნახევრიდან ტერმინმა „ტურიზმი“ ფართო გავრცელება ჰპოვა და მოიცვა იმ დროინდელი მსოფლიოს დიდი ნაწილი.

ცნება „ტურიზმი“ს ერთ-ერთი პირველი, უფრო ზუსტი, ფართო და შინაარსობრივად გამართული განმარტება იყო ჩამოყალიბებული ბერნის უნივერსიტეტის პროფესორების ვ. ხუნზიკერისა და კ. კრაფის მიერ. მათ განსაზღვრეს ტურიზმი, როგორც მოვლენებისა და ურთიერთობების სისტემა, რომელიც ყალიბდება ადამიანთა მოგზაურობის დროს მანამ, სანამ ეს გადაადგილებები ატარებენ დროებით ხასიათს და არ არიან დაკავშირებული გადაადგილების ადგილზე მუდმივი დასახლებასთან ან/და რაიმე სახით სარგებლის მიღებასთან [90, გვ.8]. მოგვიანებით ეს განმარტება საფუძვლად დაედო ტურიზმის სფეროში მეცნიერ-ექსპერტების საერთაშორისო ასოციაციის (AIEST) მიერ ჩამოყალიბებულ განსაზღვრას, რომელიც შემდეგნაირად ჟღერს: „ტურიზმი არის ურთიერთობების, კავშირებისა და მოვლენების ერთობლიობა, რომელიც ახლავს ადამიანთა მგზავრობას და ყოფნას იმ ადგილზე, რომლებიც არ წარმოადგენს ადამიანთა მუდმივ საცხოვრებელ ადგილს და არ არის დაკავშირებული ადამიანთა შრომით საქმიანობასთან“ [44].

ტურიზმის ერთ-ერთი პირველი ოფიციალური განმარტება იყო მოცემული გაერთიანებული ერების ორგანიზაციის მიერ 1954 წელს. ტურიზმი განისაზღვრა, როგორც აქტიური დასვენება, რომელიც ხელს უწყობს ადამიანის ჯანმრთელობას, ფიზიკურ განვითარებას და დაკავშირებულია მუდმივი საცხოვრებელი ადგილიდან გადაადგილებასთან.

მადრიდის 1981 წლის ტურიზმის საერთაშორისო კონფერენციაზე ტურიზმი იყო განხილული, როგორც აქტიური დასვენების ერთ-ერთი ფორმა, რომელიც წარმოადგენს მოგზაურობას ახალი რეგიონების თუ ქვეყნების შემეცნების მიზნით და რომელიც თავისთავში მოიცავს სპორტულ ელემენტებს. ამასთან, ამ

კონფერენციამ განსაზღვრა ტურისტული მოგზაურობის დროითი და სივრცობრივი კრიტერიუმები [54, გვ. 5–7].

ჰააგის (ნიდერლანდები) 1989 წლის ტურიზმის დეკლარაციამ განსაზღვრა ტურიზმი, როგორც როგორც ადამიანთა თავისუფალი და ნებაყოფლობითი გადაადგილება მათი მუდმივი საცხოვრებელი და სამუშაო ადგილის ფარგლებს გარეთ, რომელსაც თანახლავს მომსახურება იმ ინდივიდუალური მოთხოვნილებების დასაქმყოფილებლად, რომლების წარმოიშობა მოგზაურობის დროს [90, გვ.8].

1993 წელს გაერთიანებული ერების ორგანიზაციის სტატისტიკური კომისიამ მიიღო ტურიზმის განსაზღვრა, რომელიც ტურიზმის საერთაშორისო ორგანიზაციის მიერ იყო მოწონებული და მას შემდეგ ფართოდ გამოიყენება საერთაშორისო პრაქტიკაში. ამ განმარტების თანახმად, ტურიზმი არის იმ ადამიანთა საქმიანობა, რომლებიც მოგზაურობენ და არაუმეტეს ერთი წლის მანძილზე იმყოფებიან მათ ჩვეულებრივი გარემოს ფარგლებს გარეთ დასვენების, საქმიანი თუ სხვა მიზნით.

ეკონომიკური მეცნიერების თვალსაზრისით ტურიზმი ეს არის განზოგადებული ცნება, რომელიც გამოიყენება მუდვიმი საცხოვრებელი ადგილის ფარგლებს გარეთ ადამიანთა გადაადგილების ყველა ფორმისათვის, როცა ეს გადაადგილება მიზნად ისახავს ჯანმრთელობის აღდგენა-შენარჩუნებას, შემეცნებითი ინტერესების დაჯმაყოფილებას და პროფესიურ საქმიანობას, თუ კი ეს უკანასკნელი არ არის დაკავშირებული შემოსავლის მიღებასთან [68].

ტურიზმის განვითარებას რამოდენიმე ფაქტორმა შეუწყო ხელი. სხვადასხვა პერიოდში ადამიანის მოგზაურობა განსხვავებული მიზნებით იყო გამოწვეული. პირველყოფილი ადამიანი მოგზაურობდა ძირითადად საკვების მოპოვების ან კლიმატური ცვლილებებისაგან თავის დაღწევის მიზნით. საზოგადოების განვითარების პარალელურად მოგზაურობის მიზნობრიობა და სამოგზაურო საშუალებები მუდვივ ცვლილებას განიცდიდა. ადამიანების მიერ ჯოგებად გადაადგილება ფეხით, რომლის მიზანი საკვების მოპოვება, საცხოვრებელი

ადგილის შეცვლა ან თავშესაფრის ძიება იყო, შემდეგში შეიცვალა და შედარებით განვითარებული ცივილიზაციების ფარგლებში ისეთები როგორებიც იყვნენ: ძველი საბერძნეთი, ეგვიპტე და რომი, როცა ადამიანები მოგზაურობდნენ ვაჭრობის, შემეცნების, სხვადასხვა სანახაობებზე (ოლიმპიური თამაშები, გლადიატორების ბრძოლები) დასწრების მიზნით და სხვ. ამ თვალსაზრისით ტურიზმის ისტორიული განვითარება შესაძლებელია დავყოთ რამოდენიმე ეტაპად:

ადრეული პერიოდი (პრეეოლითი ადამიანი) - რომლისთვისაც დამახასიათებელია ადამიანთა მიგრაცია საკვების მოპოვების, ახალი ადგილების ათვისებისა და შემეცნების, მტაცებელ ცხოველთაგან თავის დაღწევის და ბუნებრივ-კლიმატური პირობების გამო თავშესაფრის ძიების მიზნით. ამიტომ ამ პერიოდის მოგზაურობებს არაორგანიზებული, ხშირად სტიქიური ხასიათი ჰქონდა და გარე პირობების გავლენის შედეგს წარმოადგენდნენ.

ანტიკური ხანა - რომელიც თავის მხრივ შეიძლება დავყოთ შემდეგ პერიოდებად:
ა) ეგვიპტის იმპერია; ბ) საბერძნეთის იმპერია; გ) რომის იმპერია.

ეგვიპტის იმპერია (ძვ. წ. აღ XVI-XII ს.) გამოირჩევა იმით, რომ ამ პერიოდისათვის მოგზაურობის ძირითად მიზანს ვაჭრობა და დღესასწაულებზე დასწრება წარმოადგენდა.

საბერძნეთის იმპერია (ძვ. წ. აღ. V-IV) გამოირჩევა იმით, რომ საბერძნეთის იმპერიის არსებობის პერიოდისათვის დამახასიათებელია მოგზაურობა სიამოვნებისა და შთაბეჭდილებების მიღების მიზნით. ტურიზმის განვითარების ბერძნული პერიოდისათვის ნიშანდობლივია მოგზაურობისადმი ინტერესის ზრდა და მისი თანამედროვე ცხოვრების ნაწილად გადაქცევა. ბერძნული იმპერიის პერიოდი გამოირჩევა პოლიტიკური ხელშეწყობის თვალსაზრისით, ვინაიდან სხვადასხვა ქვეყნებიდან მოგზაურთა მიზიდვის მიზნით, საბერძნეთის იმპერიაში შესაძლებელი იყო სხვა ქვეყნის ფულადი ერთეულის გამოყენება. ასევე მნიშვნელოვანია ის ფაქტი, რომ საბერძნეთი ჩამოსული მოგზაურებისათვის შექმნილი იყო ყველა პირობა შესაბამისი მომსახურების მიწოდების მეშვეობით.

რომის იმპერია (ჩვ.წ.ად. I-V ს.). ტურიზმის განვითარების ამ ისტორიულ ეტაპზე მოხდა მოსასვენებელი სახლების მასიური მშენებლობა. ასევე მნიშვნელოვანი მახასიათებელია, რომ რომის იმპერია შედგებოდა დიდი რაოდენობით საშუალო კლასის მოსახლეობისაგან, რომელთაც ჰქონდათ ფული და სწრაფვა თავგადასავლებისა და განათლების მიღებისაკენ. ტურიზმის განვითარების ამ ეტაპზე, მოგზაურობის მოტივს ვაჭრობა, მომლოცველობა, სამკურნალოდ წასვლა და განათლება წარმოადგენდა. ასევე ამ პერიოდში ჩაისახა სპორტული მიზნით მოგზაურობის ტრადიცია. მაგალითისათვის შეიძლება მოვიყვანოთ ოლიმპიურ თამაშებზე წასვლის პერიოდები, როცა მთელი საბერძნეთიდან მოსახლეობა მიემართებოდა სპორტულ ღონისძიებაზე დასასწრებად. რომის იმპერიის არსებობას უკავშირდება საკომუნიკაციო სისტემების განვითარება, კერძოდ გზები, რომლებიც იმდენად მოწესრიგებული, მასშტაბური და პოპულარული იყო იმ პერიოდისათვის, რომ, ერთ-ერთი ვერსიის თანახმად, საფუძველი ჩაუყარა ფრაზეოლოგიზმს „ყველა გზა რომზე გადის“.

შუა საუკუნეები (V-XIV ს.) - ისტორიული განვითარების ამ ეტაპზე მასობრივი ტურიზმი შეიძლება ითქვას ჩაქრა. ფეოდალურმა წყობამ ჩაკლა ჩვეულებრივი ადამიანების სურვილები და შესაძლებლობები წასულიყვნენ სამოგზაუროდ. მოგზაურობა მხოლოდ რჩეულთა ხვედრი იყო. ამ პერიოდს უკავშირდება ეკონომიკურად დაწინაურებული ფეოდალური მასის მოგზაურობა განათლების მიღების მიზნით.

რენესანსის ეპოქა (XIV-XVI ს.). იმ პერიოდში, როცა წარმოიშვა და ვითრდებოდა რენესანსი, კულტურა ისეთი სპეციფიკური ნიშნებით ხასიათდებოდა, როგორიცაა ჰუმანისტური მსოფლმხედველობა, ანტიკური კულტურული მემკვიდრეობისადმი ინტერესი (აქედანაა სახელწოდება „ალორძინება“, რომელიც მეცნიერებაში დამკვიდრდა XVIII საუკუნიდან). ამ პერიოდში მოგზაურობის მიმართ ინტერესი უფრო გაიზარდა და მოგზაურობის მიზანი უფრო მრავალფეროვანი გახდა. ამ დროს ადამიანები მოგზაურობდნენ შემეცნების, კულტურული, რელიგიური და ვაჭრობის მიზნით.

დიდი ტური (Grand Tour) (1613- 1785 წწ.) . ამ ეპოქისათვის დამახასიათებელია მოგზაურობა შემეცნების და სხვადასხვა ქვეყნების კულტურის გაცნობის მიზნით. ამ დროისათვის მოგზაურობა გახდა პრესტიჟული და შეძლებული ინგლისელებისათვის საზოგადოებაში მდგომარეობის ერთგვარი განმსაზღვრელი იყო. ამიტომ მოცემული პერიოდისათვის დამახასიათებელია მზარდი ინტერესი მოგზაურობის მიმართ. სწორედ აქედან გამომდინარეობს ეპოქის სახელწოდება დიდი ტური ანუ გრანდ ტური.

ტურიზმის განვითარების შემდგომ პერიოდს შეიძლება ვუწოდოთ *ეკონომიკური მობილურობის ეპოქა (1800-1944 წწ.)*, რომლისთვისაც დამახასიათებელია ეკონომიკური აღმასვლა, მეცნიერებისა და ტექნიკის პროგრესი, რაც მნიშვნელოვანი წინაპირობად იქცა ტურიზმის განვითარებისათვის. ავტომობილისა და თვითმფრინავის გამოგონებამ შესაძლებელი გახადა დიდი მანძილების შედარებით ნაკლებ დროში დაფარვა. ამ პერიოდში შეიძლება ცალკე მოვლენად გამოვყოთ ტომას კუკის მოღვაწეობა. ტომას კუკის სახელს უკავშირდება ტურიზმის, როგორც ორგანიზებული ეკონომიკური სექტორის ჩამოყალიბება. 1841 წელს ტომას კუკმა მოაწყო ადამიანების ორგანიზებული გადაყვანა. მან ქალაქ ლესტერიდან რამდენიმე მილით დაცილებულ ლაფბოროში გასამგზავრებლად არამსმელთა მოძრაობის 450 აქტივისტი შეაგროვა. 1841 წლის 5 ივლისს ტომას კუკმა ამ ხალხისგან თითო შილინგი აკრიფა, რაშიც შედიოდა ბილეთისა და მგზავრობისას საკვების საფასური. შეგროვებული თანხით მან ბილეთები ერთიანად იყიდა, რა დროსაც კომპანიასთან მიაღწია ფასდაკლების შეთანხმებას. ეს იყო ისტორიაში პირველი კერძო დაქირავებული ექსკურსია, რომელიც ფართო საზოგადოებისათვის მოეწყო. 1850 წელს კუკმა პირველი ექსკურსია განახორციელა საზღვარგარეთ, როდესაც კლიენტები პარიზში გამოფენაზე წაიყვანა. მოცემული ქმედებებით ტომას კუკი ისტორიაში შევიდა, როგორც ორგანიზებული ტურიზმის ფუძემდებელი. ტომას კუკის კრეატიულ მიდგომას შემოსავლის მიღების მიზნით მოყვა ფართო გამოხმაურება საზოგადოებაში. ინგლისის სხვა მეწარმეებმა შეამჩნიეს მოცემული

საქმიანობიდან შემოსავლის მიღების შესაძლებლობა და ამით დასაბამი დაუდეს ტურიზმის ინდუსტრიის ჩამოყალიბებას.

თანამედროვე ტურიზმი (1945 წლიდან დღემდე). მეორე მსოფლიო ომის შემდეგ პერიოდში მომხდარმა მოვლენებმა, როგორცაა მეცნიერულ-ტექნიკური რევოლუცია, ცხოვრების დონის ამაღლება, სამუშაო დროის შემცირება და სხვა ფაქტორებმა განაპირობა ტურიზმის მიმართ ინტერესის ზრდა. მოგზაურობა დასვენების, გაჯანსაღების, ახალი ადგილების დათვალიერების, შემეცნების და სხვა მრავალი მიზნებით თანამედროვე ადამიანის ცხოვრების წესის განუყოფელ ნაწილად იქცა. ყოველივე აღნიშნულმა კი განაპირობა ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარების ესოდენ დინამიურად მზარდი ტემპი.

ტურისტული მიმართულებების განვითარების ყოველ პერიოდს ახასიათებს კონკრეტული მიზნობრიობა, რაც თავის მხრივ შეიძლება ჩაითვალოს ტურიზმის სახეების, კლასიფიკაციის წინაპირობად, რამაც მნიშვნელოვანი გავლენა მოახდინა ტურიზმის თანამედროვე კლასიფიცირებაზე. ტურისტული აქტივობები გამომდინარეობენ ადამიანების ძირითადი თუ შექმნილი მოთხოვნილებებიდან ასევე ისტორიული პერიოდის დამახასიათებელი საჭიროებებიდან. ადამიანების მოთხოვნილებები შესაძლებელია ეპოქალურად დროისა და არსებული ტენდენციის შესაბამისად შეიცვალოს. თუმცა ეს ცვლილებები ყოველთვის არიან წარსულის მატარებლები. რაც შეეხება ტურიზმის სახეებს, შეიძლება ითქვას, რომ ტურიზმის სახეების თანამედროვე კლასიფიკაციას საფუძველი ტურიზმის განვითარების ბოლო ეტაპზე (მეორე მსოფლიო ომის შემდგომი პერიოდი ვიდრე დღემდე) ჩაეყარა ანუ იმ პერიოდში, როდესაც ე.წ. კონვეირული ტურიზმი დიფერენცირებულ – ადამიანების მოთხოვნილებებიდან და სურვილებიდან გამომდინარე – ხასიათს იღებს. სწორედ ადამიანის მოთხოვნილებების მრავალფეროვნება განაპირობებს, ტურისტული აქტივობების განსხვავებულებასა და შესაბამისად კლასიფიკაციაში სახეობების მრავალრიცხოვნობას.

თანამედროვე ტურიზმში გამოყოფენ შიდა (ადგილობრივ) ტურიზმს და საერთაშორისო ტურიზმს.

შიდა (ადგილობრივი) ტურიზმი წარმოადგენს ადამიანთა მოგზაურობა საკუთარ ქვეყანის ფარგლებში. შიდა ტურიზმი ეს არის ტურისტული საქმიანობის ისეთი ფორმა, რომელიც გამოხატავს მოგზაურობას ერთი კონკრეტული პოლიტიკურ-ეკონომიკური ერთეულის ფარგლებს შიგნით, რაც გულისხმობს ადამიანთა მოგზაურობას საკუთარი ქვეყნის პოლიტიკურ-გეოგრაფიულ საზღვრებში. შიდა ტურიზმის შინაარსის განმსაზღვრელი პოლიტიკურ-გეოგრაფიული არეალია. ამიტომ შიდა ტურიზმი არ გულისხმობს ერთი და იგივე ეთნიკური ჯგუფების ფარგლებში მოგზაურობას, არამედ იგულისხმება ერთი და იმავე გეოგრაფიულ არეალში მოგზაურობა. საქართველოს კანონი ტურიზმის შესახებ შიდა ტურიზმს განმარტავს, როგორც საქართველოში მცხოვრები ფიზიკური პირებისათვის გაწეული ტურისტული მომსახურება მათი მუდმივი საცხოვრებელი ადგილის ფარგლებს გარეთ, ქვეყნის საზღვრებში [31].

საერთაშორისო ტურიზმი - ეს არის ტურისტული საქმიანობის ისეთი ფორმა, რომელიც გამოხატავს ადამიანთა მოგზაურობას საკუთარი ქვეყნის პოლიტიკურ-გეოგრაფიულ საზღვრებს გარეთ. ამ დროს ხდება მომსახურეობის რეალიზაცია განსხვავებული სოციალურ-ეკონომიკური ფენის, სტატუსის, ასაკის, კულტურული თუ რელიგიური მისწრაფებების ტურისტების მოთხოვნების შესაბამისად და, ტურისტული პროდუქტი გვევლინება უნივერსალური, დივერსიფიცირებული ფორმით, რომელსაც საერთაშორისო შინაარსი აქვს.

გამოყოფენ საერთაშორისო ტურიზმის შემდეგ სახეებს: გამყვანი ტურიზმი და შემომყვანი ტურიზმი.

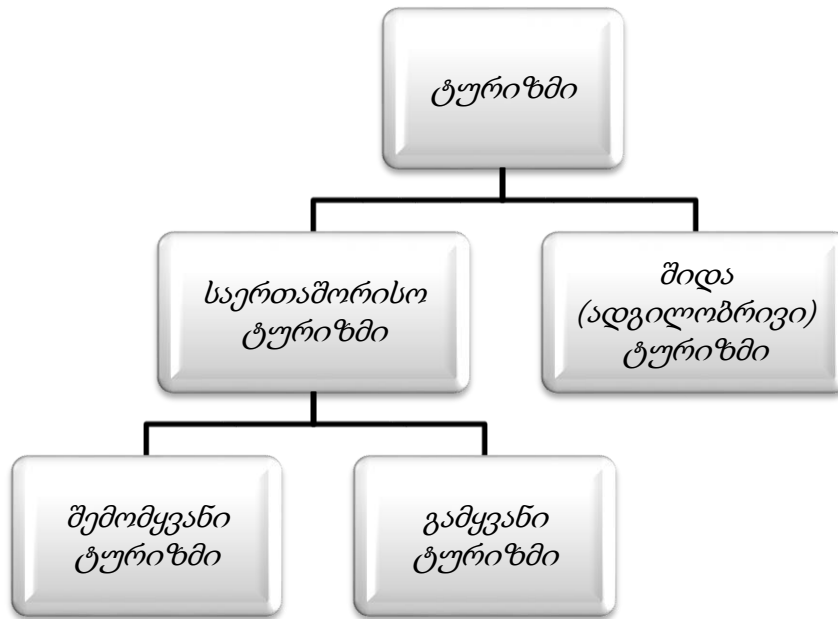
გამყვანი ტურიზმი ითვალისწინებს ადამიანთა ჯგუფის გამგზავრებას ქვეყნის გარეთ ტურისტული მიზნით. გამყვანი ტურიზმით, როგორც წესი, დაკავებულნი არიან ინიციატივიანი ტუროპერატორები, რომლებიც ორგანიზებას უკეთებენ მოთხოვნის შესაბამისად ადგილობრივი ტურისტების გაყვანას ქვეყნის ფარგლებს გარეთ.

შემომყვანი ტურიზმი ითვალისწინებს რომელიმე ქვეყანაში ადამიანთა შესვლას ტურისტული მიზნით. ნებისმიერი ქვეყანა ცდილობს, რაც შეიძლება მეტი

რაოდენობით ტურისტის მოზიდვას, ვინაიდან ეს უკანასკნელი წარმოადგენს ტურისტული შთაბეჭდილებების ექსპორტირების უნიკალურ შესაძლებლობას. (იხ.სქემა 1.2.1).

ტურიზმის სტრუქტურა

სქემა 1.2.1



წყარო: ავტორის მიერ შემუშავებული.

ტურიზმის დაყოფა შიდა და საერთაშორისო ტურიზმად მოგზაურობის მიზნისა და გეოგრაფიიდან გამომდინარეობს.

ტურიზმის სახეების კლასიფიკაცია ხდება სხვადასხვა ნიშნის მიხედვით. შესაძლებელია გამოყოფილ იქნას შემდეგი ნიშნები:

მიზანი. ტურიზმის მიზანი შეიძლება იყოს რეკრეაცია, გამაჯანსაღებელი დასვენება, შემეცნებითი დასვენება, პროფესიული საქმიანობა, გართობა, შოპინგი, სათავგადასავლო ტურიზმი, რელიგიური ძეგლების მონახულება თუ რელიგიურ ღონისძიებებში მონაწილეობის მიღება, კულტურული ძეგლების მონახულება თუ

კულტურურ ღონისძიებებში მონაწილეობის მიღება, ნათესავების მონახულება და სხვა;

დაფინანსების წყაროები. დაფინანსების წყაროები (სახელმწიფო, კერძო) - სოციალური, კომერციული. ტურისტული მოგზაურობისათვის გამგზავრების მიზანი და დაფინანსების წყარო ურთიერთგანმაპირობებელია. მიზანი განსაზღვრავს გამგზავრებისათვის დაფინანსების წყაროს არსებობას. მაგალითად თუ ტურისტული ვიზიტი ემსახურება სახელმწიფო ინტერესებს გამგზავრება ტურისტულ გამოფენეზე ქვეყნის პოპულარიზაციის მიზნით) მაშინ შეიძლება დაფინანსების წყარო იყოს სახელმწიფო. თუ ტურისტული ვიზიტის განმსაზღვრელი არის კერძო ინტერესი (დასვენება, გართობა და სხვა) მაშინ დაფინანსების წყარო შესაბამისად არის კერძო. არის შემთხვევები, როდესაც სხვადასხვა დიასპორის ან სოციალური გაერთიანების ფარგლებში ეწყობა საზაფხულო ან საზამთრო ტურისტული ბანაკები, ასეთ შემთხვევაში დაფინანსების წყარო სოციალური ხასიათისაა, ხოლო, რაც შეეხება დაფინანსების კომერციულ წყაროებს, აქ იგულისხმება კომერციული ხასიათის ვიზიტები (ბიზნეს ტურები, საკონფერენციო ტურები,) რომლის დროსაც დაფინანსების წყარო არის კომერციული ინტერესის მატარებელი ორგანიზაცია;

გადაადგილების საშუალებები. გადაადგილების საშუალებების მიხედვით შეიძლება გამოყოფილ იქნას ფეხით მოსიარულე, საჰაერო ტრანსპორტით გადაადგილება, საზღვაო ტრანსპორტით გადაადგილება, სამდინარო ტრანსპორტით გადაადგილება, საავტომობილო ტრანსპორტით გადაადგილება, სარკინიგზო ტრანსპორტით გადაადგილება და შერეული;

განთავსების საშუალებები. მოგზაურთა განთავსება შეიძლება განხორციელდეს ისეთი განთავსების საშუალებების მიხედვით, როგორცაა ოტელები, სასტუმროები, მოტელები, პანსიონატები, სანატორიუმები, საოჯახო სასტუმროები, კემპინგები, კარვები და სხვა;

მოგზაურთა რაოდენობა. მოგზაურთა რაოდენობის მიხედვით განასხვავებენ ინდივიდუალურ მგზავრობას, ოჯახით მგზავრობას და ჯგუფებით მგზავრობას;

ორგანიზების ფორმა. ორგანიზების ფორმის მიხედვით გამოყოფენ ორგანიზებულ ტურიზმს და არაორგანიზებულ ანუ ე.წ. ველურ ტურიზმს.

ტურისტთა მოგზაურობის მიზნებიდან გამომდინარე ტურიზმი იყოფა შემდეგ მიმართულებებად: სოციალური, ეკოლოგიური, სასოფლო ანუ აგრარული, კულტურული, რელიგიური, გამაჯანსაღებელი, შემეცნებითი, პროფესიულ-საქმიანი, სამეცნიერო, სპორტული, “შოპ-ტური”, სათავგადასავლო, კვებითი, ეროვნულ - ტრადიციული და სხვა.

სოციალური ტურიზმი. ტურიზმის ეს სახეობა ევროპის ქვეყნებში ასოცირებულია დაბალი შემოსავლების მქონე იმ მომხმარებლებთან, რომლებიც მოკლებულნი არიან მაღალი ხარისხის ტურისტული მომსახურებით სარგებლობის შესაძლებლობას. მოქალაქეების ეს კატეგორია საჭიროებს სოციალური ხასიათის შეღავათებს. მათ მიეკუთვნება მრავალშვილიანი ოჯახები, ობოლი ბავშვები, საბავშვო სახლისა და ინტერნატის აღსაზრდელები, მოსწავლე და დაბალანაზღაურებადი მომსახურე აღსაზრდელები, პენსიონერები და მცირე მატერიალური შესაძლებლობების მქონე მოქალაქეები.

მსოფლიოში მრავალი ადამიანი მოგზაურობს სოციალური ტურიზმის მეშვეობით. სოციალური ტურიზმით შეიძლება დაკავებული იყოს ნებისმიერი ტურისტული ორგანიზაცია (ასოციაცია, კოოპერატივი, ურთიერთდამხმარე საზოგადოება, ფონდები, ფედერაციები, არამომგებიანი ორგანიზაციები და ა. შ.), რომელსაც თავის დებულებაში ან რეგლამენტში მკვეთრად აქვს განსაზღვრული სოციალური ხასიათის ამოცანები.

სპეციალიზებული და სათავგადასავლო ტურიზმი – ყველაზე სწრაფად განვითარებადი ტურიზმის სახეობებია. მათ საფუძვლად შეიძლება დაედოს ნებისმიერი გატაცება, მაგალითად, არქეოლოგიური გათხრები, ფრინველებზე დაკვირვება და ა. შ. ასევე დიდი პოპულარობით სარგებლობს სათავგადასავლო ტურიზმი - ლაშქრობა და ალპინიზმი, მთის მდინარეებზე ნავით დაშვება, ნადირობა, თევზაობა და ა. შ. სპეციალიზებული და სათავგადასავლო ტურიზმისათვის საჭირო ობიექტები (თუნდაც ცალკეული შემთხვევებისათვის).

სასოფლო ანუ აგრარული ტურიზმი ითვალისწინებს ტურისტთა განთავსებას ადგილობრივი ტრადიციებით აგებულ სახლებში, ტურისტთა კვებას ადგილობრივი წარმოების კვების პროდუქტებით და ტურისტთა მონაწილეობას სოფლის ცხოვრებაში. სოფლის ტურიზმი არის დასვენება სოფლად, ადამიანებთან, რომლებსაც აქვს თავიანთი პატარა მეურნეობა, ისინი თვითონ არიან ჩამოსული სტუმრების მასპინძლები, აქვთ მათი განთავსების საშუალება და შეუძლიათ სხვადასხვა აქტივობების შეთავაზება. ბოლო წლებში სოფლის ტურიზმის პოპულარობა განსაკუთრებით გაიზარდა განვითარებულ ქვეყნებში. სოფლის ტურიზმი არის ტურისტული საქმიანობის ის მიმართულება, რომელიც ორიენტირებულია კომპლექსური ტურისტული პროდუქტის შექმნისაკენ სოფლის ბუნებრივი, კულტურულ-ისტორიული და სხვა რესურსების და მისი სპეციფიკის გამოყენების გზით.

საწყლოსნო ტურიზმი, ჯომარდობა - ძალიან პოპულარულია და მას განვითარების კარგი პერსპექტივები აქვს იმ რაიონებში, სადაც ტურისტებისათვის საინტერესო ადგილებია მდინარის ნაპირებზე, არხებსა და ტბებზე, ზღვისა და ოკეანის სანაპირო ზონებსა, კუნძულებზე. ტურიზმის ამ მიმართულება თითქმის არ საჭიროებს დად სახმელეთო ტურისტულ ინფრასტრუქტურას ვინაიდან ტურისტების განთავსება და სხვა მომსახურება ხდება გემბანზე. მაგრამ ამასთან აუცილებელია ნავსადგომი დიდი საკრუიზო გემებისათვის და ეფექტური სახმელეთო-საექსკურსიო მომსახურება. ასეთი სახის ტურიზმიდან დიდი და მცირე ქალაქების, სოფლების მოსახლეობამ შემოსავალი შეიძლება მიიღოს მომარაგების ორგანიზაციით, საცალო ვაჭრობით, გადასახადებისაგან განთავისუფლებული საქონლითა და ხალხური რეწვის ნიმუშებით, რესტორნებითა და ადგილობრივი საექსკურსიო მომსახურებით, ასეთი ტურიზმის განვითარება ხელს შეუწყობს, აუთვისებელ, ძნელად მისადგომი რაიონები უზრუნველყონ დამატებითი შემოსავლებით და სამუშაო ადგილებით. ტურიზმი კენჭინგებსა და კარვებში - დიდი პოპულარობით სარგებლობს და შეიძლება შემოსავლის წყარო გახდეს ადგილობრივი მოსახლეობისათვის. კემპინგებისა და კარვებისათვის მოძიებული ე.წ. ველური

ადგილები იდეალურად უნდა ერწყმოდეს გარემოს და უზრუნველყოფილი იყოს შესაბამისი ინფრასტრუქტურით.

რელიგიური ტურიზმი – პოპულარობით სარგებლობს მთელ მსოფლიოში. ასეთი სახის ტურისტული მოგზაურობა საინტერესოა – ვატიკანში, ისრაელში, საფრანგეთსა და პორტუგალიაში, დასავლეთ ევროპის სხვა ქვეყნებსა და ქალაქებში, ხოლო მუსულმანებისათვის მექასა და მედინაში, სხვა რელიგიების აღმსარებლებისათვის ინდოეთსა და აზიის სხვა ქვეყნებში. რელიგიური ტურიზმი თანამედროვე ტურიზმის ინდუსტრიის შემადგენელი ნაწილია. ეკლესიები, მეჩეთები, სასულიერო ცენტრები და საკულტო მუზეუმები წარმოადგენენ რელიგიური ტურიზმის ისეთ ტურისტულ ობიექტებს, რომლებიც მზარდი მოთხოვნით სარგებლობენ. გამოყოფენ რელიგიური ტურიზმის ისეთ ფორმებს, როგორცაა: მონღოლური ტურები, რელიგიური თემატიკით, სპეციალური ტურები, რომელშიც ერთიანდებიან ექსკურსანტები და მონღოლური ტურები.

ეკოტურიზმი – წარმოადგენს იმ ტურისტების მოგზაურობას და მოცავს შედარებით წყნარი ბუნებრივი ლანდშაფტების დათვალიერებას, მათ შორის დაცულ ტერიტორიებზე. ასეთი ტურების მიზანია ველურ ბუნებასთან ურთიერთობა. ეკოტურიზმს მინიმუმამდე დაჰყავს გარემოზე ეკოლოგიური და კულტურულ-სოციალური ხასიათის უარყოფითი ზეგავლენის შედეგები, ხელს უწყობს დაცული ტერიტორიებისა და რეგიონების მოსახლეობის ეკონომიკური შემოსავლების ზრდას. ეკოტურისტები შეიძლება იყვნენ ტყის მოყვარულები და აკვალანგისტები, რომლებსაც წყალქვეშა სამყარო აინტერესებთ.

გამაჯანსაღებელი ან სამედიცინო ტურიზმი – წარმოადგენს სხვა ქვეყნებში ან რეგიონებში მოგზაურობას განსაკუთრებული კლიმატური პირობებში გარკვეული პერიოდით ცხოვრების, სამედიცინო, სტომატოლოგიური ან ქირურგიული მომსახურების მიღების მიზნით. ბოლო წლებში სამედიცინო ტურიზმის მზარდი პოპულარობაზე მრავალმა ფაქტორმა იქონია გავლენა: ინდუსტრიულ ქვეყნებში სამედიცინო მომსახურების ფასების ასტრონომიული ზრდა, საერთაშორისო

მოგზაურობის გაადვილება და გაიაფება, მსოფლიოს მრავალ ქვეყანაში გაუმჯობესებული ტექნოლოგიებისა და მომსახურების სტანდარტები. სამედიცინო ტურისტები ძირითადად განვითარებული ინდუსტრიული ქვეყნებიდან არიან და ქვეყნები, სადაც ისინი მიემგზავრებიან ნაკლებად განვითარებულია და შეღავათიანი ვალუტის გაცვლის კურსი აქვთ. გამაჯანსაღებელი ტურიზმის პოპულარობამ განაპირობა მთელი რიგი სერვისის და ეკონომიკის დარგების განვითარება, რომელიც ეხმარება პაციენტებს ამგვარი მოგზაურობის დაგეგმვასა და განხორციელებაში. ტურისტული კომპანიები პარტნიორობენ გარკვეულ სამედიცინო დაწესებულებებთან, რაც მათ საშუალებას აძლევს გაცილებით ნაკლებ ფასში მოემსახურონ მომხმარებლებს, ვიდრე ეს შესაძლებელი იქნებოდა ინდივიდუალური მომსახურების პირობებში.

ტურიზმის განვითარებას ახალი ტურისტული სახეობების შექმნა მოყვა. ბოლო ათი წლის განმავლობაში ვითარდება ტურიზმის ისეთი სახეობის განვითარება, როგორცაა ე.წ. *“თაიმშერი”*. ამ მიმართულების ფორმირება დაიწყო მე-20 საუკუნის 70-იანი წლების ამერიკაში. თაიმშერი წარმოადგენს უმაღლესი კლასის დასვენებისათვის საუკეთესო საშუალებას. თაიმშერი საკლუბო დასვენების ყველაზე სწრაფად განვითარებად მიმართულებას წარმოადგენს. ტურიზმის ეს მიმართულება უკვე დანერგილია მსოფლიოს 81 ქვეყანაში და ამ სისტემით 4500-ზე მეტი კურორტი და ტურისტული კომპლექსი მუშაობს. *“თაიმშერის”* მომხმარებლები, როგორც წესი, არიან მაღალი შემოსავლებისა და მოთხოვნილების მქონე ადამიანები. მომხმარებელი ჯერ იხდის თანხას კლუბის წევრობისთვის და შემდეგ ყოველწლიურად იხდის საწევრო გადასახადს საკლუბო მომსახურებისათვის [22; 100].

ტურიზმის ცნებასთან მჭიდროდ არის დაკავშირებული ტერმინი „ტურისტი“. ამ ტერმინის შინაარსის განსაზღვრის ერთ-ერთი პირველი მცდელობა რეკლამის სპეციალისტ, ინგლისელ კოპირაიტერს და ცნობილ სარეკლამო აგენტს *დ. ოგილვის (1911წ.)* ეკუთვნის. მისი აზრით, ტურისტად შეიძლება ჩაითვალოს ნებისმიერი მოგზაური, რომელიც გადაადგილდება თავისი საცხოვრებელი ადგილიდან

შედარებით მოკლე პერიოდით, მოგზაურობს თავისი ხარჯით და არა დროებითი ყოფნის ადგილზე გამომუშავებული თანხებით.

1838 წელს გამოქვეყნდა ცნობილი ფრანგი მწერლის ფრედერიკ დე სტენდალის ნარკვევი „ტურისტის მოგონებანი“ («Mémoires d'un touriste»), რომელშიც ავტორი საუბრობს ტურისტზე, როგორც ადამიანზე, „რომელიც მოგზაურობს სიამოვნების მიღების მიზნით ინგლისში ან სხვა ქვეყანაში“. არსებობს შეხედულება, რომლის თანახმად სტენდალის ამ ნაშრომის გამოქვეყნების შემდეგ სიტყვა ტურისტი გახდა ძალზე პოპულარული ევროპაში და ამის გამო სწორედ სტენდალი უნდა ჩაითვალოს ამ სიტყვის ავტორად [83, გვ. 10–11].

ცნება „ტურისტი“ არსი სისტემატურად განიხილებოდა მრავალრიცხოვან სამეცნიერო კონფერენციებსა და შეკრებებზე. დიდი ინტერესი გამოიწვია გაერთიანებული ერების ორგანიზაციის ტურიზმისა და საერთაშორისო მოგზაურობების 1963 წლის რომის კონფერენციამ, რომელმაც შეიმუშავა „ტურისტის,“ როგორც ცნების თანამედროვე დეფინიცია, და მას ეყრდნობიან ტურიზმის საერთაშორისო ორგანიზაციები და მსოფლიოს ქვეყნების უმეტესობა. რომის კონფერენციამ თავის რეკომენდაციებში მხარი დაუჭირა მცნებას - „ვიზიტორი“, რაც ნიშნავს ნებისმიერ ადამიანს გადაადგილებულს ტერიტორიაზე, რომელიც არ წარმოადგენს მის მუდმივ საცხოვრებელ ადგილს, ნებისმიერი მიზნით, მაგრამ არა სამუშაოდ, რომელიც ანაზღაურებას არ მიიღებს დროებითი ადგილზე ყოფნისას საფინანსო წყაროებიდან. კონფერენციამ ვიზიტის ხანგრძლივობის მიხედვით დაადგინა ვიზიტორთა ორი კატეგორია: *1. როდესაც ვიზიტი აღწევს ან აჭარბებს 24 საათს და 2. როდესაც ვიზიტი 24 საათზე ნაკლები ხანგრძლივობისაა. ამ ორი კატეგორიის გამიჯვნისათვის გამოყენებულ იქნა შესაბამისი ტერმინები- „ტურისტი“ და „ექსკურსანტი“ [84].*

ჯორჯ ვაშინგტონის უნივერსიტეტის პროფესორმა ტურიზმის კვლევების მიმართულებით დუგლას ფრეხტლინგმა განახორციელა ცნება „ტურისტი“-ს დეტალური ანალიზი და გამოყო ოთხი ძირითადი კრიტერიუმი, რომელიც გამოიყიფა ტურიზმის ყველა განსაზღვრაში. ასეთ კრიტერიუმებად დ.

ფრეხტლინგმა დაასახელა: მგზავრობის მიზანი, გამოყენებული ტრანსპორტის ტიპი, მგზავრობის ხანგრძლივობა და გავლილი მანძილი [47, გვ.43-47].

ბენ-გურიონის უნივერსიტეტის პროფესორი ელი კოჰენი კი, თავის მხრივ, სხვადასხვა კვლევების ანალიზის საფუძველზე გამოყოფს ტურისტის ექვს ძირითად განზომილებას, როგორცაა: მუდმივობა, ნებაყოფლობითობა, მიმართულება, მანძილი, მიზანი და პერიოდულობა. ე. კოჰენი იძლევა ტურისტის შემდეგნაირ განმარტებას: ტურისტი - ეს არის დროებითი მოგზაური, რომელიც ნებაყოფლობით მოგზაურობს და იღებს სიამოვნებას ახალი ადგილების გაცნობისა და ახალი გამოცდილების მიღებიდან საკმაოდ ხანგრძლივი მოგზაურობის პროცესში, რომელიც ვარაუდობს უკან დაბრუნებას [39, გვ 27–53].

ტურიზმის სახეებიდან გამომდინარე, ტურისტები იყოფიან ორ ძირითად ჯგუფად: საერთაშორისო ტურისტი და შიდა ტურისტი.

საერთაშორისო ტურისტი - ეს არის ადამიანი, რომელიც მოგზაურობს მისი მუდმივი საცხოვრებელი ადგილის ფარგლებს გარეთ, უცხო ქვეყანაში, არანაკლებ 24 საათისა და არაუმეტეს ევროპული სტანდარტით 6 თვისა ხოლო ამერიკული სტანდარტით 12 თვისა, გართობის გაჯანსაღების, მატერიალურ-კულტურული ძეგლების მონახულების ან სხვა მიზნით, შრომითი ანაზღაურების გარეშე;

შიდა ტურისტი - ეს არის ადამიანი, რომელიც გადაადგილდება ნებაყოფლობით, მისი მუდმივი საცხოვრებელი ადგილის ფარგლებს გარეთ, საკუთარი ქვეყნის ფარგლებში, არანაკლებ 24 საათისა და არაუმეტეს ევროპული სტანდარტით 6 თვისა ხოლო ამერიკული სტანდარტით 12 თვისა, მინიმუმ 160 კმ-ს მოშორებით საცხოვრებელი ადგილიდან, გართობის გაჯანსაღების, მატერიალურ-კულტურული ძეგლების მონახულების ან სხვა მიზნით, შრომითი ანაზღაურების გარეშე.

შიდა ტურისტის განსაზღვრა გარკვეულ სირთულეებთან არის დაკავშირებული, ვინაიდან საერთაშორისო ტურისტულ ორგანიზაციას (*UNWTO*) არგააჩნია ერთიანი აზრი ამ საკითხთან დაკავშირებით.

ი. კაბუშკინი და ა.პ. დუროვიჩი შეხედულებით შიდა ტურისტი - ეს არის ვიზიტორი, რომელიც მგზავრობს მისი ქვეყნის ფარგლებში განლაგებულ და მის

ჩვეულებრივ საცხოვრებელ გარემოს ფარგლებს გარედ განლაგებულ კონკრეტულ ადგილზე და იმყოფება იქ არაუმეტეს 12 თვის განმავლობისა და ამ აგზავრობის მიზანი არ არის დაკავშირებული ვიზიტის ადგილზე შემოსავლის მიღების მიზნით რაიმე საქმიანობის განხორციელება და იმ პირობით, რომ ერთი დამე მაინც გაათენოს ვიზიტის ადგილზე [100].

საქართველოს კანონში ტურიზმისა და კურორტების შესახებ ცნება „ტურისტი“ განმარტებულია, როგორც - ფიზიკური პირი, რომელიც ნებაყოფლობით მოგზაურობს მუდმივი საცხოვრებელი ადგილის ფარგლებს გარეთ, დასვენების, გაჯანსაღების, საქმიანი ან სხვა მიზნით, არანაკლებ 24 საათის და არა უმეტეს ერთი წლის ვადით, და რომლის მოგზაურობაც არ ანაზღაურდება დროებითი ყოფნის ადგილის საფინანსო წყაროებიდან. (09.09.99 N2390 საკანონმდებლო მაცნე N 43(50) [31].

ტურისტული რესურსების ანალიზის ამერიკის შეერთებული შტატების ეროვნულმა კომიტეტმა 1772 წელს განსაზღვრა შიდა ტურისტი, როგორც პირი, რომელიც მოგზაურობს საკუთარი საცხოვრებელი ადგილის გარეთ მანძილზე, რომელიც ერთი მიმართულებით არ აღემატება 50 მილს საქმიანი, შემეცნებითი, პირადი თუ სხვა მიზნებით, გარდა ანაზღაურებადი საქმიანობისა [53, გვ.5].

ხანგრძლივი მსჯელობის მიუხედავად დღემდე არ არსებობს ტურიზმის ერთიანი, საყოველთაოდ მიღებული და აღიარებული განმარტება. მიუხედავად იმისა, რომ ძირითად საკითხებთან დაკავშირებით (მაგალითად, საერთაშორისო შეთანხმებების თანახმად, ტურისტული ვიზიტი არ უნდა გულისხმობდეს გადაადგილებას სამუშაოს ძიებისა და ანაზღაურების მიღების მიზნით და სხვ.) არსებობს ერთიანი მიდგომა. თუმცა მიუხედავად ამისა ტურისტული ვიზიტების ვადებთან დაკავშირებით დღემდე შენარჩუნებულია განსხვავებული მიდგომები. ასე, განასხვავებენ ტურისტული გადაადგილების ვადების ამერიკულ და ევროპულ სტანდარტებს. ამერიკული სტანდარტი გულისხმობს გადაადგილების 12 თვიან პერიოდს, ხოლო ევროპული სტანდარტი - გადაადგილების 6 თვიან პერიოდს.

საქართველოს კანონი ტურიზმისა და კურორტების შესახებ ტურიზმს განმარტავს, როგორც ადამიანის თავისუფალი, დროებითი გადაადგილება თავისი საცხოვრებელი ადგილიდან დასვენების, გაჯანსაღების, ისტორიისა და კულტურის ძეგლების დათვალიერების და/ან სხვა მიზნით.

ყოველივე ზემოთ აღნიშნულის გათვალისწინებით, შეიძლება ითქვას, რომ ტურიზმი არის ადამიანის თავისუფალი, ნებაყოფლობითი გადაადგილება მისი მუდმივი საცხოვრებელი ადგილის ფარგლებს გარეთ არანაკლებ 24 საათისა და არა უმეტეს 6 თვის (ევროპული სტანდარტის მიხედვით, გართობის) ან ერთი წლის ვადით (ამერიკული სტანდარტის მიხედვით), გართობის, გაჯანსაღების, მატერიალურ-კულტურული ძეგლების მონახულების, ახლობლების მონახულების, სპორტული და სხვა მიზნებით, დროებითი ყოფნის ადგილის საფინანსო წყაროებიდან ანაზღაურების მიღების გარეშე.

1.3 ტურიზმის ინდუსტრიის არსი, სტრუქტურა და ადგილი ეკონომიკაში

ტურიზმი, როგორც ინდუსტრია, ჩამოყალიბდა მე-20 საუკუნეში. ტურიზმის ინდუსტრიის ჩამოყალიბა-განვითარებას ხელი შეუწყო ისეთმა ფაქტორებმა, როგორცაა ურბანიზაციის პროცესის გავრცელება, სამუშაო დღის ხანგრძლივობის შემცირება და თავისუფალი დროის ზრდა, სატრანსპორტო საშუალებების განვითარება-გავრცელება, კომუნიკაციური საშუალებებისა და ფორმების მრავალსახეობის წარმოქმნა, გართობის სახეების მრავალფეროვნების წარმოშობა და მრავალი სხვა.

ტურიზმის ინდუსტრიის ცნება დღემდე რჩება მსჯელობის საგნად. ტურიზმის ინდუსტრიის ერთ-ერთი პირველი განმარტება იყო მოცემული გაერთიანებული ერების ორგანიზაციის კონფერენციის მიერ 1971 წელს. ამ განმარტების თანახმად „ტურიზმის ინდუსტრია არის საწარმოო და არასაწარმოო საქმიანობის ერთობლიობა,

რომელიც მიმართულია საქონლისა და მომსახურების წარმოებაზე მოგზაურებთანთვის“ [64]. ტურიზმის ინდუსტრიის არსის განსაზღვრა საჭიროებს კომპლექსურ მიდგომას, რაც თავად ტურიზმის ინდუსტრიის სპეციფიკური ბუნებით არის განპირობებული. ტურიზმის ინდუსტრია არის მატერიალური და არამატერიალური წარმოების საწარმოებისა და ორგანიზაციების ერთობლიობა, რომლებიც უზრუნველყოფენ ტურისტული პროდუქტის წარმოებას, განაწილებას, გაცვლასა და მოხმარებას, ტურისტული რესურსების ათვისებასა და ტურიზმის მატერიალური ბაზის შექმნას [88].

ტურიზმის ინდუსტრია - ეს არის მრავალდარგობრივი საწარმოო კომპლექსი, რომელიც ემსახურება მოგზაურობისა და დასვენების პირობების კვლავწარმოებას, ეს არის დარგთა ერთობლიობა, რომელიც ხელს უწყობს ტურიზმისათვის განკუთვნილი საქონლისა და მომსახურების წარმოებას [105].

ტურიზმის ინდუსტრია წარმოადგენს დარგებისა და ქვედარგებისაგან შემდგარ ისეთ ეკონომიკურ სისტემას, რომლის ფუნქციაში შედის გართობასა და დასვენებასთან დაკავშირებული სამომხმარებლო მოთხოვნის დაკმაყოფილების უზრუნველყოფა [95].

ტურიზმის ინდუსტრია - ეს არის ტურისტულ საქონელსა და მომსახურებაზე მოთხოვნის დაკმაყოფილებაზე მიმართული საწარმოების, სატრანსპორტო საშუალებების, სავაჭრო ობიექტების, სერვისული მომსახურების საწარმოებისა და განთავსების საშუალებების ერთობლიობა [95].

ტურიზმის ინდუსტრია - ეს არის სამრეწველო კომპლექსი, რომელიც მოიცავს ტურიზმის განვითარებისა და მოგზაურობისა და დასვენებისათვის ხელშემწყობი პირობების შექმნაზე ორიენტირებულ განსხვავებულ დარგების ერთობლიობას. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, ტურიზმის ინდუსტრია ახორციელებს ისეთი ტურისტული პროდუქტის წარმოებას, რომელიც არის მოთხოვნადი როგორც ადგილობრივ, ასევე გარე ბაზრებზე [89].

საქართველოს კანონი ტურიზმისა და კურორტების შესახებ ტურიზმის ინდუსტრიას განმარტავს, როგორც - ტურისტული და საკურორტო საქმიანობის სუბიექტებისა და ობიექტების ერთობლიობა [31].

ამგვარი გაგებიდან გამომდინარე შეიძლება განვსაზღვროთ ტურიზმის ინდუსტრიის მთავარი ამოცანა - ხარისხიანი და მოთხოვნადი ტურისტული პროდუქტის წარმოება.

ტურიზმის ინდუსტრია უნდა განიხილებოდეს, როგორც ეკონომიკური კატეგორია, რომელიც გამოხატავს ურთიერთდამოკიდებული დარგების ფუნქციონირებას, რომელიც მიმართულია სხვადასხვა, მუდმივად მზარდი მოთხოვნილებების დაკმაყოფილებისაკენ [102].

ტურიზმის ინდუსტრიის სტრუქტურის განხილვისას შესაძლებელია დავეყრდნოთ ინდუსტრიის შემადგენელი ელემენტების დაყოფას, როგორც:

ტურიზმის ინდუსტრიის ინფრასტრუქტურა - ეს არის ეკონომიკური სისტემის შემადგენელი ნაწილი, რომელიც უზრუნველყოფს ტურისტული ინდუსტრიის ნორმალურ და ეფექტურ ფუნქციონირებას ტურისტული პროდუქტის წარმოების, ტურისტული პროდუქტის წინ წაწევის და გაყიდვის მიმართულებით. ის მოიცავს ა) ტურისტული პროდუქტის წარმოებისათვის აუცილებელ სპეციალიზირებული სუბიექტების მატერიალურ ბაზას (ტუროპერატორები, ტურაგენტები, საექსკურსიო ბიუროები). ბ) დარგის ინსტიტუციონალურ უზრუნველყოფას სახელმწიფო ორგანოების მხრიდან (ტურიზმის ინდუსტრიის საკანონმდებლო უზრუნველყოფა). გ) კომერციული და არაკომერციული ორგანიზაციების ფუნქციონირებას დარგის განვითარების ხელშეწყობის მიზნით.

ტურიზმის ინდუსტრიის სუპრასტრუქტურა - ეს არის ეკონომიკური სისტემის ნაწილი, რომელიც უზრუნველყოფს ტურიზმის ინდუსტრიის ფუნქციონირების ეფექტიანობას მიმზიდველი ტურისტული პროდუქტის ფორმირების მიმართულებით. სუპრასტრუქტურის მონაწილეობა ტურიზმის ინდუსტრიის ფუნქციონირებაში არ შემოიფარგლება მხოლოდ ტურისტული ოპროდუქტის ფორმირებით, არამედ მის თავდაპირველ დანიშნულებას წარმოადგენს, როგორც

ტურისტების მოთხოვნილებების დაკმაყოფილება ასევე იმ ადამიანთა მოთხოვნილებების დაკმაყოფილება, რომლებიც ირიბად არიან დამოკიდებული ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარების დონეზე რეგიონში [88]. ის მოიცავს ა). ტურიზმის ინდუსტრიის ფარგლებში მწარმოებელ სუბიექტთა მატერიალურ ბაზას (სასტუმროები, სატრანსპორტო კომპანიები, კვების ობიექტები). ბ). სახელმწიფო ორგანოები (კავშირგაბმულობა, ფოსტა და სხვ.) გ). საზღვარგარეთის წარმომადგენლობები ქვეყანაში (საკონსულოები, საელჩოები). (იხ. სქემა 1.3.2)

ტურიზმის ინდუსტრიის ინფრასტრუქტურა და სუპრასტრუქტურა

სქემა 1.3.2



წყარო: შემუშავებულია ავტორის მიერ [88] საფუძველზე.

ტურიზმის ინდუსტრია წარმოადგენს რთულ მულტიდარგობრივ კომპლექსს, რაც გამოიხატება დარგის მრავალეფემენტურობით. ტურისტული პროდუქტი შედგება

ძირითადი და დამატებითი მომსახურებებისგან. შესაბამისად ტურიზმის ინდუსტრიის შემადგენლობაში მყოფი ფუნქციური ელემენტების საქმიანობა შესაძლებელია დავყოთ ძირითად და დამატებით მომსახურებების მწარმოებელ რგოლებად.

ძირითადი მომსახურების წარმოების ელემენტებად განიხილებიან ტურისტული პროდუქტის ძირითად შემადგენლობაში მყოფი მომსახურებების მწარმოებლები (ტრანსპორტი, კვება, განთავსება).

დამატებითი მომსახურების წარმოების ელემენტებად განიხილებიან დამატებითი მომსახურების მიმწოდებლები (ექსკურსია, ანიმაცია და სხვა). სქემატურად ეს დამოკიდებულება შეიძლება შემდეგნაირად გამოვსახოთ (იხ.სქემა 1.3.3):

ტურიზმის ინდუსტრიის შემადგენელი ელემენტები

სქემა 1.3.3



წყარო: შემუშავებულია ავტორის მიერ

მოცემული სქემიდან ჩანს, რომ ტურისტული მომსახურების განსახორციელებლად საჭიროა სხვადასხვა ეკონომიკური სექტორის ჩართულობა. ტურისტულ პროდუქტში მომსახურების მრავალფეროვნებიდან გამომდინარე შესაძლებელია განისაზღვროს ეკონომიკური სუბიექტების მონაწილეობის დიაპაზონი. თუ ტურისტული პროდუქტი არის სტანდარტული ხასიათის, მაშინ ის შესაძლოა შედგებოდეს მხოლოდ ძირითადი მომსახურებიდან, ხოლო თუ ადგილი აქვს პროგრამული ან შეკვეთილი ხასიათის ტურისტულ პროდუქტს, მაშინ მომსახურების რაოდენობა ტურისტის მოთხოვნაზე დამოკიდებული. ასეთ დროს სტანდარტულ (ძირითად) მომსახურებას ემატება დამატებითი მომსახურებების სპექტრიდან ერთ-ერთი ან რამოდენიმე. აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ ტურიზმის ინდუსტრია მოიცავს ეკონომიკური სუბიექტების საქმიანობას, როგორც პირდაპირ ტურისტული პროდუქტის წარმოებისა და რეალიზაციისათვის, ასევე მოიცავს სუბიექტებს, რომლებიც ირიბად მონაწილეობენ ტურისტული პროდუქტის წარმოება/რეალიზაციის პროცესში. მაგალითად საგანმანათლებლო სექტორი, რომლის მონაწილეობა მნიშვნელოვანია იმდენად, რამდენაც ტურიზმის ინდუსტრიის საკადრო უზრუნველყოფაზე აგებს პასუხს. ამდენად თანამედროვე ტურიზმის ინდუსტრია შედგება მთელი რიგი ერთმანეთთან მჭიდროდ ურთიერთდაკავშირებული, ეკონომიკური სუბიექტების კოორდინირებული მუშაობისაგან. ტურიზმის ინდუსტრიის შემადგენელი სტრუქტურული ელემენტების შეფასებით შესაძლებელია მათ შორის ურთიერთდამოკიდებულების უფრო თვალნათლივ წარმოდგენა, ამიტომ საჭიროა მათი უფრო დეტალური გახილვა. ტურიზმის ინდუსტრიის შეადგენლობაში მყოფი ეკონომიკური სუბიექტები შეიძლება დავყოთ, როგორც:

ორგანიზატორები - ესენი არიან ორგანიზაციები, რომელთა საქმიანობის ძირითად სფეროს წარმოადგენს იმ ადამიანთა მოთხოვნილებების დაკმაყოფილება, რომლებიც მოგზაურობენ მუდმივი საცხოვრებელი ადგილის ფარგლებს გარეთ სხვადასხვა (ტურისტული) მიზნებით. თავის მხრივ ეს ორგანიზაციები იყოფიან

ტუროპერატორებად და ტურაგენტებად. ტურისტული წარმოება, ტურისტული პროდუქტის ფორმირების პროცესი არის უდაოდ ტურისტული ინდუსტრიის ნაწილი, რომელიც მასში შემავალი სხვადასხვა სექტორების, საქონლისა და მომსახურეობის გამოყენებით აკომპლექტებს ტურისტულ პაკეტებს. ტურისტული პროდუქტის ფორმირების პროცესი მოიცავს, ტურისტის მოთხოვნის გათვალისწინებით, მომსახურეობის შეკრებას, ფასწარმოქმნას, პროდუქციის წინწაწევასა და რეალიზაციას. აქედან გამომდინარე ვასკვნით, რომ ტურისტული წარმოება თავისთავში აერთიანებს ტურიზმის ინდუსტრიის ყველა რგოლს, ხოლო თითონ წარმოადგენს ამ ინდუსტრიის მნიშვნელოვან ნაწილს [61].

ტურისტული მომსახურეობის სრულყოფის მიზნით ტურიზმის ინდუსტრიაში წარმოიქმნა ისეთი მნიშვნელოვანი ორგანიზაციული რგოლები, როგორებიცაა: *ტუროპერატორები და ტურაგენტები*.

ტუროპერატორი - ეს არის ორგანიზაცია ან ფიზიკური პირი, რომელიც ქმნის ტურისტულ პროდუქტს, აწესებს ფასს, უკეთებს რეკლამას და ყიდის მას, როგორც ბითუმად ტურაგენტზე ასევე საცალოდ ტურისტული პროდუქტის მომხმარებლებზე. ტუროპერატორის საქმიანობა ტურიზმში საკმაოდ მრავალფუნქციურია, იგი მოიცავს ტურისტული პროდუქტის ფორმირების პროცესს, რომელიც თავისმხრივ თავისთავში გულისხმობს სხვადასხვა სახის მომსახურეობებს. ასევე ტუროპერატორის ფუნქციას წარმოადგენს ტურისტული პროდუქტის წინწაწევა და რეალიზება როგორც საცალოდ, ასევე ბითუმად.

ტურაგენტი - ეს არის ორგანიზაცია, რომელიც ბითუმად ყიდულობს მზა ტურისტულ პროდუქტს ტუროპერატორებისგან და ყიდის მას საცალოდ ტურისტული პროდუქტის მომხმარებლებზე. ტურაგენტის საქმიანობა გახლავთ ტუროპერატორის საქმიანობის ერთგვარი გაგრძელება და გულისხმობს ტურისტული პროდუქტის რეალიზაციის პროცესს.

ტუროპერატორები თავიანთი საქმიანობის განსახორციელებლად იყენებენ სხვადასხვა ტიპის მომსახურეობას. ზოგიერთი ამ მომსახურებათაგან აუცილებლად უნდა შედიოდეს ტურისტულ პროდუქტში, ვინაიდან სწორედ ამის მიხედვით ხდება

განსაზღვრა, მოცემული პროდუქტი არის თუ არა ტურისტული. მსოფლიო ტურისტული ორგანიზაციის (UNWTO) განსაზღვრებით ტურისტული პროდუქტი შედგება ძირითადი და დამატებითი მომსახურეობისგან. თავის მხრივ კი ძირითად მომსახურეობაში შედის:

- *განთავსების საშუალებები* - სასტუმროები, მოტელები, ჰოსტელები და ა.შ.
- *კვების ობიექტები* - რესტორნები, კაფეები, სწრაფი კვების ობიექტები და სხვა;
- *სატრანსპორტო საშუალებები* - საავტომობილო კომპანიები, ავიაცია, სარკინიგზო და საზღვაო ტრანსპორტი.

განთავსების საშუალებები - ეს არის ნებისმიერი ტიპის შენობა-ნაგებობები, სადაც ადამიანს ეძლევა შესაძლებლობა პერიოდულად ან რეგულარულად გაათიოს ღამე. სწორედ განთავსების საშუალებებზე მოდის, ტურიზმში დასაქმებულთა 65% და შემოსავლების 68%. ისინი გვევლინებიან სასტუმრო ინდუსტრიის სახით და მოიცავენ განთავსების შესაძლებლობას სხვადასხვა ტიპის სასტუმროებში, როგორებიცაა: ოტელი, მოტელი, ჰოსტელი, კემპინგი და მაღალი კლასის სასტუმროები, რომელთა დეფინიცირება ხდება ვარსკლავური ან სხვა (გვირგვინები, ასოითი) ნიშნით. განთავსების საშუალებები წარმოადგენენ ერთ-ერთ ცენტრალურ რგოლს ტურიზმის ინდუსტრიაში. ტურპროდუქტის ფორმირება შეუძლებელია აღნიშნული სექტორის მონაწილეობის გარეშე, რადგან ტურისტული გადაადგილება, რომელიც თავის თავში არ შეიცავს განთავსების ორგანიზაციას ვერ ჩაითვლება სრულყოფილად. ასევე მნიშვნელოვანი ფაქტორი გახლავთ საერთაშორისო ტურისტული ორგანიზაციის (*UNWTO*) სტანდარტი, რომლის მიხედვითაც ტურისტული პროდუქტი აუცილებლად უნდა შედგებოდეს სამი ძირითადი კომპონენტისაგან, რომელთაგან ერთ-ერთი არის განთავსება. შესაბამისად განთავსების საშუალებებს უდიდესი მნიშვნელობა ენიჭება ტურიზმის ინდუსტრიაში.

განთავსების საშუალებებმა განვითარების საკმაოდ ხანგრძლივი პერიოდი განვლეს და დღეისათვის აღნიშნული სექტორი ბაზარზე საკმაოდ მაღალკვალიფიციურად და

მრავალფეროვნად არის წარმოდგენილი. რაც დიფერენცირებული ტურისტული პროდუქტის წარმოების შესაძლებლობას იძლევა.

სატრანსპორტო საშუალებები ეს არის უმნიშვნელოვანესი მატერიალური ბაზა ნებისმიერი ქვეყნის ეკონომიკისთვის. ისინი წარმოადგენენ ეკონომიკური პროცესების მართვის ერთგვარ ძრავს. მათი ძირითადი ფუნქცია ტვირთბრუნვა და ადამიანთა გადაყვანის სერვისით უზრუნველყოფაა. რაც შეეხება ტურიზმში, სატრანსპორტო საშუალებებს უდიდესი მნიშვნელობა ენიჭება, ვინაიდან ტურისტული მომსახურების ერთ-ერთ ძირითად ფუნქციას ადამიანების ერთი ადგილიდან მეორეზე გადაყვანა წარმოადგენს. ტურიზმის ინდუსტრია მთლიანად არის დამოკიდებული ტრანსპორტზე, მის ხარისხსა და გამართულად მუშაობაზე. სატრანსპორტო საშუალებების განვითარებაზე დიდწილად არის დამოკიდებული ტურიზმის, როგორც დარგის განვითარება. განთავსების საშუალებების მსგავსად ტრანსპორტიც წამოადგენს ტურისტული მომსახურების, ფორმირების ერთ-ერთ ძირითად ფაქტორს. სატრანსპორტო საშუალებები მოიცავს, როგორც სახმელეთო, ისე საზღვაო და ასევე საჰაერო ტრანსპორტს. ამ უკანასკნელის განვითარებას საკმაოდ დიდი მნიშვნელობა ჰქონდა ტურიზმის ინდუსტრიის ჩამოყალიბებასა და განვითარებაში.

კვების ობიექტები - სასტუმრო ინდუსტრიის მნიშვნელობის პარალელური პოზიცია უჭირავს კვების ინდუსტრიას ტურისტული მომსახურებისას, ვინაიდან იგი იძლევა ტურისტებისათვის, ფიზიოლოგიური, აუცილებელი მოთხოვნილებების დაკმაყოფილების შესაძლებლობას. კვების ორგანიზაცია, ტურისტული პროდუქტის ფორმირების მნიშვნელოვანი ფაქტორია. კვების ობიექტები თავისთავში გულისხმობენ კვების დიფერენცირებულ საშუალებებს ისეთებს როგორებიცაა: რესტორნები, კაფეები, სწრაფი კვების ობიექტები, ნაციონალური კვების ობიექტები და ა.შ

საექსკურსიო ბიუროები - ისინი წარმოადგენენ ორგანიზაციებს, რომლებიც მომხმარებლებს სთავაზობენ საექსკურსიო მომსახურებას. ეს უკანასკნელი გულისხმობს 24 საათზე ნაკლები დროით გადაადგილებას შემეცნების მიზნით,

ექსკურსიამდლოის თანხლებით. უმეტესად საექსკურსიო მომსახურეობა თან ახლავს ტურისტულ გადაადგილებას და მის შემადგენელ ნაწილს წარმოადგენს დამატებითი ან ძირითადი მომსახურეობის სახით.

მატერიალური წარმოების ტურისტული ორგანიზაციები - დაწესებულებები, რომლებიც აწარმოებენ სუვენირებს. ტურისტული პროდუქტის რეალიზაციის დროს, ძირითად ხორციელდება შთაბეჭდილებების ექსპორტი, რაც შესაბამისად არამატერიალური ექსპორტის სახეს ატარებს. თუმცა სხვადასხვა ქვეყნებსა თუ ტურისტულ ადგილებში მოგზაურობისას, ტურისტების დიდი ნაწილი ცდილობს თან გაიყოს რაიმე ნივთი, რომელსაც ადგილობრივი სახასიათო ნიშანთვისებები აქვს. ასეთი ნივთების წარმოებასა და რეალიზაციას ტურიზმის ინდუსტრიაში დიდი მნიშვნელობა ენიჭება, ვინაიდან ერთის მხრივ აქ შეიძლება დასაქმებულ იქნას ისეთი ტიპის შრომა (მხატვრები, მოქანდაკეები, სკულპტორები, ხატმწერები და ა.შ), რომელიც ერთი შეხედვით არ ქმნიან ტურისტულ ხასიათის პროდუქტს/მომსახურეობას, მაგრამ ემსახურებიან სხვადასხვა მატერიალური წარმოების პროდუქტის წარმოებას, რომელიც თავის მხრივ შესაძლოა წარმოადგენდეს მტკიცებულებას ქვეყნის მიმზიდველობის შესახებ, რაც ტურისტების მხრიდან ზრდის ინტერესს მისი დაუფლების/შეძენის მიმართ.

სავაჭრო ობიექტები - ორგანიზაციები სადაც იყიდება ტურისტული აღჭურვილობა და სუვენირები. ხშირ შემთხვევაში ტურისტული დანიშნულების ადგილებზე, განსაკუთრებით საკურორტო ადგილებზე ხდება ტურისტული არჭურვილობის რეალიზაცია. აღნიშნულის ქვეშ იგულისხმება თხილამურების, კარვების, გასაბერი ნავეების, ზურგჩანთებისა და სხვა ტიპის აღჭურვილობის რეალიზაცია, რომელიც სჭირდებათ ხოლმე ჩამოსულ ტურისტებს რათა უფრო სრულფასოვანი მომსახურეობა მიიღონ. ანალოგიურად ხორციელდება სუვენირების რეალიზაციაც.

დასვენებისა და გართობის ობიექტები - თემატური პარკები, გასართობი ცენტრები, კლუბები და სხვა. გართობის საშუალებებისგარეშე წარმოუდგენელია ტურიზმის სრულყოფილი ფუნქციონირება, რადგან ტურისტული საქმიანობა მიმართულია ადამიანის სულიერი მოთხოვნილებებისა და ინტერესების დაკმაყოფილებაზე.

შესაბამისად გართობის საშუალებები უმნიშვნელოვანეს როლს ასრულებენ ტურისტული პროდუქტის ფორმირების დროს. გართობის საშუალებები მოიცავენ თემატურ პარკებს, კინოთეატრებს, საკონცერტო დარბაზებს, კლუბებს, სათამაშო დარბაზებს და ა.შ.

ტურიზმის მართვის დაწესებულებები - სახელმწიფო ორგანოები, რომლებიც ახორციელებენ ტურიზმის დარგის ინსტიტუციონალიზაციას. ტურიზმს ისევე, როგორც ნებისმიერ სხვა სფეროს ესაჭიროება მმართველობითი გადაწყვეტილებები. ძალიან მნიშვნელოვანია ტურიზმის სექტორის სახელმწიფო დონეზე ინსტიტუციონალიზაცია და პოლიტიკის განსაზღვრა. ყოველი სახელმწიფო ინდივიდუალურად წყვეტს საკუთარ ტურისტულ პოლიტიკას და მმართველობითი ორგანოებიც შესაბამისად განსხვავებულია. ზოგიერთ ქვეყანაში ტურიზმის უმაღლესი მმართველობითი ორგანო არის სამინისტრო, ზოგან კი დეპარტამენტი. რაც შეეხება საქართველოს, ტურიზმის მართვის უმაღლესი მმართველობითი ორგანო არის ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია, რომელიც თავის მხრივ ექვემდებარება ეკონომიკის სამინისტროს.

სასწავლო, სამეცნიერო დაწესებულებები - ეს არის საშუალო და უმაღლესი საგანმანათლებლო პროგრამების და სამეცნიერო-კვლევითი საქმიანობის ერთობლიობა, რომელიც მიზნად ისახავს კვალიფიციური, კონკრეტულ სპეციალობაზე ორიენტირებული კადრის მომზადებასა და შესაბამისი ხარისხის მინიჭებას. თუ გავითვალისწინებთ იმას, რომ ტურიზმის ინდუსტრია დღითი დღე ვითარდება უნდა ავლნიშნოთ, რომ მის წინაშე სულ უფრო დიდი გამოწვევები დგას. მომსახურების მაღალი ხარისხით უზრუნველყოფა უდაოდ დიდ შრომასთან და შესაბამის ცოდნასთანაა დაკავშირებული. ამიტომ ტურიზმის მიმართულებით განათლებას უდიდესი მნიშვნელობა ენიჭება. შესაბამისი კვალიფიკაციის თანამშრომლები ტურიზმის სფეროში საკმაოდ პრობლემურ საკითხად რჩება ჩვენი ქვეყნისათვის, რაცკიდევაც აისახება ტურიზმის განვითარების დონეზე.

ტურიზმის ინდუსტრიის ძირითადი ფუნქციური რგოლების ურთიერთდამოკიდებულება შესაძლებელია გამოვსახოთ შემდეგნაირად: ტურიზმის

ინდუსტრია, როგორც მთავარი და მის ქუდქვეშ გაერთიანებული ძირითადი, მომსახურეობის მიმწოდებელი დარგები, რომლებიც ერთმანეთთან თანაბარუფლებიან დამოკიდებულებაში იმყოფებიან, ვინაიდან ერთნაირად აგებენ პასუხს ტურისტული პროდუქტის ფორმირებაზე. ტურისტული ინდუსტრიის სტრუქტურის დახასიათებისას ყველა მკვლევარი ინდივიდუალურ მიდგომას იყენებს. ძირითადად ეს მიდგომები გამომდინარეობენ იქედან, რომ ყველა ცდილობს სტრუქტურაში, რაც შეიძლება ფართოდ გააშუქოს ინდუსტრიის ფარგლებში შემავალი რგოლები და ისინი ქვესისტემების სახით, იერარქიული დამოკიდებულების შესაბამისად გამოსახოს გრაფიკულად. მაგალითისათვის შეიძლება განვიხილოთ, ო.ტ. ლოიკოს მიერ შემოთავაზებული ტურიზმის ინდუსტრიის გამომსახველი სტრუქტურა. ტურისტული ინდუსტრიის სტრუქტურის ო.ტ.ლოიკოს ვერსია მოიცავს ტურიზმის ინდუსტრიაში შემავალი სექტორების დაჯგუფებას ოთხ ფუნქციურ რგოლად და შემდეგ მის გამოსახვას ქვესტრუქტურული რგოლების იერარქიული განლაგების მიხედვით (იხ. სქემა 1.3.4).

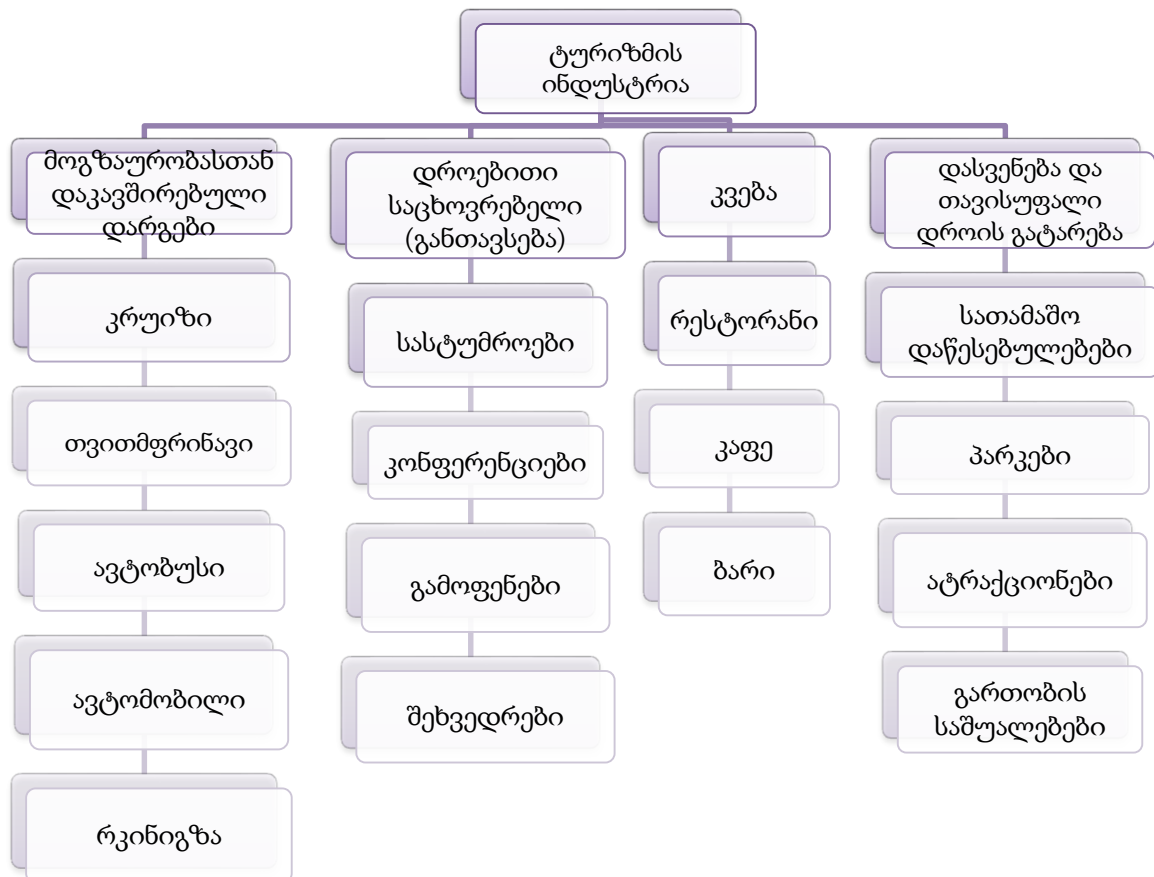
როგორც მოცემული სქემიდან ჩანს ო. ლოიკო ტურიზმის ინდუსტრიის დახასიათებისას ეყრდნობა ტურისტულ პროდუქტში შემავალ ძირითად კომპონენტებს, რომლებიც ერთი შეხედვით ზედაპირულად ჩანს. ყოველივე ზემო აღნიშნულიდან გამომდინარე შეიძლება ითქვას, რომ მოცემული სქემა იძლევა ნათელ წარმოდგენას ტურიზმის ინდუსტრიის სტრუქტურული შემადგენლობის შესახებ და მოიცავს თითქმის ყველა ელემენტს, რომელიც შედის მის შემადგენლობაში. თუმცა აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ სტრუქტურული ერთეულების დაჯგუფების და ელემენტების დასახელების სტილი ოდნავ განსხვავდება სხვა დანარჩენი სტრუქტურებისაგან, მაგრამ აღნიშნული არავითარ გავლენას არ ახდენს მის შინაარსზე. თავის მხრივ ასეთი მიდგომა დადებითად შეიძლება შეფასდეს, ვინაიდან იგი მეტ-ნაკლები სიზუსტით ასახავს ტურისტული ინდუსტრიის შინაარსს.

აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ ტურიზმის ინდუსტრია ეს არის მატერიალური და არამატერიალური წარმოების კომპლექსი, რომელიც მოიცავს ეკონომიკის თითქმის

ყველა სფეროს და არ შემოიფარგლება მხოლოდ ტრისტული პროდუქტისათვის დამახასიათებელი მომსახურების მწარმოებელთა მონაწილეობით.

ტურიზმის ინდუსტრიის სტრუქტურა (ო.ტ.ლოიკოს ვერსია)

სქემა 1.3.4



წყარო: [88].

ტურიზმის ინდუსტრიის სტრუქტურული დახასიათებისას სამართლიანად მივიჩნევთ ჩავრთოთ ეკონომიკის ისეთი სექტორები, როგორებიცაა *საბანკო-საფინანსო* სექტორი და *სოფლის მეურნეობა*. საფინანსო სექტორის მონაწილეობა ტურიზმის ინდუსტრიის შემადგენლობაში განპირობებული ერთი მხრივ ფინანსური გადარიცხვებს აუცილებლობით წარმოების პროცესში და მეორე მხრივ თანამდეროვე ცხოვრების წესით, რომელიც უმრავლეს შემთხვევაში გულისხმობს ელექტრონული

გადახდის წესს. რაც შეეხება სოფლის მეურნეობის სექტორის თანამონაწილეობას მისი როლი საკმაოდ დიდია ვინაიდან სოფლის მეურნეობის პროდუქტის ჩართულობას ტურისტული მომსახურეობის წარმოების დროს, როგორც ფინანსური ისე მორალური დაინტერესება ახლავს, რადგან ადგილობრივი წარმოების პროდუქტის შექმნა გაცილებით უფრო იაფი და უსაფრთხოა. ასევე მნიშვნელოვანია იმ მომენტის გათვალისწინება, რომ სასოფლო ტურიზმი დღითი დღე უფრო პოპულარული ხდება და ფართო მასების დაინტერესებას იწვევს.

ტურიზმის ინდუსტრიაში მნიშვნელოვანია **სადაზღვევო** სექტორის მონაწილეობა. ბოლო პერიოდში თითქმის წარმოდგენელია მოგზაურობა სამოგზაურო დაზღვევის გარეშე, ასევე ფართოდაა გავრცელებული მოგზაურობისას ბარგის დაზღვევის პრაქტიკა. აქედან გამომდინარე უპრიანად მივიჩნევთ აღნიშნული სექტორის ჩართვას ტურისტული ინდუსტრიის სახასიათო სქემატურ გამოსახვაში.

სადაზღვევო სექტორის ფუნქციონირების პირდაპირი გაგრძელებაა **სამედიცინო მომსახურეობა**. ეს ორი სექტორი ერთმანეთთან თანამშრომლობის გარეშე თითქმის წარმოდგენელია. ჯანმრთელობის დაზღვევა პირდაპირ გულისხმობს სამედიცინო მომსახურეობის გაწევას მასპინძელ ქვეყანაში. ბოლო პერიოდში გააქტიურებულია სამედიცინო ტურიზმის გამოყენების პრაქტიკა, რაც ზოგ შემთხვევაში გამოიხატება რეკრეაციის (გაჯანსაღების) სურვილით, ზოგჯერ კი სერიოზული დაავადებების სამკურნალოდ მოგზაურობას გულისხმობს. ამიტომ მოცემული სექტორი შეიძლება ითქვას პირდაპირ კავშირშია ტურიზმის ინდუსტრიასთან.

ტურიზმის ინდუსტრიის გამართული ფუნქციონირების უცილობელ პირობას კვალიფიციური მაღალეფექტური პერსონალი წარმოადგენს. ტურიზმის ინდუსტრიას კვალიფიციურ საკადრო უზრუნველყოფაზე **საგანმანათლებლო სექტორი** აგებს პასუხს. ტურიზმის დარგის ინტენსიფიკაციის პირობებში გააქტიურდა სხვადასხვა საფეხურზე (პროფესიული, საბაკალავრო, სამაგისტრო, სადოქტორო) განათლების მიღების სურვილი შემდგომში მისი რეალიზაციის მიზნით. აქედან გამომდინარე საგანმანათლებლო სექტორს ერთ-ერთი

უმნიშვნელოვანესი ფუნქცია აქვს ტურიზმის ინდუსტრიის გამართული ფუნქციონირებისათვის.

ტურიზმის ინდუსტრიის მატერიალური, ინფრასტრუქტურული უზრუნველყოფის თვალსაზრისით მნიშვნელოვანია *სამშენებლო* სექტორის მონაწილეობა, ვინაიდან ეს უკანასკნელი უზრუნველყოფს ტურიზმის ინდუსტრიის წარმატებით ფუნქციონირებას, მოწესრიგებული და სტანდარტებთან ადაპტირებული ინფრასტრუქტურული პროექტების განხორციელების ხარჯზე.

ტურიზმის ინდუსტრიის სტრუქტურაზე მუშაობისას ჩვენს შევეცადეთ გვეჩვენებინა ტურიზმის ინდუსტრიის მთავარი ფუნქციური ელემენტები, რომლებიც თავის მხრივ შეიძლება ერთეულეზამდე გაანალიზდეს. ამიტომ უკვე არსებული სტრუქტურების გაანალიზების შედეგად შევეცადეთ წარმოგვედგინა სქემა, რომელიც ასახავს ტურიზმის ინდუსტრიის სტრუქტურას მაკრო მასშტაბით და ამავდროულად იძლევა საშუალებას წარმოჩინდეს ურთიერთდამოკიდებულება ელემენტებს შორის (იხ.სქემა 1.3.5).

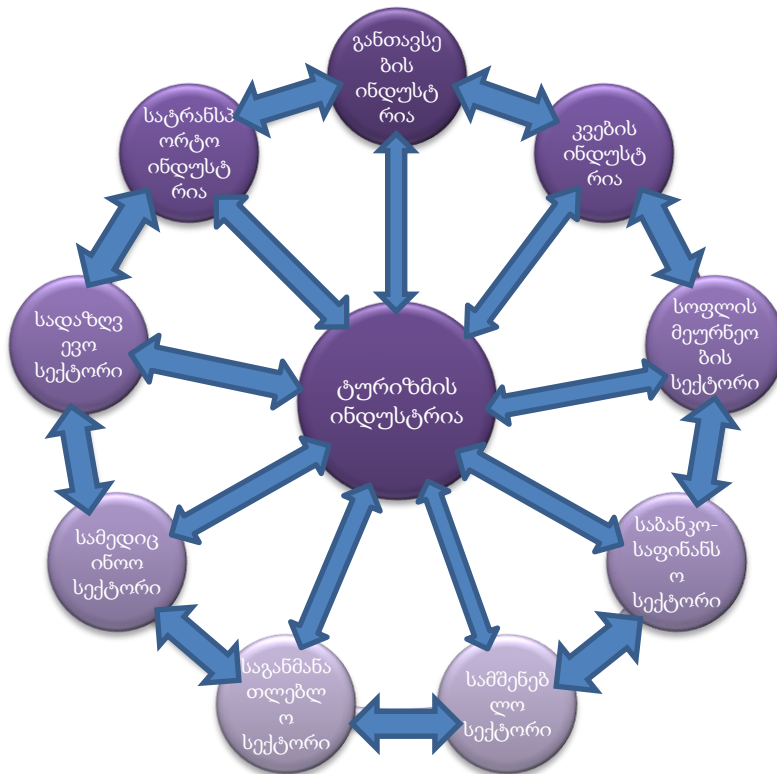
მოცემული სქემა ასახავს ტურიზმის ინდუსტრიის შემადგენლობაში არსებულ ფუნქციურ ელემენტებს. სქემის მიხედვით ფერები გადანაწილებულია ტურიზმის ინდუსტრიაში მონაწილე სექტორთა პირდაპირი კავშირის მიხედვით. ამიტომ შედარებით გამუქებულია ის შემადგენელი ელემენტები, რომლებიც უშუალოდ მონაწილეობენ ტურისტული პროდუქტის ფორმირების დროს.

რაც შეეხება ტურიზმის ინდუსტრიის შემადგენელი ელემენტების, სტრუქტურულ იერარქიას და ქვედარგების დონეზე მათ დიფერენციაციას სქემატურად შეიძლება შემდეგნაირად გამოვსახოთ (იხ. დანართი 1). ფართო გაგებით ტურიზმის ინდუსტრია ეს არის დამოუკიდებელი სახალხო მეურნეობრივი კომპლექსი. გარდა იმ სფეროებისა, რომლებიც უშუალოდ წარმოადგენენ ტურისტული ინდუსტრიის შემადგენელ ნაწილს, აღნიშნული ინდუსტრია აერთიანებს სხვადასხვა სპეციალიზაციის საწარმოებსაც. მასში შედიან ისეთი ტიპის საწარმოები, რომელთაც არ გააჩნიათ მკვეთრად გამოხატული ტურისტული ხასიათი. ასეთებს მიეკუთვნება ტრანსპორტის ინდუსტრია (საკაერო, სახმელეთო, საზღვაო), ასევე

მანქანათმშენებლობა, საკვები პროდუქტების წარმოება, გზებისა და ინფრასტრუქტურის მშენებლობა, სუვენირების წარმოება, სოფლის მეურნეობის თითქმის ყველა სექტორი და მომსახურეობა, რომელსაც ტურიზმი იყენებს ტურისტების მოთხოვნების დასაკმაყოფილებლად

ტურიზმის ინდუსტრიის სტრუქტურა

სქემა 1.3.5



წყარო: შემუშავებულია ავტორის მიერ

ტურიზმის ინდუსტრიის განსაკუთრებულობა მდგომარეობს ტექნიკურ-ეკონომიკურ სპეციფიკაში. ეს იმას ნიშნავს, რომ ინდუსტრიის ფარგლებში არსებული წარმოების სხვადასხვა სფეროები შეუძლებელია გაერთიანებულ იქნას ერთი ტიპის წარმოების ქვეშ და ქონდეს ერთიანი საწარმოს ფორმა. ამიტომ ტურისტული ინდუსტრია უნდა განვიხილოთ, როგორც ერთიანი სისტემა, რომელიც ქმნის

ტურისტულ მომსახურეობას ტურისტული ინდუსტრიის ფარგლებში არსებული მომსახურეობის სფეროების მონაწილეობით.

ტურიზმის ინდუსტრიის ბაზაზე აქტიურად ვითარდება ტურისტული ბიზნესი. თავად ტურისტული ბიზნესი წარმოადგენს სფეროს, რომელიც იყენებს ტურიზმის ინდუსტრიის ცალკეული სექტორების მომსახურეობას, რათა აწარმოოს ისეთი ტურისტული პროდუქტი, რომელიც მიმართულია მომხმარებელთა მოთხოვნის დასაკმაყოფილებლად. ტურიზმს, როგორც საქმიანობის სფეროს, აქვს ინდუსტრიული ფორმა და მოიცავს უამრავ განსხვავებულ სექტორს, რომელთაგან თითოეული მათგანი ერთმანეთზე მჭიდროდაა დამოკიდებული.

ტურიზმის ინდუსტრია და თავად ტურისტული ბიზნესი არ არის ავტონომიურად განვითარებადი ეკონომიკის სექტორი, იგი მჭიდროდ არის დაკავშირებული წარმოების სხვა დარგებთან და ხელს უწყობს მათ შემდგომ განვითარებას, შესაბამისად ტურიზმის განვითარებით მიიღწევა სხვა შედეგიც, რაც გულისხმობს ეკონომიკის მომიჯნავე დარგების განვითარებას.

ტურიზმის ინდუსტრია წარმოადგენს მძლავრ ინსტრუმენტს შემოსავლის მისაღებად, ასევე მისი დადებითი ეფექტი აშკარაა ინფრასტრუქტურული პროექტების, სატრანსპორტო საშუალებების და სასტუმრო ინდუსტრიის განვითარებაზე. ტურიზმი ხელს უწყობს ნაციონალური თვითმყოფადობის შენარჩუნებასა და პოპულარიზაციას. ტურიზმს, როგორც მიკრო ასევე მაკრო დონეზე აქვს მასშტაბური ზეგავლენა ეკონომიკის განვითარებაზე ჯამში და ახორციელებს მისი ცალკეული სექტორების განვითარების ხელშემწყობას. საერთაშორისო ტურისტული ორგანიზაციის პროგნოზის თანახმად 2020 წლისათვის საერთაშორისო ტურისტული გადაადგილებების რიცხვი იქნება მიახლოებით 1,6 მილიარდი ადამიანი, ხოლო შემოსავლები ტურიზმიდან 2 ტრილიონ დოლარამდე გაიზრდება [46].

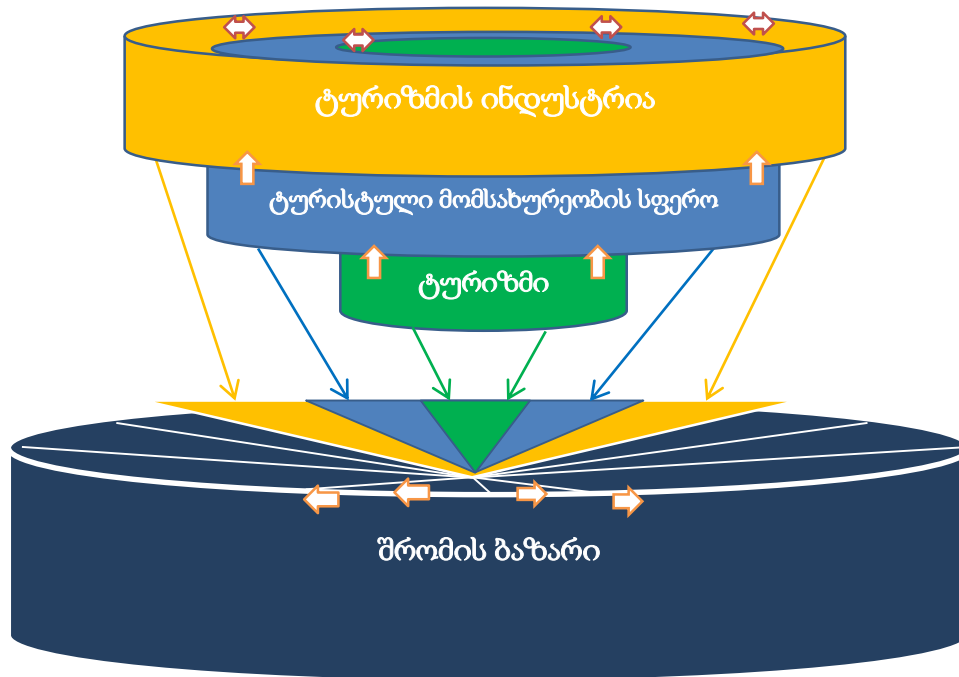
ბევრ ქვეყანაში ტურიზმის ინდუსტრია, მთლიანი შიდა პროდუქტის უმეტეს ნაწილს აწარმოებს. ასე, ესპანეთი ტურიზმის ინდუსტრიის წილი მთლიანი შიდა პროდუქტში 16%-ს შეადგენს; იტალიაში – 10,3%; მაროკოში – 17,3%; საფრანგეთი – 9,3%; თურქეთში – 12,6%; დიდ ბრიტანეთში – 11,3% და სხვა [68]. შესაბამისად დასაქმების მნიშვნელოვანი წილიც ტურიზმზე და მისი განვითარებით გამოწვეული ტურიზმის ინდუსტრიაზე მოდის. ტურიზმის ერთერთი მნიშვნელოვანი მახასიათებელი სწორედ ის გახლავთ, რომ ის დადებით ზემოქმედებას ახდენს შრომის ბაზრის განვითარებაზე და, უწინარეს ყოვლისა, მოსახლეობის დასაქმების ზრდაზე, ვინაიდან ტურიზმის ფუნქციონირება მოითხოვს დიდი რაოდენობით ადამიანურ შრომას, შესაბამისად ქვეყნები, რომელთა ეკონომიკაში ტურიზმის ხვედრითი წილი საგრძნობლად დიდია, დასამებულთა რაოდენობაც პირდაპირპროპორციულად შეესაბამება მას. მაგალითისათვის შეიძლება მოვიყვანოთ ევროპა, სადაც 2015 წლისათვის ტურიზმის ინდუსტრიაში დასაქმებულთა რაოდენობა 14 229 000 ადამიანი იყო, რაც მთლიანად, დასაქმებულთა 3,6%-ს შეადგენდა. 2016 წლის პირველი კვარტლის მონაცემების თანახმად ევროპაში ვიზიტორთა რაოდენობამ წინა წლის მონაცემებთან შედარებით 3,4%-ით იმატა, რასაც მოჰყვა დასაქმებულთა რაოდენობის 1,8 % -ით ზრდა და 2016 წელს ტურიზმის ინდუსტრიაში დასაქმებულთა რაოდენობამ 14 492 000 ადამიანი შეადგინა [73]. მარტივი ლოგიკით შეგვიძლია ვიმსჯელოთ, ტურიზმის ინდუსტრიის როლზე დასაქმების ზრდის მიმართულებით.

ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარების საფუძველს თავად ტურიზმი წარმოადგენს. ამასთან, ტურიზმის გავლენა ტურიზმის ინდუსტრიაზე არის გამჟღავნებული ტურიზმის მომსახურეობის სფეროდ, რომელიც მატერიალური წარმოების სფეროებთან კავშირში ქმნის ტურისტულ ინდუსტრიას. ტურიზმის ინდუსტრია, როგორც ტურიზმის მომსახურებასთან დაკავშირებული მატერიალური და არამატერიალური წარმოების სფეროების ერთობლიობა, გავლენას ახდენს შრომის ბაზრის გარკვეულ სეგმენტებზე და იწვევს მოცემულ სეგმენტებში დასაქმების

ზრდას, რაც სქემატურად შეიძლება გამოსახული იქნას შემდეგი სახით (იხ.სქემა 1.3.6.).

ტურიზმის ინდუსტრიის გავლენა შრომის ბაზარზე

სქემა 1.3.6.



წყარო: შედგენილია ავტორის მიერ

სწორედ ტურიზმის ინდუსტრიის ზემოქმედება შრომის ბაზრის განსაზღვრულ სეგმენტში დასაქმების პერსპექტივებზე წარმოადგენს ჩვენი კვლევის მიზანს და ამიტომ ამ კუთხით გავნახორციელებთ ტურიზმის ინდუსტრიის შრომის ბაზარზე და, უწინარეს ყოვლისა, დასაქმების სფეროზე, ზეგავლენის შესწავლას.

თუ კი სახელმწიფო, რომლის ეკონომიკური პოლიტიკა მიმართულია ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარებაზე და ხელს უწყობს ტურისტების მოზიდვას, აუცილებლად მიიღებს შედეგს - უფრო მეტი - ტურისტული ვიზიტების სახით [41]. ეს უკანასკნელი კი ნიშნავს, ქვეყანაში უცხოური ვალუტის შემოსვლას, რაც თავის მხრივ თავიდან ააცილებს ეროვნულ ეკონომიკას ვალუტასთან დაკავშირებულ კრიზისებს. ასევე ტურისტების მეტი რაოდენობა ნიშნავს განთავსებისა და კვების სექტორების მეტად დატვირთვას და ადგილობრივი წარმოების პროდუქტის მეტი რაოდენობით რეალიზაციას. ყოველივე აღნიშნული ერთად კი მოითხოვს მომსახურეობის სფეროში დასაქმებულთა რაოდენობის, ტურისტების რაოდენობის ზრდის შესაბამისად მომატებას. მაშასადამე შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ ტურისტული ნაკადების ზრდას აუცილებლად სდევს დასაქმების მაჩვენებლების ზრდა [45].

ტურიზმის ინდუსტრია განვითარების ტემპებით კვალდაკვალ მიჰყვება ეკონომიკის ისეთ დარგებს, როგორებიცაა ნავთობწარმოება და მანქანათმშენებლობა. გლობალიზაციის პროცესების გააქტიურების პარალელურად, ტურიზმის ინდუსტრია უფრო და უფრო პოპულარული გახდა და საერთაშორისო სახე მიიღო.

ზოგიერთი ქვეყნისათვის ტურიზმი ეს არის ერთ-ერთი ძირითადი საშუალება იმისა, რომ ქვეყანაში შემოვიდეს უცხოური ვალუტა. ასევე ტურიზმი გახლავთ მასტიმულირებელი ფაქტორი საგადამხდელო ბალანსის ზრდისათვის და წარმოადგენს მძლავრ ინსტრუმენტს ეკონომიკის სხვადასხვა სექტორის სტიმულირებისა და დივერსიფიკაციისათვის.

ტურიზმის ინდუსტრია თითქმის ყველა ასპექტში ზემოქმედებს ეროვნულ ეკონომიკაზე. ეკონომიკურ ურთიერთობებში ტურიზმის ინდუსტრია განიხილება, როგორც:

➤ *როგორც საზოგადოებრივი ურთიერთობების განსაზღვრული კომპლექსი, წარმოების, გაცვლის და განაწილების სფეროში;*

➤ როგორც ეროვნული ეკონომიკის ნაწილი, რომელიც აერთიანებს სხვადასხვა სექტორებს;

➤ როგორც ეკონომიკური მეცნიერება, რომელიც სწავლობს ტურიზმს როგორც წარმოების სფეროს (ტურიზმის ეკონომიკა).

როგორც ვნახეთ, ტურისტული საქმიანობა გულისხმობს სხვადასხვა წარმოების სფეროების კოორდინირებული თანამონაწილეობით მუშაობას. თანამედროვე ტურიზმს გააჩნია ინდუსტრიული ფორმა, ქმნის ახალ სამუშაო ადგილებს და წარმოადგენს მექანიზმს, რომელიც ახორციელებს ეროვნული შემოსავლების გადანაწილებას იმ ქვეყნების სასარგებლოდ, რომლებიც ავითარებენ ტურიზმს.

გამომდინარე იქედან, რომ ტურიზმის ინდუსტრიის სტრუქტურული შემადგენლობა საკმაოდ მრავალმხრივი და მრავლის მომცველია შეგვიძლია დავასკვნათ რომ ტურიზმის ინდუსტრიას აქვს უნიკალური შესაძლებლობა მოიცავდეს ეკონომიკის მრავალ სექტორს. ტურისტული პროდუქტის წარმოება გულისხმობს მომსახურეობის ფართო სპექტრის მონაწილეობას კონკრეტული ტურისტული მოთხოვნის დაკმაყოფილების მიზნით. ამიტომ ტურიზმის ინდუსტრიის წარმოების პროცესი მოგვაგონებს მექანიკური საათის მექანიზმს, რომლის ფუნქციონირების მთავარი პრინციპი ურთიერთგანპირობებულობა და თავსებადობაა. ეკონომიკის სხვადასხვა სექტორები ერთიანდებიან ტურისტული მომსახურეობის სრულყოფისა და ფორმირების მიზნით, ხოლო თავის მხრივ ტურიზმის ინდუსტრია განაპირობებს ამ სექტორთა ინტენსიურ მუშაობასა და განვითარების პერსპექტივას. მოცემული ჯაჭვი გვადლევს წარმოების პროცესის ინტენსიფიკაციას, რაც იწვევს დასაქმებისა და შემოსავლების რაოდენობის ზრდას, უცხოური ვალუტის მოზიდვას, როგორც ინვესტიციების, ასევე ტურისტების მიერ ინდივიდუალურად განხორციელებული დანახარჯების სახით, რაც, საბოლოოდ, მიმართულია მთლიანად ქვეყნის ეკონომიკის განვითარებისა და ცხოვრების დონის ამაღლებისაკენ.

ტურიზმის ინდუსტრია გვევლინება, როგორც ბუნებისა და კულტურული მემკვიდრეობის დამცველი, ვინაიდან ეს უკანასკნელი ფუნდამენტურად

წარმოადგენს ტურიზმის, როგორც დარგის განვითარების საფუძველს. ტურიზმი აერთიანებს წარმოების თითქმის ყველა სფეროს და მათი დიფერენციაციით ქმნის სასურველ მომსახურეობას, რომელზეც მოთხოვნა დღითი დღე იზრდება.

ყოველივე ზემო აღნიშნულიდან გამომდინარე ტურიზმს აქვს მნიშვნელოვანი ზეგავლენა ქვეყნის ეკონომიკაზე და იგი წარმოადგენს ეროვნული ეკონომიკის მძლავრ ინსტრუმენტს. თანამედროვე პერიოდში ტურიზმის ინდუსტრია განიხილება, როგორც მოსახლეობის სოციალურ-ეკონომიკური ცხოვრების დონის, განმსაზღვრელი უმნიშვნელოვანესი ფაქტორი. ცხოვრების დონეში კი იგულისხმება ადამიანთა ძირითადი მოთხოვნილებების (განათლება, ჯანმრთელობისდაცვა, დასვენება, დასაქმება, კულტურული განვითარება, ოჯახური კეთილდღეობა, ჯანმრთელი გარემო) დაკმაყოფილების რეალური უზრუნველყოფა.

თავი 2. დასაქმების თავისებურებანი ტურისტული მომსახურების სფეროში

2.1. დასაქმებისა და შრომის თავისებურებანი ტურისტული მომსახურების სფეროში

დასაქმება წარმოადგენს ეკონომიკური მეცნიერებისა და პრაქტიკის ერთ-ერთ ყველაზე მნიშვნელოვან და ხშირად დისკუსირებად საკითხს. დასაქმება დიდ როლს ასრულებს საზოგადოების სტაბილური სოციალური და ეკონომიკური გარემოს ჩამოყალიბებაში და მოსახლეობის ცხოვრების დონის ფორმირებაში [3, გვ. 33-36]. დასაქმება - ეს არის რთული სოციალურ-ეკონომიკური პრობლემა, რომლის სირთულე განპირობებულია, უპირველეს ყოვლისა, ამ პრობლემის განმსაზღვრელი ფაქტორების მრავალვარიანტულობით” [1].

ქვეყნის ეკონომიკური განვითარებისა და არსებული სოციალური პრობლემების გადაწყვეტისათვის უაღრესად დიდი მნიშვნელობა აქვს შრომის ბაზრის ეფექტიანი ფუნქციონირებისა და მოსახლეობის დასაქმების ხელშეწყობას.

დასაქმება არის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი სოციალური ხასიათის მაკროეკონომიკური კატეგორია და მოვლენა, რომელიც გამოხატავს ადამიანთა მოთხოვნილებას არა მარტო შემოსავლებზე, არამედ საზოგადოებრივად სასარგებლო საქმიანობაზე. დასაქმება, როგორც სოციალურ-ეკონომიკური მოვლენა, არის მოსახლეობის სასარგებლო საქმიანობა, რომელიც დაკავშირებულია პირადი და საზოგადოებრივი მოთხოვნილებების დაკმაყოფილებასთან და რომელსაც, როგორც წესი, მოყვება შრომითი შემოსავლის მიღება.

საზოგადოებაში სოციალურ-შრომითი ურთიერთობების ფორმირების პროცესი მიმდინარეობს მრავალი ფაქტორის ზეგავლენით. სოციალურ-შრომითი ურთიერთობების ფორმირების თავისებურება განისაზღვრება საზოგადოებაში არსებულ ისტორიულ, ეკონომიკურ, პოლიტიკურ და სოციო-კულტურულ

პირობებით და მათზე დიდ გავლენას ახდენენ მრავალი ფაქტორები, როგორცაა ქვეყანაში განხორციელებული სოციალურ-ეკონომიკური პოლიტიკის თავისებურებანი, ეკონომიკის გლობალიზაცია, საზოგადოებრივი შრომისა და წარმოების განვითარება და სხვ.

დასაქმება ხშირად დაიყვანება სამუშაო ძალაზე მოთხოვნა-მიწოდების თანაფარდობამდე და, ამასთან ერთად, ითვლება, რომ უმუშევრობის პრობლემის გადაჭრას ავტომატურად მოჰყვება დასაქმების საკითხის მოგვარება [1]. მაგრამ ამგვარი დასაქმებისა და უმუშევრობის პრობლემის მოგვარება არ არის ასე მარტივი. შრომაზე მოთხოვნა-მიწოდების დისბალანსის პირობებში არსებობს როგორც უმუშევრები, ვინც ვერ პოულობენ დასაქმების შესალებლობას, ასევე ვაკანტური სამუშაო ადგილები, რომელთა შევსება გართულებულია საჭირო კვალიფიკაციისა და უნარ-ჩვევის მქონე სპეციალისტების არ არსებობის გამო. ამასთან დაკავშირებით აუცილებელია უფრო სიღრმისეულად იქნას შესწავლილი შრომაზე მიმდინარე (ანუ არსებული) და პოტენციური მოთხოვნა, როს საფუძველზე შესაძლებელი გახდება შრომაზე მოთხოვნა-მიწოდების შესაბამისობაში მოყვანა.

ასეთ ანალიზს განვახორციელებთ ტურისტულ ინდუსტრიაში დასაქმებისა და შრომის თავისებურებათა ანალიზის საფუძველზე.

ტურიზმის ინდუსტრიის გავლენა დასაქმების სფეროზე და ზოგადად შრომის ბაზარზე შეიძლება შესწავლილ იქნას ორი მიდგომის საფუძველზე: რაოდენობრივი მიდგომის და ხარისხობრივი მიდგომის იხედვით.

შრომის ბაზარზე და, უწინარეს ყოვლისა, დასაქმების სფეროზე ტურიზმის ინდუსტრიის გავლენის შეფასება *რაოდენობრივი მიდგომის* მიხედვით ეფუძნება ტურიზმის ინდუსტრიაში დასაქმების სფეროს დაყოფას *პირდაპირ (პირველად) დასაქმების სეგმენტებად და ირიბ (მეორად) დასაქმების სეგმენტებად*.

პირდაპირი დასაქმება უშუალოდ არის დაკავშირებული ტურიზმის მომსახურების სფეროსთან, ტურისტების მიღება-ნასპინძლობასთან, დასვენებასთან და მგზავრობასთან. პირდაპირი დასაქმება ტურიზმის ინდუსტრიის სფეროში მოიცავს დასაქმებას სასტუმროებში, ტურსააგენტოებში, ტუროპერატორულ საქმიანობას, დასაქმებას საზოგადოებრივ ტურისტულ ორგანიზაციებსა და საკურორტო მეურნეობებში.

ირიბი დასაქმება ახასიათებს ეკონომიკის ისეთ სექტორებს, რომლებიც უშუალოდ არ არიან დაკავშირებული ტურიზმთან, მაგრამ წარმოიშვებიან ტურისტული მომსახურების სფეროში შექმნილი მოთხოვნებით. ტურიზმის ინდუსტრიის ირიბი დასაქმების სეგმენტი მოიცავს ისეთ დარგებს, როგორცაა ვაჭრობა, მშენებლობა, სოფლის მეურნეობა და სხვა.

ტურიზმის ინდუსტრიაში დასაქმების ირიბ (მეორად) სექტორში დასაქმებულთა რაოდენობა აღემატება დასაქმებას პირდაპირ (პირველად) სექტორში. გარდა ამისა ტურიზმის ინდუსტრიის დასაქმებაზე გავლენის ირიბი ეფექტი გამოიხატება ტურისტულ მომსახურებაში ჩართული ეკონომიკის სხვადასხვა სექტორების ურთიერთდაკავშირებული მუშაობით და ტურისტების მიერ ინდივიდუალურად წარმოქმნილი მოთხოვნილებების, დაკმაყოფილების საფუძველზე განვითარებული, ერთი შეხედვით არატურისტული ხასიათის საწარმოების არსებობით.

ტურიზმის ინდუსტრიაში *პირდაპირ დასაქმებულთა* სპეციალური განათლების დონეები დამოკიდებულია დასაკავებელი თანამდებობის სახეზე და არჩეულ პროფესიაზე. მათი ზოგადი ჩამონათვალი შეიძლება შემდეგნაირად გამოვსახოთ:

ტუროპერატორი - ტუროპერატორული საქმიანობა ტურიზმის ინდუსტრიაში ერთ-ერთი გადამწყვეტია, გამომდინარე იქედან, რომ ტურისტული პროდუქტის წარმოება რეალიზაციაზეა პასუხისმგებელი. ტუროპერატორი ტურიზმის ინდუსტრიაში განიხილება, როგორც ფიზიკური პირი ან იურიდიული ფირმა, რომელიც ახდენს

ტურისტული პროდუქტის ფორმირებას, აწესებს მასზე ფასს, უკეთებს რეკლამასა და პრომოუტინგს და ყიდის, როგორც საცალოდ ისე ბითუმად ტურაგენტზე.

ტურაგენტი - ფიზიკური პირი ან იურიდიული ფირმა, რომელიც ყიდის ტუროპერატორის მიერ წარმოებულ ტურისტულ პროდუქტს. ტურისტულ ინდუსტრიაში ტურაგენტის საქმიანობას უდიდესი მნიშვნელობა ენიჭება, ვინაიდან მისი მეშვეობით ხორციელდება ტურისტული პროდუქციის რეალიზაცია;

გიდ-თარჯიმანი - ტურისტული პროდუქტის ერთ-ერთ თავისებურება მდგომარეობს მისი ნაწილობრივად მიწოდებაში, რადგან იგი წარმოადგენს წინასწარ დაგეგმილ მარშრუტზე, დროის განსაზღვრული მომენტისათვის მომსახურეობის ერთობლიობას. შესაბამისად პროდუქტის მიწოდება ხორციელდება ეტაპობრივად, დროის გარკვეულ მონაკვეთში მომსახურეობის გაწევის პარალელურად. გიდ-თარჯიმანების უშუალო ფუნქციას ტურისტული ჯგუფების გაძღოლა წარმოადგენს, რაც უდიდეს პროფესიონალიზმსა და პასხისმგებლობას მოითხოვს.

ექსკურსიამძღოლი - ექსკურსია ტურისტული პროდუქტის შემადგენელ ნაწილად განიხილება და იგი გულისხმობს შემეცნებით პროცესს. ასეთი აქტივობა შეუძლებელია ექსკურსიამძღოლების მონაწილეობის გარეშე, ვინაიდან ისინი წარმოადგენენ ერთ-ერთ ყველაზე ერუდირებულ ნაწილს ტურიზმის სფეროში და პასუხს აგებენ დადებითი შთაბეჭდილების ფორმირებაზე ტურისტებში.

განთავსების საშუალებების მმართველი - განთავსების ინდუსტრია ტურიზმის ინდუსტრიის უცილობელი შემადგენელი ნაწილია, ამიტომ ძალიან დიდი მნიშვნელობა აქვს განთავსების ობიექტების სწორ მართვას მათი კლასისა და დონის მიუხედავად.

განთავსების საშუალებების მომსახურე პერსონალი - განთავსების საშუალებებში მმართველობითი რგოლის გარდა მრავალი პროფესიული ჯგუფი მონაწილეობს, რომელთაგან შესაძლებელია გამოვყოთ ძირითადი: ა) კონსიერჟი; ბ)

ადმინისტრატორი; გ) დამლაგებელი; დ) შვეიცარი; ე) მზარეული; ვ) მრეცხავი და სხვა.

კვების ობიექტის მმართველი - კვების ინდუსტრია ტურიზმის ინდუსტრიის ორგანულ ნაწილად განიხილება, ამიტომ მნიშვნელოვანია მოცემულ სფეროში პროფესიონალი მმართველობითი რგოლის ჩართულობა.

კვების ობიექტის მომსახურე პერსონალი - კვების ობიექტზე მომსახურე პერსონალის დიფერენციაცია შესაძლებელია შემდგენაირად: ა) ადმინისტრატორი; ბ) მზარეული; გ) მიმტანი; დ) სერვისის მენეჯერი; ე) მრეცხავი; ვ) სომელიე; ზ) დამლაგებელი და სხვა.

სატრანსპორტო საშუალების მძღოლი - მომსახურე პერსონალის ეს კატეგორია უშუალოდ მონაწილეობს ტურისტული პოდუქტის რეალიზაციის პროცესში.

ანიმატორი - სპეციალური, გასართობი ან სადღესასწაულო ღონისძიების წამყვანი, რომლის მთავარი მიზანია მომხმარებლებისათვის მაქსიმალურად ხარისხიანი მომსახურეობის გაწევა.

MICE მენეჯერი - საქმიანი შეხვედრების და კონფერენციების ორგანიზატორი. მისი ფუნქცია გულისხმობს კონფერენციებისა და საქმიანი შეხვედრების დაგეგმვას და შესაბამისი ინფრასტრუქტურით უზრუნველყოფის ორგანიზებას.

საკურორტო ობიექტების მმართველი - საკურორტო ადგილების მმართველი, რომლის მმართველობით გადაწყვეტილებაზეა დამოკიდებული კურორტის განვითარება. საკურორტო ობიექტების მმართველები ქვეყნის კანონმდებლობიდან და კურორტის დატვირთვის ნორმებიდან გამომდინარე ქმნიან განვითარების გეგმებსა და სტრატეგიებს.

სამთო ინსტრუქტორი - მისი მოვალეობაა სამთო-სათხილამურო ტურების დროს ჯგუფების მომზადება, შესაბამისი აღჭურვა და მათი გაძღოლა.

სპორტის ინსტრუქტორი - მისი მოვალეობაა სპორტული ტურისტული აქტივობის დროს ინსტრუქტაჟის გაწევა და ტურისტების მიერ აქტივობაში ჩართვის კონტროლი, სპორტული სახეობის შესაბამისად.

ტურისტული და გასართობი ობიექტების მმართველები - იგულისხმება თანამდებობა, რომლის მმართველობით გადაწყვეტილებაზეა დამოკიდებული ობიექტის სრულყოფილი ფუნქციონირება და ტურისტთა მოთხოვნილებების დაკმაყოფილება.

ტურიზმის ინდუსტრიაში უშუალოდ დასაქმებულთა პროფესიების სრულყოფილად გამოსახვა გარკვეულ სირთულეებთან არის დაკავშირებული, ვინაიდან პროფესიების სახესხვაობა ზოგჯერ ტურისტული მომსახურების სახეობისა და სპეციფიკიდან გამომდინარეობს. თუმცა მოცემული ჩამონათვალი ტურიზმის დარგის ძირითადი პროფესიებისა და თანამდებობების შესახებ ზოგადი წარმოდგენას ქმნის.

ტურიზმის ინდუსტრიაში ირიბად (არაპირდაპირ) დასაქმებულთა პროფესიების ჩამონათვალი მრავალფეროვანია და მოიცავს ეკონომიკის მრავალ სფეროს:

სატრანსპორტო ორგანიზაციების მმართველები - იგულისხმება, როგორც საზღვაო, სახმელეთო, სარკინიგზო ასევე საჰაერო სატრანსპორტო ორგანიზაციების მმართველები, რომელთა მმართველობით გადაწყვეტილებას უკავშირდება ტურისტული სტანდარტის დანერგვა და ტრანსპორტის, ტურიზმის ინდუსტრიაში აქტიური მონაწილეობის უზრუნველყოფა.

სამოქალაქო გადაზიდვებისა და მგზავრთა მომსახურების აგენტი - უზრუნველყოფს მგზავრთა გადაყვანის ორგანიზებას ტრანსპორტის სახეობების შესაბამისად.

სატრანსპორტო საშუალებებისათვის ბილეთების შეკვეთების მიმღები აგენტი - იგულისხმება ჯავშნების განხორციელება სხვადასხვა ტიპის ტრანსპორტის ბილეთებზე.

ეკონომისტი - მონაწილეობს ტურიზმის ინდუსტრიაში სხვადასხვა ეკონომიკური პოლიტიკის ფორმირების პროცესში. ასევე უზრუნველყოფს კონკრეტული ტურისტული დაწესებულების ეკონომიკურ წინსვლას.

ფინანსისტი - დაწესებულების საბუღალტრო-ფინანსური სამსახურის წარმომადგენელი.

მარკეტინგისა და პროდუქციის გასაღების განყოფილების უფროსი - პროდუქციის რეკლამირებასა და რეალიზაციაზე პასუხისმგებელი.

რეკლამის აგენტი - რეკლამის გამავრცელებელი, რომლის ძირითადი ფუნქციაა პროდუქციის შესახებ – მისი დადებითი მახასიათებლებზე აქცენტირების საფუძველზე – მომხმარებელთა მაქსიმალურად ინფორმირება.

სადაზღვევო დაწესებულების უფროსი - სადაზღვევო დაწესებულებები აქტიურად მონაწილეობენ ტურიზმის ინდუსტრიაში გამომდინარე იქედან, რომ სამოგზაურო დაზღვევას უდიდესი მნიშვნელობა აქვს ტურისტული მოგზაურობის დროს.

დაზღვევის აგენტი - დაზღვევის გამავრცელებელი და რეალიზატორი.

საბანკო-საფინანსო დაწესებულების უფროსი - ბანკებისა და მიკროსაფინანსო ორგანიზაციების ხელმძღვანელები.

საბანკო-საფინანსო დაწესებულების მომსახურეობის განყოფილების ხელმძღვანელი - მომხმარებლებთან ურთიერთობის პოლიტიკის განმსაზღვრელი.

საბანკო-საფინანსო დაწესებულების ოპერატორი - უშუალოდ მომხმარებლებთან ურთიერთობის სამსახური, რომლის მიზანია შესაბამისი სერვისით მომხმარებელთა უზრუნველყოფა.

სავაჭრო დაწესებულების ხელმძღვანელი - სავაჭრო მოღვაწის, მარკეტების და სხვა მსგავსი დაწესებულებების მმართველები.

კონსულტანტი - სავაჭრო დაწესებულებებში მომხმარებელთა მომსახურების სამსახური, რომლის მიზანია პროდუქციისა და სერვისების შესახებ მომხმარებელთა ინფორმირება.

მეტროლოგი - უზრუნველყოფს მომსახურების მიწოდების კონტროლს სასტუმროში ან რესტორანში.

არქიტექტორი - არქიტექტურული პროექტების ავტორი. მათ შორის ტურისტული ხასიათის ინფრასტრუქტურის, რომელიც ტურისტული პროდუქტის რეალიზაციის პროცესში მნიშვნელოვან ფუნქციას იძენს, როგორც დადებითი შთაბეჭდილებების შექმნის წინაპირობა.

ინფრასტრუქტურის დაგეგმარებისა და კეთილმოწყობის სამსახურის უფროსი - ინფრასტრუქტურული პროექტების დაგეგმვასა და განხორციელებაზე პასუხისმგებელი პირი.

როგორც ავლნიშნეთ ტურიზმის ინდუსტრიაში ირიბად (არაპირდაპირ) დასაქმებულთა რაოდენობა აღემატება პირდაპირ დასაქმებულთა რიცხვს. შესაბამისად ტურიზმის ინდუსტრიის დასაქმებაზე პირდაპირი გავლენა ნაკლებია ტურიზმის ინდუსტრიის დასაქმებაზე ირიბი გავლენის მაჩვენებელზე. აღნიშნული მოვლენა აისახება ეროვნულ ანგარიშებში, ამიტომ 2016 წელს ტურიზმის ინდუსტრიის პირდაპირი ხვედრითი წილი მთლიან დასაქმებაში იყო 6,0% ხოლო ირიბი გავლენა დასაქმებაზე 20,6% -ს შეადგენდა [63].

ტურიზმის ინდუსტრიაში დასაქმების *ხარისხობრივი მიდგომა* ეფუძნება რიგ თავისებურებებს. მათგან შესაძლებელია გამოვყოთ მთავარი მომენტები:

- ტურიზმის სახეობების მრავალფეროვნება, რაც დიფერენცირებული სამუშაო ძალის დასაქმების საშუალებას იძლევა, როგორც შრომის პირველად, ასევე მეორად ბაზრებზე;
- ტურიზმის მიმართულებების ავტომატიზაციის შეუძლებლობა;
- ცვალებადი მოთხოვნა სამუშაო ძალაზე;
- დროებითი და არასრული განაკვეთის სამუშაო გრაფიკები;
- დაბალკვალიფიციური კადრის მოზიდვის შესაძლებლობა და ახალგაზრდების მაღალი ჩართულობა;
- პარალელური მუშაობის (შეთავსებით დასაქმების) შესაძლებლობა;
- მდედრობითი სქესის სამუშაო ძალაზე მზარდი მოთხოვნა;
- არალეგალური დასაქმების შესაძლებლობა;
- შრომის მანევრულობა.

ტურიზმის სახეობების მრავალფეროვნება დიფერენცირებული სამუშაო ძალის დასაქმების საშუალებას იძლევა, როგორც უშუალოდ ტურისტულ საქმიანობაში, ასევე პერიფერიულ დონეზე. გერმანული ტურისტული კავშირის ცნობით (Deutscher Reiseverband) ადამიანები, რომლებიც ძირითად პროფესიად ირჩევენ ტურიზმს, მხოლოდ 57% რჩება აღნიშნულ სექტორში ბოლომდე, დასაქმებულთა 17% ტურიზმის ინდუსტრიაში გადმოდის ეკონომიკის სხვა სექტორებიდან, ხოლო თითქმის ამდენივე, ანუ 16%, გაედინება ტურიზმის ინდუსტრიიდან ეკონომიკის სხვა სექტორებში. დაახლოებით 10%-ს შეადგენს ტურიზმის ინდუსტრიაში დროებით დასაქმებულთა რაოდენობა. სამუშაო ძალის ლავირება ეკონომიკის სხვა სექტორებიდან ტურიზმის ინდუსტრიაში და პირიქით ქმნის საფუძველს დიფერენცირებული სამუშაო ძალის დასაქმებისთვის. ტურიზმის ინდუსტრიის მულტიპლიკატორის ფუნქცია ზრდის დასაქმების შესაძლებლობებს პერიფერიულ დონეზე. დასაქმებულთა რაოდენობის მხრივ გამოირჩევა ევროპა, სადაც მოცემულ ინდუსტრიაში პირდაპირ არის ჩართული მთლიანი მოსახლეობის დაახლოებით 4%,

რაც შეადგენს 14 მილიონამდე ადამიანს, მათგან უმეტესი წილი, ანუ 68%, დასაქმებულია მხოლოდ სასტუმრო ინდუსტრიაში [41; 42].

ტურიზმის ინდუსტრიაში დასაქმების სპეციფიკა ძირითადად დაკავშირებულია დარგის სეზონურობასთან.

სამუშაოს სეზონურობა წარმოადგენს სამუშაო დროის არათანაბარი გადანაწილების წინაპირობას ქმნის. დასაქმების რაოდენობასა და ტურისტულ სეზონს შორის კავშირი პირდაპირია, იმდენად, რამდენადაც ტურისტულ სეზონზე (სეზონურობა ტურიზმში შეიძლება განისაზღვროს, როგორც პერიოდი, როცა ტურისტები ყველაზე მეტად იყენებენ ამა თუ იმ ტურისტულ რესურსს და, შესაბამისად, ძლიერდება ტურისტული ნაკადების კონცენტრაცია მოცემულ საკურორტო-ტურისტულ ადგილებში. სეზონურობა გულისხმობს წელიწადის სხვადასხვა დროს კონკრეტული ტურისტული რესურსის გამოყენებას, მაგალითად ზაფხული-ზღვა; ზამთარი-სამთო-სათხილამურო კურორტები) მოთხოვნა სამუშაო ძალაზე იზრდება, ხოლო არასეზონურ პერიოდში სამუშაოს სეზონური ხასიათიდან გამომდინარე იზრდება ნახევარ განაკვეთზე დასაქმების ხვედრითი წილი ან ზოგ შემთხვევაში იზრდება სამსახურის გარეშე დარჩენის რისკი.

ტურიზმის მიმართულებების ავტომატიზაციის შეუძლებლობა. ტურისტული საქმიანობის სპეციფიკის ერთ-ერთი განმსაზღვრელი ტურისტული პროდუქტის მრავალფეროვნებაა. ის დამოკიდებულია მრავალ ფაქტორზე, მათ შორის უმთავრესია ტურისტული რესურსის მრავალფეროვნება და ტუროპერატორების მიერ შემოქმედებითი მიდგომა ტურისტული პროდუქტის წარმოების დროს, რაც თავის მხრივ ინტერპრეტაციის საშუალებას იძლევა და ართულებს ტურიზმის მიმართულებების ავტომატიზაციის შესაძლებლობას.

ცვალებადი მოთხოვნა სამუშაო ძალაზე. ტურიზმის ინდუსტრიის მნიშვნელოვანი მახასიათებელი არის სამუშაოს სეზონურობა, რაც სამუშაო დროის არათანაბარი გადანაწილების წინაპირობას ქმნის. სამუშაოს სეზონური ხასიათიდან გამომდინარე იზრდება ნახევარ განაკვეთზე დასაქმების ხვედრითი წილი. სამუშაოს შესრულების პერმანენტულობა და არასტაბილური დასაქმების ხარისხი არის მნიშვნელოვანი

დისკომფორტი არა მხოლოდ დროებით დასაქმებულთათვის არამედ თავად ტურიზმის ინდუსტრიის მონაწილე მწარმოებელი სუბიექტებისათვის. პირველ შემთხვევაში საქმე გვაქვს არასტაბილურ დასაქმებასთან, რაც შესაბამისად უარყოფითად აისახება დასაქმებულის, როგორც მორალურ ისე მატერიალურ მხარეზე, ხოლო მეორე შემთხვევაში, ტურიზმის სექტორისათვის, ვინაიდან ეს უკანასკნელი ვალდებულია ახალი სეზონისათვის კვლავ აწარმოოს კადრების შერჩევა და, ის ვინც წინა სეზონზე კვალიფიციურად მიიჩნია, ანდო სამუშაოს შესრულება, ახალ სეზონზე შეიძლება გამოთავისუფლებული აღარ იყოს და, ამის გამო მომსახურების ხარისხიანად მიწოდების თვალსაზრისით რისკები იზრდება. თუმცა ბოლო პერიოდში ამ მიმართულებით შეინიშნება მუშაობის გააქტიურება. ტურისტული ფირმები ახორციელებენ თანამშრომელთა სეგმენტაციას „ძირითადი“ და „პერიფერიული“ თანამშრომლების სახით და ცდილობენ მათ შენარჩუნებას არასეზონურ პერიოდში სხვადასხვა შეთავაზებების და მოლაპარაკებების გზით. ასეთებია მაგალითად ხელფასის შემცირება არატურისტულ სეზონზე ან ნახევარ განაკვეთზე სამუშაო შტატში მათი დატოვება და პარალელური დასაქმების შესაძლებლობის მიცემა.

დროებითი და არასრული განაკვეთის სამუშაო გრაფიკები. ტურისტული საქმიანობის სეზონურობიდან გამომდინარე ტურიზმის ინდუსტრიაში იზრდება დროებითი დასაქმების რისკი. ტურისტული სეზონის გააქტიურების პერიოდში იზრდება მოთხოვნა სამუშაო ძალაზე, ხოლო სეზონის გასვლის პარალელურად ხდება სამუშაო ძალის გადინება მოცემული სექტორიდან ვინაიდან იკლებს მასზე მოთხოვნა [75, გვ. 26].

დაბალკვალიფიციურ დასაქმებულთა დიდი რაოდენობა. ტურიზმში პროფესიული კადრების საკმაოდ დიდი რაოდენობა დაბალკვალიფიციური ან დროებითი მუშაკებია. ამ მიზეზით შრომის ნაყოფიერება ტურიზმის სექტორში, საკმაოდ დაბალია. ტურიზმის სექტორში განათლების ამაღლების ხელშემწყობელი ფაქტორებია:

- მსოფლიოს უმეტეს ქვეყნებში ტურისტული საქმიანობის ზრდა და ეკონომიკის სხვა სფეროებიდან კადრების სტიქიური გადმოდინება ტურიზმში;
- საშუალო მცირე და საოჯახო საწარმოების დიდი რაოდენობა;
- ტურისტული საქმიანობის სეზონურობა. მომსახურების სახესხვაობები და სხვ.

ევროპული ქვეყნების (ინგლისი, ესპანეთი, იტალია, ჰოლანდია) ცნობილ სასწავლებელთაგან, რომლებიც ტურიზმის დარგის სპეციალისტებს ამზადებენ, უმეტესი წილი ორიენტირებულია საშუალო პროფესიულ სკოლებზე, ლიცეუმებსა და კოლეჯებზე. მაგალითად, ესპანურ სკოლაში «ჩენტრო შუპერიორ დე ოსტელერია დე გალიცია», სადაც უმთავრესი აქცენტი სასტუმროებსა და რესტორნებში მუშაობის პრაქტიკული გამოცდილების შეძენაზეა დამყარებული, სასწავლო პროცესის საშუალო ხანგრძლივობა 10-12 თვეს შეადგენს, სპეციალური ტურისტული განათლების მიღება საკვალიფიკაციო სერთიფიკატით საჭიროებს დამატებით განათლების მიღებას 4-დან 8 თვემდე. საერთო ეკონომიკურ განათლებაში შედის ისეთი დისციპლინები, როგორებიცაა: უცხო ენები, ბიზნესი, საბუღალტრო აღრიცხვა, იურისპრუდენცია, სოციალურ-ფსიქოლოგიური განათლება, მენეჯმენტის სპეციფიური ტექნოლოგიები და სხვა – მომზადების სამი საფეხურით.

პარალელური მუშაობის შესაძლებლობა. შეთავსებადი დასაქმება. ტურიზმის ინდუსტრიაში დასაქმების ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი მახასიათებელია სამუშაო დროის არასტაბილური გადანაწილება, რაც სამუსაო ძალის არასრული სამუსაო დღით დატვირთვის წინაპირობას ქმნის. არასრული სამუშაო განაკვეთი აისახება შემოსავლებზე ამიტომ, დასაქმებული იწყებს სხვა სამსახურის ძიებას შეთავსებადი გრაფიკით [75, გვ. 26].

მდედრობითი სქესის სამუშაო ძალაზე მზარდი მოთხოვნა. სტატისტიკის მიხედვით ტურიზმის ინდუსტრიაში დასაქმებულთა უმრავლესობა მდედრობითი სქესის წარმომადგენლები არიან. მათი პროცენტული შემადგენლობა დასაქმებულთა შორის 50% - ს აჭარბებს [43].

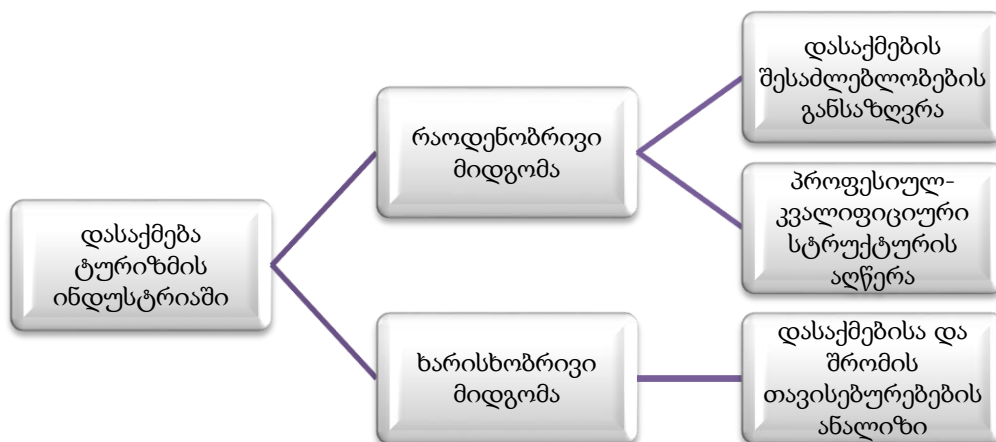
არალეგალური დასაქმების შესაძლებლობა. ტურიზმის ინდუსტრიის ერთ-ერთ თავისებურებას არალეგალურად დასაქმების შესაძლებლობა წარმოადგენს. არალეგალურად დასაქმების კერებს ძირითადად სასტუმროები და კვების ობიექტები წარმოადგენენ.

შრომის მანევრულობა. ტურისტულ საქმიანობას მისი სეზონური ხასიათიდან გამომდინარე ახასიათებს შრომის მანევრულობა, რაც გამოიხატება დასაქმებულთათვის დიფერენცირებული სამუშაოს შესრულების შესაძლებლობაში. ერთი და იგივე თანამშრომელს შეუძლია შეასრულოს სხვადასხვა ტიპის სამუშაო, ასევე შესაძლებელია ერთი თანამშრომლის ჩანაცვლება მეორეთი აუცილებლობის შემთხვევაში.

ტურიზმის ინდუსტრიაში დასაქმების მოცემული დიფერენციაცია გვადლევს საშუალებას განვსაზღვროთ საჭირო კადრების სავარაუდო რაოდენობა მათი პროფესიულ-კვალიფიკაციური მახასიათებლების მიხედვით და დავახასიათოდ შრომის და დასაქმების თავისებურებანი ტურიზმის ინდუსტრიაში. სქემატურად ეს პროცესი შესაძლებელია შემდეგნაირად გამოვსახოთ (სქემა 2.1.6):

დასაქმების თავისებურებანი ტურიზმის ინდუსტრიაში

სქემა 2.1.6



წყარო: შემუშავებულია ავტორის მიერ

ტურიზმის ინდუსტრიაში დასაქმების გაანალიზებისათვის მოცემული მიდგომა სრულად ასახავს სექტორში არსებულ მდგომარეობას. ტურიზმის ინდუსტრიაში დასაქმების რაოდენობრივი და ხარისხობრივი ანალიზი ნათელ წარმოდგენას ემნის დასაქმების მიმართულებით დარგის პერსპექტივების შესახებ.

მაშასადამე, თანამედროვე ტურიზმი პოლიტიკური და ეკონომიკური თვალთახედვით წარმოადგენს მძლავრ ინსტრუმენტს მოსახლეობის დიდი მასების დასაქმებისათვის. ხოლო, თავად ტურიზმის ინდუსტრიის გამართული ფუნქციონირება, მასში დასაქმებული სამუშაო ძალის კვალიფიკაციაზე მნიშვნელოვან წილად არის დამოკიდებული. აქედან გამომდინარე, ტურიზმის ინდუსტრიაში დასაქმებულთა პროფესიულ-კვალიფიციური სტრუქტურის შესწავლას უდიდესი მნიშვნელობა ენიჭება. ტურისტული პროდუქტი საკმაოდ სპეციფიური და კომპლექსური ხასიათისაა, იგი მოითხოვს შესაბამის მიდგომებს. ამიტომ, სამუშაო ძალას ტურიზმის ინდუსტრიაში ახასიათებს დიფერენცირებული უნარებისა და დისციპლინების ფლობა. იმისათვის, რომ მოხდეს ხარისხიანი ტურისტული პროდუქტის ფორმირება, საჭიროა მასზე მომუშავე ფლობდეს შემდეგ დისციპლინებს: ა) *ტურიზმის ეკონომიკა*; ბ) *ტურიზმის სოციოლოგია*; გ) *უსაფრთხოებისა და დაზღვევის საკითხები*; დ) *რეკრეაციული გეოგრაფია*; ე) *ფსიქოლოგიის საფუძვლები*; ე) *ეთნოლოგია*; ვ) *ისტორია*; ზ) *მსოფლიო კულტურა და ისტორია და სხვა*. შრომა ტურიზმში ძალზედ მნიშვნელოვანი და რთულად შესასრულებელია, ვინაიდან იგი მოითხოვს განსაკუთრებული უნარების გამომუშავებას, განსხვავებული ერების, რელიგიების და ეთნოსების წარმომადგენლებთან ურთიერთობის დროს [70].

ტურიზმის ინდუსტრიაში დასაქმებულთა დიფერენციაცია საკმაოდ რთულია ვინაიდან, როგორც არაერთხელ ავღნიშნეთ იგი არის რთული მულტიდარგობრივი კომპლექსი, რაც შესაბამისად გამოიხატება მრავალდარგოვანი სტრუქტურით და დარგში დასაქმებულთა კვალიფიკაციათა დიფერენციაციით. თუმცა აქვე ხაზგასმით უნდა აღინიშნოს, რომ დარგის წამყვან და ძირითად პერსონალს წარმოადგენენ ტუროპერატორები, ტურაგენტები, გიდები და ექსკურსიამდლოლები. სწორედ

ისინი(ტუროპერატორები) ქმნიან ტურისტულ პროდუქტს, ახორციელებენ მის რეალიზაციას საცალოდ და ბითუმად (ტუროპერატორები და ტურაგენტები) და უზრუნველყოფენ აღნიშნული პროდუქტის სამომხმარებლო რეალიზაციაში მოყვანას მისი განხორციელების პერიოდში (გიდები და ექსკურსიამძღოლები). აქედან გამომდინარე ცალსახად მნიშვნელოვანია მოცემული კადრების, კვალიფიკაციის მაღალი დონის არსებობა.

ტურიზმის დარგის განვითარებისა და მისი ეფექტიანი მართვისათვის უდიდესი მნიშვნელობა აქვს ტურისტული მომსახურეობის სფეროს მუშაკების პროფესიულ მომზადებას. დარგის სამთავრობო ორგანოების ხელმძღვანელი და სტრუქტურული დანაყოფების მენეჯერები ვალდებულნი არიან ერკვეოდნენ ისეთ საკითხებში, როგორებიცაა: ტურისტული მომსახურეობის სფეროს განვითარების პოლიტიკის შემუშავება, დაგეგმვა და მარკეტინგი, პროექტირება და ანალიზი, ტურისტული სტატისტიკა და ტურისტული საინფორმაციო სისტემების მართვა. ტურიზმის ინდუსტრიაში დასაქმებულებს უნდა ჰქონდეთ: სასტუმრო მეურნეობის ორგანიზაციის, სხვადასხვა ტურისტული სააგენტოების სამუშაოების და ტურისტული ჯგუფების თანხლებასთან დაკავშირებული საკითხების ღრმა პროფესიული ცოდნა. რაც შეეხება სასტუმრო მეურნეობასა და მომსახურებას, სპეციალური პროფესიული მომზადება აუცილებელია მომსახურების მაღალი დონისათვის, კლიენტთა მიღების და გაფორმების, ასევე მიმდებარე ტერიტორიის ექსპლუატაციისათვის. სპეციალურ მომზადებასთან ერთად ტურიზმის სფეროს მუშაკები, განსაკუთრებით ისინი, რომლებსაც ტურისტებთან პირდაპირი კონტაქტი აქვთ, ვალდებულნი არიან ერკვეოდნენ საზოგადოებასთან ურთიერთობის საკითხებში, გასცენ კომპენტენტური პასუხები ტურისტთა კითხვებზე, კარგად ფლობდნენ ინფორმაციას ქვეყანასა და რეგიონზე. დიდი მნიშვნელობა აქვს აგრეთვე ტურიზმის მუშაკის ვიზუალურ მხარეს, ენების ცოდნას, მომსახურე პერსონალს უნდა ჰქონდეს პროფესიული მიდგომები ტურიზმთან, ტურისტებთან და თავის უშუალო სამუშაოსთან. ტურინდუსტრიის მუშაკთა განათლებისა და პროფესიული მომზადებისათვის ფართოდ გავრცელებულია ტურიზმის სფეროს სპეციალისტების

მოსამზადებელი სკოლები, რომლებშიც მსმენელების სხვადასხვა სპეციალობებისა და დონეებისათვის სპეციალურ დისციპლინათა ფართო სპექტრი ისწავლება. ზოგიერთი ტურისტული საწარმო კადრების პროფესიულ მომზადებას სამუშაო ადგილზევე აწარმოებს. სასურველია, რომ ხელმძღვანელ მუშაკებს გავლილი ჰქონდეთ «ტურისტული მომსახურების სფეროს მართვა და სასტუმრო მეურნეობის» სპეციალობის უმაღლესი კურსები.

სახელმწიფო, ტურისტული საკადრო პოლიტიკა ყოველთვის მიმართულია მომხმარებლის მოთხოვნილებების მაქსიმალური დაკმაყოფილებისაკენ. მსოფლიოს ყველა ქვეყანა, სადაც ტურიზმი არის განვითარებული ცდილობს მიიზიდოს, რაც შეიძლება მეტი ტურისტი, მომსახურების გაუმჯობესების ხარჯზე. მაგალითად თურქეთი, რომელსაც გააჩნია უნიკალური ტურისტული რესურსი, სახელმწიფოს ეკონომიკური პოლიტიკის განსაზღვრის დროს, ერთმნიშვნელოვნად იქნა აღიარებული ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარების უალტერნატივობა, რაც დარგის მაღალ დონეზე განვითარებისაკენ მიმართულ ღონისძიებათა გატარებით გამოიხატება. დღეისათვის თურქეთს გააჩნია მსოფლიოში ერთ-ერთი ყველაზე კარგად განვითარებული ტურისტული ინფრასტრუქტურა, რომელიც გათვლილია ნებისმიერი დონის მომხმარებელზე. მსოფლიო ტურისტულ ბაზარზე არსებული მაღალი კონკურენტული გარემოდან გამომდინარე, თურქეთის ტურისტული პოლიტიკა მიმართულია მომსახურების ხარისხის გაუმჯობესებისაკენ, რომლის განხორციელება დარგში დასაქმებული მაღალკვალიფიციური პერსონალის პირდაპირი მოვალეობაა. ტურისტული მომსახურების განვითარების ხელშეწყობა ინოვაციური ტურისტული პროდუქტის შექმნასთან არის დაკავშირებული, რაც თავისმხრივ ტურისტული პროდუქტის შემქმნელების - ტუროპერატორების - მხრიდან შემოქმედებით და კომპლექსურ მიდგომას მოითხოვს. მნიშვნელოვანია, დამატებითი პროგრამების შემუშავების პროცესი მომსახურების ხარისხის ამაღლების მიზნით. მომსახურების მრავალფეროვნების მიუხედავად, პროდუქტის ხარისხიანად მიწოდებას ტურისტული შთაბეჭდილებების რეალზაციის პროცესში ალტერნატივა არ გააჩნია. ამიტომ, ძალიან მნიშვნელოვანია ტურისტული

მომსახურების სფეროში დასაქმებულთა პროფესიულ-კვალიფიციური შემადგენლობა.

ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარება გულისხმობს მოსახლეობის დასაქმების რიცხოვნობის ზრდას. თუმცა, თავის მხრივ ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარება მასში დასაქმებულთა კვალიფიკაციაზე დიდწილადაა დამოკიდებული. ვინაიდან ტურისტული რესურსის არსებობის შემთხვევაშიც კი თუ, ის არ იქნა შესაბამის დონეზე მიწოდებული, ვერ მოხდება ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარების პოზიტიური დინამიკის შენარჩუნება.

ამდენად, სახელმწიფოს ტურისტული საკადრო პოლიტიკა უნდა იყოს მიმართული, დარგში არსებული სპეციალისტებისა და მაღალი რანგის თანამშრომელთა კვალიფიკაციის საჭიროებისამებრ, პერმანენტულად ამაღლებისაკენ.

საქართველოში, ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარების ხელშეწყობის მიზნით პირველ რიგში განსაზღვრულ და გამოკვლეულ უნდა იქნეს ქვეყნის ტურისტული პოტენციალი, რომლის საფუძველზე შესაძლებელია განისაზღვროს ტურისტული მიმართულებების განვითარების პერსპექტივები, საჭირო ინვესტიციების რაოდენობა, საკადრო უზრუნველყოფის საკითხები და მოხდეს მომავალი პრიორიტეტების დასახვა ტურიზმის ინდუსტრიის შემდგომი განვითარების მიზნით.

სახელმწიფო პოლიტიკა უნდა ფოკუსირდეს ღონისძიებებზე, რომლებიც უზრუნველყოფენ ტურიზმის ინდუსტრიისათვის კვალიფიციური კადრების მომზადების პროცესს, რაც უაღრესად მნიშვნელოვანია დარგის წინ წაწევსთვის. სახელმწიფო საგანმანათლებლო დაწესებულებები საფეხურების შესაბამისად (პროფესიული, ბაკალავრიატი, მაგისტრატურა, დოქტორანტურა) სახელმწიფოსთან კოორდინირებულად უნდა განსაზღვრავდეს კადრების მომზადების ნორმას და, რათქმაუნდა, საფეხურის შესაბამის კვალიფიკაციას. აღნიშნული მიდგომა გამოიღებს დადებით შედეგს. ვინაიდან ქვეყანას ეყოლება ზუსტად იმდენი, შესაბამისად მომზადებული კადრი, რამდენიც მას ესაჭიროება დარგის განვითარებისა და ეფექტური ფუნქციონირებისათვის. გარდა აღნიშნულისა, ძალიან მნიშვნელოვანია

კადრების გადაკვალიფიცირების პოლიტიკის არსებობა, რაც თავისმხრივ ხელს შეუწყობს უკვე არსებულ კვალიფიციურ სამუშაო ძალას, მსოფლიოს განვითარების კვალდაკვალ ფეხი აუწყონ თანამედროვე ტენდენციებს. ყოველივე ეს კონკურენტუნარიანობის დონის ზრდის წინაპირობას ქმნის.

დღეისათვის ტურიზმი საქართველოში განვითარების ახალ, საწყის ეტაპზე იმყოფება და არსებული რეფორმების ფონზე, ეს პროცესი საკმაოდ მიმედ და ნელა მიმდინარეობს. საქართველოს, თავისი ბუნებრივი რესურსებით, შეუძლია კონკურენცია გაუწიოს საფრანგეთს, ჩინეთს ესპანეთს, იტალიას. ტურიზმის ისეთი სახეობების როგორცაა ეკო ტური, ფოტო ტური, რეკრეაციული ტური, ექსტრემალური ტური, სალაშქრო ტური, მთის ველო ტური, კულტურული ტური, უფრო მრავალფეროვანს გახდის საქართველოს მიერ შეთავაზებულ ტურისტულ პროდუქტს [22].

ტურიზმი არის სფერო, სადაც წარმატება სწორედ იმაზეა დამოკიდებული, თუ რამდენად შეძლებს ქვეყანა ტურისტის მოთხოვნების დაკმაყოფილებას და მათი უსაფრთხოების უზრუნველყოფას. ამდენად, ქვეყანაში არსებული სხვადასხვა პოლიტიკურად არასასურველი პირობები პირდაპირ აისახება ტურიზმის სექტორის ფუნქციონირებაზე. ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის ბოლო დროინდელი კვლევის თანახმად, საქართველოში ტურიზმის ინდუსტრია სწრაფი ტემპით ვითარდება. ოფიციალური მონაცემების მიხედვით, ტურიზმის სექტორის ზრდის მიხედვით, საქართველო ერთ ერთი მოწინავე ქვეყანაა და ამ მხრივ ჩვენი ქვეყნის მაჩვენებელმა მსოფლიო ტურიზმის ზრდის მაჩვენებელსაც კი გაუსწრო [29; 30].

როგორც უკვე ავღნიშნეთ, საქართველოში ისევე, როგორც მის მეზობელ ქვეყნებში, მოსახლეობის დასაქმება მწვავე ეკონომიკურ პრობლემად რჩება. ამიტომ ნიშანდობლივი და საყურადღებოა მოცემული პრობლემის გადაწყვეტის ნებისმიერი გზა. იმ ფონზე, როცა საქართველოში არსებობს დასაქმების პრობლემა და აქვე ქვეყანა ფლობს უნიკალურ ტურისტულ რესურსს, მიზანშეწონილად მივიჩნევთ მოცემული სექტორის განვითარების ხელშესაწყობად მუშაობის გააქტიურებას. რადგან ტურიზმის ინდუსტრიაში მიმდინარე მოთხოვნისმიერ ცვლილებებს

პირდაპირპროპორციული ეფექტი აქვს ეკონომიკურად მნიშვნელოვან მაჩვენებლებზე. მაგალითად 2014 წელს ტურისტების საერთო რაოდენობა 5 515 559 შეადგენდა 2015 წლისათვის იგივე მაჩვენებელი 5 901 094 - მდე გაიზარდა, რამაც პირდაპირი ასახვა ჰპოვა დასაქმების მაჩვენებელზე. 2014 წელს ტურიზმის პირდაპირი ხვედრითი წილი მთლიან დასაქმებაში 5,1%-ს შეადგენდა, ხოლო 2015 წელს ტურისტების ზრდის პირდაპირპროპორციულად მოცემული მაჩვენებელი 5,8%-მდე გაიზარდა [63]. მაშასადამე ტურიზმის ინდუსტრიას შეუძლია ითამაშოს მნიშვნელოვანი როლი ეკონომიკური ზრდის სტიმულირებაში, რეგიონული ასიმეტრიულობის შემცირებაში, სამუშაო ადგილებისა და პოზიტიური გარე ფაქტორების შექმნაში, რაც ზეგავლენას ახდენს (პირდაპირ, თუ არაპირდაპირ) სხვა ეკონომიკურ მაჩვენებლებზე.

2.2. სამომხმარებლო მოთხოვნის ჩამოყალიბების თავისებურებანი ტურისტული მომსახურების ბაზარზე და მისი გავლენა დასაქმებაზე

ტურიზმი წარმოადგენს საქმიანობის ისეთ ფორმას, რომელიც ხასიათდება მუდმივი სწრაფვით სიახლეების ათვისებისაკენ, ამიტომ ტურიზმი არა დრომოჭმული გართობის თუ დასვენების ფორმაა არამედ ყოველთვის ყველაზე თანამედროვე და განახლებადი დარგია. ტურიზმი არის წინაპირობა, ტურისტული მომსახურების სფეროს და ტურიზმის ინდუსტრიის წარმოშობისა. ტურიზმის ინდუსტრიამ განვითარების სხვადასხვა ეტაპები განვლო. მისი თანამედროვე ფორმით ჩამოყალიბებაზე უმრავლა ფაქტორმა იქონია გავლენა, რომელთაგან უმნიშვნელოვანესია; მოთხოვნის ზრდა ტურისტულ მომსახურებაზე, რაც დარგისადმი მზარდი ინტერესით არის გამოწვეული.

ტურისტულ პროდუქტზე სამომხმარებლო მოთხოვნის ჩამოყალიბება, უკავშირდება თავად ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარების ისტორიულ ეტაპებს. აღსანიშნავია, რომ XX საუკუნის მეორე ნახევრიდან დაიწყო მასობრივი საერთაშორისო ტურიზმის განვითარების ხანა. 1950 წელს, საერთაშორისო

ტურისტთა რაოდენობა 25 მილიონს აღწევდა, 1970 წელს - 170 მილიონს, 1990 წელს - 400 მილიონს. ამჟამად თითქმის ყველა ადამიანი მეტნაკლებად ჩაბმულია ტურისტულ საქმიანობაში. XX საუკუნის ბოლოს მთელ მსოფლიოში 4,5 მილიარდი ტურისტი მოგზაურობდა, მათ შორის 10% საერთაშორისო ტურისტები იყვნენ და ყოველწლიურად ხარჯავდნენ 100-150 მილიარდ აშშ დოლარს [47].

ტურიზმი პოპულარული, გლობალური საქმიანობა გახდა. 2010 წელს, მსოფლიო მასშტაბით 940 მილიონი საერთაშორისო ტურისტული გადაადგილება განხორციელდა, რაც 6.6%-იანი ზრდა იყო 2009 წელთან შედარებით. 2010 წელს, საერთაშორისო ტურიზმიდან მიღებულმა შემოსავლებმა \$919 მლრდ აშშ დოლარი შეადგინა (693 მლრდ ევრო), რაც წინა წელთან შედარებით 4.7%-იანი ზრდა იყო. მსოფლიო ფინანსურმა კრიზისმა ტურიზმზე საგრძნობლად უარყოფითად იმოქმედა, დადმასვლა დაიწყო 2008 წლის ივნისში და ამავე წელს საერთაშორისო ტურისტული გადაადგილებების რიცხვმა 2%-ით იკლო. ეს ნეგატიური ტენდენცია კიდევ უფრო ინტენსიური გახდა 2009 წელს, რადგან ბევრ ქვეყანაში იფეთქა H1N1 ვირუსმა, რამაც საერთაშორისო ტურისტული გადაადგილებების რიცხვი 4%-ით შეამცირა და 880 მილიონი ტურისტი შეადგინა, ტურიზმიდან მიღებული შემოსავლები კი 6%-ით შემცირდა [46].

საქართველოში ტურიზმის განვითარება 19-20 საუკუნეების მიჯნაზე დაიწყო. ფაქტიურად მასშტაბური ხასიათი 20 საუკუნის მეორე ნახევრიდან, განსაკუთრებით კი მეორე მსოფლიო ომის შემდგომი წლებიდან მიიღო. ამ პერიოდში ექსპლუატაციაში შევიდა კეთილმოწყობილი ტურისტული ბაზები და სასტუმროები თბილისში, სოხუმში, ბათუმში, ქუთაისში, ვარძიაში და სხვა. დაიწყო ტურიზმის აღმშენებლობის პროცესი გაგრანში, ქობულეთში, აბასთუმანში, წყალტუბოში და სხვა. ამჟამად საქართველოში ტურიზმი თვისობრივად ახალ სისტემაზე გადავიდა და ამ გარდამავალ ეტაპზე მრავალი წინააღმდეგობის გადალახვა მოუხდა. საქართველოს გააჩნია უდიდესი ტურისტული და საკურორტო პოტენციალი. საქართველო ამჟამად აღიქმება როგორც ახალი, ჯერ კიდევ უცნობი ქვეყანა და ამდენად საინტერესოა მისი აღმოჩენა ყოველი ტურისტისთვის.

მოთხოვნის არსებობა საქონელსა თუ მომსახურეობაზე მნიშვნელოვნად განსაზღვრავს კვლავწარმოების შესაძლებლობას და ზოგადად წარმოების შემდგომ განვითარებას, რაც თავის მხრივ უზრუნველყოფს ეკონომიკურ წინსვლას. წარმოების გააქტიურება გულისხმობს დამატებითი რაოდენობით პროდუქციისა თუ საქონლის წარმოებას. ხოლო ეს უკანასკნელი განსაზღვრავს დასაქმებაზე, შემოსავლების ზრდაზე და სხვა მრავალ ეკონომიკურად მნიშვნელოვან მაჩვენებლებზე ზემოქმედების შესაძლებლობას. შეიძლება ითქვას, რომ მოთხოვნა ამა თუ იმ საქონელსა თუ მომსახურეობაზე პირდაპირ კავშირშია დასაქმებასთან, რადგან მოთხოვნის სიმცირე იწვევს დასაქმების რაოდენობის კლებას, მოთხოვნის არ არსებობა იწვევს წარმოების შეჩერებას, ხოლო თუ არ იქნება წარმოება, შრომის ბაზარზე მოსლოდნელია წონასწორობიდან გადახრა დასაქმებაზე მოთხოვნის ამადლების სასარგებლოდ.

მსოფლიოში ტურისტულ პროდუქტზე მოთხოვნის მზარდი დინამიკა შეინიშნება. მისი შესწავლის მიზნით მიზანშეწონილად მივიჩნევთ ტურისტულ პროდუქტზე სამომხმარებლო მოთხოვნის კვლევას.

ტურისტული პროდუქტის მოთხოვნა-მიწოდების პროცესი შეიძლება გამოვსახოთ, როგორც ამა თუ იმ რეგიონში მოგზაურობის სურვილი (D), რომელიც გამოხატავს ადამიანების მიდრეკილებას მოგზაურობისადმი და წინააღმდეგობას საწყის პუნქტსა და დანიშნულების ადგილს შორის $D=F$ (მიდრეკილება, წინააღმდეგობა).

მიდრეკილება მოგზაურობისადმი შეიძლება დავახასიათოდ, როგორ ადამიანის დადებითი წინასწარგანწყობა მოგზაურობისა და ტურიზმისადმი ანუ რამდენად ძლიერია ადამიანის სურვილი იმოგზაუროს ამა თუ იმ ქვეყანასა და რეგიონში და მიიღოს ტურისტული მომსახურეობა. ადამიანის მიდრეკილების შესაფასებლად საჭიროა გათვალისწინებული იქნას ისეთი ფაქტორები, როგორებიცაა:

- *ფსიქოლოგიური;*
- *დემოგრაფიული (სოციალურ-ეკონომიკური სტატუსი);*

რაც შეეხება *წინააღმდეგობას* მისი წარმოშობა უკავშირდება:

- *ეკონომიკურ დისტანციას;*

- კულტურულ დისტანციას;
- მომსახურებაზე მაღალ ფასს;
- მომსახურების დაბალ ხარისხს;
- სეზონურ ეფექტს.

ეკონომიკური დისტანცია – დაკავშირებულია ხარჯებთან, რომელიც საჭიროა მოგზაურობისათვის საწყისი პუნქტიდან დანიშნულების ადგილამდე და უკან დასაბრუნებლად. რაც უფრო დიდია ეკონომიკური დისტანცია მით უფრო დიდია **წინააღმდეგობა** (ადამიანის სურვილი, რომ დარჩეს სახლში) და შესაბამისად დაბალია მოთხოვნა. იგივე მიდგომა შესაძლებელია გამოვიყენოთ და საპირისპირო სურათს მივიღებთ. ანუ თუ შევამცირებთ დროისა და ფინანსურ დანახარჯებს მომსახურებაზე, შესაბამისად მივიღებთ გაზრდილ მოთხოვნას აღნიშნული სერვისის მიმართ. მაგ: თვითმფრინავების გამოჩენამ მოგვცა საშუალება მცირე დროში დიდი მანძილების დაფარვისა, რამაც შესაბამისად შეამცირა დროითი და ფინანსური დანახარჯი. 1959 წელს რეაქტიული თვითმფრინავების გამოჩენამ მანძილის დაფარვის სიჩქარე დაახლოებით 2,5 გაზარდა, რაც პირდაპირპროპორციულად აისახა მოთხოვნის ზრდაზე.

კულტურული დისტანცია – უკავშირდება კულტურათაშორის განსხვავებას რეგიონებს შორის. საერთო ტენდენცია შემდეგნაირია: რაც მეტია განსხვავება კულტურებს შორის მით მეტია **წინააღმდეგობა**, მაგრამ ზოგიერთ შემთხვევაში ეს დამოკიდებულება შეიძლება გამოხატავდეს საწინააღმდეგო სურათს მაგ: ბოლო პერიოდში იმატა მოთხოვნა და ინტერესმა ეგზოტიკური ქვეყნების მიმართ.

რაც შეეხება **სეზონურ ეფექტს** იგი დამოკიდებულია ტურისტული სახეობების სეზონურ გააქტიურებასთან. მაგალითად, სათხილამურო კურორტს დამსვენებლების პიკი ექნება ზამთრის თვეებში და ა. შ.

ტურისტულ მომსახურებაზე მოთხოვნის ზრდას, მის სტრუქტურასა და დინამიკას განსაზღვრავს შემდეგი ფაქტორები:

- ტურისტული პროდუქტის მყიდველთა რაოდენობა;
- ტურისტული პროდუქტის მყიდველთა შემოსავლები;

- *ტურისტული პროდუქტის მყიდველთა შემოსავლების მიღების პერსპექტივის შეფასება მომავალში.*

იმისათვის, რომ უფრო დეტალურად განვიხილოთ მოთხოვნის ფორმირება ტურიზმის ინდუსტრიაში, საჭიროა განვსაზღვროთ მიწოდებისა და მოთხოვნის ურთიერთდამოკიდებულება ტურისტულ ბაზარზე.

მიწოდება ტურისტულ ბაზარზე შეიძლება განვიხილოთ, როგორც ტურისტული პროდუქტის მწარმოებლის იდეალური მზადყოფნა მომსახურეობის საწარმოებლად და მის წარმოსადგენად ტურისტულ ბაზარზე. მიწოდება ტურისტულ ბაზარზე განპირობებულია რამოდენიმე ფაქტორის არსებობით. ესენია:

- *ტურისტული ფორმების რაოდენობა;*
- *ტურისტული პროდუქტის წარმოების ეფექტურობის დონე;*
- *სამეცნიერო-ტექნიკური პროგრესი;*
- *საგადასახადო სისტემა;*
- *ფასი წარმოების ფაქტორებზე ფასი;*
- *მოთხოვნის პერსპექტივისა და მომავალი შემოსავლების შეფასება.*

ტურისტულ ბაზარზე ტურისტული პროდუქტის *მიწოდების* კომპონენტები შეიძლება დაიყოს 4 ჯგუფად:

- *ბუნებრივი რესურსები;*
- *ინფრასტრუქტურა;*
- *ტურიზმის მატერიალურ-ტექნიკური ბაზა, რომელიც თავისთავში გულისხმობს, ტუროპერატორებს და ტურაგენტებს, განტავსების საშუალებებს, სავაჭრო და კვების ობიექტებს, სატრანსპორტო კომპანიები და სხვ.*
- *სტუმართმასპინძლობის კულტურული რესურსები.*

ყოველი ტურისტული რეგიონის *ბუნებრივი რესურსები* ეს არის გამოყენებადი, ყველა ტურისტისთვის მისაწვდომი რესურსი, რომლის საბაზისო ელემენტებია; ჰაერი და კლიმატი, ასევე ადგილობრივი განსაკუთრებული ტიპოგრაფია, ფლორა, ფაუნა, წყლის რესურსები, ზღვის სანაპიროები, ბუნების ძეგლები. ბუნებრივი

რესურსების ხარისხი უნდა იყოს შენარჩუნებული და დაცული რადგან მასზე დიდწილად არის დამოკიდებული მოთხოვნა ტურისტულ მომსახურეობაზე.

ინფრასტრუქტურა თავისთავში გულისხმობს მიწისქვეშა და მიწისზედა მომსახურეობის სტრუქტურებს, ისეთებს, როგორებიცაა მიწისქვეშა გაყვანილობები და საკომუნიკაციო საშუალებები, ასევე გზები, აეროპორტები, პარკირების საშუალებები, რკინიგზა და სხვა. ინფრასტრუქტურის არსებობას და მის განვითარებას უდიდესი მნიშვნელობა აქვს ვინაიდან ის წარმოადგენს მნიშვნელოვან წინაპირობას ტურიზმის განვითარებისათვის.

ტურიზმის მატერიალურ-ტექნიკური ბაზა ეს არის ორგანიზებული ტურიზმის განვითარების უმნიშვნელოვანესი პირობა, ვინაიდან იგი თავისთავში გულისხმობს ყველა იმ აუცილებელი პირობის და მომსახურეობის კომპლექსის მიწოდებას ტურისტებისთვის. მომსახურეობის კომპლექსში იგულისხმება განთავსება, კვება, ტრანსპორტირება, ექსკურსიები. ეკონომიკურად ტურიზმის მატერიალურ ტექნიკური ბაზა წარმოადგენს ძირითად და საბრუნავ ფონდებს ტურისტული პროდუქტის წარმოების პროცესში.

სტუმართმასპინძლობის კულტურული რესურსები: იდეალურად განვითარებული მატერიალურ ტექნიკური ბაზის არსებობასაც კი ეკარგება აზრი ტურისტისთვის თუ იგი არ გრძნობს თავს სასურველ სტუმრად. სტუმართმასპინძლობის კულტურული რესურსების განვითარებას უდიდესი მნიშვნელობა აქვს. კეთილმეგობრული ურთიერთობის დამყარებას ტურისტებთან და მის პროპაგანდირებას ტურისტულ ზონებში ადგილობრივ მოსახლეობასთან ასევე გადამწყვეტი მნიშვნელობა აქვს რადგან კომპლექსში ჩამოთვლილ ფაქტორებთან ეს უკანასკნელიც გახლავთ ტურისტულ მომსახურეობაზე მოთხოვნის ფორმირების უმნიშვნელოვანესი წინაპირობა.

ეკონომიკური მაჩვენებლები ტურისტული ინდუსტრიის და კონკრეტულად ტურისტულ პროდუქციაზე მოთხოვნის მიმართ იდენტურია, ეკონომიკის სხვა დარგების ბაზრებზე არსებული მოთხოვნისა. მოსაზრება იმის შესახებ რომ, როცა

ფასები იზრდება მოთხოვნა მცირდება და პირიქით, ვრცელდება ტურისტული მომსახურების მიმართაც [66].

ტურიზმის განვითარების ხელშეწყობა სისტემური ხასიათისაა და არსებითად დამოკიდებულია, როგორც ეკონომიკურ, ასევე პოლიტიკურ ფაქტორებზე. მისი როგორც ეკონომიკური სექტორის განვითარება დიდწილადაა დამოკიდებული შემდეგ ფაქტორებზე:

- *ქვეყნის გეოგრაფიული მდებარეობა (ტურისტული პოტენციალი);*
- *ქვეყნის ისტორიულ კულტურული მემკვიდრეობა;*
- *ქვეყნის სოციალურ-ეკონომიკური მდგრადობა;*
- *ქვეყნის პოლიტიკური სტაბილურობა;*
- *ქვეყნის გამორჩეული ტრადიციები;*
- *ქვეყნის ტურისტული პოლიტიკა ხელი შეუწყოს ტურიზმის განვითარებას.*

ქვეყნის გეოგრაფიული მდებარეობა (ტურისტული პოტენციალი) -თავისთავად გულისხმობს ქვეყნის ხელსაყრელ გეოგრაფიულ განლაგებას, იმას თუ რომელ გეოგრაფიულ სარტყელშია ქვეყანა, ხასიათდება თუ არა სეზონურობით, აქვს თუ არა განსვავებული რელიეფი, როგორია ფლორა, ფაუნა და სხვა. მოცემული ფაქტორი განსაზღვრავს ქვეყნის ტურისტული პოტენციალის არსებობას და, ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარების პერსპექტივებს.

ქვეყნის ისტორიულ კულტურული მემკვიდრეობა - შესაბამისად გულისხმობს ქვეყნის შიგნით არსებული ისტორიულ-კულტურული ძეგლების არსებობას, მათი სიძველის თუ გრანდიოზულობის შეფასებას, ასევე თანამედროვე კულტურული ნიმუშების არსებობას, რომელთა ნახვა და შეთავაზება საინტერესო იქნებოდა პოტენციური ტურისტებისათვის.

ქვეყნის სოციალურ-ეკონომიკური მდგრადობა - მისი გათვალისწინება ყველაზე მნიშვნელოვანია, ვინაიდან, ის იძლევა სრულ სურათს ქვეყნის სოციალურ-ეკონომიკური მდგომარეობის შესახებ. განვითარების რა ეტაპზე იმყოფება ქვეყანა, როგორია მოსახლეობის სოციალური ცხოვრების დონე, როგორია ქვეყნის

მწარმოებლურობა და ა.შ. აღნიშნული ფაქტორი დიდ წილად განსაზღვრავს ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარების პირობებს.

ქვეყნის პოლიტიკური სტაბილურობა - ნებისმიერი ქვეყნის სტაბილური სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების მნიშვნელოვანი წინაპირობა სტაბილური პოლიტიკური გარემოა. ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარების დინამიკა შეიძლება ითქვას, რომ ყველაზე მეტად მოცემული ფაქტორის არსებობაზეა დამოკიდებული. ვინაიდან, როგორც მსოფლიო გამოცდილება აჩვენებს, რომ ტურიზმის ინდუსტრია ვერ ინარჩუნებს ზრდას სწორედ იმ რეგიონებში, სადაც არასტაბილური პოლიტიკური გარემოა.

ქვეყნის გამორჩეული ტრადიციები - ცალკე აღნიშვნის ღირსია ის განსხვავებული და უნიკალური ტრადიციები, რომლებიც ქვეყანას გააჩნია, რომელთა არსებობაც ამ ქვეყნის ხალხისთვის სასიცოცხლოდ მნიშვნელოვანია და მისი დაცვა სავალდებულოა ყველასთვის. ასეთი ტრადიციების არსებობა საინტერესოა ტურიზმის განვითარებისათვის, ვინაიდან, ერთის მხრივ შეიძლება ტრადიციებმა ჩარჩოში მოაქციოს ტურისტული აქტივობები ხოლო, მეორეს მხრივ შესაძლოა ქვეყნის მიმართ ინტერესი გაიზარდოს მისი ეგზოტიკურობიდან გამომდინარე.

ქვეყნის პოლიტიკა ხელი შეუწყოს ტურიზმის განვითარებას - დიდი მნიშვნელობა აქვს ქვეყნის მიერ გატარებულ სწორ პოლიტიკას ტურიზმის განვითარების მხარდასაჭერად, ვინაიდან, რაც არუნდა ხელსაყრელი გეოგრაფია და სოციალურ-ეკონომიკური გარემო იყოს ქვეყანაში თუ სახელმწიფო მზად არ არის გაატაროს რიგი ღონისძიებებისა რომლების მიმართული იქნება დარგის განვითარებისაკენ, ნებისმიერი სხვა რესურსის არსებობას აზრი ეკარგება.

ტურიზმის განვითარების ისტორიული მიმოხილვისა და დღევანდელი მდგომარეობის ანალიზისას, მკაფიოდ გამოიკვეთა ტურიზმის განვითარების დადებითი ტენდენცია, რაზეც მეტყველებს მსოფლიო ტურისტული ორგანიზაციის (UNWTO) მიხედვით 2014-2015 წლის პირველი დეკადის სტატისტიკური მონაცემები, სადაც 4% -იანი ზრდა ფიქსირდება. ნიშანდობლივია ტურისტული მომსახურეობის მიმართ ინტერესი და მოთხოვნა აღნიშნულ მომსახურეობაზე.

აღსანიშნავია, რომ დარგი აქტიურად ვითარდება და, შესაბამისად, მოსახლეობის მხრიდან ინტერესიც დიდია. ტურიზმის, როგორც დარგის მიმართ მზარდი მოთხოვნის ფორმირების ანალიზისას უნდა აღინიშნოს სამეცნიერო-ტექნოლოგიური რევოლუციის გავლენა სამყაროს განვითარებაზე. აუცილებელია იმის გააზრება თუ რა მოთხოვნები აქვს თანამედროვე ადამიანს. დავიწყოთ იქედან, რომ ეტლითა და ნავით გადაადგილებიდან თვითმფრინავამდე ადამიანს სულ უფრო გაუღრმავდა მისწრაფება იმისა, რომ რაც შეიძლება დიდი მანძილი დაიფაროს რაც შეიძლება მცირე დროში, თანამედროვე ადამიანმა ამას უკვე მიაღწია, ასევე მტრედების და საფოსტო გზავნილების ეპოქა შეცვალა ელექტრონულმა წერილებმა და მობილურმა კავშირგაბმულობამ, რამაც ინფორმაციის წუთებსა და წამებში გავრცელების საშუალება მოგვცა, ინტერნეტ სერვისი ეს არის გლობალური მოვლენა, რომელმაც თითქმის მთელი მსოფლიო მოიცვა, 2013 წლისათვის მსოფლიოს მოსახლეობის 2,5 მილიარდამდე ადამიანი იყენებს ამ სერვისს. გარდა ამ თვალსაჩინო და დიადი მოვლენებისა, არსებობს შედარებით მცირე ზეგავლენებისა, რომლებიც ასევე უმნიშვნელოვანეს როლს ასრულებენ თანამედროვე ადამიანის მოთხოვნის ფორმირებაზე. მნიშვნელოვანი აქცენტები იქონია ადამიანის ტურისტული მოთხოვნის ფორმირებაზე ისეთმა მოვლენებმა, როგორცაა მოდა, მუსიკა, თეატრი, სპორტი და სხვა. ვინაიდან თანამედროვე პირობებში შეიცვალა მიდგომები და მოთხოვნები თითოეული ამ მიმართულების მიმართ. რამაც რატქმაუნდა შეცვალა სურათი ტურიზმით დაინტერესებულთათვისაც ვინაიდან საჭირო გახდა ახალი ტურისტული პროგრამები, რომლებიც უფრო მძაფრი შერგმნებების და შთაბეჭდილებების გამომუშავებაზე იქნებოდა ორიენტირებული [17 გვ.1-5].

თანამედროვე პირობებში ტურისტული ქვეყნები ცდილობენ თავიანთი პროდუქტის გადახალისებას, ახალი ინოვაციური მიდგომების დანერგვას და ინოვაციის პროდუქტის მაქსიმალურად ჩართვას ტურისტულ მომსახურებაში. მაგალითად ისეთების როგორცაა ატრაქციები და ანიმაციები.

მოთხოვნის დახასიათებისას უნდა აღინიშნოს, რომ ადამიანის მოთხოვნების დიფერენციაცია ხდება პირველადი და მეორადი ხასიათის მოთხოვნების სახით.

პირველადი თავის მხრივ წარმოადგენს გენეტიკურ მოთხოვნებს, ისეთებს, როგორებიცაა ძილი, სუნთქვა, კვება და სხვა. ხოლო მეორადი ტიპის მოთხოვნები დამოკიდებულია ადამიანის ცხოვრების სოციალურ- ეკონომიკურ ფაქტორსა და მის გამოცდილებაზე, შესაბამისად ასეთი ტიპის მოთხოვნების შექმნა ხდება ადამიანის მიერ თითქმის მთელი ცხოვრების განმავლობაში.

ტურისტულ მომსახურებაზე მოთხოვნის წარმოშობის დახასიათებისას ხშირად გამოდიან იქედან, რომ მოთხოვნა ტურისტულ აქტივობაზე ადამიანს გაუჩნდა მას შემდეგ, რაც მან დაიწყო შრომა და შესაბამისად გაუჩნდა მოთხოვნა დასვენების. თუმცა ეს არის საწყისი პრიმიტიული დახასიათება, რომელმაც განიცადა შემდგომი ტრანსფორმაცია და ტურიზმის, როგორც ორგანიზებული სახით ჩამოყალიბების შემდეგ (1864წ.) მიიღო სრულყოფილი ფორმა. თანამედროვე პირობებში ტურისტულ პროდუქტზე სამომხმარებლო მოთხოვნის ჩამოყალიბებას მრავალი განმაპირობებელი ფაქტორი აქვს, რომელთა პირდაპირი დანიშნულებაა მეტი საერთაშორისო თუ შიდა ტურისტის მოზიდვა საკურორტო ტურისტულ ადგილებში.

დღეისათვის ტურიზმი წარმოადგენს მომსახურებით ვაჭრობის ძირითად კატეგორიას და მსოფლიო ეკონომიკის განვითარებაში მნიშვნელოვან როლს ასრულებს. მოთხოვნას ტურისტულ პროდუქციაზე განსაზღვრავს შემდეგი ფაქტორები:

- *ქვეყნის მოსახლეობის ინტერესის ზრდა სხვა ქვეყნების მოსახლეობის ცხოვრების წესის გაცნობის მიმართ;*
- *ახალი ტურისტული მარშრუტების მიმართ ინტერესის ზრდა;*
- *ტურისტული პროდუქტის მწარმოებელ ქვეყნებს შორის კონკურენციის ზრდა;*
- *მოგზაურობისა და დასვენების ჰარმონიული შეთავსება, რომელსაც შეუძლია ყველაზე მომთხოვნი დაპრეტენზიული ტურისტების ინტერესების დაკმაყოფილება;*
- *ტექნოლოგიური რევოლუცია, რომელიც ზრდის თანამედროვე ადამიანის მობილურობას (გადაადგილებას) და ტურიზმთან დაკავშირებული ინფორმაციის გავრცელებას;*

➤ *მიწოდების ეკონომიკიდან მოთხოვნის ეკონომიკაზე გადასვლა.*

ინოვაციების დანერგვამ მოთხოვნა ტურისტულ მომსახურეობაზე კიდევ უფრო მზარდი გახადა, რამაც შედეგად მოგვცა ტურისტული გადაადგილებების ყოველწლიური ზრდა. მსოფლიო ტურისტულმა ორგანიზაციამ კვლევების, წარსული გამოცდილების და უკვე არსებული მონაცემების საფუძველზე შეიმუშავა პროგნოზი, რომელიც დაყოფილია ციკლებად და იგი ათ-ათ წლიან პერიოდს მოიცავს. ორგანიზაციამ კვლევები 1990 წლიდან დაიწყო და და დღეისათვის წარმოგვიდგენს პროგნოზს 2030 წლისათვის. მონაცემები ძალიან დამაიმედებელია მათთვის ვინც ჩართულია ტურისტულ ბიზნესში და მათთვისაც ვინ აქტიურად იყენებს აღნიშნულ სერვისს. ამ მონაცემების მიხედვით 2010-2030 წლებისათვის ტურისტული გადაადგილებების რაოდენობა საშუალოდ 3,3%-ით გაიზრდება.

2016 წლის მონაცემებით ტურიზმის ინდუსტრია ქმნის მსოფლიო მთლიანი შიდა პროდუქტის 9,8%, რაც თავის მხრივ 7,2 ტრილიონ აშშ დოლარს შეადგენს. ტურიზმის ინდუსტრიაში დასაქმებულია 284 მლნ. ადამიანი, რაც ნიშნავს, რომ ყოველი 11-ე დასაქმებულია ტურიზმის ინდუსტრიაში [63].

მაშასადამე, ტურიზმი არის დარგი, რომელშიც ჩართულია განვითარებული მსოფლიოს დიდი ნაწილი, ეს არის მომსახურეობის/სერვისის ის ფორმა, რომელიც უზრუნველყოფს ადამიანის მოთხოვნების დაკმაყოფილებას მრავალი მიმართულებით, ესენია:

- *დასვენება;*
- *გართობა;*
- *გაჯანსაღება;*
- *მატერიალურ-კულტურული ძეგლების მონახულება და სხვა.*

ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარება შეიძლება ასევე განვიხილოთ, როგორც მძლავრი ინსტრუმენტი ქვეყნის შესახებ ინფორმაციის გავრცელებისათვის. ის აყალიბებს ღირებულებებს და ხელს უწყობს ქვეყნის ღირსშესანიშნაობების და მიმზიდველი ტურისტული პროდუქტის პოპულარიზაციას მსოფლიო მასშტაბით. გარდა ამისა ტურიზმმა ბოლო პერიოდში უფრო მასობრივი ხასიათი მიიღო, იგი

ადამიანთა ცხოვრების განუყოფელ ნაწილად იქცა, ადამიანთა დიდი ნაწილი გადაადგილდება და მოგზაურობს სხვადასხვა მიზნებით, დასვენებისა თუ ბიზნეს ინტერესების გამო.

ტურიზმი, როგორც საქმიანობა, რომელიც ვრცელდება ქვეყნის კულტურულ და ბუნებრივ მემკვიდრეობაზე ასევე ტრადიციებსა და ქვეყნის თანამედროვე კულტურაზე ხელს უწყობს ქვეყნის მდგრად ეკონომიკურ განვითარებას. ამრიგად, ტურიზმი, როგორც დარგი არის რთული მულტიდარგობრივი კომპლექსი, რომელიც მოითხოვს რთულ და სისტემურ მიდგომას ისეთი საკითხების მიმართ როგორცაა ეკონომიკის სხვადასხვა დარგების განვითარება როგორც ქვეყნის შიგნით ასევე მის გარეთ.

ტურიზმის ესოდენ დიდი მასშტაბებით განვითარების წინაპირობა არის ტურისტულ პროდუქტზე არსებული მზარდი მოთხოვნა. სულ უფრო დიდი რაოდენობით ადამიანი არის ჩართული ტურისტულ საქმიანობაში სხვადასხვა დონეზე. სამომხმარებლო მოთხოვნის ჩამოყალიბებას ტურიზმის სფეროში სხვადასხვა წინაპირობები ჰქონდა. სოციალურ-ეკონომიკური, ტექნოლოგიური და ეპოქალური ცვლილებების პარალელურად იცვლებოდა და ყალიბდებოდა მოთხოვნა ტურისტულ პროდუქტზე. დღეის მდგომარეობით, გლობალიზაციის პირობებში, ინტერნეტის ეპოქაში ტურიზმი გახდა ინტერესების დაკმაყოფილების საუკეთესო საშუალება. მსოფლიოს თითქმის ყველა ქვეყანა ცდილობს განავითაროს ტურიზმი და საერთაშორისო ბაზარზე წარმოადგინოს ყველა კატეგორიის ტურისტისათვის მისაღები ტურისტული პროდუქტი.

ტურიზმის ინდუსტრიის ეკონომიკური ეფექტის საჩვენებლად, მიზანშეწონილად მივიჩნევთ მსოფლიოს ერთ-ერთი ყველაზე ცნობილი, ტურისტული ცენტრის არაბეთის გაერთიანებული საემიროების, დუბაის საემიროს უმსხვილესი ადმინისტრაციული ცენტრის, დუბაის მაგალითის განხილვასა და მის შედარებით ანალიზს საქართველოს ტურისტულ პოტენციალთან და ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარების შესაძლებლობებთან.

დუბაი მდებარეობს სპარსეთის ყურის სამხრეთით არაბთა გაერთიანებული საამიროების სანაპიროზე და ზღვის დონიდან დაახლოებით 16 მ-ზე (52 ფუტი) მდებარეობს. იგი წარმოადგენს ტურისტულ და ბიზნეს ცენტრს არა მხოლოდ რეგიონის არამედ მსოფლიოს მასშტაბით. დუბაი აგრეთვე არის, მთავარი სატრანსპორტო კვანძი როგორც მგზავრებისთვის, ასევე სატვირთო გემებისთვის. 1960-იან წლებამდე დუბაის ეკონომიკა ეფუძნებოდა წლიურ შემოსავლებს ვაჭრობიდან, უფრო მცირე მოცულობით, ნავთობის მოპოვების კონცესიებს, თუმცა ნავთობი 1966 წლამდე ჯერ კიდევ არ იყო აღმოჩენილი. ნავთობით მიღებული შემოსავლების ნაკადის ზრდა მხოლოდ 1969 წელს დაიწყო, რამაც, თავისთავად, ხელი შეუწყო ქალაქის ნაადრევ განვითარებას. აქვე ისიც უნდა აღინიშნოს, რომ ნავთობის მარაგი შეზრუდულია, ხოლო წარმოებული პროდუქტის ხარისხი – დაბალი: დღესდღეობით საემიროების მთლიან შემოსავლებში ნავთობით მიღებული შემოსავალის პროცენტული წილი 5%-ზე ნაკლებია. საამიროს აქვს დასავლურ სტილიზე მორგებული ბიზნეს მოდელი, რომელიც შემოსავლის მთავარ წყაროდ იყენებს ტურიზმს, ავიაციას, უძრავ ქონებას და სხვადასხვა ფინანსურ მომსახურებას. დიდი ხანი არაა, რაც დუბაიმ მსოფლიოს ყურადღება მიიქცია ბევრი ინოვაციური პროექტით – დიდი კონსტრუქციებითა თუ სხვადასხვა სპორტული ღონისძიებებით. ეს ქალაქი გახდა სიმბოლური თავისი ცათამბჯენებითა და მაღალსართულიანი შენობებით, განსაკუთრებით მსოფლიოში ყველაზე მაღალი შენობით – ბურჯ-ხალიფათი [62; 66].

დუბაი საკმაოდ საინტერესოდ და მიმზიდველად გამოიყურება ტურისტული თვალსაზრისით. დუბაის საემირო წელიწადის სხვადასხვა დროს შესაბამისი ღონისძიებების დაგეგმვით ცდილობს ტურისტების მიზიდვას და იქ ჩასულ სტუმარს მომსახურების სრული სპექტრის შეთავაზებით, სხვაგან წასვლის სურვილს უკარგავს. ძალიან მნიშვნელოვანია იმის ცოდნაც, თუ რა ეკონომიკური ეფექტი აქვს აღნიშნულ ძალისხმევას. დუბაის ეკონომიკური მდგომარეობის შეფასებისათვის უნდა დავეყრდნოთ ტურიზმის საერთაშორისო ორგანიზაციის კვლევას, რომელიც მოიცავს ინფორმაცია თითქმის ყველა ეკონომიკურად მნიშვნელოვანი მაჩვენებლების

შესახებ, რომლებზეც ტურიზმის ინდუსტრიას აქვს გავლენა და ასევე მოიცავს პროგნოზებს, დარგის შემდგომი პერსპექტიული განვითარების თვალსაზრისით.

2015 წლის მონაცემებით, ტურიზმის პირდაპირი ხვედრითი წილი, გაერთიანებული საემიროების მთლიანი შიდა პროდუქტის 8,7% შეადგენს, ტურიზმის სექტორის მთლიანი წილი ქვეყნაში დასაქმებაზე არის 9,6%, რაც შეეხება ტურიზმის ხვედრითი წილი მთლიან ინვესტიციებში იგი 7,2%-ს შეადგენს ხოლო მისი წილი მთლიან ექსპორტში 6,8%. აღნიშნული მონაცემები ტურიზმის მსოფლიო ორგანიზაციის პროგნოზების თანახმად 2026 წლისათვის გაიზრდება. თითოეულ ეკონომიკურად მნიშვნელოვან პარამეტრზე, მინიმუმ 3%-იანი ზრდაა მოსალოდნელი და, შესაბამისად, სავარაუდო მოსალოდნელი შედეგები იქნება:

- *ტურიზმის სექტორის პირდაპირი ხვედრითი წილი მშპ-ში - 11,2%;*
- *ტურიზმის სექტორის წილი ქვეყნის დასაქმებაში- 12,4%;*
- *ტურიზმის ხვედრითი წილი მთლიან ინვესტიციებში- 8,2%.*

ერთ-ერთი უმსხვილესი საემიროს დუბაის ეროვნულ ანგარიშებში ტურიზმის ხვედრითი წილი ყოველწლიურად მინიმუმ 2%-ით იზრდება და თავისი მნიშვნელობით მესამე ადგილზეა საბითუმო ვაჭრობის და საბანკო საფინანსო მომსახურების შემდეგ.

მნიშვნელოვანი მაჩვენებელია შემოსავლები უცხოელი ტურისტების ვიზიტებიდან, რომელმაც 2015 წელს 9,55 მლრდ დირჰამი შეადგინა, 2016 წელს კი მოცემული შემოსავლების 3,3%-ით ზრდაა მოსალოდნელი, რადგან ტურისტების მოსალოდნელი რაოდენობაა 15, 763,000 ტურისტი. პროგნოზის თანახმად 2026 წლისათვის ელოდებიან ტურისტების რაოდენობის ზრდას 30,938,000-მდე. შესაბამისად, გაიზრდება შემოსავლებიც და მისი სავარაუდო რაოდენობა 16,77 მლრდ არაბული დირჰამს მიაღწევს, რაც თავის მხრივ 5,4%-ით მეტია ვიდრე დღევანდელი მონაცემები [62].

ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარებიდან მიღებული ეკონომიკური ეფექტისა და ტურისტული რესურსის არსებობი თვალსაზრისით, საინტერესოა პარალელების გავლება საქართველოსა და დუბაის შორის. შედარების მიზანს წარმოადგენს ორი,

ტურისტული რესურსის მქონე ქვეყნის მდგომარეობის ანალიზი. მათი მიდგომა ტურიზმის განვითარების მიმართ და შესაბამისი თვალსაჩინო ეკონომიკური შედეგების შედარება, რადგან დუბაი წარმოადგენს ტურისტულ ცენტრს და ტურისტების დიდი წილი – რეგიონის მასშტაბით – 70% სწორედ მასზე მოდის [66]. დუბაის ეროვნული შემოსავლების დიდ ნაწილს ტურიზმის ინდუსტრია ქმნის, შესაბამისად დიდია მისი ხვედრითი წილი ადგილობრივი მშპ ფორმირებაში. ამიტომ, ქვეყანა აქტიურად ცდილობს ხელი შეუწყოს ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარებას.

რაც შეეხება საქართველოს, იგი ევროპისა და აზიის გასაყარზე, კერძოდ, კავკასიაში მდებარეობს და ოდითგან დასავლეთისა და აღმოსავლეთის ცივილიზაციების დამაკავშირებელ ხიდს წარმოადგენდა, შავიზღვისპირა მდებარეობა კი მას დიდ უპირატესობას ანიჭებს სამხრეთ კავკასიის სხვა სახელმწიფოებთან, აზერბაიჯანთან და სომხეთთან შედარებით.

საქართველო თავისი ბიომრავალფეროვნებით უნიკალური ქვეყანაა, 69 ათას კვადრატულ კილომეტრზე 15 ნიადაგობრივი და 25-ზე მეტი კლიმატურ-ნიადაგობრივი ზონის არსებობით პრაქტიკულად ვერც ერთი ქვეყანა ვერ დაიკვეხნის. ქვეყანაში 21 ათასი მცირე და საშუალო მდინარე არსებობს: ამ მცირე ზომის ქვეყანაში ტუნდრის გარდა აღირიცხება ყველა ცნობილი კლიმატი: ტროპიკული და სუბტროპიკულიდან დაწყებული და ალპური და სტეპით დამთავრებული. განსაკუთრებით გამოირჩევა ბიომრავალფეროვნებით კავკასიონის სამხრეთი კალთები, რაც იმით აიხსნება, რომ კავკასიონის ქედი მსოფლიოში ერთერთი ყველაზე ახალგაზრდაა და შესაბამისად ორგანული და მინერალური კომპონენტებით განსაკუთრებულად მდიდარი, სწორედ ამით აიხსნება პირველ რიგში ქვეყანაში არსებული ორგანიზმების უნიკალური ბიომრავალფეროვნება და განსაკუთრებული ენდემიზმი. შედარებისათვის, თუ ალპებზე (რომელიც სიგრძით ოდნავ ნაკლებია კავკასიონზე) 350 ენდემური მცენარის არსებობაა დადგენილი, კავკასიონის სამხრეთ კალთებზე 1000-ზე მეტი ენდემური მცენარეა აღრიცხული. ანალოგიური მდგომარეობაა სხვა ორგანიზმების (მწერების და ცხოველური

ორგანიზმების) მიმართაც. საქართველო კურორტებისა და საკურორტო ადგილების ქვეყანაა, რომლის ერთ-ერთ მნიშვნელოვან ფაქტორს მისი ჰავა წარმოადგენს. კლიმატის მრავალფეროვნება განპირობებულია ჩრდილოეთის მხრიდან დიდი კავკასიონის, სამხრეთიდან მცირე კავკასიონის მაღალი ქედების არსებობით და დასავლეთიდან შავი ზღვის ფაქტორით. კლიმატური პირობები გამოირჩევა გამოხატული თერაპიული თვისებებით და მრავალი პათოლოგიის სამკურნალოდ გამოიყენება. საქართველო მდიდარია მტკნარი და მინერალური წყლებით. სასმელი წყლის რესურსებით იგი 2,5-ჯერ აღემატება მსოფლიოს, 2,4-ჯერ ევროპის და 1,7-ჯერ აზიის საშუალო მაჩვენებელს მოსახლეობის ერთ სულზე. ამასთანავე, საქართველოს წყლის რესურსების 30% უმაღლესი ხარისხის მიწისქვეშა სასმელ წყალს წარმოადგენს. მინერალური წყლების საბადოთა რაოდენობა საქართველოში 2-ჯერ აღემატება მსოფლიოში ცნობილ საფრანგეთსა და გერმანიაში ერთად არსებულ მინერალურ წყალთა დებეტის რაოდენობას, ხოლო რაც შეეხება ზოგიერთ მინერალურ წყალს, როგორც არის „ბორჯომი“, „საირმე“ „ლუგელა“, „უწერა“ და სხვა, ისინი თავიანთი იონური შემადგენლობით და სამკურნალო თვისებებით, მსოფლიოში უნიკალურია. „ბორჯომის“ მსგავსი მინერალური წყალი მხოლოდ საფრანგეთშია და ცნობილია „ვიშის“ სახელწოდებით. მათი შედარებისას სპეციალისტებმა უპირატესობა „ბორჯომის“ წყალს მიანიჭეს. საქართველოში ცნობილია 730-ზე მეტი დასახელების მინერალური წყალი, რომელთა ჯამური დღეღამური დებეტი 130 მლნ ლიტრს შეადგენს. მათგან 300-ზე მეტს დიდი სამრეწველო და ბალნეოლოგიური მნიშვნელობა აქვს. საქართველოში, აგრეთვე, ოდითგანვე მოიპოვებოდა და გამოიყენებოდა სამკურნალო ტალახები-პელოიდები, რაც ამჟამადაც წარმატებით გამოიყენება ბალნეოლოგიურ ცენტრებში. ასევე აღსანიშნავია ქვიშით თერაპია, მაგნიტური ქვიშების გამოყენება. მსოფლიოს 2-3 ქვეყანაში არის სამკურნალო ქვიშები, მაგრამ მაგნიტის კონცენტრაციითა უნიკალურია ურეკის ქვიშები, რომელიც საქართველოში დიდი ხანია სამკურნალოდ გამოიყენება.

საქართველო მდიდარია ისტორიულ-არქიტექტურული ძეგლებით, აქ არსებობს მსოფლიო მნიშვნელობის სანახაობები. მათ დაცვაზე საერთაშორისო ორგანიზაციები ზრუნავენ. მსოფლიოში ცნობილი და უნიკალური ძეგლების დაცვასა და რეაბილიტაციას ემსახურება გაერთიანებული ერების განათლების, მეცნიერებისა და კულტურის ორგანიზაცია - იუნესკო. საქართველოს კულტურული ტურიზმი ძირითადად დაკავშირებულია კულტურულ ძეგლებთან, თითქმის ყველა კულტურული ტური ისტორიულ ძეგლს უკავშირდება, რადგან ეს უკანასკნელი ყველა მიმართულებით უამრავია. ქვეყანაში აღრიცხულია 12 ათასი ძეგლი, მათგან სახელმწიფო იცავს 5 ათასს.

საქართველოში ტურიზმის ინდუსტრია განვითარების ახალ ეტაპზე იმყოფება. საქართველომ 2016 წლის პირველ კვარტალში 1,134,436 საერთაშორისო მოგზაური მიიღო, რაც 14.7%-ით მეტია გასული წლის ანალოგიურ მაჩვენებელზე. ქვეყანაში შემოსული მოგზაურების ყველაზე დიდი რაოდენობა მარტის თვეში დაფიქსირდა (450,875). საზღვრის კვეთის მონაცემების მიხედვით საქართველოს ტერიტორიაზე 24 საათი და მეტი დროით ქვეყანაში საერთაშორისო მოგზაურების 36% დარჩა, რაც ტურისტების ნაწილს წარმოადგენს. დამატებით ხდება 24 საათზე ნაკლები პერიოდით ჩამოსულთა(47%) და ტრანზიტულ ვიზიტორთა(17%) დათვლაც [29; 30].

2016 წლის თებერვლის თვის მონაცემებით საქართველოს 360,402 საერთაშორისო მოგზაური ეწვია, ზრდა წინა წლის ანალოგიურ პერიოდთან შედარებით 23,9%-ია. მათ შორის იმ უცხოელი მოგზაურების ანუ ტურისტების რიცხვი, რომლებმაც 24 საათი და მეტი დაჰყვეს საქართველოში 19%-ით არის გაზრდილი წინა წლის თებერვალთან შედარებით[29; 30].

2016 წლის თებერვალს ყველაზე მეტი ვიზიტი აზერბაიჯანიდან (41.9%), თურქეთიდან (12.2%), სომხეთიდან (7.5%), რუსეთიდან (29.2%) და უკრაინიდან (23.5%) განხორციელდა [29; 30].

2016 წლის პირველი კვარტლის მონაცემების თანახმად, საქართველოს მთლიანი შიდა პროდუქტში ტურიზმის სექტორის პირდაპირი ხვედრითი წილი არის 7,3%, რაც შესაბამისად 2,324 მლრდ. ლარის ტოლია, ხოლო ტურიზმის ირიბი გავლენა მშპ-

ზე 24,1%-ია. ქვეყანაში დასაქმებულთა რაოდენობის 6,0% პირდაპირ ტურიზმის სექტორზე მოდის და იგი 105,000 დასაქმებულ ადამიანს შეადგენს, ხოლო ტურიზმის სექტორის ირიბი გავლენა დასაქმებაზე 24,1%-ია, რაც 359,000 დასაქმებულ ადამიანს ნიშნავს. საერთო ექსპორტში ტურიზმის წილი 5,9% -ია ხოლო საერთო ინვესტიციების 5,8% ასევე ტურიზმის სექტორზე მოდის. აღნიშნული მონაცემები ზრდის დადებითი დინამიკით ხასიათდება, შესაბამისად ისი დაახლოებით 2%-ით მეტია წინა წლის ანალოგიურ მაჩვენებლებთან [29].

მოგზაურობის და ტურიზმის მსოფლიო საბჭო წარმოადგენს პროგნოზებს, საქართველოში ტურიზმის განვითარების ტენდენციების შესახებ, რომელიც შემდეგნაირად გამოიყურება:

- *ტურიზმის სექტორის პირდაპირი ხვედრითი წილი საქართველოს მშპ-ში 2026 წლისათვის 8,4%-მდე გაიზრდება (4,212,6 მლრდ. ლარი) ხოლო ტურიზმის ინდუსტრიის არაპირდაპირი ხვედრითი წილის ზრდა საქართველოს მშპ-ზე 27,7%-ს მიაღწევს (13,874.7 მლრდ. ლარი);*
- *ტურიზმის სექტორის პირდაპირი გავლენა ქვეყანაში დასაქმებაზე 2026 წლისათვის 1,8% -ით გაიზრდება და იგი 7,8% გაუტოლდება, რაც შესაბამისად 125,000 დასაქმებულს ნიშნავს უშუალოდ ტურიზმის სფეროში, ხოლო ტურიზმის ინდუსტრიის ირიბი ზეგავლენა დასაქმებაზე 24,4%-ს მიაღწევს, შესაბამისად 423,000 დასაქმებული;*
- *2026 წლისათვის ისევე, როგორც ყველა სხვა ეკონომიკური მაჩვენებელი, გაიზრდება ტურიზმის წილი მთლიან ექსპორტში და იგი 6,4%-ს მიაღწევს;*
- *რაც შეეხება ინვესტირების რაოდენობას, 2026 წლისათვის ტურიზმის სექტორის წილი ინვესტირების მიმართულებით 9,7% მდე გაიზრდება (იხ.ცხრილი 2.2.1).*

ტურიზმის გავლენის შეფასება ქვეყნის ეკონომიკაზე

ცხრილი 2.2.1

| ტურიზმის გავლენა ქვეყნის ეკონომიკაზე | 2016 წელი (%) | 2026 წელი (%) | სხვაობა (%) |
|---|----------------------|----------------------|--------------------|
| ტურიზმის პირდაპირი ხვედრითი წილი (მშპ) | 7,3% | 8,4% | 2,5% |
| ტურიზმის ირიბი ხვედრითი წილი (მშპ) | 24,1% | 27,7% | 3,6 % |
| ტურიზმის პირდაპირი გავლენა დასაქმებაზე | 6,0% | 7,8% | 1,8 % |
| ტურიზმის ირიბი გავლენა დასაქმებაზე | 24,1 % | 24,4% | 3,8 % |
| ტურიზმის წილი მთლიან ექსპორტში | 5,9% | 6,4% | 1,5 % |
| ტურიზმის წილი მთლიან ინვესტიციებში | 5,8% | 9,7 % | 3,9 % |

წყარო: მოგზაურობის და ტურიზმის მსოფლიო საბჭო (WTTC) [62].

აღნიშნული პროგნოზები ეყრდნობა მრავალ ფაქტორს, ისეთებს როგორებიცაა:

- *მსოფლიო ტენდენციები;*
- *მსოფლიოში ტურიზმის ინდუსტრიის მიმართ მზარდი მოთხოვნა;*
- *ტურიზმი, როგორც ეკონომიკის მომგებიანი სექტორი;*
- *ქვეყნის მზაობა ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარების ხელშესაწყობად;*
- *საახელმწიფო ტურისტული პოლიტიკა;*

➤ *სახელმწიფოს მხრიდან დაგეგმილი ღონისძიებები ტურიზმის დარგის განვითარებისათვის.*

ყოველივე ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე სახელმწიფოს მუშაობასა და მონდომებაზეა დამოკიდებული აღნიშნული პროგნოზები გამართლდება, უფრო მაღალ ნიშნულს მიაღწევს თუ საერთოდ ვერ შეძლებს განვითარებას [62].

მოცემული ცხრილიდან ჩანს, რომ ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარების ტენდენცია არის მზარდი, დადებითი და შეუქცევადი, ამიტომ შემთხვევითი არ არის, რომ მივიჩნევთ მას ბევრი ეკონომიკური პრობლემის (დასაქმება, შემოსავლების ზრდა, უცხოური ვალუტის შემოდინება და სხვა.) მოგვარების ერთ-ერთ საშუალებად.

ტურისტული მომსახურების წარმოების განვითარების თვალსაზრისით მნიშვნელოვანია არსებობდეს მოცემულ მომსახურებასა თუ საქონელზე, მოთხოვნა. ჩვენ შევეცადეთ გვეჩვენებინა ტურისტულ პროდუქტზე მოთხოვნის ფორმირების სხვადასხვა ფაქტორები. მიუხედავად ზემოთ აღნიშნული ტურიზმის დადებითი დინამიკისა, ცალსახად რთულია იმის მტკიცება, რომ ჩვენი ქვეყნისათვის ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარების ხელშეწყობას აუცილებლად ექნება დადებითი ეფექტი მაშინ, როცა არ ვიცით საქართველოში წარმოებულ ტურისტულ პროდუქტზე არის თუ არა მოთხოვნა.

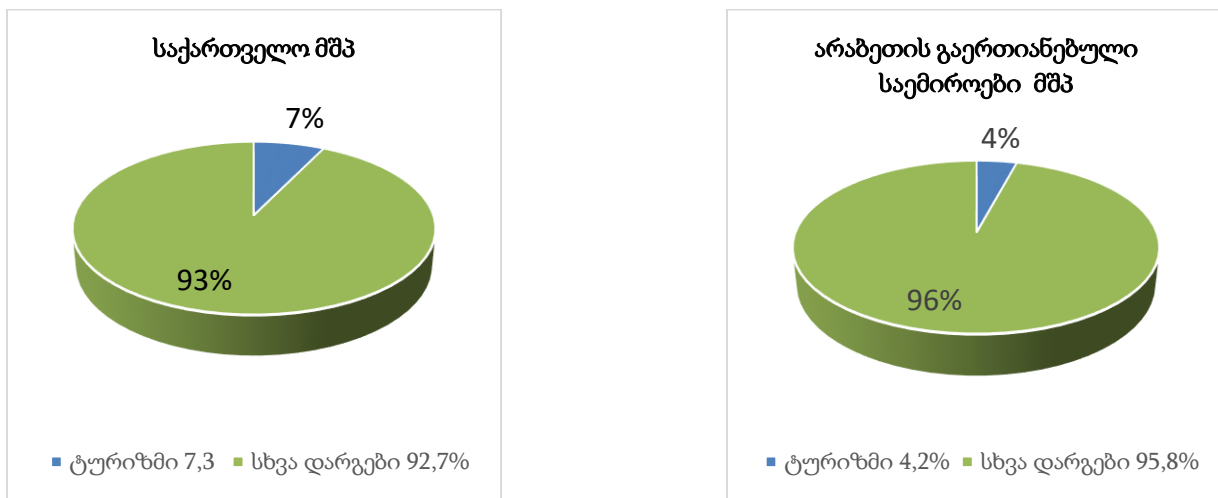
თუ კარგად დავაკვირდებით შეიძლება ითქვას, რომ შედარების ობიექტებს შორის ფუნდამენტური სხვაობაა ტურისტული რესურსის არსებობის თვალსაზრისით. ერთ მხარეს არის კარგად განვითარებული სახელმწიფო, რომელსაც გააჩნია მკაფიოდ განსაზღვრული ტურისტული პოლიტიკა და უაღრესად მაღალ დონეზე განვითარებული ინფრასტრუქტურა და მომსახურების ხარისხი, ხოლო მეორეს მხრივ კი საქართველო, რომელსაც პრაქტიკულად ანალოგი არ ჰყავს ტურისტული რესურსის ფლობის თვალსაზრისით (რაც გამოკვლეული და აღწერილია), თუმცა ის მიეკუთვნება განვითარებადი ქვეყნების რიცხვს და, შესაბამისად, მოიკოჭლებს ინფრასტრუქტურის განვითარების მხრივ. ასევე პრობლემებია ტურიზმის

განვითარების თანმიმდევრული პოლიტიკის თვალსაზრისით, რაც შესაბამისად აისახება ეკონომიკურ შედეგებზე.

ორი სახელმწიფოს 2016 წლის სტატისტიკური მონაცემების შედარებისას გამოიკვეთა, რომ ტურიზმის ინდუსტრიის პირდაპირი ხვედრითი წილი ქვეყნის მშპ-ის ფორმირებაში განსხვავებულია, საქართველოს სასარგებლოდ: 7,3% / 4,2%, რაც ნიშნავს, რომ, მიუხედავად ჩამორჩენისა განვითარების დონის მიხედვით, საქართველო მაინც ახერხებს ტურიზმიდან სარგებლის მიღებას (იხ. დიაგრამა 2.2.1).

ტურიზმის ინდუსტრიის პირდაპირი ხვედრითი წილი მშპ (2016 წ.)

დიაგრამა 2.2.1



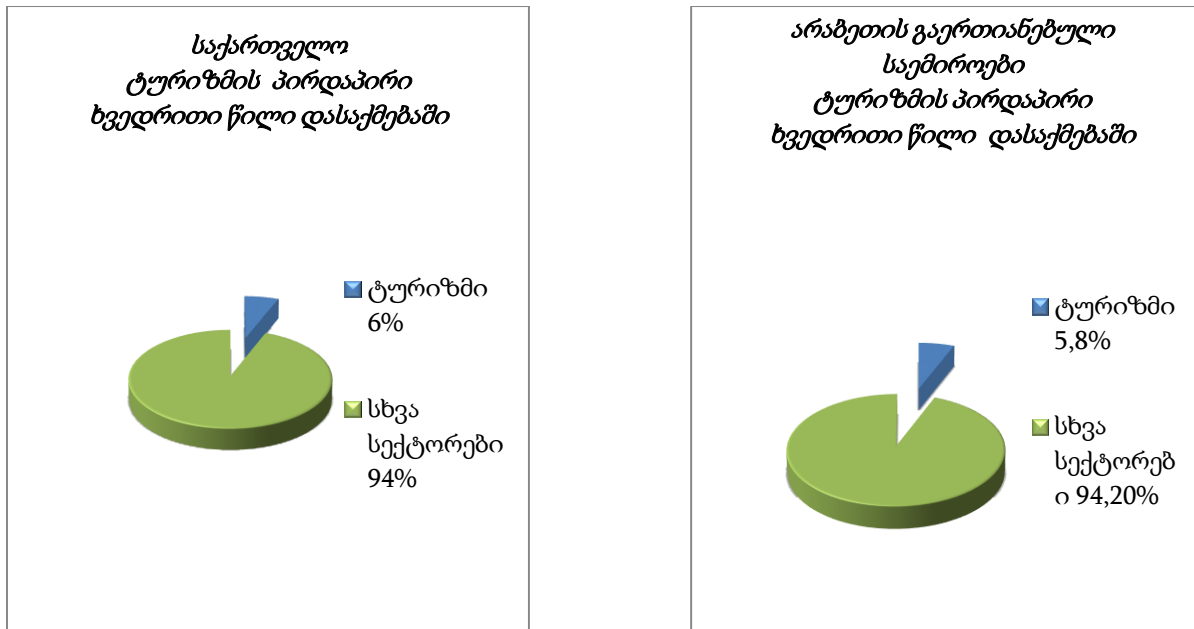
წყარო: მოგზაურობის და ტურიზმის მსოფლიო საბჭო (WTTC) [62].

მნიშვნელოვანია განვიხილოთ ტურიზმის ინდუსტრიის პირდაპირი და ირიბი გავლენები ქვეყანაში დასაქმების ფორმირებაზე. 2016 წლის მონაცემების თანახმად საქართველოში ტურიზმის პირდაპირი წილი საერთო დასაქმებაში არის 6%, ხოლო ირიბი გავლენა 24,1%, რაც შეეხება გაერთიანებულ საემიროებს, ტურიზმის პირდაპირი ხვედრითი წილი დასაქმებაში არის 5,8 %, ირიბი ზეგავლენა კი- 9.8%. როგორც ვხედავთ აღნიშნული მონაცემების თანახმად ტურიზმს საკმაოდ დიდი

ზემოქმედების მოხდენა შეუძლია ქვეყნის ეკონომიკურად ყველაზე მნიშვნელოვან მაჩვენებლებზე, როგორებიცაა მშპ, დასაქმება, ინვესტიციები, ექსპორტი (იხ. დიაგრამა 2.2.2).

ტურიზმის ინდუსტრიის პირდაპირი ხვედრითი წილი დასაქმებაში (2016 წ.)

დიაგრამა 2.2.2



წყარო: მოგზაურობის და ტურიზმის მსოფლიო საბჭო (WTTC) [62].

მიუხედავად იმისა, რომ საქართველოში ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარება საწყის ეტაპზე იმყოფება, მისი გავლენა ქვეყნის ეკონომიკაზე საგრძნობია. მსოფლიო ტურისტული ორგანიზაციის პროგნოზების მიხედვით, უახლოესი ათწლეულის განმავლობაში მოსალოდნელია 2-3%-იანი ზრდა თითოეულ ეკონომიკურად მნიშვნელოვან მაჩვენებელზე, როგორებიცაა: მშპ, დასაქმება, ინვესტიციები, ექსპორტი [63].

ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარების მზარდი ტენდენცია და მოთხოვნა ტურისტულ პროდუქტზე, იმდენად სწრაფად და დინამიურად ვითარდება, რომ ქვეყნები, რომელთაც მრავალფეროვანი ტურისტული რესურსი არ გააჩნია,

სვადასხვა ინფრასტრუქტურული პროექტებითა და ანიმატორული აქტივობებით ცდილობენ ტურისტების მიზიდვას. საქართველოს, ტურისტული თითქმის შეუზღუდავი ტურისტული რესურსები გააჩნია. ამიტომ ჩვენი კვლევის მიზანი არის გამოვავლინოთ სამომხმარებლო მოთხოვნის არსებობა საქართველოში წარმოებულ ტურისტულ პროდუქტზე.

ნებისმიერი სახის საქონელსა თუ მომსახურეობაზე სამომხმარებლო მოთხოვნის შესწავლა გვაძლევს სრულ წარმოდგენას ამ პროდუქტის წარმოების განვითარების პერსპექტივებზე, ასევე ახალი საწარმოო ნიშის შესავსებად.

მოცემული სამუშაოს ფარგლებში განხორციელებულ იქნა ემპირიული კვლევა მასობრივი გამოკითხვის მეთოდის გამოყენებით. მასობრივი გამოკითხვა რაოდენობრივი კვლევის ყველაზე გავრცელებული მეთოდია. ფართო გაგებით, ის მოიცავს ნებისმიერ პროცედურას, რომელიც რესპონდენტებისთვის შეკითხვების დასმას გულისხმობს. მასობრივი გამოკითხვის ორი ძირითადი ტიპი არსებობს: ანკეტირება და ინტერვიუ. ჩვენს მიერ გამოყენებულ იქნა ანკეტირების მეთოდი.

კვლევის ჩატარების პროცესი მოიცავდა სხვადასხვა ტიპის სამუშაოს, რომელთა შესრულებაც საერთო მიზანს ემსახურებოდა. თამნიმდევრობის მიხედვით ეს პროცესი შეიძლება შემდეგნაირად დავახასიათოდ:

საკვლევი მიზნის ჩამოყალიბება - ეს პროცესი გულისხმობს კონკრეტულ მიზნის დასახვას, რომელიც შემდგომში დაედო საფუძვლად ემპირიული კვლევის ჩატარების მეთოდის გამოვლენასა და საკვლევი თემატიკიდან გამომდინარე ზუსტი კითხვარის შემუშავებას. მოცემულ ეტაპზე გამოვლენილ იქნა საქართველოს ტურისტულ პროდუქტზე არსებული სამომხმარებლო მოთხოვნის შესახებ ინფორმაციის შეგროვების აუცილებლობა, რაც თავის მხრივ მოწოდებულია უფრო გაამყაროს ჩვენს მიერ ჩამოყალიბებული მოსაზრება ტურიზმის ინდუსტრიის ეკონომიკაზე, კერძოდ კი საქართველოს შრომის ბაზარზე დასაქმების პერსპექტივებზე, ზეგავლენის შესახებ.

კითხვარის შემუშავება - კვლევის მოცემულ ეტაპზე განხორციელდა ანკეტირებისათვის კითხვარის შემუშავება საქართველოში კერძოდ, ბათუმის შოთა რუსთაველის სახელობის სახელმწიფო უნივერსიტეტში მიმდინარე პროექტის „

Education in field of innovation and sustainable tourism in Kyrgystan, Georgia and Norway“ – ს მიერ განხორციელებული ანკეტირების ნიმუშების საფუძველზე. ჩამოყალიბებულ იქნა 9 საკვანძო შეკითხვა, რომელთა პასუხების გაანალიზება შესაძლებლობას მოგვცემდა შეგვეფასებინა საქართველოს ტურისტულ პროდუქტზე სამომხმარებლო მოთხოვნის არსებობა.

მიზნობრივი ჯგუფის გამოვლენა - კვლევის ამ ეტაპზე განსაზღვრულ იქნა პოპულაციასთან დაკავშირებული პრობლემები, რაც მოიცავდა შემდეგი საკითხებისადმი ყურადღების გამოჩენას: ა) სამიზნე ჯგუფის რაოდენობის განსაზღვრა; ბ) სამიზნე ჯგუფის გეოგრაფიული განაწილება; გ) სამიზნე ჯგუფთან ენობრივი პრობლემების შესახებ არსებული სიტუაციის შეფასება ანკეტირებისათვის საჭირო სალიტერატურო ენის შერჩევის მიზნით.

ანკეტირებისათვის მიზნობრივი სეგმენტის შერჩევა - მოცემულ ეტაპზე მოხდა რესპონდენტების შესახებ ინფორმაციის შეგროვება. განისაზღვრა რესპონდენტებთან დაკავშირების საშუალებები.

გამოკითხვის მიზანი გულისხმობდა საქართველოს ტურისტულ პროდუქტზე სამომხმარებლო მოთხოვნის არსებობის შეფასებას. კვლევის ობიექტები იყვნენ ტურისტები, რომელთა დეფინიცია განვახორციელეთ შემდეგი ნიშნებით: ტურისტები, რომლებიც ერთხელ მაინც უკვე იყვნენ საქართველოში და ტურისტები, რომლებიც ჯერ არ ყოფილან საქართველოში. ყოველივე ეს გამოიწვია დასმული პრობლემის სირთულემ, რომელიც, ერთი მხრივ, გულისხმობს დადებითი შთაბეჭდილებების ექპორტირების შემთხვევაში ტურისტების მოზიდვის შემდგომ პერსპექტივას და, მეორე მხრივ, უცნობი ქვეყნისადმი ინტერესის, ცნობადობის და მოგზაურობის სურვილის გამოვლენას. აქედან გამომდინარე შედგენილი ანკეტა იყო ორი სახის და მათ შორის განსხვავება შესაბამისობაში მოდიოდა მიზნობრივ ჯგუფთან. ანკეტა შედგენილ იქნა ინგლისურ ენაზე და მოიცავდა 9 შეკითხვას. (იხ. დანართი 2; 3).

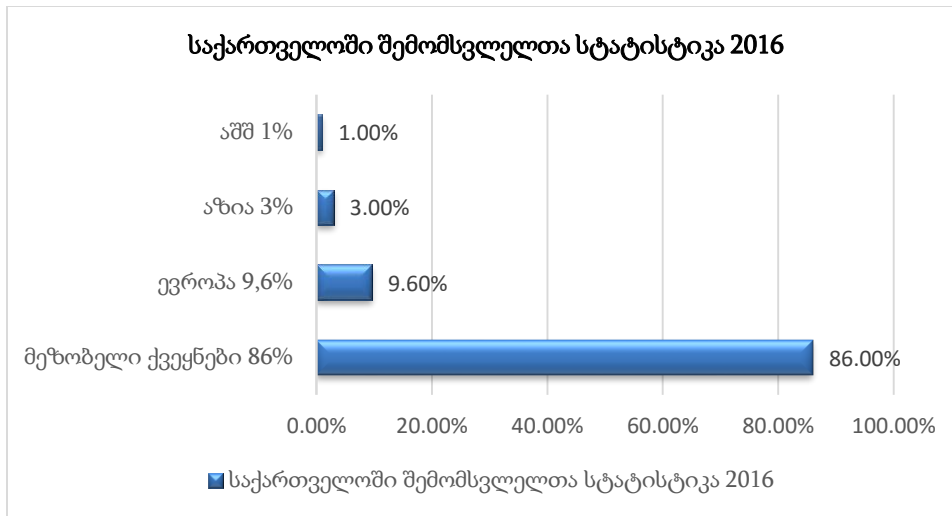
კვლევის ობიექტის შერჩევის შემდეგ განისაზღვრა კვლევის ჩატარების ადგილები. როგორც უკვე ავღნიშნეთ ჩვენს მიერ შემუშავებული ანკეტა განსაზღვრული იყო ორი

განსხვავებული მიზნობრივი ჯგუფისთვის. შესაბამისად კვლევის ადგილად ერთ შემთხვევაში შევარჩიეთ ქ.ქუთაისის დავით აღმაშენებლის სახელობის ეროვნული აეროპორტი და მეორე შემთხვევაში გაერთიანებული საემიროების, ერთ-ერთი უმსხვილესი საემიროს დუბაის ადმინისტრაციული ცენტრი დუბაი, უფრო კონკრეტულად კი დუბაის აეროპორტთან მდებარე 4 ვარსკვლავიანი სასტუმრო კომპლექსი „*Al Bustan Centre & Residence*”.

როგორც საქართველოს ეროვნული ადმინისტრაციის 2016 წლის ანგარიშში გამოიკვეთა საქართველოში ტურისტული მიზნით შემომსვლელთა ყველაზე მინიმალური რაოდენობა 0,3% სწორედ გალფის ქვეყნებზე მოდის [29; 30]. აქვე უნდა აღინიშნოს ის ფაქტი, რომ მოცემული რეგიონის ქვეყნებთან მიმოსვლა, ვიზის მიღების თვალსაზრისით გამარტივებულია. აქედან გამომდინარე საინტერესო იყო მათი პასუხების შეფასება. (იხ. დიაგრამა 2.2.3)

საქართველოში შემომსვლელთა სტატისტიკა 2016

დიაგრამა 2.2.3



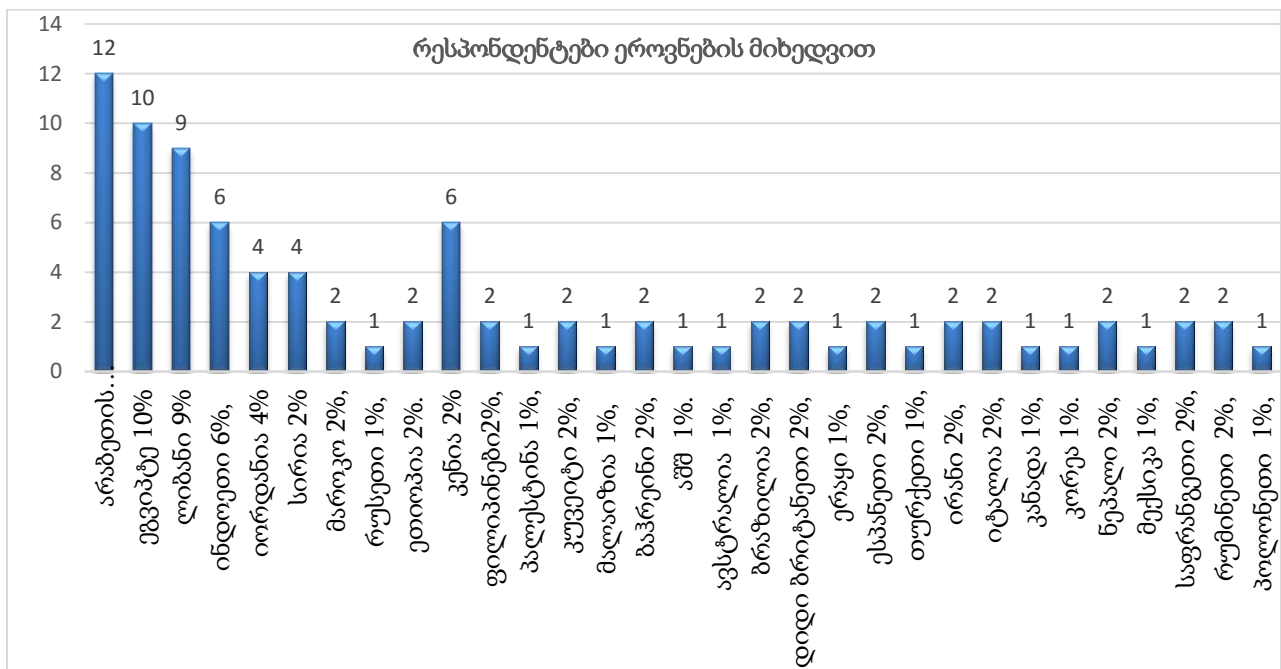
წყარო: საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია [30].

აღნიშნული კვლევა საინტერესოა თავისი შინაარსით და იძლევა საშუალებას, შევაფასოთ, საქართველოში ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარების შესაძლებლობები.

კვლევის ერთი მიმართულება, რომელიც განხორციელდა ოთხ ვარსკვლავიანი სასტუმრო „Al Bustan Centre & Residence”-ში, რომელიც მდებარეობს დუბაის აეროპორტთან და გამოირჩევა ტურისტების სიუხვით მთელი წლის განმავლობაში (ისევე როგორც მთლიანად, დუბაის თითქმის ყველა სასტუმრო კომპლექსი). გამოკითხული იქნა აღნიშნული სასტუმრო კომპლექსის, როგორც მაღალი და საშუალო დონის მენეჯმენტი, ასევე სასტუმროს მომხმარებლები. გამოკითხვის პროცესი საკმაოდ ინტერნაციონალური გამოვიდა, რადგან კვლევაში მონაწილეობა მიიღო 39 ქვეყნის მოქალაქემ (იხ. დიაგრამა 2.2.4).

რესპონდენტთა ეროვნული შემადგენლობა

დიაგრამა: 2.2.4



წყარო: ავტორის მიერ წარმოებული კვლევის შედეგები.

დუბაიში ჩატარებული ანკეტირების შედეგები ანუ პასუხები შეკითხვებზე შემდეგნაირად გადანაწილდა: ერთ-ერთ მთავარ კითხვაზე, ფლობდნენ თუ არა ინფორმაციას საქართველოს, როგორც ტურისტული ქვეყნის არსებობის შესახებ,

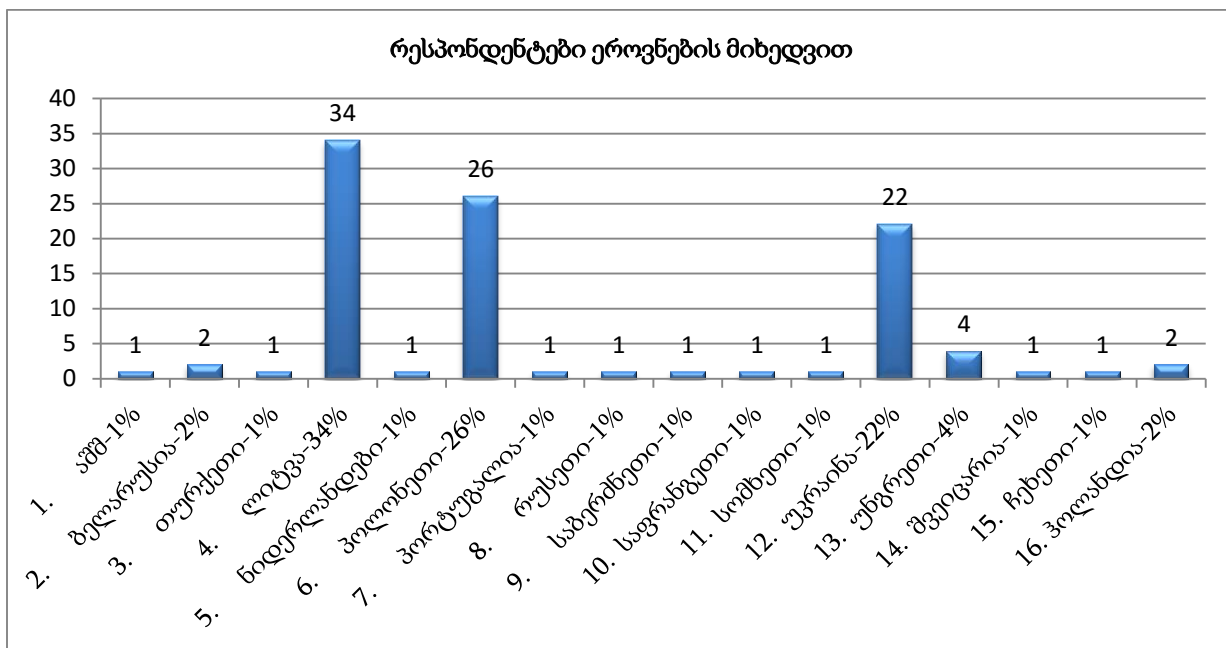
გამოკითხულთა 100%-მა დადებითი პასუხი გასცა, ხოლო კითხვაზე - ყოფილან თუ არა ისინი ერთხელ მაინც საქართველოში - ცალსახად 100%-ი უარყოფითად პასუხობს. ნიშანდობლივი იყო პასუხი, შეკითხვაზე, თუ საიდან მიიღეს ინფორმაცია, საქართველოს შესახებ, ვინაიდან გამოკითხულთა მხოლოდ 20%-მა განაცხადა, რომ საქართველოს შესახებ ინფორმაციის მისაღებად სხვადასხვა წყარო გამოიყენა, რომელთა შორის არის ტელევიზია და ინტერნეტი, ხოლო დანარჩენ 80%-ს საქართველოს შესახებ უამბო მეგობარმა, რომელიც უკვე იმყოფებოდა საქართველოში ან ჰქონდა გაგონილი მის შესახებ. ანკეტა ასევე მოიცავდა შეკითხვას თუ რა სახის განთავსების საშუალების გამოყენებას გეგმავდნენ საქართველოში მოგზაურობის მსურველები, ვინაიდან თავის მხრივ, განთავსების საშუალებების გამოყენების ტიპს შეუძლია განსაზღვროს, მომხმარებლების მხრიდან, ტურისტული მომსახურების მიმართ წაყენებული მოთხოვნები. აღნიშნულ შეკითხვაზე პასუხები შემდეგნაირად გადანაწილდა: მოგზაურთა მხოლოდ 10% გამოიყენებს განთავსების ალტერნატიულ საშუალებებს (კარავი, მეგობრის სახლი, დაქირავებული სახლი და სხვა.) ხოლო დანარჩენი 90% კი გეგმავს სასტუმროში დაბინავებას. აღსანიშნავია, ის ფაქტი, რომ მოგზაურთა 75% აპირებს იმოგზაუროს მეგობართან, ოჯახის წევრებთან ან კოლეგებთან ერთად, ხოლო 25% გეგმავს, მარტო მოგზაურობას. ჩვენს მიერ გამოკითხულთა უმრავლესობამ 100% დაადასტურა თავისი სურვილი იმოგზაუროს საქართველოში.

რაც შეეხება კვლევის მეორე მიმართულებას, როგორც უკვე ავღნიშნეთ, ის საქართველოში ჩატარდა, თუმცა ამ შემთხვევაშიც, მისი რეალიზაცია უცხოელ ტურისტებზე მოხდა. კონკრეტულად იმ ტურისტებზე, რომლებიც უკვე იმყოფებოდნენ საქართველოში ტურისტული მიზნით. შესაბამისად ჩვენი მთავარი ამოცანა იყო, გაგვერკვია, დაბრუნდებოდნენ თუ არა ისინი საქართველოში კიდევ, ერთხელ მაინც, ან გაუწევდნენ თუ არა რეკომენდაციას საქართველოს, როგორც საინტერესოდ მოსანახულებელ ქვეყანას. კვლევის ფარგლებში გამოკითხულ იქნა 100 რესპონდენტი 16 ქვეყნიდან, მონაწილეებს შორის ჭარბობდნენ პოლონელი, ლიტველი და უკრაინელი ტურისტები. რესპონდენტების რაოდენობა,

პროცენტულად შემდეგნაირად გადანაწილდა: აშშ-1%; ბელორუსია-2%; თურქეთი-1%; ლიტვა-34%; ნიდერლანდები-1%; პოლონეთი-26%; პორტუგალია-1%; რუსეთი-1%; საბერძნეთი-1%; საფრანგეთი-1%; სომხეთი-1%; უკრაინა-22%; უნგრეთი-4%; შვეიცარია-1%; ჩეხეთი-1%; ჰოლანდია-2% (იხ. დიაგრამა 2.2.5).

რესპონდენტთა ეროვნული შემადგენლობა

დიაგრამა: 2.2.5



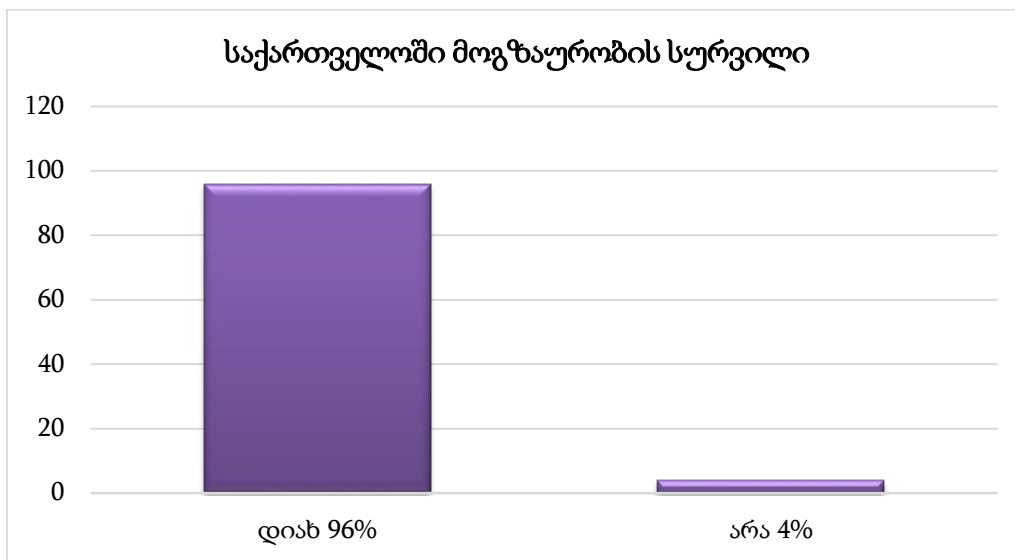
წყარო: ავტორის მიერ წარმოებული კვლევის შედეგები.

მოცემული ანკეტა, პირველის მსგავსია და შესაბამისად შედეგა ცხრა შეკითხვისაგან. პასუხები შეკითხვებზე შემდეგნაირად გადანაწილდა: იცნობდნენ თუ არა საქართველოს, როგორც ტურისტულ დესტინაციას 97%-მა უპასუხა დიახ ხოლო 3%- არა. რაც შეეხება ინფორმაციის წყაროებს 51%-მა უპასუხა, რომ მეგობარი, 32%-მა მიუთითა ინტერნეტი, 13%-მა უპასუხა, რომ ინფორმაციის წყარო გახლდათ მეგობარი და ინტერნეტი, ორივე ერთად. ხოლო 4%-მა იფორმაციის წყაროდ ტელევიზია დაასახელა, დარჩენილმა 3%-მა ყველა წყარო ერთად მიუთითა. პასუხი შეკითხვაზე - თუ ვისთან ერთად ისურვებდნენ მოგზაურობას პასუხები,

შემდგენაირად გადანაწილდა: 57% - მეგობარი გოგო/ბიჭი ან ოჯახის წევრებთან, კოლეგებთან -33% და მართო - 10%. კვლევის უმთავრეს მიზანს წარმოადგენდა, დაგვედგინა, ტურისტებს შორის არის თუ არა განმეორებით, საქართველოს მონახულების სურვილი. შეკითხვაც შესაბამისად იყო ფორმირებული - გეგმავთ თუ არა საქართველოში კიდევ, ერთხელ მაინც დაბრუნებას - რესპონდენტთა 96% -მა დადებითი პასუხი გასცა, ხოლო 4%- მა საქართველოში კვლავ ჩამოსვლაზე უარი განაცხადა.(იხ. დიაგრამა 2.2.6):

საქართველოში მოგზაურობის სურვილი

დიაგრამა: 2.2.6



წყარო: ავტორის მიერ წარმოებული კვლევის შედეგები.

კვლევაში მონაწილე რესპოდენტთა აბსოლუტური უმრავლესობა ფლობდა ინფორმაციას საქართველოზე, როგორც ტურისტული დესტინაციის შესახებ. თუმცა, გამოვლინდა, რომ საქართველოში ტურისტული მომსახურეობის მიწოდების შესაძლებლობებთან დაკავშირებით ინფორმაციას არ ჰქონდათ. საქართველოში მოგზაურობის სურვილი გამოთქვა დუბაიში გამოკითხულ რესპონდენტთა 100%-

მა, ხოლო საქართველოში გამოკითხულთა შორის, ვინც უკვე იმყოფებოდა ქვეყანაში და ისარგებლა საქართველოს ტურისტული მომსახურებით, საქართველოს განმეორებით სტუმრობის სურვილი გამოთქვა გამოკითხულ რესპონდენტთა 96%-მა.

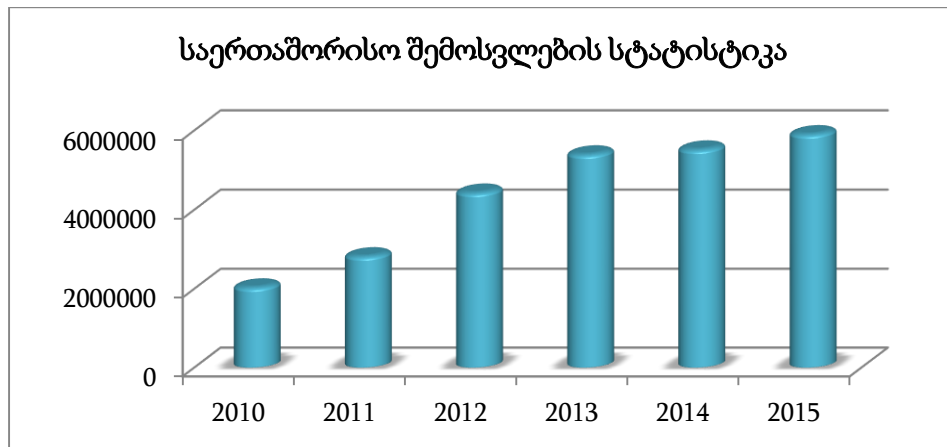
კვლევის შედეგად მიღებული მონაცემები, რომელიც საქართველოში წარმოებულ ტურისტულ მომსახურებაზე მზარდ მოთხოვნას გამოხატავს, მნიშვნელოვან წინაპირობას ქმნის ტურიზმის ინდუსტრიის შემდგომი პერსპექტიული განვითარების თვალსაზრისით.

ტურიზმი, როგორც საქმიანობა, რომელიც ვრცელდება ქვეყნის კულტურულ და ბუნებრივ მემკვიდრეობაზე, მის ტრადიციებსა და ქვეყნის თანამედროვე კულტურაზე, ხელს უწყობს ქვეყნის მდგრად ეკონომიკურ განვითარებას.

მსოფლიო ტენდენციების პარალელურად საქართველო, როგორც ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარებისათვის შესანიშნავი შესაძლებლობების მქონე ქვეყანა-ცდილობს ფეხი აუწყოს სამყაროს თანამედროვე გამოწვევებს. სახელმწიფოს მხრიდან ტურიზმის ინდუსტრიის ხელშეწყობის მიმართულებით გადადგმული ნაბიჯები, ყოველწლიურად აისახება ტურისტთა დენადობაზე და შესაბამისად ეკონომიკურ მაჩვენებლებზე. ბოლო პერიოდის ტენდენციის გათვალისწინებით, ქვეყანაში შემოსული ტურისტების რაოდენობის მხრივ, დინამიკა არის მზარდი. (იხ. დიაგრამა 2.2.1)

საერთაშორისო შემოსვლების სტატისტიკა (2010–2015 წ.)

დიაგრამა 2.2.7



წყარო: საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია [29].

საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის განცხადებით, საქართველოს ტურიზმის სექტორის ზრდის ტემპი ბოლო წლებში უსწრებს მსოფლიო ტურიზმის ზრდის მაჩვენებელს. ეს ფაქტი დასტურდება მსოფლიო მოგზაურთა შორის საქართველოში ჩამოსულთა ხვედრითი წილის შეფასებით (7%). ტურიზმის განვითარება საქართველოს ერთ-ერთ მნიშვნელოვან პრიორიტეტს წარმოადგენს [29].

ტურიზმის აღრიცხვისთვის რეკომენდირებულია გაიზომოს ერთის მხრივ ტურიზმის მოხმარება, მეორეს მხრივ ტურიზმის მიწოდება. ტურიზმის მაჩვენებლებს ქმნიან ტურისტები და არა თვითონ ტურიზმი. ვიზიტორი არის, ის ვინც განსაზღვრავს იმ პროდუქტებისა და საქმიანობების ჩამონათვალს, რომელზეც უნდა მოხდეს ტურიზმის ანალიზის ფოკუსირება. აქედან გამომდინარე, შეიძლება ითქვას, რომ ჩვენს მიერ ჩატარებულ კვლევის შედეგებზე დაყრდნობით შესაძლებელი გახდა გარკვეულწილად ტენდენციაზე საუბარი. კვლევამ, მისი ჩატარების ორივე მიმართულებით, ცხადყო, რომ მთლიან გამოკითხულთა მხოლოდ 2% არის ის მაჩვენებელი, რომელიც არ ადასტურებს საქართველოში ვიზიტის სურვილს, დანარჩენი 98% კი თანახმაა საქართველოში იმოგზაუროს. გამოკითხვის წარმოებისას, არ გამოვლენილა არანაირი დაბრკოლება, რაც ხელს შეუშლიდა კვლევის პროცესს.

არ ჰქონია ადგილი წინააღმდეგობას ტურისტების მხრიდან და რიგ შემთხვევებში სიამოვნებითაც კი დებულობდნენ მონაწილეობას გამოკითხვაში, რადგან ესმოდათ, რომ აღნიშნული კვლევა, საერთო ჯამში ემსახურებოდა ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარებას ქვეყანაში, ამიტომ ცალსახად იგრძნობოდა მხარდაჭერა მოცემულ საქმეში.

ჩვენს მიერ განხორციელებულმა კვლევამ დაადასტურა მთავარი:

- *მსოფლიო ტენდენციების კვალდაკვალ, საქართველო მკაფიოდ მონიშნულია საერთაშორისო ტურისტულ რუკაზე და მოთხოვნა ჩვენი ქვეყნის ტურისტულ პროდუქტზე მოცემული გამოკითხვის ფარგლებში 98%-ს შეადგენს.*

ტურისტულ მომსახურებაზე მოთხოვნის არსებობა კი, თავის მხრივ ნიშნავს:

- *ტურისტული წარმოების ინტენსიფიკაციას;*
- *უფრო მეტ დასაქმებულ თანამემამულეს;*
- *უცხოური ვალუტის შემოდინებას;*
- *ეკონომიკურ წინსვლას;*
- *მცირე და საშუალო ბიზნესის ინტენსიურ განვითარებას;*
- *ინვესტიციების რაოდენობის ზრდას;*
- *სოციალურ-კულტურულ ადაპტაციას მსოფლიოს განვითარებულ ქვეყნებთან, ეროვნული იდენტობის, შენარჩუნების პროპორციულად;*
- *ტურისტულ-რეკრეაციული რესურსების შენარჩუნება, მოვლა-პატრონობას;*
- *ინფრასტრუქტურის გაუმჯობესებას;*
- *მოსახლეობის, ცხოვრების დონის ამაღლებას.*

ქვეყანაში ტურიზმის განვითარება მჭიდრო კავშირშია მოცემულ სფეროში მომუშავე ადამიანების დასაქმებისა და შემოსავლის დონესთან. უმეტეს შემთხვევაში ვიზიტორთა მოხმარების დონე არ არის თანაბრად განაწილებული მთელს წელიწადზე. შედეგად დასაქმების დონის მაჩვენებელი ტურიზმის სფეროში შეიცვლება სეზონების შესაბამისად.

ტურიზმი შეიძლება განისაზღვროს, როგორც ეკონომიკის სპეციფიური დარგი, რომელიც აერთიანებს სხვადასხვა დამოუკიდებელი დარგების შემადგენელ ერთეულებს და განვითარების პარალელურად ჯაჭვური რეაქციის პრინციპით, პირდაპირ ან ირიბად, ხელს უწყობს სხვადასხვა სექტორის კომპლექსურ განვითარებას. სწორედ აქედან გამომდინარეობს, მსოფლიოს უდიდესი ნაწილის მისწრაფება, განავითაროს ტურიზმის ინდუსტრია. საქართველოს შემთხვევაშიც შეიძლება ითქვას, რომ ჩვენი ქვეყნის პრიორიტეტებს შორის, ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარება წამყვან პოზიციებზე დგას - „მინდა განსაკუთრებულად გამოვყო ტურიზმი, ვინაიდან არცერთ სხვა დარგს არ მოაქვს სავალუტო შემოსავალი ქვეყნისთვის და არ ასაქმებს იმდენ ადამიანს მცირე და საშუალო ბიზნეში, როგორც ეს არის ტურიზმის შემთხვევაში. კიდევ უფრო უნდა განმტკიცდეს ტურიზმის ინდუსტრიის იმიჯი, როგორც სტრატეგიული დარგი საქართველოსთვის, ვინაიდან საქართველოს ტურისტული იმიჯი არის ძალიან მნიშვნელოვანი ჩვენი ეკონომიკის განვითარებისათვის.“ - აცხადებს საქართველოს პრემიერი გ. კვირიკაშვილი.

2.3. ტურისტული მომსახურების სფეროს განვითარება და დასაქმების პერსპექტივები ტურიზმის ინდუსტრიაში

ტურიზმის ინდუსტრიის ინტენსიურმა განვითარებამ მთელს მსოფლიოში დიდი გავლენა იქონია მოსახლეობის სოციალურ-ეკონომიკურ მდგომარეობაზე. მოცემულ სექტორს, როგორც ამაზე მსოფილო გამოცდილება მეტყველებს, შეუძლია მნიშვნელოვანი გავლენა იქონიოს ქვეყნის ეკონომიკაზე.

ტურიზმის ინდუსტრია მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს არა მარტო იმ რეგიონზე, რომელშიც ვითარდება, არამედ ქვეყანაზე ზოგადად. ტურიზმის ინდუსტრია დაკავშირებულია სამეწარმეო საქმიანობასთან, წარმოებასა და მომსახურების გაწევასთან, ხოლო როგორც მოვლენა ტურიზმის ინდუსტრია განუყოფელია

მომსახურებაზე მოთხოვნისგან, უკავშირდება ადამიანთა მოთხოვნილებებს, მათ დასვენებას, შემოსავლებს, ცხოვრების წესს და ა. შ. [65]. ტურიზმი არა მხოლოდ პირდაპირი გაგებით იძლევა მნიშვნელოვან შემოსავალს ქვეყნისათვის, არამედ, იმავდროულად, დამატებით კიდევ არაერთ დადებით შედეგს განაპირობებს, მათ შორის, ინფრასტრუქტურულ განვითარებას, ტურიზმის უზრუნველყოფასთან დაკავშირებული ბიზნესის სხვადასხვა სფეროს განვითარებას და, შესაბამისად, მოსახლეობის დასაქმების ზრდას, ქვეყნისათვის დამახასიათებელი და მისი წარმოჩენისათვის სასარგებლო ადგილობრივი კულტურულ-ისტორიული ტრადიციებისა და სახალხო რეწვის შენარჩუნებასა და განვითარებას, არაფორმალური და ფორმალური კავშირების ჩამოყალიბებას სხვა ქვეყნების წარმომადგენლებთან, რაც, თავის მხრივ, ქვეყანაში ინვესტიციების მოზიდვას აძლიერებს, ქვეყნის იმიჯის გაუმჯობესებას საერთაშორისო არენაზე და მეგობრული, კეთილგანწყობილი მხარდამჭერების რიცხვის მატებას, და ა. შ.

მსოფლიო მოვლენად ტურიზმი მე-20 საუკუნის 50-60 იან წლებში გადაიქცა. მან მასიური სახე მიიღო და ადამიანის სოციალური აქტივობის განუყოფელ ნაწილად იქცა. თითქმის არ არის ქვეყანა სადაც ტურიზმი მეტ ნაკლებად არ არის განვითარებული. ამ დროისათვის ტურიზმის ინდუსტრია წარმომადგენს ერთ-ერთ ყველაზე შემოსავლიან და დინამიურად განვითარებად დარგს. ტურიზმზე მოდის მსოფლიოს მთლიანი შიდა პროდუქტის 10% მდე [29]. ტურიზმი მატერიალურ-ტექნიკური პროგრესის კვალდაკვალ ვითარდება და, შესაბამისია, მისი გავლენა სოციალურ-ეკონომიკურ გარემოზე.

მასობრივად ტურიზმის განვითარება დაკავშირებულია ისეთ მოვლენებთან, კერძოდ:

- *სამუშაო საათების შემცირება თავისუფალი დროის საათების სასარგებლოდ;*
- *საზოგადოების მატერიალური კეთილდღეობის ზრდა და ღირებულებების ცვლილება;*
- *სოციალურ-ეკონომიკური ურთიერთობების გლობალიზაცია.*

აღნიშნულიდან გამომდინარე შესაძლებელია გამოიყოს რიგი ფაქტორებისა, რომლებიც განსაზღვრავენ ტურიზმის განვითარებასა და მის ზემოქმედებას დასაქმების ზრდაზე:

- **ტურისტულ მომსახურებაზე მოთხოვნის ზრდა:** გულისხმობს ადამიანთა მხრიდან მზარდი ინტერესის ქონას აუთვისებელი, უცხო ადგილების მონახულებისა და შემეცნებისაკენ. ტურისტულ მომსახურებაზე მოთხოვნის ფორმირებას უამრავი ფაქტორი განაპირობებს, რომელთაგან გამოვყოფთ: ფსიქოლოგიური, მატერიალური. მოცემული ფაქტორებით შეიძლება აიხსნას ადამიანის მოგზაურობის მოტივი და მატერიალური შესაძლებლობა;
- **ტურისტულ მომსახურებაზე მოთხოვნის თავისებურება** გულისხმობს ეკონომიკური სტაგნაციისა და კრიზისების პირობებშიც კი მოთხოვნის დინამიურ ზრდას მისი, შედარებით ნაკლებფასიანი მომსახურების ჩანაცვლების ხარჯზე.
- **ტურისტული მომსახურების მომხმარებელთა სეგმენტაცია და მისი გავლენა მოთხოვნის ფორმირებაზე.** ამ შემთხვევაში იგულისხმება ტურისტულ პროდუქტზე მოთხოვნის ცვლილება სხვადასხვა პერიოდებში. მაგალითად, 80-იან წლებში ტრადიციული მოგზაურობები ჩანაცვლა მძაფრი შეგრძნებების და ექსტრემალური განცდების მომტანმა ტურისტულმა მომსახურებამ. ზოგადად, საზოგადოების სოციალური პირობების გაუმჯობესებამ, საპენსიო ასაკის დაწევამ, ასევე სიბერისადმი ფსიქოლოგიური მიდგომის ცვლილებამ ჯამში მოგვცა ტურისტულ მომსახურებაზე მოდიფიცირებული მოთხოვნა. ფართო განვითარება და პოპულარობა ჰპოვა ისეთმა ტურისტულმა მიმდინარეობებმა, როგორებიცაა ბიზნეს ტურიზმი, რელიგიური და ეკოტურიზმი. ტურისტული მომსახურების სპექტრის ზრდა-განვითარება აისახება არა მხოლოდ მომხმარებლებზე, რომელთა მოთხოვნის დასაკმაყოფილებლად იქმნება ესა თუ ის ტურისტული პაკეტი, არამედ ტურისტულ ინდუსტრიაში დასაქმებულთა რაოდენობასა და მათი პროფესიული უნარ-ჩვევების ჩამოყალიბებაზე.

➤ *ფასი ტურისტულ მომსახურეობაზე.* ტურისტული მომსახურეობის რეალიზაციას განსაზღვრავს მომხმარებელთა მსყიდველობითუნარიანობა, ამიტომაც, ტურიზმი არის სფერო, სადაც იქმნება დიფერენცირებული გადახდისუნარიანობის მქონე მომხმარებლისთვის ასევე დიფერენცირებული ტურისტული მომსახურეობა, რაც გულისხმობს, როგორც მაღალფასიან (ხუთ ვარსკვლავიან) მომსახურეობას, ასევე საშუალო და დაბალფასიან ტურისტულ პროდუქტებს, რაც შესაბამისად, ხელმისაწვდომია ნებისმიერი სეგმენტის მომხმარებლისათვის.

ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარება ორგვარ - *პირდაპირ და ირიბ* - გავლენას ახდენს დასაქმების ზრდაზე.

ტურიზმის განვითარების ზეგავლენა დასაქმების ზრდაზე *პირდაპირია* მაშინ როცა დასაქმება ხდება უშუალოდ ტურისტული მომსახურეობის განხორციელების სფეროებში (ტურისტული სააგენტოები, სასტუმრო, რესტორნები და სხვ.). ხოლო ტურიზმის განვითარების ირიბი ზეგავლენა დასაქმების ზრდაზე იკვეთება სხვადასხვა სფეროებში, კერძოდ: ვაჭრობის, საბანკო. სადაზღვევო და ტურიზმის სექტორის სხვა მომიჯნავე დარგებში. როგორც შვეიცარიული გამოცდილება გვიჩვენებს, ტურიზმში, კერძოდ განთავსების სფეროში დასაქმებას, აქვს მულტიპლიკატორის ეფექტი. შვეიცარიელი პროფესორის ჰ.პ. შმიდტჰაუზერის გათვლებიდან ჩანს, რომ ყოველ 1000 დასაქმებულზე განთავსების სფეროში მოდის 459 დასაქმებული მომსახურეობის სფეროში (დასაქმებულთა 2/3). ასევე ყოველ 100 დასაქმებულზე განთავსების სექტორში მოდის 11 დასაქმებული ვაჭრობის სფეროში და 2 დასაქმებული საბანკო სადაზღვევო სფეროში [77]. ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარების ირიბი ეფექტი დასაქმებაზე ვლინდება ასევე წარმოების სხვა სფეროებზეც, რომლებიც აწარმოებენ პირველადი დანიშნულების, სპორტული და სხვა მსგავსი ტიპის პროდუქციას. ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარებას ყოველთვის მოაქვს ეკონომიკის ისეთი დარგების ფუნქციონირების გააქტიურება და წინსვლა, როგორცაა ტრანსპორტი, კავშირგაბმულობა, ვაჭრობა, სოფლის მეურნეობა და სხვა სამომხმარებლო დანიშნულების პროდუქციის წარმოება.

აღსანიშნავია, ბოლო ათწლეულის ერთ-ერთი ყველაზე პოპულარული ტურიზმის მიმართულება „თაიმშერი“. იგი დღეისათვის მსოფლიოს 81 ქვეყანაშია განვითარებული და საკმაო პოპულარობით სარგებლობს. აღნიშნულ მიმართულებას განსაკუთრებული წვლილი შეაქვს დასაქმების ზრდაზე რადგან, როგორც კვლევები გვიჩვენებს თაიმშერის მიერ შექმნილი 30 მუდმივი სამუშაო ადგილი ქმნის 10 დროებით სამუშაო ადგილს ტურიზმის სექტორში და 45 ადგილს სხვა მომიჯნავე ეკონომიკის დარგებში. ძალიან მნიშვნელოვანი ფაქტორია ის, რომ საქართველოს ამ მიმართულებით განვითარების მნიშვნელოვანი პოტენციალი გააჩნია [97].

ტურიზმის ინდუსტრიის ყველაზე მნიშვნელოვანი მახასიათებელია სამუშაო ძალაზე მზარდი მოთხოვნა. ტურიზმი შეიძლება მოვიაზროთ, როგორც ერთ-ერთი დომინანტი სექტორი სამუშაოს შექმნის დარგში, პატარა და განვითარებად ქვეყნებში დასაქმებულთა 50%-ზე მეტი მოსახლეობისა ჩართულია საქმიანობაში, რომელიც პირდაპირ ან ირიბად დაკავშირებულია ტურიზმთან. ასეთ ქვეყნებს ძირითადად აქვს ჩაკეტილი ეკონომიკა, რაც ნიშნავს იმას, რომ ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარებამდე ისინი დამოკიდებული იყვნენ ეკონომიკის კონკრეტულ დარგზე (მაგ: სოფლის მეურნეობა). განსხვავებული სიტუაციაა დიდ ქვეყნებში, რომლებსაც განვითარებული აქვთ მსხვილი ინდუსტრიული მიმართულებები, ამ ქვეყნებში ტურიზმის მიმართულებით დასაქმებულთა მხოლოდ 5% მოდის. განვითარებად ქვეყნებში ტურიზმის ინდუსტრია ქმნის უფრო მეტ სამუშაო ადგილს, ვიდრე ეკონომიკის სხვა დარგები. თუკი ქვეყანას სჭირდება მცირე ვადებში საკუთარი შემოსავლის გაზრდა და ის არ ფლობს ისეთ სასარგებლო წიაღისეულს, როგორცაა ნავთობი ან ბუნებრივი აირი, ტურიზმი შეიძლება აღმოჩნდეს მაშველი რგოლი, რომელიც მცირე დროში, სათანადო ღონისძიებების გატარების პირობებში, ქვეყანას შესაძლებლობას მისცემს გაზარდოს ბიუჯეტი. ანუ მთავარი წილი ტურიზმისა ეროვნულ ეკონომიკაში ესაა აშკარა შემოსავლები. ტურისტების მიერ დახარჯული თანხის ეფექტი ეკონომიკისათვის უმნიშვნელოვანესია, რადგან ადგილობრივები, რომლებიც შემოსავალს ღებულობენ ტურისტების დანახარჯებიდან, ისევ ქვეყნის ეკონომიკაში აბრუნებენ მას.

ნიშანდობლივია, რომ მსოფლიოში ხელმისაწვდომი სამუშაო ადგილებიდან დაახლოებით 8% დასაქმებულია ტურიზმის სექტორში და მოსალოდნელია, რომ სამუშაო ადგილების რაოდენობა 9%-მდე გაიზრდება, 2019 წლისათვის კი დაახლოებით 296 მილიონ დასაქმებულს მიაღწევს [63]. მიუხედავად კრიზისებისა და საყოველთაო სტაგნაციისა გლობალური დასაქმება ტურიზმში მაინც იზრდება. უნდა ავღნიშნოთ ისიც, რომ ტურიზმი მეტად სპეციფიკური დარგია და მოიცავს მრავალ სფეროს, ეს კი ართულებს განისაზღვროს დარგში დასაქმებულთა ზუსტი რიცხვი. ტურისტული პროდუქტი მოიცავს არა მარტო ფიზიკურ მომსახურებას, არამედ დაგეგმვას, ბრენდირებას, პაკეტის შექმნას. ხასიათდება სეზონურობით. ტურიზმი მეტად სენსიტიური დარგია, გამოირჩევა მაღალი მგრძობელობით პოლიტიკური ცვლილებების მიმართ. მას არ შეგვიძლია შევეხოთ, შევინახოთ, გადავადგილოთ ან წინასწარ განვსაზღვროთ დადებითი თუ უარყოფითი მახასიათებლები და ა.შ. ტურისტული მომსახურების რომელიმე ერთი კომპონენტის ჩავარდნისას, მთლიანად ირღვევა მისგან მიღებული შთაბეჭდილება. ის არ არის ავტონომიურად განვითარებადი დარგი, ტურიზმის განვითარება თავისთავში მოიცავს ბევრი სხვა დარგების განვითარებასაც.

ტურიზმის ინდუსტრიის დასაქმებაზე ზეგავლენის შესაფასებლად, მაგალითად შეიძლება მოვიყვანოთ აშშ-ს სტატისტიკის დეპარტამენტის კვლევა, სადაც დათვლილია ბოლო 30 წლის მონაცემები. ამ მონაცემების მიხედვით ტურიზმში დასაქმება გაზრდილია 32%-ით, ხოლო სხვა სფეროებში 25%-ით. ასევე მოთხოვნა მენეჯერებზე საზოგადოებრივი კვების ობიექტებში გაზრდილია 47%-ით [45]. ტურიზმის ინდუსტრიას კიდევ ერთი დადებითი თვისება გააჩნია, მას შეუძლია დაასაქმოს სხვადასხვა პროფილის სპეციალისტები, ვინაიდან ის წარმოადგენს მულტიდარგობრივ კომპლექსს და არ ზღუდავს შრომის ბაზრებზე არსებული სხვადასხვა კვალიფიკაციის მქონე სამუშაო ძალის დასაქმების პერსპექტივას. ქვეყანაზე ტურიზმის დადებითი ეკონომიკური გავლენა შეიძლება შემცირდეს, თუ ტურიზმის სფეროში მაღალია იმპორტული საქონლისა და მომსახურების ხვედრითი წილი და თუ ტურისტული ობიექტების უმეტესობას ფლობენ და მართავენ

უცხოელები, მაგრამ უნდა აღინიშნოს, რომ ტურიზმის ზოგიერთი სახე პრაქტიკულად ვერ განხორციელდება უცხოური ინვესტიციების გარეშე [46].

ტურისტული ბიზნესის განვითარება მოსახლეობის დასაქმების მნიშვნელოვანი წინაპირობაა. მსოფლიოში მოგზაურობის სააგენტოს მიერ ჩატარებული კვლევებით დადგინდა, რომ ტურიზმის სფეროში მუშაობს დედამიწაზე დასაქმებული ყოველი მეთერთმეტე ადამიანი. მსოფლიო ტურიზმი, სამუშაოთი უზრუნველყოფს ეკონომიკურად აქტიური მოსახლეობის დაახლოებით 8%-ს. ტურიზმში დასაქმებულთა ნახევარი მუშაობს სასტუმრო ბიზნესში. გარდა ამისა, ტურისტები მოიხმარენ რა ადგილობრივი წარმოების პროდუქტს, სტიმულს აძლევენ ეროვნული ეკონომიკის განვითარებას და უზრუნველყოფენ, ქვეყანაში უცხოური ვალუტის შემოდინებას.

ჩვეულებრივ ითვლება, რომ უცხოელი ტურისტი სატრანსპორტო ხარჯებზე და კვებაზე ხარჯავს - 40%, სასტუმროზე - 30% ქვეყნის შიგნით მოგზაურობაზე - 8% სხვა ხარჯები - 22%. ასეთ დანახარჯებს ქვეყნისთვის მოაქვს დადებითი ეკონომიკური ეფექტი [45].

ტურიზმი უდიდეს როლს თამაშობს საერთაშორისო ვაჭრობის განვითარების საქმეში, რაც მნიშვნელოვანწილად ტურიზმის ინდუსტრიის სწრაფი ზრდით არის გამოწვეული. ქვეყნებს შორის საქონლისა და მომსახურეობის ურთიერთგაცვლა არის საერთაშორისო ვაჭრობის შემადგენელი ნაწილი და იგი ქვეყნის საგარეო ვაჭრობაზე უდიდეს გავლენას ახდენს. ტურიზმის ინდუსტრია ეკონომიკის სხვა დარგების საქონლისა და მომსახურეობის საერთაშორისო სავაჭრო ნაკადების აქტიური გენერატორია. მრავალი ტურისტული ქვეყანა უცხოელ ტურისტთა მოთხოვნებს იმპორტული საქონლის დახმარებით აკმაყოფილებს. ქვეყანაში ტურისტული ინფრასტრუქტურის განვითარება კი სტიმულს აძლევს სხვადასხვა ქვეყნის სამშენებლო მასალების, ნედლეულის და ტექნოლოგიების იმპორტს.

მნიშვნელოვანია ტურისტული ბიზნესის განვითარება ეროვნული ეკონომიკის ნიველირების თვალსაზრისით. ტურისტული ბიზნესის წვლილი საგადამხდელო

ბალანში გამოიხატება მოცემულ ქვეყანაში უცხოელი ტურისტების მიერ გაწეულ ხარჯებს შორის სხვაობაში.

მსოფლიო ტურისტული ორგანიზაციის (*UNWTO*) პროგნოზით, ტურისტული ინდუსტრიის განვითარების ტემპების ზრდა შეუქცევადი პროცესი იქნება 21-საუკუნეშიც, 2020 წლისათვის საერთაშორისო ტურისტული ვიზიტების რაოდენობა 1,6 მილიარდს მიაღწევს [62].

ტურიზმის განვითარების მნიშვნელობაზე მეტყველებს ის ფაქტი, რომ მსოფლიო ტურისტულმა ორგანიზაციამ (*UNWTO*) და *Mikrosoft*-მა ხელი მოაწერეს შეთანხმებას, რომელიც ითვალისწინებს ტურიზმის სექტორის ეფექტიანობის ამაღლებას ინოვაციური ტექნოლოგიების გამოყენების, მომავლის ინფორმატიკის დანერგვის, წინ წაწევის და სტიმულირების თვალსაზრისით [46].

თანამედროვე ტურიზმი კომპიუტერული ტექნიკისა და ავტომატიზაციის ფართოდ დანერგვის საფუძველზე საერთაშორისო ინფორმაციული ტექნოლოგიების და პროცესების სფეროდ გადაიქცა. ტურიზმი ინტერნეტით, ინფორმაციის გლობალურ გავრცელებისა და სივრცობრივი შეუზღუდაობის გამო, გეოგრაფიულ ექსპანსიას აგრძელებს და მისი შენატანი (ამჟამად 4 ტრილიონი აშშ დოლარი) მსოფლიო ეკონომიკაში ყოველწლიურად იზრდება. ამის მკაფიო დადასტურებაა, რომ ტურიზმის სექტორზე მოდის მსოფლიო მშპ-ს დაახლოებით 10%, ინვესტიციების 7% და ყოველი მეთერთმეტე სამუშაო ადგილი.

დღეისათვის ტურიზმი მომსახურების სფეროს ერთ-ერთი ყველაზე სწრაფად მზარდი დარგია საქართველოში. არსებობს მრავალი შესაძლებლობა ტურიზმის სფეროში ინვესტიციების განსახორციელებლად. ქვეყანა მდიდარია, როგორც საზღვაო ასევე მთის კურორტებით, მინერალური წყლებით გამაჯანსაღებელი, კულტურული და სხვა სახის ტურიზმით. საქართველოს თითქმის ყველა რეგიონი მდიდარია ტურისტული ღირსესანიშნაობებით. ქვეყანას საკმაოდ დიდი ტურისტული პოტენციალი აქვს: 102 კურორტი, 182 საკურორტო ადგილი, 2400 მინერალური სამკურნალო წყლის წყარო, 12000 ისტორიისა და არქიტექტურის ძეგლი, მათგან 4 შეტანილია იუნესკოს მსოფლიო მნიშვნელობის ძეგლთა ნუსხასი, 7

არსებული და პერსპექტიული ეროვნული პარკი და ა.შ. თუ მოვახდენთ არსებული პოტენციალის რაციონალურად გამოყენებას, მაშინ ჩვენს ქვეყანაში პერსპექტიული იქნება ტურიზმის ისეთი სახეების განვითარება როგორცაა: კულტურული, სამკურნალო, საკურორტო, სოფლის, აგრო, ეკო, სამთო და ა.შ.

საქართველოში ტურიზმის მდგომარეობის მიმოხილვისას საჭიროა ისეთი საკითხების განსაზღვრა, როგორებიცაა ქვეყნის ეკონომიკური პოლიტიკა, ტურისტული გარემოს შესწავლა, ტურისტული პოტენციალის კვლევა და სეზონურობა. ძალიან მნიშვნელოვანია იმ ეკონომიკური ეფექტის განსაზღვრა, რომელიც განვითარების ამ ეტაპზე აქვს ტურიზმის ინდუსტრიას ჩვენს რეგიონში. აღნიშნული მონაცემების მოპოვება შესაძლებელია ეროვნული ადმინისტრაციის ვებგვერდზე. თუმცა უნდა აღინიშნოს, რომ ზოგიერთი მონაცემი მხოლოდ 2012 წლამდე პერიოდს მოიცავს. საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის მიერ მოცემული ეკონომიკური მაჩვენებლები მოიცავს სტატისტიკურ მონაცემებს ტურიზმის სფეროში დასაქმებულთა რაოდენობის, ტურისტული მომსახურების ექსპორტ-იმპორტის, მთლიან შიდა პროდუქტში ტურიზმის წილის, სასტუმროებსა და რესტორნებში განხორციელებული პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების, საქართველოს რკინიგზისა და აეროპორტების გამტარუნარიანობის შესახებ. მონაცემები გამოსახულია სხვადასხვა ჭრილში:

- **დასაქმება:** დასაქმებულთა რაოდენობა და მათი დინამიკა სასტუმროებსა და რესტორნებში, ასევე ტრანსპორტისა და სხვა მომსახურების სფეროებში;
- **ტურისტული მომსახურების იმპორტი/ექსპორტი:** კვარტალური და წლიური მონაცემები საერთაშორისო ტურიზმიდან მიღებულ შემოსავალზე და საქართველოს რეზიდენტების მიერ საზღვარგარეთ გაწეულ ხარჯებზე;
- **პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები:** კვარტალური და წლიური მონაცემები სასტუმროებსა და რესტორნებში განხორციელებულ პირდაპირ უცხოურ ინვესტიციებზე;

➤ **გამტარუნარიანობა:** მონაცემები საქართველოს რკინიგზისა და თბილისის, ბათუმის, ქუთაისისა და მესტიის აეროპორტების გამტარუნარიანობის შესახებ.

როგორც უკვე ვახსენეთ ტურისტული ექსპორტი არის ადგილობრივი ტურისტული რესურსის რეალიზაცია შთაბეჭდილებებისა და სუვენირების სახით, ხოლო იმპორტი - ჩვენი ქვეყნის მოქალაქეების მიერ შემოტანილი შთაბეჭდილებები, რომელსაც ისინი იღებენ სხვადასხვა ქვეყნებში მოგზაურობის დროს და ამით ქმნიან წინაპირობას მშობლიური ქვეყნიდან სამოგზაუროდ წასვლისათვის. თუ ცხრილს კარგად დავაკვირდებით აუცილებლად შევამჩნევთ უარყოფით ბალანსს იმპორტსა და ექსპორტს შორის. აღნიშნული პერიოდისთვის ტენდენცია უარყოფითია, თუმცა სხვადასხვა მონაცემების შეჯერებით (ტურისტთა დენადობის ზრდის ტენდენცია, ტურიზმის ეფექტი ქვეყნის ეკონომიკაზე) შეიძლება დავასკვნათ, რომ დარგს გააჩნია პერსპექტივა და პოტენციალი რათა მიღწეულ იქნას დადებითი სავაჭრო ბალანსი.

საქართველოში ისევე, როგორც მთელს მსოფლიოში უმუშევრობა და დასაქმების პრობლემა საკმაოდ მწვავედ დგას. ნიშანდობლივია ამ მიმართულებით, პრობლემის გადაწყვეტის ნებისმიერი გზა. ტურიზმი, როგორც არაერთხელ უკვე ავლიშნეთ გვესახება, როგორც დასაქმების ზრდის უმნიშვნელოვანესი ფაქტორი. ტურიზმის ინდუსტრიაში დასაქმებას აქვს კომპლექსური ხასიათი, ტურიზმი წარმოადგენს დარგთაშორის კომპლექსს, რაც გულისხმობს მრავალი მომიჯნავე დარგის განვითარებას, რომელთაგან წამყვანი მიმართულებებია განთავსების, ტრანსპორტის და კვების სექტორები. 2012 წლის საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის მონაცემებით ტურიზმში დასაქმებულთა საერთო რაოდენობა 18034 ათას ადამიანს შეადგენდა, კონკრეტულად განთავსების სექტორში 28,30 ათასი ადამიანი იყო დასაქმებული (იხ. ცხრილი 2.3.2).

დასაქმება ტურიზმის ინდუსტრიაში 2011–2012 წ.

ცხრილი 2.3.2

| დასაქმებულთა რაოდენობა (ათასი კაცი) | 2011 წ. | | | | 2012 წ. | | | |
|-------------------------------------|---------|--------|--------|--------|---------|--------|--------|--------|
| | IQ | IIQ | IIIQ | IVQ | IQ | IIQ | IIIQ | IVQ |
| სასტუმროები | 19.13 | 24.81 | 24.34 | 28.92 | 28.77 | 27.55 | 26.90 | 28.30 |
| ტრანსპორტი | 86.31 | 72.77 | 70.97 | 71.60 | 71.21 | 89.73 | 89.77 | 91.37 |
| სხვა მომსახურეობა | 50.33 | 51.60 | 48.00 | 56.30 | 55.11 | 58.97 | 58.06 | 60.67 |
| ჯამი | 155.76 | 149.17 | 143.30 | 156.83 | 155.08 | 176.25 | 174.73 | 180.34 |

წყარო: საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია [30].

თუ გავითვალისწინებთ შვეიცარიული დათვლის მეთოდს მაშინ, მივიღებთ 12989 ადამიანს დასაქმებულს მომსახურეობის სხვა სფეროებში, ასევე 3113 ადამიანს დასაქმებულს ვაჭრობის სფეროში და 566 ადამიანს დასაქმებულს საბანკო და სადაზღვევო სფეროში (იხ. სქემა 2.3.7).

მოცემული სქემიდან შეგვიძლია შევაფასოთ სასტუმრო ინდუსტრიაში დასაქმების ირიბი ეფექტი ეკონომიკის სხვა სექტორებში დასაქმების რიცხოვნობის ზრდასთან დაკავშირებით. კავშირი პირდაპირია, ვინაიდან სასტუმრო ინდუსტრიაში დასაქმების რიცხოვნობის ზრდა იწვევს ზემოხსენებულ ეკონომიკის სხვა დარგებში (მომსახურეობის სექტორი, საბანკო-სადაზღვევო სექტორი, ვაჭრობის სექტორი) დასაქმებულთა რაოდენობის ზრდას. აქედან გამომდინარე შეგვიძლია ვივარაუდოთ,

რომ ტურიზმის ინდუსტრიის მდგრადი განვითარების შემთხვევაში ის გვევლინება, როგორც უმნიშვნელოვანესი ინსტრუმენტი დასაქმებასთან დაკავშირებული პრობლემების გადასაწყვეტად.

სასტუმრო ინდუსტრიაში დასაქმების გავლენა დასაქმებაზე ეკონომიკის სხვა სექტორებში (2012 წ.)

სქემა 2.3.7



წყარო: ავტორის მიერ შემუშავებული [30] დაყრდნობით.

2015 წლის საქართველოში გამართულ ეკონომიკურ ფორუმზე გაკეთებული გაცხადების თანახმად ტურიზმის შესახებ გამოიკვეთა საკმაოდ მნიშვნელოვანი მესიჯები. იბიარდის (European Bank for Reconstruction and Development (EBRD)) მიერ ჩატარებული კვლევებში შეფასებულია საქართველოს ტურიზმის სუსტი და ძლიერი მხარეები და ასევე მისი განვითარების პერსპექტივები. კვლევების თანახმად შეფასება განხორციელდა 7 ბალანსი სისტემით. პირველი და მნიშვნელოვანი რაც გამოიკვეთა იყო საქართველოს „ღიაობა“ რაც გულისხმობს ქვეყანაში შემომსვლელთა მიერ ვიზის აღების სიმარტივეს, როგორც აღმოჩნდა ამ მიმართულებით საქართველო მესამე ადგილზეა მსოფლიოში. ასევე შეფასებული იქნა ის პრობლემები, რომლებიც

დაუყოვნებლივ ჩარევას მოითხოვს მთავრობისგან. ასეთებია *ადამიანური რესურსები და შრომის ბაზარი ტურიზმში*. ამ კუთხით საქართველო 120 ადგილზე იმყოფება მომსახურების ხარისხის მიხედვით. აქ უნდა აღინიშნოს ის ფაქტი, რომ ქართულ ტურისტულ კომპანიებს ძალიან ბევრი აქვთ სამუშაო ამ მიმართულებით. რადგან საქართველო 142 ქვეყნიდან 132-ე ადგილზეა დარგში არსებული პროფესიონალი, კვალიფიციური მომუშავეების არსებობის მიხედვით. თუმცა გამოიკვეთა დადებითი ფაქტებიც და აღინიშნა, რომ საქართველო მე-2 ადგილზე იმყოფება უცხოელების დასაქმების სიმარტივის კუთხით. ასევე მნიშვნელოვანია ერთერთი კომპონენტი აღნიშნულ კვლევაში, რომელიც ეხება უსაფრთხოებას ქვეყანაში, ამ მხრივ ტენდენცია დადებითია და საქართველო აღიარებულია, როგორც ერთერთი ყველაზე უსაფრთხო ქვეყანა რეგიონში. ეს გახლავთ პოზიტიური სიგნალი ტურისტებისათვის და მოტივაცია ქვეყანაში მოგზაურობის გადაწყვეტილების მისღებად. კიდევ ერთი მნიშვნელოვანი პრობლემა რომელზეც იბიარდის კვლევამ ყურადღება გაამახვილა იყო ფასები მომსახურებაზე, რომელიც ხშირ შემთხვევაში არ შეესაბამება მიწოდებული პროდუქციის ხარისხს და ზოგ შემთხვევაში ძალიან აჭარბებს მას [29; 30].

ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარებისა და ზრდის მნიშვნელოვანი ინდიკატორი არის ტურისტული ვიზიტების რაოდენობა. საქართველოში საერთაშორისო ვიზიტორების რაოდენობა ყოველთვიურად იზრდება. 2016 წლის თერთმეტი თვის ჯამური მონაცემებით საერთაშორისო ვიზიტორების რაოდენობამ 5,864,684 შეადგინა, რაც წინა წლის ანალოგიურ პერიოდთან შედარებით 7.9%-ით მეტია. მოცემულ პერიოდში საერთაშორისო მოგზაურების რაოდენობის ზრდა 141 ქვეყნიდან დაფიქსირდა, რაც რაოდენობრივად 557,258-ს შეადგენს. აქედან ზრდის ყველაზე დიდი მაჩვენებელი ფიქსირდება 9 ქვეყნიდან, ჯამში 479,189 (ე.ი. მთლიანი ზრდის 85%) [30]. ტურიზმის განვითარებისათვის ბიუჯეტიდან გამოყოფლი სახსრები დაახლოებით 28 მლნ. ლარს უდრის. ასევე 2016 წელს განხორციელდა ფართომასშტაბიანი ტურისტული პროექტი სახელწოდებით "Check in Georgia", რომელზეც 29 მლნ. ლარი დაიხარჯა. ტურიზმის განვითარებისათვის დამატებით,

სახელმწიფო ახორციელებს სხვა მრავალი ტიპის ხარჯს, მაგალითად ისეთი, როგორცაა ინფრასტრუქტურაზე გაწეული დანახარჯები, რეგიონული განვითარების პროგრამების განხორციელება და სხვა, რომელთა გათვალისწინება, ბუნებრივია, დიდ სირთულეს წარმოადგენს. აქედან გამომდინარე შეიძლება გამოვთვალოთ ტურიზმიდან მიღებული სარგებლის მიახლოებითი რაოდენობა.

2015 წელს, უშუალოდ, ტურიზმის განვითარებისათვის ბიუჯეტიდან დაიხარჯა დაახლოებით 25 მლნ ლარი, ხოლო შემოსავლებმა ტურიზმის სექტორიდან 1,9 მლრდ. ლარი შეადგინა. თუ გავითვალისწინებთ სხვა ხარჯებს, რომელთა აღრიცხვა სირთულეს წარმოადგენს, ვინაიდან ასეთი ტიპის დანახარჯები ემსახურება არამხოლოდ ტურიზმის ხელშეწყობას, არამედ ზოგადად ცხოვრების დონის გაუმჯობესებას (მათ თორის, შიდა რეგიონული მნიშვნელობის პროექტები), ამიტომ მათი ცალსახად, ტურისტულ დანახარჯებად დეფინიცია არ ხდება. აქედან გამომდინარე შეიძლება ითქვას, რომ ერთი ტურისტის მოსაზიდად პირდაპირი დანახარჯი შეადგენს 4,2 ლარს, ხოლო თუ მას დავუმატებთ ობიექტური გარემოებით განპირობებულ „არაპირდაპირ“ ხარჯებს, ეს რიცხვი შესაძლოა 25-30 ლარამდე გაიზარდოს; რაც შეეხება, შემოსავლებს ტურიზმის სექტორიდან - 2015 წელს 1,9 მლრდ. იყო, ხოლო ტურისტების რაოდენობა 5.9 მლნ. კაცი. შესაბამისად, თითოეულ ტურისტის მიერ საშუალო დანახარჯმა შეადგინა 322 ლარი [30]. თუ ამას მოვაკლებთ, საშუალოდ ერთი ტურისტის მომსახურებისათვის, ჩვენს მიერ ნავარაუდებ, „არაპირდაპირ“ ხარჯებს (25-30 ლ.), მაშინ მათ შორის სხვაობა იქნება ის ეკონომიკური ეფექტი - 290 ლ., რომელსაც ქვეყანა მიიღებს ერთი ტურისტი-ვიზიტორიდან, რაც თითქმის 10-ჯერ აღემატება გაწეულ ხარჯებს.

ტურიზმის სექტორი ერთ-ერთი ძირითადი კონტრიბუტორია საქართველოს მომსახურეობით ექსპორტში. აღსანიშნავია, რომ 2015 წელს სერვისის ექსპორტის 61.4% სწორედ ტურიზმზე მოდიოდა [30]. ამდენად, ტურიზმის სექტორის ზრდის ტენდენციის არამხოლოდ შენარჩუნება, არამედ მის განვითარებაზე მუდმივი ზრუნვა, მნიშვნელოვანი ფაქტორია სასურველი საგადამხდელო ბალანსის მიღების და ზოგადად ქვეყნის ეკონომიკის აღმავლობისათვის.

ერთი საკითხიც - სერვისის ექსპორტზე და, ზოგადად, ექსპორტის მოცულობაზე მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს ვალუტის გაცვლითი კურსი. ბოლო პერიოდში მიმდინარე ვალუტის გაუფასურებას ორმაგი „ეფექტი“ აქვს ქვეყნის ეკონომიკაზე. მართალია, ვალუტის კურსის მნიშვნელოვანი გაუფასურება თავის თავში მოიცავს ეკონომიკის სტაბილიზაციის და განვითარების საფრთხეებს, თუმცა ერთმა რამ შეიძლება დადებითად იმოქმედოს „საშუალო შემოსავლიან“ ვიზიტორთა ნაკადის ზრდაზე, რადგან შედარებით იაფი მომსახურების მიღება შეეძლება და ეს, ერთგვარად, გაზრდის ჩვენი ტურისტული პროდუქტის კონკურენტუნარიანობას გარე ბაზრებზე [29].

ზოგადად, გაცვლითი კურსი საერთაშორისო ვიზიტორთა ნაკადის ცვლილების მნიშვნელოვანი ფაქტორია, რადგან მოგზაურობის გადაწყვეტილების მიღების დროს ისინი დიდ მნიშვნელობას ანიჭებენ მოსალოდნელ დანახარჯებს უცხოურ ვალუტაში. ე.ი. მეტი საერთაშორისო მოგზაური ნიშნავს მეტი უცხოური ვალუტის შემოდინებას, რაც დადებითად აისახება ქვეყნის შემოსავლებზე, თუმცა შესაძლოა, რომ შიდა ტურისტულ და, საერთოდ, პროდუქტებზე ფასების მატებამ ეს პროცესი შეაფერხოს, მაგრამ იმედს ვიტოვებთ, რომ ფასების მატების ტემპის მინიმალურობა შენარჩუნდება 2017 წლის მანძილზე, რაც აღარ მოახდენს არასასურველ გავლენას.

ამდენად, ტურიზმის ინდუსტრია არის ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი და ძალზედ პერსპექტიული ეკონომიკური და ბიზნეს საქმიანობის დარგი. ტურიზმის ინდუსტრიის ხვედრითი წილი მსოფლიო ეკონომიკის განვითარებაში ყოველწლიურად უფრო იზრდება და დღეისათვის მსოფლიო მთლიანი შიდა პროდუქტის 10%-ს მწარმოებლად გვევლინება [62]. მიუხედავად, ტურისტული ინდუსტრიის თვალსაჩინოდ მზარდი ტენდენციისა, ზოგჯერ მაინც რთულია ეკონომიკური პრიორიტეტების განსაზღვრა და ზუსტად პოლარიზება ეკონომიკის იმ დარგებზე, რომლებიც ახალი, პოპულარული, მოთხოვნადი და, შესაბამისად, შედეგზე ორიენტირებულია.

ტურიზმის ინდუსტრია არის დარგი, რომელიც შეიძლება ითქვას, ყველაზე მეტად საჭიროებს პროგნოზულ შეფასებას, რადგან დადებითი ტენდენციის გამოვლენის

შემთხვევაში, მთავრობის ეკონომიკური პოლიტიკის განსაზღვრისას, პროგნოზირების შედეგად მიღებული მონაცემები მნიშვნელოვანი მოტივაციაა. სწორედ ეს უკანასკნელი განსაზღვრავს რამდენად პერსპექტიულია ტურიზმის განვითარება ქვეყანაში და რა ზეგავლენის მოხდენა შეუძლია სახელმწიფოს ეკონომიკურ განვითარებაზე.

პროგნოზირებას და, ზოგადად მომავლის წინჭვრეტას, უდიდესი მნიშვნელობა ჰქონდა კაცობრიობის ისტორიაში, აქვს დღეს და ექნება მომავალშიც. დღეისათვის პროგნოზირების როლის მნიშვნელობა ძალზედ გაიზარდა, რადგან საზოგადოებრივი ცხოვრების ყველა დონეზე განვითარების სწრაფი ტემპები შეინიშნება, ინტენსიური და სწრაფად ცვალებადი ინფორმაციის მოძრაობა, აიძულებს სახელმწიფოს, ან სხვა ეკონომიკურ აგენტებს მიიღონ სწრაფი მმართველობითი გადაწყვეტილება, რომელიც შედეგზე ორიენტირებული იქნება, აქედან გამომდინარე უკვე საკმარისი აღარაა ინტუიციაზე დაყრდნობილი მომავლის წინათქმა, არამედ საჭიროა პროგნოზირება მეცნიერულ დონეზე, რომელიც თავის მხრივ ექვემდებარება ობიექტურ კანონზომიერებებსა და, ძირითადად, მათემატიკურ-სტატისტიკურ მოდელირებას.

პროგნოზირება ტურიზმის სფეროში, ისევე, როგორც მეურნეობის სხვადასხვა დარგებში, შესაძლებელია განხორციელდეს ორი მიდგომით, **ხარისხობრივი და რაოდენობრივი**, რომელთაგან თითოეული რამდენიმე მეთოდს აერთიანებს. პროგნოზირების ხარისხობრივ მეთოდებს იყენებენ „ბუნდოვან“ სიტუაციებში და მონაცემების ნაკლებობის შემთხვევაში. ეს მეთოდები ძირითადად ეფუძნება პროგნოზისტთა პირად გამოცდილებას და ინტუიციას. რაოდენობრივი მეთოდები გამოიყენება სტაბილურ სიტუაციებში, მონაცემების არსებობის პირობებში და ყოველი მათგანი იყენებს მეტ-ნაკლები სირთულის მათემატიკურ აპარატს.

სტატისტიკური პროგნოზირების განხორციელებისას საჭიროა ძირითადი სტადიების განხორციელება. აქედან გამომდინარე სამუშაოს პირველ ეტაპზე (ე.წ. საპროგნოზო ორიენტაცია) განვსაზღვრეთ კვლევის მიზანი და მოვახდინეთ საპროგნოზო ობიექტის - ამ შემთხვევაში ტურიზმის ინდუსტრიის - რეტროსპექტული განვითარების ზოგადი დახასიათება.

მოვლენათა დინამიკის სტატისტიკური პროგნოზირების მომდევნო სტადიაზე მოვახდინეთ პროგნოზირების ინფორმაციული უზრუნველყოფა, რაც გულისხმობდა მონაცემების შეგროვებას საერთაშორისო და ქვეყნის შიდა სტატისტიკური მონაცემებიდან და მათ სისტემატიზაციას შემდგომი დამუშავების მიზნით.

პროგნოზირების შემდეგ სტადიაზე მოვახდინეთ საპროგნოზო ობიექტის განვითარებაზე მოქმედი ფაქტორების თვისებრივი და რაოდენობრივი ანალიზი. სამუშაოს ამ სტადიის ძირითადი მიზანი მოდელში შესატანი ფაქტორების განსაზღვრაა. ჩვენ ინტერესს ამჟამად არ წარმოადგენს კორელაციის სიღრმისეული კვლევა. კავშირი პოლიტიკურ რისკსა და ტურისტულ ნაკადებს შორის არაპირდაპირია, რამაც სამწუხაროდ ასახვა ჰპოვა მსოფლიოში ტურიზმის განვითარების ზოგად ტენდენციებზე, იმ რეგიონების საზიანოდ, სადაც საომარი ვითარება იყო (ახლო აღმოსავლეთი 2011 წ. ტურისტული ნაკადები შემცირდა 9,6 % - ით ხოლო 2016 წ. 6,4% - ით. რაც შეეხება აფრიკის რეგიონს 2011 წ. ტურისტულა ნაკადებმა იკლო 0,7 %- ით ხოლო 2015 წელს 3,2 % - ით.) [61].

საქართველოს მაგალითზე, 2008 წლის საომარი მოქმედებების შემდეგ ტენდენცია არ იცვლება. ასეთმა ფაქტმა ოპტიმისტურად განგვაწყო და, დასახელებულ ფაქტორთან წყვილადი კორელაციის გათვალისწინების საფუძველზე, საინტერესო შედეგები მივიღეთ საპროგნოზო ობიექტზე მოქმედი დასახელებული ფაქტორის განხილვის პროცესში (იხ. ცხრილი 2.3.3).

ტურისტთა შემოსვლის დინამიკა

ცხრილი 2.3.3

| ქვეყანა | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|-----------|--------|--------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| სულ(კაცი) | 559753 | 763231 | 1051749 | 1290108 | 1500049 | 2031717 | 2822363 | 4428221 | 5392303 | 5515559 | 5901094 |

წყარო: საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია.

როგორც ცხრილიდან ჩანს საქართველოს რეალობაში, ტურისტული ნაკადების ზრდაზე უარყოფითი გავლენა 2008 წელს მიმდინარე პოლიტიკურ პროცესებს არ ჰქონია. მოცემული მოვლენა შესაძლოა სხვადასხვა ფაქტორით აიხსნას, მათ შორისაა ევროკავშირის ინტენსიური მხარდაჭერა და საქართველოს მკვეთრად გამოხატული პროდასავლური ორიენტაცია.

კვლევის ინტერესებიდან და მაშტაბებიდან გამომდინარე, პროგნოზირებისათვის გადავწყვიტეთ გამოგვეყენებინა ექსტრაპოლაციის მეთოდი - ექსტრაპოლაციის ყველაზე გავრცელებული ხერხის საშუალო წლიური აბსოლუტური მატებისა და საშუალოწლიური ზრდის ტემპის გამოყენება. ჩვენს მიერ გამოყენებული მათემატიკურ-სტატისტიკური მეთოდით, შევარჩიეთ დინამიკურ დონეებში აღმოჩენილი ე.წ. ნახტომისებური ცვლილებების, რხევების გათანაბრების მარტივი ხერხები.

მოსწორება საშუალო აბსოლუტური მატებით და საშუალო წლიური ზრდის ტემპით, გულისხმობს პირველ ფაქტობრივ დონეზე დაყრდნობით სხვა მოსწორებული დონეების პოვნას, კერძოდ:

$$\hat{Y}_{n+t} = \hat{Y}_n + \bar{\Delta} \cdot t \text{ და } \hat{Y}_{n+t} = \hat{Y}_n \cdot \bar{K}^t$$

სადაც, \hat{Y}_{n+t} - დინამიკური მწკრივის ბოლო თეორიული (გათანაბრებული, მოსწორებული) დონეა, \bar{K} - საშუალოწლიური ზრდის (მატების) ტემპია, $\bar{\Delta}$ - საშუალო აბსოლუტური მატებაა, ხოლო t - პროგნოზის ვადაა.

ანალოგიურად ვიყენებთ ექსტრაპოლაციის ხერხს არაწრფივი ფუნქციებით მოსწორებისას [6].

აღნიშნული მეთოდით განვახორციელეთ ორი ძირითადი მაჩვენებლის - ტურიზმის ინდუსტრიის პირდაპირი ხვედრითი წილი ქვეყნის მშპ-ში და დასაქმებაში - პერსპექტივების კვლევა. მნიშვნელოვანი მაჩვენებელია ტურისტების დენადობის პერსპექტივის განსაზღვრა, ამიტომ პროგნოზირება განვახორციელეთ მოცემულ მაჩვენებელზე.

ამისათვის გამოვიყენეთ ინფორმაცია საქართველოს სტატისტიკურ მონაცემებზე დაყრდნობით. ხოლო დინამიკური მწკრივის შესადგენად შევარჩიეთ პერიოდი 2010 დან 2016 მდე.

განგარიშებისათვის, საპროგნოზო პარამეტრად ავირჩიეთ ტურიზმის პირდაპირი ხვედრითი წილი მთლიან დასაქმებაში. მოცემული ინფორმაციის საფუძველზე შესაძლებელი გახდა შემდგომი პერიოდის პერსპექტივის განსაზღვრა (იხ. ცხრილი 2.3.4).

ტურიზმის პირდაპირი ხვედრითი წილი დასაქმებაში (%)

ცხრილი 2.3.4

| წლები | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2020 |
|--|------|-------------|-------------|-------------|-------------|------------|------------|-------------|-------------|
| Y(ფაქტობრივი) % | 3,5 | 3,8 | 5,3 | 4,8 | 4,9 | 5,8 | 6,0 | | |
| $\hat{Y}_n = Y_1 + \bar{\Delta}(n-1)$ ($\bar{\Delta}$)=0,41 | 3,5 | 3,91 | 4,32 | 4,73 | 5,14 | 5,6 | 6,0 | 6,41 | 7,64 |

წყარო: [29].

დასაწყისში ავლნიშნავთ, რომ დინამიკური მწკრივის მოსწორების მარტივი ხერხი თავის მხრივ შეიძლება განხორციელდეს:

- გათანაბრება (მოსწორება) საშუალო აბსოლუტური მატებით;
- გათანაბრება (მოსწორება) საშუალო წლიური ზრდის (მატების) ტემპით;

საანალიზო პერიოდში დინამიკური მწკრივის საშუალო აბსოლუტური მატება ($\bar{\Delta}$) გამოვთვალეთ ჯაჭვური წესით გაანგარიშებული აბსოლუტური მატებების დახმარებით:

$$\bar{\Delta} = \frac{\sum_{i=1}^{n-1} \Delta_{n-1}}{n-1}$$

n - მწკრივის დონეთა რიცხვი.

$$\bar{\Delta} = \frac{6,0 - 3,5}{7 - 1} \approx 0,41$$

ამდენად, არსებული გაანგარიშებით მივიღეთ მონაცემები 2017 (6,41%) და 2020 (7,64%) წლებისათვის.

ტენდენციის გამოვლენისათვის საჭიროა დინამიკური მწკრივის დონეების გათანაბრება (მოსწორება), ანუ მწკრივში ე.წ. „ნახტომსებრი ცვლილებების“ ზრდიდან კლებაში და კლებიდან ზრდაში გადასვლების „ლიკვიდაცია“ და განვითარების საერთო სურათის გამოვლენა.

ამდენად, არსებული გაანგარიშებით მივიღეთ მონაცემები 2017 (6,41%) და 2020 (7,64%) წლებისათვის.

მეორე ხერხით, საშუალოწლიური ზრდის (მატების) ტემპით - პირველფაქტობრივ დონეზე დაყრდნობით ვპოულობთ გათანაბრებულ დონეებს *ფორმულით*:

$$Y_n = Y_1 \cdot \bar{K}^{n-1}$$

$$\text{ცხრილი 2.3.5-თ ჩანს, რომ } (\bar{K} = \sqrt[n-1]{\frac{Y_n}{Y_1}} \text{-დან), } \bar{K} = \sqrt[7-1]{\frac{6,0}{3,5}} = 1,09$$

ტურიზმის პირდაპირი ხვედრითი წილი დასაქმებაში (%)

ცხრილი 2.3.5

| წლები | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2020 |
|------------------|------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|------------|-------------|------------|
| Y(ფაქტ.) | 3,5 | 3,8 | 5,3 | 4,8 | 4,9 | 5,8 | 6,0 | - | - |
| \bar{K} (1,09) | 3,5 | 3,81 | 4,15 | 4,53 | 4,94 | 5,38 | 6,0 | 6,54 | 8,5 |

წყარო: ავტორის მიერ შემუშავებული პროგნოზული მაჩვენებლები

ამჯერად, მოცემული გაანგარიშებით ასევე მივიღეთ მონაცემები 2017 (6,54) და 2020 (8,5), თუმცა პირველთან შედარებით მცირეოდენი ცვლილება დაფიქსირდა.

რაც შეეხება ფუნქციურ, *დინამიკური მწკრივის წრფივი ფუნქციით მოსწორების ხერხს* მართალია, გათანაბრების (მოსწორების)მარტივიხერხი იძლევა შესაძლებლობას წარმოვიდგინოთ მოვლენის დროში განვითარების საერთო, ზოგადი სურათი, მაგრამ ვერ უზრუნველყოფს მისი მიმდინარეობის ზუსტ სტატისტიკურ შეფასებას და უფრო ზუსტი შედეგების მისაღებად გამოიყენებენ დინამიკური მწკრივის მოსწორების ანალიზურ ხერხებს, სადაც *თეორიულ დონეებს* პოულობენ *ფაქტობრივი (ემპირიული) დონეების* დროში ცვლილებების მსგავსი ფუნქციური ხასიათის საფუძველზე.

გადახრების ხასიათის მიხედვით, \hat{Y} -ჩავსვით შესაბამისი ფუნქცია და გაწრფივების (ამ შემთხვევაში, გაწარმოების ხერხი) პროცესის შემდეგ მივიღებთ (გამოვიყენოთ წრფივი ფუნქცია):

$$\sum(Y - a_0 - a_1t)^2 = \min$$

აქედან

$$Y = a_0 + a_1t$$

ეკონომიკურად, a_0 გვიჩვენებს ნიშნის საწყის დონეს, ხოლო a_1 - დროის ერთეულთან ცვლილება რამდენი ერთეულით შეცვლის საწყის დონეს. ამასთან, a_1 გვიჩვენებს მოვლენის დროში განვითარების ხასიათსაც.

გამოვიყენეთ უკვე ცნობილი გაანგარიშების ე.წ. „სამომენტო წესი“ მაშინ, $\sum t$ ჩვენს მაგალითზე (როდესაც დონეების რაოდენობა კენტი) 0-ს უტოლდება. ე.ი. $a_0 = \frac{\sum Y}{n}$

და $a_1 = \frac{\sum Yt}{\sum t^2}$. მიღებული შედეგები ჩავსვით, პარამეტრები ამოვხსენით განტოლებათა

სისტემაში და მივიღეთ: $\hat{Y} = \frac{\sum Y}{n} + \frac{\sum Yt}{\sum t^2} \cdot t$.

ამის შემდეგ მოვძებნეთ თეორიული დონეები. მაშასადამე ჩვენს შემთხვევაში იგი შემდეგნაირად გამოიყურება (იხ.ცხრილი 2.3.6).

$$\hat{Y} = 4,87 + 0,39 \cdot t$$

ტურიზმის პირდაპირი ხვედრითი წილი დასაქმებაში (%)

ცხრილი 2.3.6

| წლები | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2020 |
|---------------------------|------|------|------|------|------|------|------|-------------|------------|
| Y(ფაქტ.) | 3,5 | 3,8 | 5,3 | 4,8 | 4,9 | 5,8 | 6,0 | | |
| Y(ფაქტ.)*t | 10,5 | -7,6 | -5,3 | 4,8 | 4,9 | 11,6 | 18 | | |
| $\hat{Y} = 4,87 + 0,39 t$ | 3,7 | 4,09 | 4,48 | 4,8 | 5,3 | 5,7 | 6,0 | 6,43 | 7,6 |

წყარო: ავტორის მიერ შემუშავებული პროგნოზი.

მოცემულ შემთხვევაში მონაცემებია: 2017 წელი (6,43%) და 2020 წელი (7,6%).

თუ დავაკვირდებით სამივე მონაცემს ვნახავთ, რომ ისინი რაოდენობრივად საკმაოდ ახლოს არიან ერთმანეთთან, თუმცა ყველაზე მეტი დამთხვევა მაინც პირველსა და მესამე ცხრილს შორის არის, ამიტომ აღნიშნული მონაცემების თანხვედრისა და შედარების საფუძველზე შევეცდებით შედარებით ზუსტი პროგნოზის შემოთავაზებას.

იმისათვის, რომ გავარკვიოთ პროგნოზის სიზუსტე და მისი საზღვრები, საჭიროა განვსაზღვროთ ცდომილების საზღვარი Δ , რომელიც შემდეგი ფორმულით იანგარიშება $\Delta = \sigma \cdot t$ (სადაც, t სტიუდენტის კრიტერიუმია და ჩვენი გაანგარიშებისთვის შევარჩიეთ ≈ 2 -ს ტოლად)

სადაც, σ საშუალო კვადრატული შეცდომაა და იანგარიშება ფორმულით:

$$\sigma = \sqrt{\frac{\sum(\hat{Y} - Y_{\text{ფაქტ.}})^2}{N - P}}, \text{ სადაც } N \text{ არის დონეების რაოდენობა (ე.ი. 7), ხოლო } P -$$

ფუნქციაში მონაწილე პარამეტრების რაოდენობა, ე.ი. 2 (a_0 და a_1).

პირველი ცხრილისათვის, საშუალო კვადრატული შეცდომაა:

$$\sigma = \sqrt{\frac{1,086}{5}} = 0,466 \%$$

მაშასადამე, საშუალო კვადრატული გადახრა არის: 0,466, რაც ნიშნავს, რომ საზღვრითი შეცდომა ტოლია 0,932%-ს, ანუ 2017 წლისათვის ნავარაუდები მონაცემი, იმოდრავებს 5,478%-დან და 7,342%-მდე საზღვრებში, ხოლო 2020 წლისათვის ნავარაუდები მონაცემი - 6,708%-დან 8,572%-მდე.

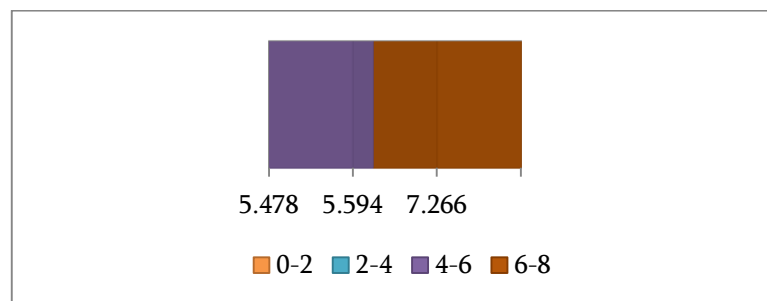
რაც შეეხება ცხრილი 2.3.6.-ს საპროგნოზო პარამეტრების საშუალოკვადრატული გადახრის კოეფიციენტი:

$$\sigma = \sqrt{\frac{0,8765}{5}} = 0,418 \%$$

შესაბამისად, დასაქმებაში ხვედრითი წილის ზრდის (მატების) ტემპისათვის გადახრის (ცდომილების) კოეფიციენტი იქნება: 0,836%, რაც ნიშნავს, რომ 2017 წლისათვის იგი შედარებით ზუსტი იქნება: 5,594% -დან 7,266%-მდე მონაცემებს შორის, ხოლო 2020 წლისათვის ნავარაუდები მონაცემი შედარებით უფრო ზუსტი იქნება 6,764 % დან 8,572 % – მდე (იხ. დიაგრამა 2.3.8).

ტურიზმის ინდუსტრიის დასაქმებაში ხვედრითი წილის მატების ტემპი 2017.

დიაგრამა 2.3.8



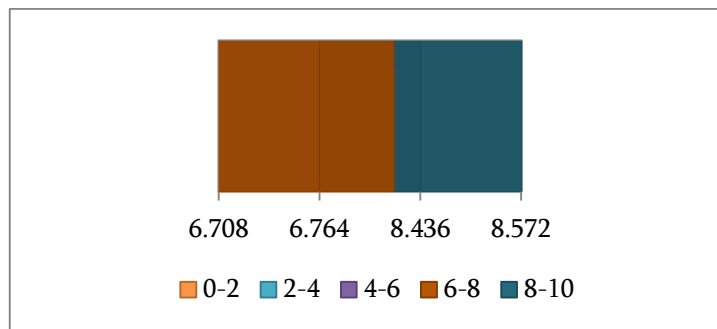
წყარო: ავტორის მიერ შემუშავებული პროგნოზი.

ამდენად, ჩვენი ვარაუდით, 2017 წლისათვის - ტურიზმის ინდუსტრიიდან მთლიან დასაქმებაში ხვედრითი წილის მატების პროგნოზი იქნება 6,8%, ხოლო 2020 წლისათვის კი - 8,6 %.

ხოლო 2020 წლისათვის ნავარაუდები მონაცემი შედარებით უფრო ზუსტი იქნება 6,764 % დან 8,572 % – მდე მონაცემებს შორის (იხ. დიაგრამა 2.3.9).

ტურიზმის ინდუსტრიის დასაქმებაში ხვედრითი წილის მატების ტემპი 2020.

დიაგრამა 2.3.9



წყარო: ავტორის მიერ შემუშავებული პროგნოზი.

ყოველივე ზემოთ აღნიშნულის გამომდინარე 2017 წლისათვის პროგნოზი არის: ტურიზმის ინდუსტრიის, დასაქმებაში ხვედრითი წილის ზრდის (მატების) დაახლოებით 6,8% - იანი ტემპი.

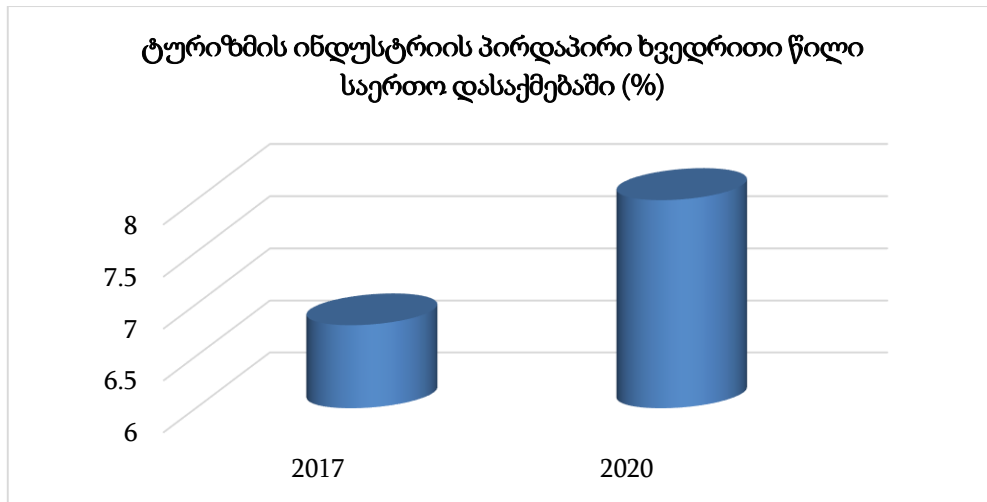
ამდენად, ჩვენს მიერ განხორციელებული კვლევებითა და გაანგარიშებებით, პროგნოზები მომავალი, უახლოესი ერთი წლის შემდეგ, 2017 წლისათვის არის მინიმუმ **6,8%**, ხოლო 2020 წლისათვის კი მინიმუმ **8,6 %** .

ანალოგიური მეთოდით განვახორციელეთ სტატისტიკური კვლევა, ეროვნული ეკონომიკისათვის მნიშვნელოვან სხვა მაჩვენებლებზე, როგორებიცაა ტურიზმის ინდუსტრიის პირდაპირი ხვედრითი წილი ქვეყნის მთლიანი შიდა პროდუქტის წარმოებისას და ტურისტების რიცხოვნობა. ვინაიდან აღნიშნული მიდგომის

„თეორიული მხარე“ განვიხილული იყო, ამიტომ დასახელებულ მაჩვენებლებზე, გადავწყვიტეთ მხოლოდ შედეგების ჩვენება (იხ. დიაგრამა 2.3.10)

**ტურიზმის ინდუსტრიის დასაქმებაში ხვედრითი წილის ზრდის (მატების) ტემპი
(2017წ. და 2020 წ.)**

დიაგრამა 2.3.10



წყარო: ავტორის მიერ შემუშავებული პროგნოზი.

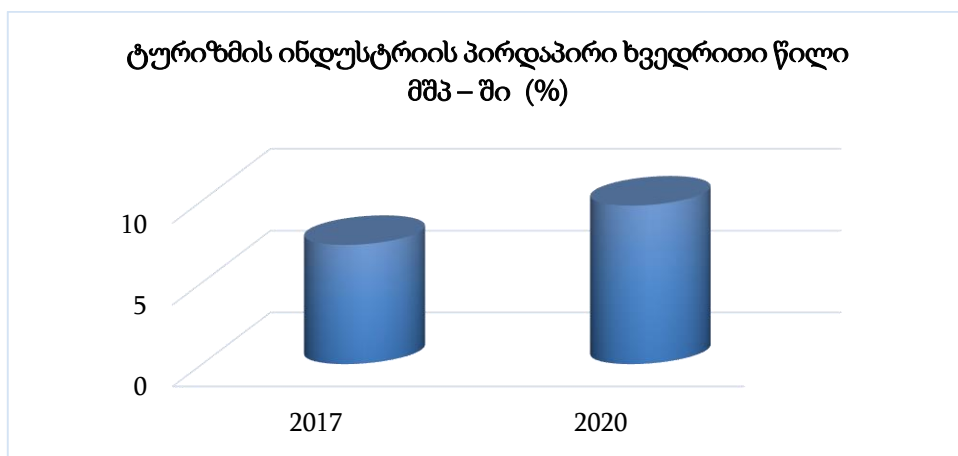
ამდენად, ტურიზმის ინდუსტრიის პირდაპირი ხვედრითი წილი საქართველოს მთლიან შიდა პროდუქტში, 2016 წლისათვის არის 7,3%-ი ხოლო ჩვენს მიერ განხორციელებული კვლევის საფუძველზე შეიძლება ითქვას, რომ აღნიშნული მაჩვენებელი 2017 წლისათვის 8%-მდე გაიზრდება. იგივე მონაცემი გრძელვადიან პერიოდში პროგნოზირებისას, კონკრეტულად კი 2020 წლისათვის 9,7%-ს მიაღწევს. (იხ. დიაგრამა 2.3.11) და ეს მნიშვნელოვანი ზრდაა.

რაც შეეხება ტურისტების დენადობას ქვეყანაში, 2015 წლის მონაცემების თანახმად საქართველოში ტურისტული მიზნით 5,9 მლნ-მა ადამიანმა იმოგზაურა. გავითვალისწინეთ რა, ის ფაქტორები, რომ არსებობს: ა) მსოფლიო, ტურისტული მოგზაურობების მიმართ, პოზიტიური ტენდენცია; ბ) ტურისტულ პროდუქტზე მოთხოვნის ყოველწლიური ზრდა; გ) ტურიზმის განვითარების სახელმწიფოებრივი

პოლიტიკა და სხვ. ასევე გამოვიყენეთ ზემოთ ხსენებული მიდგომა და შედეგად მივიღეთ პროგნოზი, რომელიც 2017 წლისათვის გახლავთ 7,2 მლნ ტურისტი ხოლო 2020 წლისათვის, ძირითადი ფაქტორების უცვლელობის შემთხვევაში მოლოდინი იმოდრავებს 10 მლნ.-ს ფარგლებში.

ტურიზმის ინდუსტრიის პირდაპირი ხვედრითი წილი მშპ (%) (2017 წ. და 2020 წ.)

დიაგრამა 2.3.11



წყარო: ავტორის მიერ შემუშავებული პროგნოზი.

ტურიზმის ეფექტიანობის დადგენისათვის სასიცოცხლოდ მნიშვნელოვანია ტურიზმის სტატისტიკის ზუსტი წარმოება. თავის მხრივ ტურიზმის სტატისტიკა ძირითადად შედგება ორი კომპონენტისაგან, ესენია : ა) ტურისტების შემოსვლების სტატისტიკა და ბ) ტურისტული დანახარჯებისა და შემოსავლების სტატისტიკა. ორივე ეს მონაცემი ჯამში გვაძლევს წარმოდგენას თუ რამდენად მნიშვნელოვანი ან უმნიშვნელო ზემოქმედებისაა ეს დარგი ქვეყნის ეკონომიკისათვის.

ტურისტების შემოსვლების სტატისტიკა - განიხილება, როგორც ინფორმაციული ბაზა სახელმწიფო საზღვარზე შემოსულ ტურისტთა (ტურისტული ვიზით მოსარგებლის), რაოდენობის შესახებ. აღნიშნული სტატისტიკის წარმოების მიზანი არის შედარებით ზუსტი რაოდენობის დადგენა ტურისტული მომსახურეობის ოპტიმიზაციის და ტურისტული აქტივობის ეფექტის დადგენის მიზნით.

ტურისტული დანახარჯებისა და შემოსავლების სტატისტიკა - შეგვიძლია განვიხილოთ, როგორც დათვლის პროცესი და ის, როგორც წესი ყველაზე დიდ სირთულეს წარმოადგენს. თავის მხრივ აღნიშნული საქმიანობა მოიცავს ტურიზმის ციფრობრივ შეფასებას, რაც მნიშვნელოვანია ნაციონალურ ეკონომიკაზე ტურიზმის ეფექტის დადგენისათვის ასევე მისი გავლენის შესაფასებლად ეროვნულ საგადასახადო ბალანსზე და ცალსახად მნიშვნელოვანია ტურიზმის როგორც მთლიანობაში ასევე მისი ცალკეული სექტორების ფინანსურ-ეკონომიკური შეფასებისათვის. ტურისტული დანახარჯებისა და შემოსავლების სტატისტიკური აღწერა გვაძლევს წარმოდგენას მოთხოვნის შესახებ საქონელსა და მომსახურეობაზე და შესაბამისად აისახებიან ეროვნულ ანგარიშებში.

ტურისტული დანახარჯები - შესაძლებელია განვიხილოთ, როგორც ტურისტების მიერ დანახარჯების საერთო რაოდენობა, რომელსაც იგი ახორციელებს მოგზაურობის დაგეგმვის, მოგზაურობის დაწყების და ტურისტულ დესტინაციაზე ყოფნის დროს. ტურისტული დანახარჯების აღრიცხვისას საერთაშორისო ტურისტული ორგანიზაციის რეკომენდაციით აღირიცხება მხოლოდ ის დანახარჯები, რომლებმაც შესაძლოა იქონიონ გავლენა ქვეყნის ეკონომიკაზე (მხოლოდ მნიშვნელოვანი დანახარჯები).

ტურისტების მიერ გაწეული დანახარჯები, რომლებსაც ისინი მოგზაურობის დროს ტოვებენ ქვეყანაში მნიშვნელოვანი ფაქტორია. საქართველოს მაგალითზე 2015 წლის ტურისტების მიერ გაწეულმა ხარჯებმა შეადგინა 1 935 9150 ლარი, ხოლო თავად ტურისტების რაოდენობა კი იყო დაახლოებით 5,9 მლნ. ადამიანი. მოცემულ შემთხვევაში, შესაძლებელია გამოვთვალოთ საშუალო დანახარჯი ერთი ტურისტიდან, რაც მიიღება ტურისტების რიცხოვნობის შეფარდებით საშუალო დანახარჯების რაოდენობასთან, რაც საშუალოდ 322 ლარს შეადგენს ერთ ტურისტზე. შესაბამისად, ჩვენს მიერ გაკეთებული პროგნოზის თანახმად, ტურისტების მოსალოდნელი რაოდენობა 2017 წლისათვის არის 7,2 მლნ, შესაძლებელია განვსაზღვროთ დანახარჯების ის საშუალო რაოდენობა, რომელიც შესაძლებელია გაწიონ ტურისტებმა ქვეყანაში სტუმრობის დროს. აღნიშნული მონაცემის გამოთვლა

დიდ სირთულეს არ წარმოადგენს იმ ფონზე, როცა ცნობილია ერთ ტურისტის მიერ გაწეული საშუალო ხარჯი და მოსალოდნელი ტურისტების რაოდენობა, შესაბამისად ამ ორი მაჩვენებლის ნამრავლი მოგვცემს შედეგს, მოსალოდნელი დანახარჯების შესახებ, ანუ საშუალოდ $322 \cdot 7,2 = 2,3184$ მლრდ. ლარი.

ამდენად, 2017 წლისათვის მოსალოდნელია, რომ შემოსავლებმა ტურიზმის სფეროდან 2 მილიარდ ლარს გადააჭარბოს, რაც თავისთავად იძლევა პოზიტიური დასკვნების გაკეთების შესაძლებლობას. აქედან გამომდინარე, ყოველივე ზემოთ გამოთქმული მოსაზრებებისა და კვლევების გათვალისწინებით შეგვიძლია ვთქვათ, რომ ტურიზმის ინდუსტრია არის ინსტრუმენტი რომელიც გადაწყვეტს სახელმწიფოს წინაშე მდგარ, ისეთ ეკონომიკურ პრობლემებს, როგორებიცაა მოსახლეობის დასაქმება და ეკონომიკური წინსვლა. საქართველო გამოირჩევა ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარების უხვი შესაძლებლობებით, შესაბამისად მიზანშეწონილად მივიჩნევთ დარგის განვითარების ხელშეწყობას და ამ მიმართულებით უფრო ინტენსიური ნაბიჯების გადადგმას. რადგან ვთვლით, რომ ტურიზმის ინდუსტრია არის ეკონომიკური საქმიანობის სწორედ ის დარგი, რომლის აღორძინებაც, ეროვნული ეკონომიკის განვითარების ამ ეტაპზე სასიცოცხლო მნიშვნელობა აქვს.

თავი 3. ტურისტული მომსახურების სფეროში დასაქმების პოლიტიკის

სრულოყოფა

3.1. შრომითი საქმიანობის რეგულირება ტურისტული მომსახურების სფეროში

როგორც გამოცდილება აჩვენებს ტურიზმის ინდუსტრია არის მრავალასპექტიანი, მულტიფუნქციონალური სოციალურ–ეკონომიკური ფენომენი. ტურიზმის ინდუსტრიის ფუნქციონირების ანალიზისას გამოიკვეთა მისი ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი მახასიათებელი, როგორცაა ინდუსტრიის უნარი გაზარდოს მოსახლეობის დასაქმების რიცხოვნობა, რითაც სერიოზულ გავლენას ახდენს ეკონომიკის განვითარებაზე, რაც მოსახლეობის ცხოვრების დონის გაუმჯობესების მნიშვნელოვანი წინაპირობაა.

ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარების მზარდი დინამიკის მიუხედავად არსებობს პრობლემები, რომლებსაც შეუძლიათ დააბრკოლონ დინამიური წინსვლა ასეთებია სახელმწიფო ტურისტული პოლიტიკისა და ტურიზმის საკანონმდებლო რეგულირების არ ქონა. ჯერ კიდევ 1989 წელს ჰააგის დეკლარაციაში იყო მოხსენიებული ტურისტული კანონმდებლობის მნიშვნელობის შესახებ. დეკლარაციის მიხედვით სახელმწიფოებს ეძლეოდათ რეკომენდაცია შეემუშავებინათ ერთიანი ტურისტული კანონმდებლობა ლოკალურ ნორმატიულ დებულებებთან ჰარმონიულად შერწყმის მეშვეობით [105].

ტურიზმი საყოველთაოდ ითვლება მსოფლიოს უდიდეს ინდუსტრიადა. მას მნიშვნელოვანი ადგილი უჭირავს სახელმწიფო და რეგიონულ ეკონომიკაში. ტურიზმი თავისუფალი დროისა და კულტურის ინდუსტრიაში ხასიათდება მაღალი ორგანიზაციული პლურალიზმითა და ინსტიტუციონალური ფრაგმენტაციით.

ტურიზმი, როგორც ქვეყნების ეკონომიკის, საერთაშორისო კავშირების თუ საქმიანი აქტივობის მნიშვნელოვანი შემადგენელი ნაწილი საჭიროებს განსაკუთრებულ სამართლებრივ რეგულირებას. აუცილებლობიდან გამომდინარე ჩამოყალიბდა განსაკუთრებული დარგი – ტურისტული სამართალი [17].

ტურისტული სამართალი, როგორც კომპლექსური სამართლებრივი ინსტიტუტი შედგება ურთიერთდაკავშირებული ნორმატიული და სამართლებრივი აქტებისაგან. ტურისტული სამართალი უნდა მოიცავდეს ისეთი საკითხების ერთობლიობას, რომლებიც შეეხება:

- ტურიზმის მართვის საჯარო-საზოგადოებრივი ორგანიზაციების არსებობას;
- უფლებებისა და მოვალეობების განაწილება საჯარო ტურიზმის მმართველობით ორგანოებს შორის;
- ტურიზმის განვითარების მიზნებიდან გამომდინარე პრიორიტეტების განსაზღვრა (პრიორიტეტული ტურისტული მიმართულებების განსაზღვრა);
- ტურიზმის განვითარების ფინანსური უზრუნველყოფა (ინვესტიციები);
- არაკომერციული ორგანიზაციების შექმნისა და ფუნქციონირების საკითხები;
- ტურიზმის დარგის მონაწილე სუბიექტების საერთო მახასიათებლების ფორმირება.

ტურისტული სამართალი ასევე უნდა არეგულირებდეს ისეთ მნიშვნელოვან საკითხებს, როგორებიცაა;

- ტურისტული საქმიანობის ლიცენზირების საკითხები;
- სასტუმრო ინდუსტრიის საქმიანობის განვითარება და კონტროლი;
- სატრანსპორტო ინდუსტრიის განვითარება და კონტროლი;
- ტურისტების უფლებების დაცვა მოგზაურობისას;
- ტურისტების უსაფრთხოება და სიცოცხლის დაზღვევა;
- ტურიზმის სექტორის მონაწილე სუბიექტების როგორც მორალური ისე მატერიალური მატერიალური პასუხისმგებლობა.

მაღზედ მნიშვნელოვანი ფაქტორია და ცალკე გამოყოფას საჭიროებს ტურიზმის სფეროში შრომითი საქმიანობის რეგულირების საკითხები. ნებისმიერი ქვეყანა კონკრეტული სექტორის ინსტიტუციონალური უზრუნველყოფისას ეყრდნობა საერთო კანონმდებლობას და შეთანხმების საფუძველზე ქმნის ახალს. შრომითი რეგულირების თვალსაზრისით ტურიზმის მიმართულებით შეიძლება ითქვას რთული მდგომარეობაა, თუმცა ამ საკითხში გასარკვევად საჭიროა გავეცნოთ

ზოგადად მსოფლიო მასშტაბით არსებულ გამოცდილებას ტურიზმის დარგის საკანონმდებლო რეგულირების საკითხებთან დაკავშირებით [101].

იტალია - ტურიზმის მართვის საკითხებს იტალიაში განკარგავს იტალიის ტურიზმის ნაციონალური სამმართველო (ENIT). რომელიც ექვემდებარება მეწარმეობის სამინისტროს და მას აკონტროლებს იტალიის საანგარიშო პალატა. ქვეყანას გააჩნია სპეციალური მიდგომა, რომელიც რეგულირდება კანონით 368/2001, რაც გულისხმობს ე.წ. „ექსტრა სამუშაოს“ , რომელიც თავის მხრივ ტურიზმის სექტორში დამსაქმებელს აძლევს საშუალებას, უკიდურესი აუცილებლობის შემთხვევაში (გამოფენა-გაყიდვები, სპეციალური მიღებები) დაიქირაოს თანამშრომელი 3 დღით. ასევე ფუნქციონირებს ე.წ. „წყვეტილი სამუშაო“ წესი, რომელსაც იყენებენ ტურისტული კომპანიები, ვინაიდან ტურიზმი ხასიათდება სეზონურობით ყველაზე დატვირთულ პერიოდში მოხდეს მეტი თანამშრომელთა კონცენტრაცია, ხოლო ტურისტულად არააქტიურ პერიოდში მათი გათავისუფლება.

თურქეთი - ტურიზმის ხელშეწყობის აქტი - კანონი ტურისტული სააგენტოების და ასოციაციების შესახებ, დებულება ტურების და ექსკურსიების შესახებ.

დიდი ბრიტანეთი - ამ ქვეყანას საკმაოდ მოწესრიგებული საკანონმდებლო ბაზა აქვს ტურიზმის სფეროში, ბრიტანეთი ითვლება ტურიზმის სამშობლოდ და, შესაბამისად ამ სფეროში არსებული ნიუანსები უფრო სიღრმისეულად არის გამოხატული კანონმდებლობაში. დიდ ბრიტანეთში ტურიზმის დარგის რეგულირებით დაკავებული არის კულტურის, სანახაობებისა და სპორტის სამინისტრო, რომელსაც ექვემდებარება BTA (British Tourist Authority), რომლის მისია გამოიხატება ბრიტანული ტურიზმის ბიზნესის გაძლიერებაში მსოფლიო ბაზარზე. აქ კანონები იქმნება ქვეყნის პარლამენტის მიერ და ძალაში შედის შესაბამის აქტის საფუძველზე. განსაკუთრებით აღნიშვნის ღირსია ლიცენზირების სისტემა, რომლის გარეშეც არც ერთ ტურისტულ ობიექტს მუშაობის უფლება არ აქვს.

ლიტვა - ლიტვის საკანონმდებლო ბაზაც გულისხმობს ლიცენზიის აუცილებლობას და იგი ასევე დეტალურად აწესრიგებს ურთიერთობას ტურისტსა და ფირმას შორის, შესაბამისად თითოეული ტურის განხორციელებისას იგი მოითხოვს გაცემულ

იქნას დოკუმენტი, სადაც დაწვრილებით იქნება ასახული ტურისტული მომსახურეობი და ამ ღონისძიებაზე პასუხისმგებელი პირის შესახებ.

საბერძნეთი - ამ ქვეყანაში ტურისტული საკითხები რეგულირდება კანონით „სასტუმროს მეპატრონეებისა და მომხმარებლების ურთიერთობების რეგულირების შესახებ“, რომელიც შესაბამისად მოიცავს სასტუმროს მეპატრონეებისა და ტურისტების უფლებებსა და მოვალეობებს [17].

საქართველო - რაც შეეხება საქართველოს, დარგის სამართლებრივი უზრუნველყოფის მიზნით 1997–1999 წლებში ნმიღებულ იქნა კანონები და ნორმატიული აქტები [31].

1996 წლის 6 მარტიდან ძალაში შევიდა საქართველოს კანონი „*ტურიზმისა და კურორტების შესახებ*“ ეს არის ფუძემდებლური აქტი ტურიზმისა და კურორტების სფეროში. შესაბამისად ის არეგულირებს ტურიზმის, როგორც დარგის და ტურისტების უფლება მოვალეობებს [32].

კანონში მოცემულია ტურიზმის ძირითადი განმარტებანი, ისეთები, როგორცაა ტურიზმი, ტურისტი, ტური, ექსკურსია, ტუროპერატორი, ტურაგენტი, ტურისტული ვაუჩერი და სხვა. ასევე მოცემულია განსაზღვრება საქართველოს ტურისტული რესურსების, მათი მართვისა და ექსპლუატაციის შესახებ. აღსანიშნავია, რომ საქართველოს კანონის მიხედვით ქვეყანა აღიარებს ტურიზმისა და კურორტების დარგს ეროვნული კულტურისა და ეკონომიკის განვითარების ერთ-ერთ პრიორიტეტულ მიმართულებად და პასუხისმგებლობას იღებს შექმნას ტურისტული და საკურორტო საქმიანობისათვის ხელსაყრელ პირობები.

საქართველოს ტურიზმისა და კურორტების დარგში მმართველობით ფუნქციას ასრულებს ტურიზმისა და კურორტების დარგის მართვის აღმასრულებელი ხელისუფლების უფლებამოსილი ორგანო, რომელიც მოქმედი კანონმდებლობის შესაბამისად ახორციელებს დარგში ერთიან სახელმწიფო პოლიტიკას, თავისი კომპეტენციის ფარგლებში გამოსცემს შესაბამის ნორმატიულ აქტებს და კონტროლს უწევს ამ კანონის შესრულებას. ტურიზმისა და კურორტების დარგის მართვის შუალედური რგოლებია რეგიონალური (სამხარეო) სამმართველოები, რომელთა

სტრუქტურა და ფუნქციები განისაზღვრება ამ კანონით, აგრეთვე ტურიზმისა და კურორტების მართვის სახელმწიფო ორგანოს მიერ დამტკიცებული შესაბამისი დებულებით [17].

რაც შეეხება ლიცენზირების სისტემას საქართველოს კანონი მას განიხილავს, როგორც: ტურისტული და საკურორტო საქმიანობის სტანდარტიზაცია, სერტიფიკაცია და ლიცენზირება რეგულირდება საქართველოს კანონმდებლობით დადგენილი წესით. კერძოდ:

საქართველოს კანონი ტურიზმის შესახებ მუხლი 8. ტურისტული და საკურორტო საქმიანობის სუბიექტების სახელმწიფო რეესტრი

1. ტურისტული და საკურორტო საქმიანობის ლიცენზირებული სუბიექტების აღრიცხვის მიზნით იქმნება სახელმწიფო რეესტრი.

2. სახელმწიფო რეესტრს აწარმოებს დარგის მართვის უფლებამოსილი ორგანო [31].

კანონი საკმაოდ მწირია, იგი ვერ იძლევა ზუსტ და დეტალურ ინფორმაციას დარგში არსებული დეტალების შესახებ. 1997–2000 წლებში კანონში ოთხჯერ იქნა შეტანილი ცვლილებები, თუმცა დღეის მდგომარეობით იგი მოძველებულად ითვლება და ვერ პასუხობს ტურიზმის დარგში არსებულ თანამედროვე მოთხოვნებს. ტურიზმი მსოფლიოში ერთ–ერთი ყველაზე სწრაფად განვითარებადი დარგია, შესაბამისად ხდება მისი განახლება, ახალი მიმართულებების შექმნა, რაც თავის მხრივ იმ ქვეყნების მხრიდან, რომლებსაც გააჩნია ტურისტული პოტენციალი და აღიარებენ ტურიზმს, როგორც ეკონომიკური პოლიტიკის ერთ–ერთ მთავარ მიმართულებას, საჭიროა ფეხი აუწყონ მიმდინარე ცვლილებებს, ჰქონდეთ კარგად გამართული საკანონმდებლო ბაზა, რომელიც უზრუნველყოფს ტურისტული ობიექტების და ტურისტების მრავალმხრივი ურთიერთობების რეგულირებასა და უფლება მოვალეობების დაცვას [17].

მნიშვნელოვანია მსოფლიოს მასშტაბით არაკომერციული ორგანიზაციის არსებობის, შექმნისა და მუშაობის გამოცდილება. მათი ფუნქციონირებისა და როლის შეფასება ზოგადად ტურიზმის განვითარების მიმართულებით. ამ მიზნით საჭიროა გავეცნოთ რამოდენიმე მათგანს. არაკომერციული ტურისტული ორგანიზაციები, როგორც წესი

იქმნება ტურიზმის განვითარების მიზნით და მისი ინტეგრაციის ხელშესაწყობად საერთაშორისო ტურისტულ სტანდარტებთან მიახლოებისათვის.

საერთაშორისო ტურიზმის რეგულირება ხდება, კონვენციების, საერთაშორისო ხელშეკრულებების და შეთანხმებების საფუძველზე. საერთაშორისო ტურისტული სამართლის ფორმირების ერთ-ერთ ძირითად მიმართულებას წარმოადგენდა შეთანხმების მიღწევა ტერმინოლოგიისა და განმარტებების საკითხებში, რომელზეც მუშაობდა ერთა ლიგის სტატისტიკის კომიტეტი. მათი მუშაობის შედეგად 1937 წელს პირველად გამოქვეყნდა საერთაშორისო ტურიზმის ტერმინთა განმარტებები. მეორე მსოფლიო ომის შემდგომ პერიოდში ტურისტული ტერმინოლოგია ოფიციალურად დაამუშავა *ოფიციალური ტურისტული ორგანიზაციების საერთაშორისო კავშირმა (International Union of official Travel Organization-IUOTO)*. 1950 წელს პირველად იქნა შემოღებული ტერმინები ექსკურსანტი, ტრანზიტული მოგზაური. 1954 წელს კი გაეროს კომისიამ მიიღო ტურისტის ახალი განმარტება, რომელიც შემდგომში დაზუსტდა გაეროს კონფერენციაზე –საერთაშორისო ტურიზმისა და მოგზაურობის შესახებ 1963 წელს. 1976 წელს გაერომ პირველად გამოაქვეყნა ტურისტული ტერმინოლოგიის ჩამონათვალი სადაც ყველა მნიშვნელოვანი ტერმინი იყო მოცემული, რომელიც განკუთვნილი იყო ტურიზმის სტატისტიკის წესების უნიფიცირებისთვის (*Provisional Guidelines on International Tourism UNCTAD*) [17].

მნიშვნელოვანი გადაწყვეტილებები ტურიზმის განვითარების მიმართულებით მიღებულ იქნა ჰელსინკის შეთანხმებებში, რომელსაც ხელი მოეწერა 1975 წლის 1 აგვისტოს (ევროპის უსაფრთხოებისა და თანამშრომლობის თათბირი ფინალური აქტი). გაეროს ეგიდით დაფუძნდა მსოფლიო ტურისტული ორგანიზაცია (*United Nations World Tourism Organization-UNWTO*) რომლის მიზანსაც წარმოადგენს ისეთი ნორმებისა და წესების შემუშავება, რომელიც გაამარტივებს საერთაშორისო საზოგადოებაში ტურისტების გაცვლას. მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაცია ხელს უწყობს გონივრული, სიცოცხლისუნარიანი და ყველასათვის ხელმისაწვდომი ტურიზმის განვითარებას, განსაკუთრებულ ყურადღებას აქცევს განვითარებად ქვეყნებს. მტო (მსოფლიო ტურისტული ორგანიზაცია) ცდილობს უზრუნველყოს

ტურიზმისთვის ეთიკის საყოველთაო კოდექსი (*Global Code of Ethics*) წვერი ქვეყნების დარწმუნებით იმაში, რომ ტურისტული დესტინაციები და ტურისტული ბიზნესი იწვევს ტურიზმის ეკონომიკური, სოციალური და კულტურული შედეგების დადებითი მხარეების მაქსიმალიზაციას და ამავე დროს ამცირებს მის უარყოფით სოციალურ და გარემო ზეგავლენებს.

1985 წელს მსოფლიო ტურისტული ასამბლეის მე-6 სესიაზე მიღებულ იქნა „ტურიზმის ქარტია და ტურისტის კოდექსი“ შემუშავდა ტურიზმის ტერმინოლოგია და ზოგადი ცნებები, სტატისტიკის პრინციპები ეროვნული კანონმდებლობისთვის აუცილებელი ნორმები და რეკომენდაციები, პრევერენციის სისტემები ტურისტებისათვის, ტურისტული განათლების სისტემები.

საერთაშორისო სამართალში *ტურიზმის ქარტია* წარმოადგენს ძირითად ნორმატიულ დოკუმენტს, რომელიც არეგულირებს ტურისტულ საქმიანობას. ეს დოკუმენტი თავისთავში ასახავს ტურისტების უფლება მოვალეობებს მოგზაურობისას. არეგულირებს ქვეყნის პოლიტიკას განავითაროს როგორც შიგა ასევე გამყვანი ტურიზმი.

ქარტიის თანახმად მთელს მსოფლიოში აღიარებულია ადამიანის უფლება დასვენების შესახებ. ამ უფლების თანახმად თითოეული სახელმწიფო მოვალეა შეიმუშაოს და განახორციელოს შიდასაქვეყნო და საერთაშორისო ტურიზმის განვითარების ჰარმონიული უზრუნველყოფისაკენ მიმართული პოლიტიკა. ამ მიზნით თითოეული სახელმწიფო მოვალეა:

ა) იზრუნოს ტურიზმის მოწესრიგებული განვითარებისთვის, როგორც ქვეყნის შიგნით ასევე საერთაშორისო მიმართულებით;

ბ) შეუფარდოს ტურიზმის პოლიტიკა საერთო განვითარების პოლიტიკას;

გ) იზრუნოს ღონისძიებათა გატარებისთვის იმ მიზნით, რომ თითოეულ ადამიანს მიეცეს საშუალება მონაწილეობდეს შიდასაქვეყნო და საერთაშორისო ტურიზმში, განსაკუთრებით სამუშაო და თავისუფალი დროის რეგულირებით.

სახელმწიფო ასევე ვალდებულია დაიცვას დღევანდელი და მომავალი თაობებისთვის ტურისტული გარემო, რომელიც აერთიანებს ადამიანს, ბუნებას,

საზოგადოებრივ ურთიერთობებსა და კულტურას და მთელი კაცობრიობის კუთვნილებაა.

ამავე ქარტიის თანახმად სახელმწიფოები მოვალენი არიან ხელი შეუწყონ ტურისტული შეგნების ამაღლებას, უზრუნველყონ დამთვალიერებელთა და მათი ქონების უსაფრთხოება პრევენციული და დაცვითი ღონისძიებების მეშვეობით. აღკვეთონ პროსტიტუციის მიზნით სხვა პირთა ექსპლუატაციისთვის ტურიზმის გამოყენების ყოველგვარი შესაძლებლობა, გააძლიერონ ღონისძიებანი ნარკოტიკების არალეგალური გამოყენების თავიდან ასაცილებლად ტურისტებისა და ადგილობრივი მოსახლეობის დაცვის მიზნით [17].

დოკუმენტის მიხედვით აუცილებელია ტურიზმის სფეროს მუშაკებსა და ტურიზმის მოგზაურობებისათვის მომსახურეობის გამწვევთა შესაბამისი ეროვნული და საერთაშორისო კანონმდებლობების მეშვეობით შეუქმნან სათანადო პირობები.

რაც შეეხება „ტურისტის კოდექსს“, მასში განსაზღვრულია ტურისტების უფლებები და მოვალეობები ტურისტული გადაადგილებების დროს. კოდექსის თანახმად ტურისტები თავიანთი ქცევით უნდა განამტკიცებდნენ ხალხთა შორის მეგობრულ ურთიერთობებს, როგორც ეროვნულ ასევე საერთაშორისო დონეზე, რითაც ხელს შეუწყობენ მშვიდობის შენარჩუნებას. ტურისტები ასევე მოვალენი არიან: განსაკუთრებული ყურადღებით მოეკიდონ ადგილობრივი მოსახლეობის ადათ-წესებს. თავი შეიკავონ მათსა და ადგილობრივებს შორის არსებული სოციალური-ეკონომიკური თუ კულტურული სხვაობების ხაზგასმისგან. განსაკუთრებული გულისყურით მოეკიდონ ადგილობრივ კულტურას, არ დაუშვან სხვა პირთა ექსპლოატაცია, თავი შეიკავონ ნარკოტიკებით თუ სხვა აკრძალული ნივთიერებებით ვაჭრობისაგან. რაც შეეხება ტურისტების უფლებებს, მათ უნდა მიეცეთ საშუალება თავისუფლად მოინახულონმათთვის საინტერესო ადგილები. ტურისტები უნდა უზრუნველყოფილი იყვნენ ობიექტური, ზუსტი ინფორმაციით. უნდა დაცული იყოს მათი პირადი ხელშეუხებლობა და ქონების უსაფრთხოება. მათი უფლებების დასაცავად აუცილებელია იურიდიული თუ ადმინისტრაციული პროცედურების არსებობა. ასევე დაცული უნდა იყოს საკუთარი აღმსარებლობის გამოხატვის

უფლება. 1999 წლის 1 ოქტომბერს მსოფლიო ტურისტული ორგანიზაციის გენერალურ ასამბლეაზე, ქ. სანტიაგოში (ჩილე) მიღებულ იქნა „ტურიზმის გლობალური ეთიკური კოდექსი“.

დღეისათვის ტურიზმის სფეროში სახელმწიფოები ხელმძღვანელობენ ტურიზმის ძირითადი საერთაშორისო შეთანხმებებით (1989 წ. ჰააგა, ნიდერლანდები) და მანილას რეკომენდაციები (1994 წ. ოსაკა, იაპონია). ბევრ ქვეყანაში შემოღებულია ტურიზმის მარეგულირებელი ნაციონალური კანონები, რომლებშიც განსაზღვრულია ტურიზმის განვითარების ძირითადი კონცეფციები და პრინციპები, ასევე ტურისტული საქმიანობის ნორმები რეზიდენტებისა არარეზიდენტი კომპანიებისათვის. სხვადასხვა ქვეყანაში ტურიზმის მარეგულირებელი იურიდიული ბაზა პრინციპულად ერთმანეთისგან განსხვავებული არ არის ვინაიდან იგი ეყრდნობა საერთაშორისოდ აღიარებულ ნორმებსა და რეგულაციებს, თუმცა ამის მიუხედავად არსებობს განსხვავებები ქვეყნის სოციალურ-ეკონომიკური, კულტურული, ტრადიციული თუ სხვა ფაქტორებიდან გამომდინარე. ტურიზმი ეს არის სოციალურ-ეკონომიკური და კულტურული მოვლენა, რომელიც გულისხმობს ადამიანების გადაადგილებას მათი მუდმივი საცხოვრებელი ადგილის ფარგლებს გარეთ, გართობის, გაჯანსაღების, ბიზნეს და სხვა მიზნებით. ადამიანები, რომლებიც ტურისტულ აქტივობებში (ექსკურსიები/მოგზაურობები) მონაწილეობენ იწოდებიან ვიზიტორებად. ტურიზმის სექტორი მოიცავს ეკონომიკის სხვადასხვა სფეროს და ხელს უწყობს მათ განვითარებას. ვინაიდან ტურიზმის სექტორი ახდენს სხვადასხვა დარგების სტიმულირებას, რათა წარმოებულ იქნას საქონელი და მომსახურეობა, რომელზეც არის მოთხოვნა ტურისტების მხრიდან.

ტურიზმი მრავალმხრივი და მრავალდარგოვანი ინდუსტრიაა, რთულია მისი სამართლებრივი რეგულირება. ტურიზმის საერთაშორისო ორგანიზაცია ინტენსიურად მუშაობს ტურიზმთან დაკავშირებულ ძირითად დებულებებსა და განმარტებებზე, თუმცა აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ არ არსებობს ერთიანი სტანდარტი ტურიზმში დასაქმების, დამსაქმებელთა და დასაქმებულთა რეგულირებასათვის. როგორც საერთაშორისო ორგანიზაცია იუწყება 2009 წლისათვის ჩატარდა კვლევა

აღნიშნულ საკითხთან დაკავშირებით. მსოფლიო მასშტაბით გამოკითხულ იქნა *UNWTO*-ს წევრი ქვეყნების რესპონდენტები და ასევე კვლევა ეყრდნობოდა თავად ქვეყნების მიერ მიწოდებულ საბაზო ინფორმაციასაც. აღნიშნული პრეზენტაცია ჩატარდა ინდონეზიაში და იგი გახლდათ პირველი კვლევა ტურიზმის ისტორიაში, რომელიც გვაწვდიდა ინფორმაციას ტურიზმისა და დასაქმების დამოკიდებულების შესახებ. მიუხედავად იმისა, რომ გამოხმაურება იყო საკმაოდ დაბალი (25%) ინფორმაცია სასიცოცხლო მნიშვნელობის მატარებელი გახლდათ ტურიზმში მომუშავეთა და ტურიზმით უბრალოდ დაინტერესებულთათვისაც კი. 2010 წლისათვის აქტუალური გახდა საკითხი ტურიზმში დასაქმებულთათვის სპეციალური რეგულაციების არსებობის შესახებ. ამ მიზნით საერთაშორისო ტურისტულმა ორგანიზაციამ კვლავ აწარმოა კვლევა რომლის მიხედვითაც გამოვლინდა რიგი ქვეყნებისა, რომლებსაც აქვთ სპეციალური, ტურიზმისათვის შესაბამისობაში მოყვანილი შრომითი საკანონმდებლო რეგულირება, ხოლო სხვა ქვეყნები შრომითი რეგულირებისათვის იყენებდნენ ზოგად შრომის კოდექსს. თუმცა აქვე აღსანიშნავი იყო ფაქტი იმასთან დაკავშირებით, რომ თითქმის ყველა ქვეყანას ჰქონდა სურვილი შეემუშავებინა სპეციალური რეგულაციები [98].

საერთო ჯამში გამოიკვეთა, რომ ქვეყნებს არ გააჩნიათ ერთიანი საკანონმდებლო ბაზა, რომელიც მოახდენს ტურიზმში დასაქმების და მასთან დაკავშირებული საკითხების დარეგულირებას, თუმცა, არსებობს ცალკეული შემთხვევები, როდესაც ქვეყნები ცდილობენ საკუთარ კანონმდებლობაზე დაყრდნობით ტურისტული რეგულაციების ჩამოყალიბებას, ხოლო ზოგიერთი ქვეყანა დღემდე (მაგ. ავსტრალია) იმყოფება საკანონმდებლო მოდერნიზაციის პროცესში.

მამასადამე, მოგზაურობისა და ტურიზმის ინდუსტრია, როგორც გლობალური საქმიანობის უდიდესი სექტორი, წარმოქმნის ისეთ რთულ პოლიტიკურ პრობლემებს, როგორცაა: წონასწორობის მიღწევა განვითარებასა და ეროვნული იდენტობის შენარჩუნებას შორის, დადებითი და უარყოფითი გარეგანი ეფექტების გადანაწილება, მასპინძლებს, განსხვავებულ კულტურებსა და სტუმრებს შორის

ურთიერთობა და გრძელვადიანი სტაბილურობა – ყველა ეს საკითხი განიხილება გლობალურ, სახელმწიფო და ადგილობრივ დონეზე.

ეკონომიკის ნებისმიერი სექტორის წარმატებული ფუნქციონირების ერთერთი მთავარი პირობაა დარგის კომპლექსური და კოორდინირებული ინსტიტუციონალური უზრუნველყოფა. უკანასკნელ ათწლეულში განსაკუთრებით აქტუალური გახდა საკითხები ინსტიტუციონალური მიდგომების სრულყოფისა და შემდგომი განვითარების შესახებ, რაც თავის მხრივ უზრუნველყოფს ეკონომიკის სხვადასხვა სექტორების კონკურენტუნარიანობის ზრდას არამხოლოდ ეროვნულ (შიდა) არამედ საერთაშორისო ბაზრებზე.

ინსტიტუციონალური მიდგომების გამოყენება გამოიხატება სხვადასხვა ინსტიტუტების ფუნქციონირებით, რომლებიც თავისმხრივ უზრუნველყოფენ ტურისტული ბაზრის ეფექტურ ფორმირებასა და ფუნქციონირებას. ინსტიტუციონალური რესურსის გამოყენება უკავშირდება სახელმწიფო ორგანიზაციული პოტენციალის უკეთ გამოყენებასა და ტურისტული მომსახურეობის ბაზრების ფორმალური და არაფორმალური ინსტიტუტების ფუნქციონირებას.

ტურიზმის დარგის ინსტიტუციონალიზაცია ობიექტური გარემოებებით არის განპირობებული, რომელთაგან ერთი-ერთი ტურისტულ მომსახურეობაზე მოთხოვნის ფორმირების თავისებურებაა. ასევე ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი განმაპირობებელი ფაქტორი არის ის, რომ ტურიზმი წარმოადგენს მულტიდისციპლინარულ კომპლექსს, რაც თავის მხრივ გულისხმობს მის მრავალმხრიობასა და დარგთა შორის კოორდინირებული მუშაობის აუცილებლობას.

ინსტიტუციონალური მიდგომა ტურიზმის სფეროში შეიძლება გამოისახოს ორი ფუნქციონალური ჯგუფის ფორმით:

- 1. საერთო-დეტერმინირებული ფუნქციები, რომელიც თავის მხრივ ნაკარნახევია ტურიზმის სოციალური ბუნებიდან გამომდინარე. იგი გამოიხატება პირველ რიგში ტურისტულ პროდუქტზე მოთხოვნის ფორმირების ფუნქციით, ინსტიტუციათაშორის ურთიერთდამოკიდებულების*

ფუნქციით და კომუნიკაციის დამყარების ფუნქციით, რაც ტურიზმის განუყოფელ ნაწილს წარმოადგენს;

2. შიდა ინსტიტუციონალური ფუნქცია, რაც განპირობებულია დარგის შინგნით არსებული აუცილებლობით.

ტურიზმის ზოგადი, საერთაშორისო რეგულირება მიმართულია ტურიზმის, როგორც დარგის მდგრადი განვითარების უზრუნველყოფისაკენ. ტურიზმში მთავარი მარეგულირებლის როლი აკისრია ეროვნულ ინსტიტუციონალურ სტრუქტურებს, რომელთა ფუნქცია არის ტურიზმის მდგრადი განვითარების უზრუნველყოფა, მისი სამართლებრივი რეგულირება და ჰარმონიზაცია საერთაშორისოდ აღიარებულ სტანდარტებთან. ტურიზმის დარგის რეგულირება საკმაოდ რთულ საკითხს წარმოადგენს, ვინაიდან ეკონომიკური თუ სოციალური მდგომარეობიდან გამომდინარე განვითარების სხვადასხვა ეტაპზე მყოფი ქვეყნებისათვის საკმაოდ დიდ პრობლემას წარმოადგენს ისეთი მარეგულირებლის შემოღება, რომელიც ჰარმონიულად შეერწყმება მათ თავისებურებების მიუხედავად. აქედან გამომდინარე ტურიზმის დარგის რეგულაციებთან დაკავშირებით გვაქვს განსხვავებული მიდგომები და განსხვავებული პრაქტიკა, რომელიც შეიძლება საერთო იყოს განვითარების და სოციალური ცხოვრების მხრივ მსგავსი ქვეყნებისათვის. სხვა დანარჩენ შემთხვევაში ვიღებთ განსხვავებულ სურათს და ერთმანეთისაგან განსხვავებულ მიდგომას და, შესაბამისად, სპეციფიურ ტურისტულ პროდუქტს.

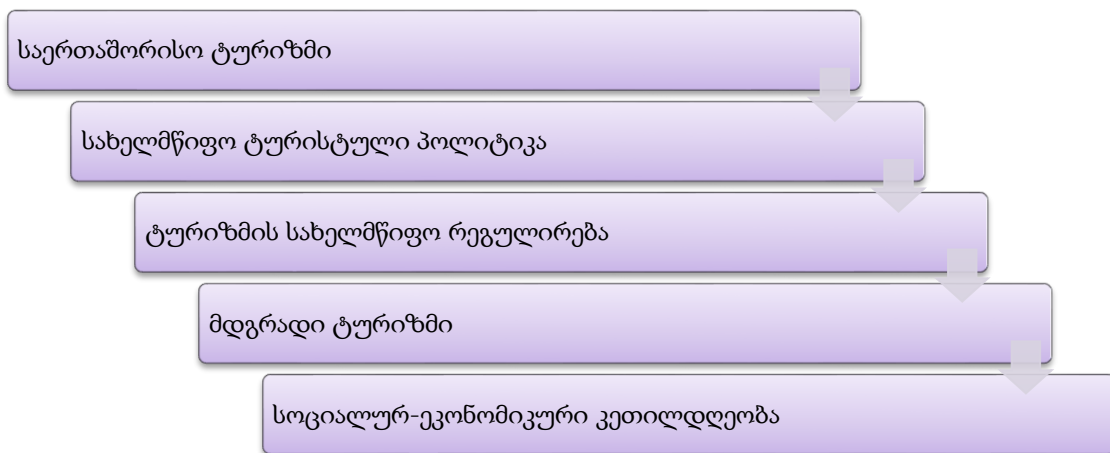
ყოველივე ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე შესაძლოა შევიმუშაოთ მოდელი, რომელიც გამოსახავს ტურიზმის განვითარების მიმართულებით სახელმწიფო რეგულირების მნიშვნელობას.

ტურიზმის ინდუსტრია კონკრეტული ქვეყნის სურვილის მიუხედავად დანარჩენ მსოფლიოში ვითარდება და ის მეტნაკლებად ეხება ნებისმიერ ქვეყანას (ვიზიტორების მეშვეობით, რომლებიც ინტერესების დასაკმაყოფილებლად ეწვევიან მას). ქვეყნის სურვილი მის ტერიტორიაზე განავითაროს ტურიზმის ინდუსტრია უნდა გადიოდეს სახელმწიფო ტურისტულ პოლიტიკასა და ტურისტულ

კანონმდებლობაზე, რათა მივიღოთ ტურიზმის მდგრადი განვითარება და არა ქაოსურად არასისტემურად მომუშავე დარგი, რომლის გავლენა ქვეყნის სოციალურ-ეკონომიკურ სიტუაციაზე იქნება უფრო უარყოფითი ვიდრე დადებითი. მაშასადამე საერთაშორისო ტურიზმი, რომელსაც ერთვის სახელმწიფო ტურისტული პოლიტიკა და, შესაბამისად ტურისტული რეგულირება გვამლევს მდგრადი ტურიზმის განვითარების წინაპირობას. მდგრადი ტურიზმი კი თავის მხრივ არის სოციალურ-ეკონომიკური წინსვლის მნიშვნელოვანი მასტიმულირებელი ფაქტორი (იხ. სქემა 3.1.8).

საერთაშორისო ტურიზმის სახელმწიფო რეგულირება

სქემა 3.1.8



წყარო: ავტორის მიერ შემუშავებული

მოცემული სქემიდან შეგვიძლია შევაფასოთ კავშირი ტურიზმის განვითარების ძირითად კომპონენტებს შორის, რომლის შედეგი სოციალურ-ეკონომიკური წინსვლაა.

ანალიზი გვიჩვენებს რამდენად მნიშვნელოვანია ტურიზმის სექტორის რეგულირება, თუმცა როგორც ავლნიშნეთ არანაკლებ მნიშვნელოვანია, მისი კონკრეტული კომპონენტის - შრომითი საქმიანობის - რეგულირების საკითხები. ტურიზმის ინდუსტრია ქმნის სამუშაო ადგილებს და ამით ასტიმულირებს ეროვნულ

ეკონომიკას, მაგრამ არსებობს რიგი ფაქტორებისა, რომლებიც გათვალისწინებულ იქნას ტურიზმის სექტორსი დამსაქმებელსა და დასაქმებულს შორის.

ტურიზმში დასაქმების მნიშვნელოვანი მახასიათებელია ტურიზმის დარგის სეზონური ბუნება, რაც გამოიხატება ტურისტულ სეზონზე ტურისტული ნაკადების (ვიზიტორების) ზრდის მარალი მაჩვენებლით ხოლო არატურისტულ სეზონზე პირიქით ტურისტული ნაკადების კლებით. აქედან გამომდინარე პირდაპირპროპორციულად იცვლება მოთხოვნა სამუშაო ძალაზე. იმისათვის, რომ პერიოდული მოთხოვნის ცვლილება მტკივნეულად არ აისახოს არც კონკრეტულად ინდივიდებზე - მათ სოციალურ მორალურ და ეკონომიკურ მდგომარეობაზე - და არც დამსაქმებელზე, რომელიც შესაძლოა დაზარალდეს არატურისტულ სეზონზე ხელფასის ფუჭად გადახდით, უნდა შემუშავდეს მოქნილი საკანონმდებლო ბაზა, რომელიც დაიცავს, როგორც დასაქმებულის ასევე დამსაქმებლის უფლებებს. ამისათვის საჭიროა სხვადასხვა ქვეყნების გამოცდილების გაზიარება და მათი ადაპტაცია ადგილობრივ კანონმდებლობასთან, რომელიც მოემსახურება ტურიზმის დარგის განვითარებას, მასში ჩართულობის მაღალი ინტერესის გამოწვევას, მდგრადი ტურისტული გარემოს შექმნასა და ეკონომიკური მდგომარეობის გაუმჯობესებას ზოგადად ქვეყანაში.

ტურიზმის ინდუსტრიის გამართული ფუნქციონირების უმთავრესი წინაპირობა დარგის ინსტიტუციონალური რეგულირებაა, რომლის ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი კომპონენტი არის შრომითი საქმიანობის რეგულირების საკითხები. ყოველივე აღნიშნულიდან გამომდინარე მიზანშეწონილად მივიჩნევთ ტურისტული მომსახურეობის სფეროს რეგულირებისას შემდეგი მნიშვნელოვანი კომპონენტების გათვალისწინებას.

ტურიზმის დარგის საკანონმდებლო ბაზის შექმნისა და ფუნქციონირების უმთავრეს შემადგენელ კომპონენტებს წარმოადგენს:

- *ტურიზის ეკონომიკური მნიშვნელობის განსაზღვრა - რაც გულისხმობს დარგის ეკონომიკური მნიშვნელობის საფუძვლიან შესწავლას. ასევე სახელმწიფოს ტურისტული რესურსების შესახებ მონაცემთა ბაზების*

შექმნას, რაც შესაძლებლობას იძლევა გაკეთდეს კონკრეტული აქცენტები ტურიზმის დარგის განვითარების სასარგებლოდ და განისაზღვროს ტურიზმის პრიორიტეტული მიმართულებები;

➤ ტურიზმის ძირითადი ტერმინებისა და ცნებების განსაზღვრა - საერთაშორისო პრაქტიკისა და ზოგადი შეთანხმებების გათვალისწინებით მოხდეს ტურიზმის ძირითადი ტერმინებისა და ცნებების განსაზღვრა, გადათარგმნა და საკანონმდებლო ფორმატში მოდიფიცირება;

➤ შრომითი საქმიანობის საკითხების განსაზღვრა ტურიზმის სფეროში - საერთაშორისო პრაქტიკისა და ტურიზმის სფეროს მულტიფუნქციური ბუნების გათვალისწინებით შრომითი საქმიანობის რეგულირების საკითხების განსაზღვრა;

➤ ტურიზმში დასაქმების თავისებურებების ასახვა შრომით კანონმდებლობაში - ტურიზმში დასაქმების თავისებურებების ასახვა საკანონმდებლო რეგულირებისას, რაც შესაძლოა სამუშაო დროის ლიმიტებისა და ანაზრაურების ფორმების განსაზღვრით გამოისახოს;

➤ ტურიზმის მართვის ორგანოების ჩამოყალიბება - მმართველობითი ორგანოების განსაზღვრის საკითხები მნიშვნელოვანია იმდენად, რამდენადაც მათ ეფექტურ ფუნქციონირებაზეა დამოკიდებული დარგის შემდგომი განვითარება. მსოფლიოს თითქმის 200-მდე სახელმწიფოდან დაახლოებით 120-ში არსებობს ტურიზმის ინდუსტრიის მართვის ორგანო, რომლებიც რეალიზდება სხვადასხვა ფორმით: ტურიზმის სამინისტრო, სახელმწიფო კომიტეტი, სახელმწიფო დეპარტამენტი, ეროვნული ტურისტული ადმინისტრაცია (ეს უკანასკნელი ფუნქციონირებს ამჟამად საქართველოში) და სხვა;

➤ ტურიზმის მმართველობით ორგანოებს შორის იერარქიული და ფუნქციური კავშირის განსაზღვრა - ტურიზმის რეგიონული მართვის ორგანოების განსაზღვრა და იერარქიული დიფერენციაცია, რაც მოწოდებული

უნდა იყოს დარგის მუშაობის უფრო გამარტივებისაკენ და არა ბიუროკრატიული მექანიზმების გაზრდისაკენ;

➤ ტურიზმის დარგის ფინანსური უზრუნველყოფის საკითხების განსაზღვრა - ტურიზმის ინვესტირების საკითხების განსაზღვრა. ტურიზმის დარგის რენტაბელობის შეფასება, რაც საშუალებას მოგვცემს დაფინანსების რაოდენობა და მასშტაბები იქნას განსაზღვრული.

➤ ტურიზმის სტრატეგიული მიდგომების შემუშავების ინტენსიფიკაციის საკითხების განსაზღვრა - მნიშვნელოვანი მომენტი ტურიზმის სტრატეგიაზე მუშაობა და, შესაბამისად, მისი პერსპექტიული განახლების პერიოდულობის განსაზღვრა. ყველა ქვეყანა თითონ ირჩევს ტურიზმის განვითარების მიმართულებას და, შესაბამისად, თითონ წყვეტს მარეგულირებლის ფორმების არსებობას. სახელმწიფო თითონ განსაზღვრავს ტურისტულ პოლიტიკას და ტურიზმის განვითარების სტრატეგიას.

ზოგადად, ისეთი კომპლექსური დარგის განვითარების სტრატეგიის შემუშავება, როგორც ტურიზმია, დიდ ძალისხმევას მოითხოვს. კერძოდ, აუცილებელია როგორც ადგილობრივი ტურისტული რესურსების შესახებ სიღრმისეული კვლევა, ასევე რეგიონში არსებული მოთხოვნა-მიწოდების ანალიზი. რეგიონის სხვა ტურისტულ ცენტრებთან მიმართებაში კონკურენტული უპირატესობებისა თუ ნაკლოვანებების იდენტიფიცირება, გრძელვადიანი პრიორიტეტებისა და საინვესტიციო გეგმების დასახვა და მათი ინტეგრირება-ასახვა სხვა დარგობრივ სტრატეგიებსა და სამოქმედო გეგმებში, ცნობიერების ამაღლების კამპანიების ჩატარება, დარგში მოქმედი სხვა ძირითადი მოთამაშეების მობილიზება, ჩართვა და ა.შ. ტურიზმის მდგრადი განვითარების სტრატეგიის განხორციელებისთვის პირველ რიგში აუცილებელია ქვეყანაში დარგის სახელმწიფო რეგულირება ხორციელდებოდეს ტურიზმისა და კურორტების ძირითადი კანონმდებლობით, რომელიც თავის მხრივ უნდა უზრუნველყოფდეს მაქსიმალური ლიბერალურობასა და დემოკრატიულობას, აგრეთვე კერძო მეწარმეებისთვის თავისუფალი საქმიანობის პირობების შექმნას. ჩვენს ქვეყანაში ამ მიზნით მიღებულია კანონები, სხვადასხვა

ადმინისტრაციული დებულებანი და ნორმატიული აქტები, რომლის შესრულება სავალდებულოა ტურისტულ და საკურორტო საქმიანობასთან დაკავშირებული უწყებების, ფიზიკური და იურიდიული პირებისთვის, სამწუხაროდ, მოძველებულია ძირითადი მამოძრავებელი საკანონმდებლო ბაზა, რაც ხელს უშლის დარგის განვითარებას (იხ. სქემა 3.1.9):

ტურიზმის სამართლებრივ-ეკონომიკური საკანონმდებლო რეგულირება

სქემა 3.1.9



წყარო: ავტორის მიერ შემუშავებული

ტურიზმის ინდუსტრიის სახელმწიფო დონეზე ინსტიტუციონალური რეგულირების ძირითადი მიზანია ა) შექმნას ტურისტული საქმიანობისათვის სამართლებრივი მექანიზმები, რომლებიც დაიცავს, როგორც ტურისტული პროდუქტის მწარმოებლის ასევე მომხმარებლის უფლებებს. ბ) განახორციელოს ქვეყნის ტურისტული პოტენციალის კვლევა ტურიზმის შემდგომი განვითარების პერსპექტივის განსაზღვრის მიზნით. დ) რესურსებიდან გამომდინარე მოახდინოს

ტურიზმის დარგის პოპულარიზაცია (აქტიური მარკეტინგული და სარეკლამო ღონისძიებების საშუალებით), როგორც ქვეყნის შიგნით ასევე მის გარეთ.

მასასადამე ტურიზმის დარგის ინსტიტუციონალიზაცია მნიშვნელოვანია იმდენად, რამდენადაც გულისხმობს დარგის სამართლებრივ, სოციალურ და ეკონომიკურ რეგულირებას, რაც თავის მხრივ გამოიხატება საკანონმდებლო-ნორმატიული აქტების, დარგის ფინანსური უზრუნველყოფისა და სოციალური ადაპტაციის (ტურიზმის მნიშვნელობის გააზრებით ადგილობრივ მოსახლეობაში, რაც ხელს შეუწყობს სტუმართმასპინძლობის დონის უფრო ამაღლებას) პროცესების ერთობლიობაში.

დარგის სახელმწიფოებრივი რეგულირების მნიშვნელობა დიდია იმდენად, რამდენადაც ქაოსურ მოქმედებას აქვს შესაბამისი შედეგი, ხოლო სისტემური და თანმიმდევრულ ნაბიჯები ყოველთვის არის მდგრადი განვითარების წინაპირობა.

3.2. ტურისტული მომსახურების სფეროში სახელმწიფო პოლიტიკის სრულყოფა საქართველოს შრომის ბაზარზე დასაქმების ზრდის მიზნით

მას შემდეგ, რაც ტურიზმმა მასობრივი ხასიათი მიიღო და ხელმისაწვდომი გახდა მოსახლეობის ფართო ფენებისათვის, ის ადამიანთა უმრავლესობის, ცხოვრების განუყოფელ ნაწილად იქცა, ამიტომ ტურიზმის შესწავლას უდავოდ დიდი მნიშვნელობა ენიჭება. საერთაშორისო გამოცდილება აჩვენებს, რომ ტურიზმის გამართული ფუნქციონირების უმთარეს მექანიზმს სახელმწიფო პოლიტიკის შემუშავება და, შესაბამისი რეგულაციები წარმოადგენს.

გამოცდილება აჩვენებს, რომ ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარების წარმატება თუ წარუმატებლობა პირდაპირ კავშირშია სახელმწიფოების მხრიდან ტურიზმის მნიშვნელობის აღქმის ხარისხსა და სახელმწიფოს მხარდაჭერის არსებობაზე.

საერთაშორისო ტურისტული ორგანიზაციის ჩანაწერებში აქცენტები გაკეთებულია ტურიზმის დაგეგმვისას სახელმწიფოს როლის წინა პლანზე წამოწევის შესახებ. დოკუმენტები მიუთითებს იმის შესახებ, რომ ტურიზმის სექტორის სტარტეგიული დაგეგმვა უნდა მოხდეს კომპლექსურად სახელმწიფო და რეგიონული მმართველობითი ორგანიზაციების თანამონაწილეობის საფუძველზე. საერთაშორისო ორგანიზაციის მეთოდურ დებულებებში გამოთქმულია მოსაზრება ტურიზმის განვითარებაში სახელმწიფოს პირველადი მნიშვნელობის როლის შესახებ, ხოლო კერძო სექტორი არის მხოლოდ დამხმარე ფუნქციის მატარებელი, რადგან კერძო სექტორი ვერ შეძლებს მოიცვას მთლიანად დარგში ინვესტირების საჭიროებები. ამიტომ შეცდომაა მთელი პასუხისმგებლობისა და მოვალეობების კერძო სექტორზე დაკისრება. სწორედ ასეთი მიდგომის შედეგია რიგ შემთხვევებში ტურიზმის განვითარების შეფერხება.

ტურიზმის სახელმწიფოებრივი პოლიტიკის არსებობა მნიშვნელოვანია იმდენად, რამდენადაც ის ხელს უწყობს დარგის სრულყოფილ განვითარებას. სახელმწიფო პოლიტიკის უმთავრესი კომპონენტი ტურიზმის დარგის სამართლებრივ-ეკონომიკური საკანონმდებლო რეგულირებაა. ის წარმოადგენს სახელმწიფო პოლიტიკის ქვაკუთხედს, რომელზეც აიგება სახელმწიფოებრივი მიდგომა ტურიზმის განვითარების მიმართ.

სახელმწიფოს როლი ტურიზმის რეგულირებაში სამეცნიერო ლიტერატურის მიხედვით მკაფიოდ არ არის გამოხატული და ხშირად ადგილი აქვს ტურიზმის სახელმწიფო რეგულირების ფორმებისა და მეთოდების შესახებ წინააღმდეგობრივ შეხედულებებს. ამიტომ საკითხი კომპლექსურ მიდგომას მოითხოვს, რაც უნდა გამოისახოს ადაპტირებული საკანონმდებლო ბაზის ჩამოყალიბებით. დიფერენცირებულია ტურიზმის სახელმწიფო რეგულირების ფორმები და მეთოდები. რეგულირების ძირითად ფორმებს მიეკუთვნება კანონშემოქმედებითი საქმიანობა, მხარდაჭერა, სტიმულირება, ლეგალიზაცია, რეგლამენტაცია, დაგეგმვა, პროგნოზირება, თანამშრომლობა და დასჯა.

სახელმწიფო რეგულირების საკითხები ტურიზმის სფეროში მნიშვნელოვანია იმდენად, რამდენადაც ის წარმოადგენს ტურისტული პოლიტიკის პირდაპირ ასახვას დარგის ფუნქციონირებაზე. ტურისტული ორგანიზაციების საქმიანობის სახელმწიფო რეგულირების ყველაზე მნიშვნელოვანი ინსტრუმენტებია: სტანდარტიზაცია, ლიცენზირება და სერტიფიკაცია. ამგვარად, სახელმწიფომ უნდა განსაზღვროს საქმიანობის ხარისხის შეფასების ხერხები და კრიტერიუმები, რათა მომხმარებელი დარწმუნდეს, რომ მის მიერ მიღებული კომფორტი და მომსახურება შეესაბამება მკაცრად განსაზღვრულ წესებს და ნორმებს. მიუხედავად იმისა, რომ დღეისათვის საქართველოს ტურიზმის სახელმწიფო პოლიტიკა საკმაოდ ქმედითი და დინამიურია, აღნიშნული მიმართულებით სამუშაო ჯერ კიდევ ბევრია: ამ თვალსაზრისით, ძალიან მნიშვნელოვანია დაბეგვრის გაცილებით ლიბერალური მექანიზმის შემუშავება და ლიცენზირების მკაცრი სტანდარტების დანერგვა. განსაკუთრებული ყურადღება უნდა დაეთმოს ასევე სასტუმროების სერტიფიცირების საკითხს, რომელიც უნდა გახდეს მფლობელისათვის სტაბილურობის გარანტი, ხოლო მომხმარებლისათვის ინფორმაციის მიწოდების კარგი საშუალება არსებული მომსახურების ხარისხზე.

სახელმწიფო რეგულირების სრულყოფის ერთ-ერთი ძირითადი მიმართულება არის ტურიზმის დარგის სახელმწიფო რეგულირების მეთოდური საფუძვლების განვითარება, კერძოდ, მეთოდის შემუშავება, რომელიც საშუალებას მოგვცემს მეცნიერულად, განზოგადებულად განისაზღვროს სახელმწიფო რეგულირების მიზნები და ობიექტები. მეთოდის ქვეშ იგულისხმება გარკვეული თანმიმდევრობით გასატარებელი ღონისძიებების ან მოქმედებების ერთიანობა, რომელიც საშუალებას იძლევა მივიღოთ დასახული შედეგები, ესე იგი ტურიზმის დარგის სხვადასხვა მოვლენების და პროცესების შესწავლისას თეორიის განვითარების, მეთოდური და პრაქტიკული რეკომენდაციების შემუშავების მიზნით.

ტურისტული პოლიტიკის რეალიზაციის საკითხები შეიძლება ითქვას, რომ ერთის მხრივ არის პოლიტოლოგიის შესწავლის საგანი, ვინაიდან მოცემული სფერო აერთიანებს კულტურის, ტრანსპორტის, მოსახლეობის დასაქმების, უსაფრთხოების,

საერთაშორისო ურთიერთობების, სტუმართმასპინძლობის და სხვა მრავალ, არანაკლებ მნიშვნელოვან საკითხებს, ხოლო მეორე მხრივ საჭიროებს ეკონომიკური ხასიათის კვლევებს.

ტურიზმის ინდუსტრია სპეციფიური დარგია და მოითხოვს კომპლექსურ შესწავლას. ეროვნულ პოლიტოლოგიაში თითქმის არ მოიძებნება არცერთი საკითხი, რომელიც ეხება ტურიზმის ინდუსტრიას და ურთიერთობების ჩამოყალიბებას მოცემული სფეროს ფარგლებში. რაც შეეხება ტურიზმის სექტორის, ეკონომიკური შინაარსის კვლევებს, ამ მიმართულებითაც ეროვნულ სამეცნიერო ლიტერატურაში არის ინფორმაციის სიმწირე.

განიხილება სახელმწიფო პოლიტიკის თეორიული შესწავლის რამოდენიმე მიდგომა, რომელთაგან გამოყოფენ მთავარს:

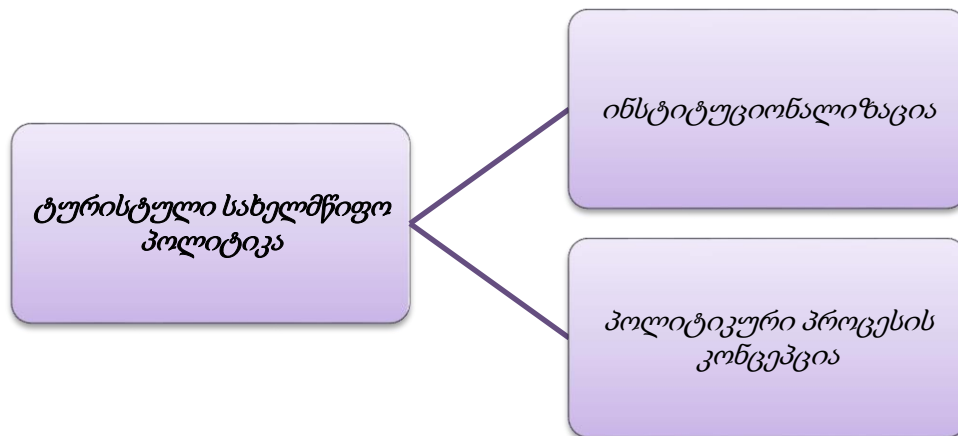
➤ *ინსტიტუციონალური, რომელიც სახელმწიფოს პოლიტიკას განიხილავს, როგორც სახელმწიფო ინსტიტუტების ფუნქციონირების შედეგს (ხელისუფლება, პარლამენტი, ბიუროკრატია, სასამართლო ორგანოები და სხვა.);*

➤ *პოლიტიკური პროცესის კონცეფცია, რომელიც სახელმწიფო პოლიტიკას განიხილავს, როგორც პოლიტიკური გადაწყვეტილებების შედეგს, რომელიც თავის მხრივ შედგება სტრუქტურული ელემენტებისაგან (მიზნის დასახვა, პოლიტიკური გადაწყვეტილების მიღება, პოლიტიკის ფორმირება, ლეგიტიმაცია, შესრულება, მონიტორინგი და შეფასება საზოგადოებრივი პრობლემების გადაწყვეტისას.) [90].*

ტურიზმის მიმართულებით სახელმწიფო პოლიტიკის ფორმირების პროცესი შესაძლოა დაეყრდნოს ზემო ჩამოთვლილ ორივე მიდგომას, ვინაიდან ის შეიძლება დავახასიათოდ, როგორც მუდმივი პოლიტიკური პროცესი, რომელიც ორიენტირებულია მიზნის დასახვასა და შესრულებაზე და ამავდროულად მოქმედებს ინსტიტუტების რეფორმირებისა და თანამედროვე სტანდარტებთან მისადაგების თვალსაზრისით (იხ. სქემა 3.2.12).

ტურისტული სახელმწიფო პოლიტიკა

სქემა 3.2.10



წყარო: ავტორის მიერ შემუშავებული წყარო [90] დაყრდნობით

ნებისმიერი დარგის განვითარებისათვის სახელმწიფო პოლიტიკის არსებობას დიდი მნიშვნელობა აქვს, ვინაიდან მასზეა დამოკიდებული დარგის მომავალი პერსპექტიული განვითარება. სახელმწიფოს ჩართულობა ეკონომიკის განვითარებაში არის მნიშვნელოვანი ბერკეტი შემდგომი წინსვლისათვის.

ტურიზმის მიმართულებით სახელმწიფო პოლიტიკის არსებობას მნიშვნელობა აქვს იმდენად, რამდენადაც ის ხელს უნდა უწყობდეს დარგის კომპლექსურად შესწავლას, რეგულირებასა და განვითარებას.

ეკონომიკურ განვითარებაზე ორიენტირებული სახელმწიფო ტურისტული პოლიტიკა უნდა ითაღისწინებდეს, როგორც სოციალურ ასევე ეკონომიკურ მიდგომებს. ვინაიდან ტურიზმი არის მულტიდარგობრივი კომპლექსი, რაც გულისხმობს ეკონომიკის სხვადასხვა სექტორების ურთიერთანამშრომლობის ფარგლებში ტურისტული პროდუქტის ფორმირებას, შესაბამისად სახელმწიფოს ტურისტული პოლიტიკა უნდა მოიცავდეს ისეთ საკითხებს, როგორებიცაა:

- ეკონომიკური პოლიტიკა;
- ინსტიტუციონალიზაცია;
- სოციალური პოლიტიკა

საქართველოს მთავრობის ეკონომიკური პოლიტიკა სამ უმთავრეს პრინციპს ემყარება. პირველი პრინციპი ეკონომიკის რეალური (წარმოების) სექტორის განვითარებაზე ორიენტირებული სწრაფი და ეფექტიანი ეკონომიკური ზრდის უზრუნველყოფაა, რაც განაპირობებს ქვეყანაში არსებული ეკონომიკური პრობლემის გადაჭრას, სამუშაო ადგილების შექმნასა და სიღარიბის დაძლევას. მეორე პრინციპია ინკლუზიური ეკონომიკური ზრდის ხელშემწყობი ეკონომიკური პოლიტიკის გატარება, რაც გულისხმობს მოსახლეობის საყოველთაო ჩართულობას ეკონომიკური განვითარების პროცესში (დიასპორის, მიგრანტების, ეთნიკური უმცირესობების და სხვა ჯგუფების ჩათვლით), ეკონომიკური ზრდის შედეგად საზოგადოების თითოეული წევრის კეთილდღეობას, მათ სოციალურ თანასწორობასა და მოსახლეობის ცხოვრების პირობების გაუმჯობესებას. მესამე ძირითად პრინციპს ეკონომიკური განვითარების პროცესში ბუნებრივი რესურსების რაციონალური გამოყენება, ეკოლოგიური უსაფრთხოებისა და მდგრადობის უზრუნველყოფა და ბუნებრივი კატაკლიზმების რისკების თავიდან აცილება წარმოადგენს. საქართველოს მთავრობა აღიარებს დემოკრატიული განვითარების, ადამიანის უფლებათა და ძირითად თავისუფლებათა პატივისცემის, კანონის უზენაესობისა და ეფექტიანი მმართველობის პრინციპებს, რომელთაც ეფუძნება მისი პოლიტიკა. ევროკავშირში ინტეგრაცია საქართველოს საგარეო და საშინაო პოლიტიკის ქვაკუთხედიანია. საქართველოს მთავრობა მოწოდებულია განუხრელად დაიცვას ქვეყნის დემოკრატიული განვითარების კურსი და უზრუნველყოს საერთო ევროპული ფასეულობების მტკიცე მხარდაჭერა, რაც ევროკავშირთან დაახლოების საფუძველი გახდება. შესაბამისად, უდიდესი მნიშვნელობა ენიჭება „საქართველოსა და ევროკავშირის შორის ასოცირების შესახებ შეთანხმების“ ეფექტიან განხორციელებას (რომლის განუყოფელ ნაწილს ღრმა და ყოვლისმომცველი თავისუფალი სავაჭრო სივრცის შესახებ შეთანხმება წარმოადგენს), რაც ევროკავშირთან პოლიტიკური ასოცირებისა და ეტაპობრივი ეკონომიკური ინტეგრაციის საწინდარია. განვითარების ამ ეტაპზე და არსებული რეალობის გათვალისწინებით, საქართველოს საქართველოს მთავრობის მიზანი იმგვარი ეკონომიკური პოლიტიკის განხორციელებაა, რომელიც

ქვეყნის მდგრად განვითარებას უზრუნველყოფს. ეკონომიკური პოლიტიკა უნდა დაეფუძნოს ეკონომიკური თავისუფლებისა და საკუთრების უფლების პატივისცემასა და დაცვას. ამავდროულად, სახელმწიფო იქნება ეკონომიკურ პროცესებში სამართლიანობის დაცვის გარანტი[36].

სახელმწიფოს ეკონომიკური პოლიტიკის ზემოქმედება, ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარებაზე არის პირდაპირი, ვინაიდან ტურიზმის ინდუსტრია მოიცავს ეკონომიკის მრავალ სექტორს, ისეთებს, როგორებიცაა სატრანსპორტო ინდუსტრია, კვების ინდუსტრია, განთავსების ინდუსტრია, სოფლის მეურნეობა, პირველადი მოხმარების საგნების წარმოება და სხვა. შესაბამისად, ეკონომიკური პოლიტიკის ფუნქციონირება დიდწილად განსაზღვრავს ტურიზმის ინდუსტრიის მუშაობის ხარისხს და ზოგადად ეკონომიკური განვითარების პირობებს.

სხვადასხვა ქვეყნებში უკვე არსებული გამოცდილება, ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარების მიმართ, გვიჩვენებს ამ ქვეყნების სახელმწიფოებრივ პოლიტიკურ დამოკიდებულებას დარგის განვითარების მიმართულებით. იმდენად, რამდენადაც სახელმწიფოს მიერ ტურისტული პოლიტიკის არსებობის შემთხვევაში ხდება მოცემული სექტორის ხელშეწყობა.

როგორც მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციის (UNWTO) კონფერენციების მასალები იუწყება, ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარების ხელშეწყობა სახელმწიფოს პოლიტიკის პრეროგატივაა. UNWTO–ს რეკომენდაციების თანახმად მხოლოდ სახელმწიფოს ხელშია ტურიზმის განვითარების მთავარი და ზოგ შემთხვევაში ერთადერთი ინსტრუმენტი, ხოლო კერძო სექტორის მონაწილეობა მოცემულ საქმეში შეიძლება ნაწილობრივ იქნას განვიხილული. ვინაიდან ეს უკანასკნელი ვერ შეძლებს ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარების ხელშეწყობას მასშტაბურად და ვერ მოიცავს ინვესტიციებს საკურორტო თუ სხვა ტურისტული რესურსებისათვის. კერძო სექტორი შემოიფარგლება ტურიზმის განვითარების შესაძლებლობით მხოლოდ ლოკალურ ინდივიდუალურ დონეზე [99].

სახელმწიფო ტურისტული პოლიტიკის ძირითად მიზანს წარმოადგენს ტურისტული პოტენციალის გამოვლენა და რეალიზაცია. ქვეყნის ტურისტული

პოლიტიკა უნდა ემყარებოდეს ტურისტული ინდუსტრიის ფუნქციონირებისათვის ხელსაყრელი პირობების შექმნას.

საქართველოს ტურისტული პოლიტიკის ჩამოყალიბებისას მიზანშეწონილად მივიჩნევთ შემდეგი საკითხების გათვალისწინებას:

➤ მოხდეს დარგის ინსტიტუციონალური უზრუნველყოფა - განხორციელდეს დარგის, როგორც საკანონმდებლო-ნორმატიული ისე მმართველობითი-იერარქიული და ფუნქციონალური რეგულირება;

➤ განხორციელდეს დარგის საკადრო პოლიტიკის ჩამოყალიბება - მოხდეს ტურიზმის მიმართულებით კადრების მომზადების კვოტების ხარისხობრივი და რაოდენობრივი განსაზღვრა, შესაბამისად საგანმანათლებლო სექტორის მორგება მოსამზადებელი კადრების მიმართ წაყენებულ მოთხოვნებზე;

➤ მოხდეს საინვესტიციო პოლიტიკის განსაზღვრა - ინვესტირებას ტურიზმის სექტორში აქვს გადამწყვეტი მნიშვნელობა, რადგან ამ შემთხვევაში ხორციელდება ინვეტირება არამხოლოდ მატერიალური ბაზის მოდიფიცირებისათვის არამედ ინვესტირება ხდება საკადრო უზრუნველყოფის თვალსაზრისით, რაც გამოიხატება კადრების გადაკვალიფიცირებასა და მათი თანამედროვე მოთხოვნებთან ადაპტაციით;

➤ გაიზარდოს საქართველოს, როგორც ტურისტული ქვეყნის ცნობადობა საერთაშორისო ბაზარზე - ბოლო პერიოდში ეკონომიკის ნებისმიერი სექტორის განვითარებისათვის განსაკუთრებით დიდი მნიშვნელობა რეკლამას ენიჭება. არც ტურიზმის ინდუსტრია არ არის გამონაკლისი, უფრო მეტიც, შეიძლება ითქვას ტურისტული პროდუქტის მიწოდების უცილობელ წინაპირობას ხარისხიანი რეკლამირება წარმოადგენს, რაც სურვილს აღუძრავს პოტენციურ ტურისტებს იმოგზაურონ მოცემულ ქვეყანაში. ტურიზმში რეკლამირების სხვადასხვა ფორმები შეიძლება გამოვიყენოთ მათ შორისაა სატელევიზიო და ინტერნეტ რეკლამები, თუმცა ტურისტული პროდუქტის მიწოდების, რეალიზაციის და საქმიანი

კონტაქტების დამყარების ტრადიციული და აპრობირებული მეთოდი საერთაშორისო გამოფენებსა და ფორუმებზე მონაწილეობაა;

➤ უზრუნველყოფილ იქნას ქვეყანაში როგორც შემოყვანის, ისე შიდა ტურიზმის განვითარების სტიმულირება - როგორც ცნობილია ეკონომიკურ წარმატების ერთ-ერთი წინაპირობა დადებითი სავაჭრო ბალანსის მიღწევაა, რაც ექსპორტის ზრდითაა შესაძლებელი. შემომყვანი ტურიზმი კი, გულისხმობს ტურისტული შთაბეჭდილებების ექსპორტირებას, რასაც ადგილი აქვს ტურისტების ჩვენს ქვეყანაში მოგზაურობის დროს. ამიტომ, შიდა და შემომყვანი ტურიზმის სტიმულირებას მნიშვნელოვანი, პირდაპირი ეფექტის მოხდენა შეუძლია ეკონომიკის განვითარებაზე;

➤ ხელი შეეწყოს ტურიზმის ბიზნესისათვის ხელსაყრელი გარემოს შექმნას - ნებისმიერი სექტორის განვითარებისათვის სახელმწიფოებრივ მხარდაჭერას დიდი მნიშვნელობა აქვს. ასეთი მხარდაჭერა გამოხატულია სხვადასხვა ფორმით მაგალითად სამართლებრივი ან საგადასახადო ლიბერალიზაციის სახით, რაც ბიზნესის განვითარების წინაპირობას ქმნის;

➤ გაიზარდოს ქვეყნის კონკურენტუნარიანობა საერთაშორისო ტურისტულ ბაზარზე - მოქნილი საგადასახადო, საინვესტიციო და სარეკლამო ღონისძიებების გატარების შედეგად შესაძლებელია მიღწეულ იქნას კონკურენტუნარიანობის დონის ზრდა საერთაშორისო ბაზრებზე;

➤ უზრუნველყოფილ იქნას უსაფრთხო ქვეყნის იმიჯის პოპულარიზაცია და ძლიერი ბრენდის ჩამოყალიბება - საპოლიციო რეფორმის გატარების შემდეგ საქართველო მოიაზრება ევროპაში ერთ-ერთ უსაფრთხო ქვეყნებს შორის და ეს უსაფრთხო მოგზაურობის წინაპირობაა, ამიტომ მნიშვნელოვანია ჩვენი ქვეყნის პოპულარიზაცია, როგორც უსაფრთხო მოგზაურობისათვის მიმზიდველი ადგილი (იხ.სქემა 3.2.13).

| | |
|--|---|
| <p>სახელმწიფო პოლიტიკა ტურისტული მომსახურეობის სფეროში</p> | ინსტიტუციონალური უზრუნველყოფა |
| | საკადრო პოლიტიკის ჩამოყალიბება |
| | საინვესტიციო პოლიტიკის განსაზღვრა |
| | გაიზარდოს საქართველოს, როგორც ტურისტული ქვეყნის ცნობადობა საერთაშორისო ბაზარზე |
| | უზრუნველყოფილ იქნას ქვეყანაში როგორც შემოყვანის, ისე შიდა ტურიზმის განვითარების სტიმულირება |
| | ხელი შეეწყოს ტურიზმის ბიზნესისათვის ხელსაყრელი გარემოს შექმნას |
| | გაიზარდოს ქვეყნის კონკურენტუნარიანობა საერთაშორისო ტურისტულ ბაზარზე |
| უზრუნველყოფილ იქნას უსაფრთხო ქვეყნის იმიჯის პოპულარიზაცია და ძლიერი ბრენდის ჩამოყალიბება | |

წყარო: ავტორის მიერ შემუშავებული.

ტურიზმის სახელმწიფო პოლიტიკა ნიშნავს ქვეყნის მზაობას, გამოაცხადოს ტურიზმის დარგი პრიორიტეტულ მიმართულებად და ხელი შეუწყოს მას, როგორც ეკონომიკური განვითარების უმნიშვნელოვანეს ფაქტორს.

უნდა აღინიშნოს, რომ საქართველოს აქვს მკაფიოდ გამოხატული სურვილი განავითაროს ტურიზმის ინდუსტრია თუმცა, ჩვენს ქვეყანაში ტურიზმის მიმართულებით სახელმწიფო პოლიტიკის ფორმირებისას არსებობს რიგი პრობლემური საკითხებისა, რომლებიც სერიოზულ, უარყოფით გავლენას ახდენენ ტურიზმის განვითარებაზე და დაუყოვნებლივ გადაწყვეტას საჭიროებენ. ასეთებია:

- **ტურიზმის დარგის საკანონმდებლო უზრუნველყოფა** - მთელს მსოფლიოში ტურიზმის დარგის საკანონმდებლო უზრუნველყოფა

პრობლემურ საკითხად რჩება იმდენად, რამდენადაც დარგის მულტიდარგობიობიდან გამომდინარე რთულია მისი ადაპტირება და საერთო საყოველთაო ნორმების სახით მიწოდება. აქედან გამომდინარე არსებობს ძირითადი საერთაშორისო დებულებები, რომელთა ჰარმონიზაცია ხდება კონკრეტული ქვეყნის კანონმდებლობასთან და, შესაბამისად, ტურისტული კანონმდებლობის ფორმირება. ასეთი მიდგომა აქვს მსოფლიოს მრავალ ქვეყანას და, ეს უკანასკნელი დარგის განვითარების მნიშვნელოვან წინაპირობას ქმნის. ყოველივე აღნიშნულიდან გამომდინარე უნდა ითქვას, რომ საკანონმდებლო უზრუნველყოფის როლი დიდია. საქართველოში 1996 წლიდან მოქმედებს კანონი ტურიზმისა და კურორტების შესახებ, თუმცა აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ ეს კანონი მწირი, მოძველებული და ამჟამად უუნაროა უპასუხოს თანამედროვე გამოწვევებს. ამიტომ მნიშვნელოვნად მივიჩნევთ სახელმწიფო პოლიტიკის ფორმირებისას ტურიზმის დარგის საკანონმდებლო უზრუნველყოფის საკითხების პრიორიტეტად დასახვას, რადგან, როგორც უკვე ავღნიშნეთ კანონისმიერი რეგულირება არის მდგრადი განვითარების გარანტი.

➤ **ტურიზმის დარგში საკადრო პოლიტიკის სრულყოფა** - ტურიზმის დარგის ფუნქციონირება წარმოუდგენელია მასში დასაქმებული კვალიფიციური კადრების გარეშე. ამ მიმართულებით ქვეყანაში სერიოზული ჩავარდნებია, ვინაიდან ა) არ არის განსაზღვრული რა რაოდენობის და რა დონის კადრის მომზადებაა საჭირო; ბ) არ ხდება ტურიზმში დასაქმებულთა ინტენსიური გადამზადებისა და გაცვლითი პროგრამების ორგანიზება სახელმწიფოს მხრიდან; გ) არსებობს სერიოზული ენობრივი ბარიერი, რაც დაუყოვნებლივ გადაწყვეტას მოითხოვს (ამ შემთხვევაში კერძო და სახელმწიფო სექტორის პარალელური ჩართულობა ძალიან მნიშვნელოვანია); დ) სახელმწიფო უმაღლესი დაწესებულებებისათვის ტურიზმის პროგრამების დახვეწა და თანამედროვე სტანდარტებთან ადაპტირება ასევე მისაღებ გამოცდებში ტურიზმის მიმართულებით სწავლის მსურველთათვის ენობრივი

ბარიერის გაზრდა; ე) ტურიზმის ინდუსტრიაში მოსამზადებელი კადრების ან უკვე დასაქმებულთათვის სტუმართმასპინძლობის უნარების პერიოდული სწავლება; ვ) პროფესიული ეთიკისა და ეტიკეტის საკითხების მიმართულებით ყურადღების გამახვილება, რადგან ტურიზმის მიმართულებით მომუშავეთათვის ეს უკანასკნელი სასიცოცხლოდ მნიშვნელოვანია. ზოგადად შეიძლება ითქვას, რომ ტურიზმის მიმართულებით საკადრო უზრუნველყოფის თვალსაზრისით ქვეყანას ძალიან უჭირს პროფესიონალი კადრების მოძიება, როგორც უმაღლეს მმართველობით ისე პირველადი მომსახურეობის თანამდებობებრივი პოზიციების დასაკავებლად.

ქვეყანაში ტურიზმის განვითარების მიმართულებით პრობლემები შეინიშნება, რაც ზემოხსენებული საკითხების გარდა, არასტაბილური პოლიტიკური სიტუაციით - ქვეყნის ტერიტორიაზე ორი ოკუპირებული რეგიონის (აფხაზეთი და სამხრეთ ოსეთი) არსებობით - არის გამოწვეული, ცნობილია, რომ ტურიზმი მეტად სენსიტიური დარგია, განსაკუთრებით პოლიტიკური არასტაბილურობის მიმართ, ამიტომ აღნიშნულ პრობლემას თავისი წილი გავლენა აქვს ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარებაზე.

არანაკლებ მნიშვნელოვანია სხვა პრობლემებიც, რაც გულისხმობს ინვესტიციების ნაკლებობას, ქვეყნის შიდა წარმოების თითქმის მთლიანად მოშლას, ასევე მნიშვნელოვანი ფაქტორია ეკონომიკური ზრდის დაბალი მაჩვენებელი, მთლიანად რეგიონში არასტაბილური ეკონომიკური და პოლიტიკური სიტუაცია.

ყოველივე ზემო აღნიშნულს თან ერთვის დარგში კვალიფიციური კადრების დეფიციტი, რაც თავის მხრივ სერიოზულ პრობლემებს ქმნის დარგში მუშაობისა და შესაბამისად, განვითარების თვალსაზრისით. თუმცა, აქვე უნდა ავლნიშნოთ თანამედროვე საქართველოს პოლიტიკაში განხორციელებული ცვლილებები წარმოშობს მნიშვნელოვან პერსპექტივებს ინვესტირების თვალსაზრისით, კერძოდ, იქმნება ყველა პირობა ინვესტიციების მოსაზიდად ეკონომიკის ისეთ დარგებში, რომელთა განვითარება ხელს შეუწყობს ქვეყნის ეკონომიკურ წინსვლას და მისთვის საერთაშორისო ეკონომიკაში სათანადო ადგილის დამკვიდრებას.

ტურიზმის გავლენა ეკონომიკის ზრდაზე მრავალმხრივია. ეს გამოიხატება მისი მრავალდარგობრიობითა და ეროვნულ ეკონომიკაზე როგორც პირდაპირი, ისე არაპირდაპირი ზემოქმედებით. პირდაპირი ზემოქმედება გულისხმობს სახელმწიფო და საბიუჯეტო შემოსავლების ზრდას, დასაქმებას, ინვესტიციების მოზიდვას. არაპირდაპირი ზემოქმედება გამოიხატება ტურიზმის განვითარებით ეკონომიკის სხვა დარგების სტიმულირებაში.

მიუხედავად ბევრი დაბრკოლებისა საქართველოში ტურიზმის სექტორი ზრდას კვლავ განაგრძობს. სტატისტიკურმა ანალიზმა გვიჩვენა, რომ სამომავლო პროგნოზები ოპტიმისტურია. მოსალოდნელია საერთაშორისო შემოსავლების, ტურიზმის სექტორში დასაქმებულთა რაოდენობისა და ტურიზმიდან მიღებული შემოსავლების ზრდა, რაც საქართველოს მთავრობის და საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის აქტიური მუშაობის შედეგად გახდება შესაძლებელი.

ტურიზმის სახელმწიფო პოლიტიკის განხორციელებისას და დარგის რეგულირების შესახებ სხვადასხვა ქვეყნის თანამედროვე მიდგომის შესწავლის შედეგად ვლინდება, რომ არ არსებობს ერთიანი მოსაზრება იმ ცნებების და კატეგორიების შესახებ, რომლებიც ასახავენ სახელმწიფოს როლს ტურიზმის განვითარებაში. ამიტომ ძალიან მნიშვნელოვანია სწორად განისაზღვროს პრიორიტეტები და სახელმწიფოს ფუნქცია ტურიზმის რეგულირების საკითხებში ლოკალურ სახელმწიფოებრივ დონეზე. აქედან გამომდინარე შეიძლება დავასკვნათ, რომ სახელმწიფო პოლიტიკა ტურისტული მომსახურეობის სფეროში პირველ რიგში უნდა ეფუძნებოდეს ქვეყანაში ტურისტული რესურსების არსებობას, მათ სპეციფიკასა და მომავალ პერსპექტივებს. საქართველოს შემთხვევაში, ეკონომიკური პოლიტიკის თვალსაზრისით ქვეყანა აღიარებს ტურიზმის დადებითი ზეგავლენის არსებობას ეკონომიკაზე, თუმცა აქვე უნდა ითქვას, რომ ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარების მიმართულებით თითქმის ყოველ ცალკეულ შემთხვევაში ერთი და იგივე შეცდომებს ვაწყდებით, ესენია: არაკოორდინირებული და არათანმიმდევრული სახელმწიფო ტურისტული პოლიტიკა, რომელიც ვერ უზრუნველყოფს ტურიზმის ინდუსტრიის კომპლექსურად განვითარებას.

დასკვნები და წინადადებები

დისერტაციაზე მუშაობის დროს განხორციელებული კვლევები გვაძლევს საშუალებას შემდეგი თეორიული თუ პრაქტიკული დასკვნები გაგვაკეთოთ:

- შრომის ბაზარზე დასაქმების ზრდის პერსპექტივების განსაზღვრისათვის გამოყოფილია ეკონომიკის სექტორი, რომელიც განვითარების ტენდენციით ხასიათდება და, მათსადაამე, შეუძლია ხელი შეუწყოს დასაქმებასთან დაკავშირებული პრობლემის მოგვარება. ასეთ სექტორს ტურიზმის ინდუსტრია წარმოადგენს;
- ტურიზტურიზმის ინდუსტრიის განვითარება უშალოდ არის განპირობებული ტურიზმისა და ტურისტული მომსახურების სფეროს განვითარებიდან;
- ტურიზმის ინდუსტრია, როგორც ტურიზმის მომსახურებასთან დაკავშირებული მატერიალური და არამატერიალური წარმოების სფეროების ერთობლიობა, გავლენას ახდენს შრომის ბაზრის ისეთ სეგმენტებზე, როგორიცაა: ა) შრომის ბაზრის სეგმენტაცია გეოგრაფიული ნიშნით; ბ) შრომის ბაზრის სეგმენტაცია სექტორული ნიშნით; გ) შრომის ბაზრის სეგმენტაცია ხარისხობრივი ნიშნით; დ) შრომის ბაზრის სეგმენტაცია პროფესიულ-კვალიფიკური ნიშნით – და იწვევს მოცემულ სეგმენტებში დასაქმების ზრდას;
- ტურიზმის ინდუსტრიის ეკონომიკური ანალიზის მნიშვნელობა მდგომარეობს მისი დასაქმებაზე ზეგავლენის შეფასებაში. ამ მიზნით ტურიზმის ინდუსტრიის შესწავლა ემსახურება მისი დასაქმების და მასთან დაკავშირებული პრობლემების მოგვარების შესაძლებლობების გამოვლენას;
- ტურიზმის ინდუსტრია წარმოადგენს განსაკუთრებულ ტექნიკურ-ეკონომიკურ სისტემას, რომლის სპეციფიკურობა იმაში მდგომარეობს, რომ მის ფარგლებში არსებული წარმოების სხვადასხვა სფეროები შეუძლებელია გაერთიანებულ იქნას ერთი ტიპის წარმოების ქვეშ და ჰქონდეს ერთიანი საწარმოს ფორმა. ამის გამო ტურისტული ინდუსტრია უნდა იყოს განხილული, როგორც ერთიანი სისტემა, რომელიც ქმნის ტურისტულ მომსახურებას ტურისტული

ინდუსტრიის ფარგლებში არსებული მატერიალური და არამატერიალური სფეროების მონაწილეობით;

- ტურიზმის ინდუსტრიის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ეკონომიკური მახასიათებელია ზრდის დინამიკის შენარჩუნება ექსტრემალურ სიტუაციებში, მათ შორის ეკონომიკური კრიზისების დროს. გამონაკლისს პოლიტიკური არასტაბილურობა წარმოადგენს. თუმცა, საქართველოს შემთხვევაში 2008 წლის აგვისტოს ომი არ გახდა შემაფერხებელი ფაქტორი იმისათვის, რომ ტურისტების რაოდენობა და, შესაბამისად, შემოსავლები ტურიზმიდან, გაზრდილიყო;
- ტურისტულ მომსახურებაზე სამომხმარებლო მოთხოვნის შეფასების მიზნით ჩატარებულმა კვლევამ გამოავლინა საქართველოში ტურისტული მომსახურებით სარგებლობის ზრდის ტენდენცია;
- ტურიზმის ინდუსტრიას აქვს უნარი შეამციროს შრომის ბაზარზე არსებული შრომის მიწოდების სიჭარბე და ამით შეამციროს არასტაბილურობის ხარისხი. სწორედ ამ მიზნით საჭიროა მისი კვლევისა და განვითარების მიმართულებით სამეცნიერო მეთოდური მუშაობის გააქტიურება, რადგან დარგი საჭიროებს ღრმა შესწავლას მისი შემდგომი ფუნქციონირება/გამოყენების მიზნით;
- ტურიზმის განვითარებისათვის ხელშეწყობის მიზნით საჭიროა არსებობდეს მკვეთრად გამოხატული სახელმწიფო-ეკონომიკური პოლიტიკა, რომელიც საშუალებას მისცემს კერძო თუ სახელმწიფო სექტორს განსაზღვროს პრიორიტეტები და დასახოს მომავალი მუშაობის გეგმები;
- ტურისტული მომსახურების სფეროში სახელმწიფო-ეკონომიკური პოლიტიკის რეალიზებისას მნიშვნელოვანია გაანალიზდეს ქვეყნის ტურისტული პოტენციალი, მოხდეს საკურორტო ტურისტული ზონების პოტენციალის კვლევა და განვითარების პერსპექტივის შეფასება;
- სახელმწიფოს პოლიტიკა ტურისტული მომსახურების სფეროში უნდა მოიცავდეს ისეთ კომპონენტებს, როგორცაა:

- ეკონომიკური პოლიტიკა;
- ინსტიტუციონალური უზრუნველყოფა;

➤ *სოციალური პოლიტიკა.*

- *ტურიზმის ინდუსტრიის სახელმწიფო დონეზე რეგულირება უნდა მოიცავდეს ტურისტული მომსახურეობის სფეროში შრომითი საქმიანობის რეგულირებას, რაც შესაბამისად აისახება შრომით კანონმდებლობაში და არის შრომის ბაზრის სტაბილური განვითარების ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი წინაპირობა;*
- *საქართველოში ტურისტული პოლიტიკის ჩამოყალიბებისას მიზანშეწონილია მოხდეს დარგის ინსტიტუციონალური უზრუნველყოფა - განხორციელდეს დარგის, როგორც საკანონმდებლო-ნორმატიული ისე მმართველობითი-იერარქიული და ფუნქციონალური რეგულირება;*
- *ვინაიდან არ არსებობს ერთიანი მოსაზრება იმ ცნებებისა და კატეგორიების შესახებ, რომლებიც ასახავენ სახელმწიფოს როლს ტურიზმის განვითარებაში, მნიშვნელოვანია სწორად განისაზღვროს პრიორიტეტები და სახელმწიფოს ფუნქცია ტურიზმის რეგულირების საკითხებში;*
- *მნიშვნელოვანია ჩამოყალიბდეს სახელმწიფო ტურისტული პოლიტიკა, რომელიც განსაზღვრავს ტურიზმის ინდუსტრიის ეკონომიკური განვითარების პირობებსა და შესაძლებლობებს. საჭიროა ეკონომიკური, სოციალური და ინსტიტუციონალური მიდგომების რეალიზება;*
- *საჭიროა შეიქმნას სახელმწიფო საინვესტიციო ორგანიზაცია, რომლის ფუნქცია იქნება ტურიზმის პრიორიტეტული მიმართულებების განსაზღვრა, ეროვნული ტურისტული ბრენდის ფორმირება, ტურიზმის ინდუსტრიის ფარგლებში მომუშავე ეკონომიკური სექტორების ფინანსური მხარდაჭერა, როგორც საგრანტო ასევე თანადაფინანსება ან/და დაბალპროცენტიანი დაკრედიტება (მაგ. ნორვეგია „Innovasjon Norge“);*
- *უნდა შემუშავდეს საერთო სახელმწიფო ტურისტული მომსახურეობის დაჯავშნის სისტემა, რომელიც იქნება ტურისტებისათვის ხარისხიანი მომსახურეობის მიღების გარანტი და ხელს შეუწყობს ზუსტი სტატისტიკური აღრიცხვის წარმოებას ქვეყანაში;*

- აუცილებელია საკურორტო ტურისტული რეგიონების სტატუსების განსაზღვრა და ეკონომიკური ფუნქციის მინიჭება, ლიცენზირების მკაცრი სტანდარტების დანერგვა;
- განსაკუთრებული ყურადღება უნდა დაეთმოს სასტუმროების სერთიფიცირების საკითხს, რომელიც უნდა გახდეს მფლობელისათვის სტაბილურობის გარანტი, ხოლო მომხმარებლისათვის ინფორმაციის მიწოდების კარგი საშუალება არსებული მომსახურების ხარისხზე;
- ტურიზმის ინდუსტრიის ეკონომიკაზე ზეგავლენის შეფასება არის მნიშვნელოვანი წინაპირობა დარგის სამომავლო პერსპექტიული განვითარებისათვის. ამიტომ აუცილებელია ზუსტი და სრულყოფილი სტატისტიკური აღრიცხვის სისტემის შექმნა, რომელიც საშუალებას მოგვცემს განვსაზღვროთ უცხოელ ვიზიტორთა ჩამოსვლის მიზნები, პერიოდულობა და სამოგზაუროდ სავარაუდო ხარჯები;
- ტურისტული საქმიანობის განხორციელების მთავარ წინაპირობას რეგულირებისა და კონტროლის მექანიზმების შემოღება წარმოადგენს, რათა თავიდან იქნას აცილებული დარგის ქაოსურად და სახელმწიფოს ბიუჯეტის გვერდის ავლით მუშაობა;
- ტურიზმის ინდუსტრია გვევლინება, როგორც სოციალურ-ეკონომიკური ფენომენი, რომელსაც შეუძლია გადაწყვიტოს ქვეყნის წინაშე მდგარი მრავალი ეკონომიკური პრობლემა და რომლის ფუნქციონირება ხორციელდება ეროვნული იდენტობის შენარჩუნების პარალელურად, რაც ასე მნიშვნელოვანია გლობალიზაციის პირობებში.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. არნანია-კეპულაძე თ., სამუშაო ძალის ფუნქციონირების სოციალურ-ეკონომიკური ასპექტები საქართველოში გარდამავალი ეკონომიკის პირობებში. თბილისი 2005;
2. არნანია-კეპულაძე თ., ერთხელ კიდევ სამუშაო ძალის ბაზრის არსის შესახებ. თბილისი, ჟ. "ეკონომიკა". N9-10. 2004, გვ.31-38;
3. არნანია-კეპულაძე თ., საქართველოს სამუშაო ძალის ბაზრის ფორმირების ზოგიერთი ასპექტი. თბილისი, ჟ. "მაკრო-მიკროეკონომიკა". N7-8. 2004. გვ. 33-36;
4. არნანია-კეპულაძე თ., შრომის ბაზრის სეგმენტაციის გერმანული მოდელი: გერმანელი მეცნიერთა დისკუსიების ირგვლივ. ჟურნალი „ეკონომისტი“, ISSN 1987-6890.N1, 2014. გვ. 21-27;
5. ბაჩიაშვილი თ., კერძო სასტუმროების როლი ტურიზმის განვითარებაში, სამეცნიერო ჟურნალი „ეკონომიკა“, თბილისი, 2012;
6. ბაკურაძე ა. ვირსალაძე ნ., სტატისტიკის თეორია, დამხმარე სახელმძღვანელო, ქუთაისი 2014;
7. ბერძენიშვილი გ. ხიდუშელი გ., პარაფირების ეკონომიკური ლაბირინთები, ჟურნალი „საქართველოს ეკონომიკა“, თბილისი, 2014;
8. ბერიძე რ., დაცული ბუნებრივი ტერიტორიების ეკოტურისტული პოტენციალი და მისი გამოყენების პრობლემები, III საერთაშორისო სამეცნიერო პრაქტიკული კონფერენციის „მდგრადი ტურიზმი: ეკონომიკა და ბიზნესი“ (2-3 ივნისი) მასალები, ბათუმი, 2012. გვ.192-197;
9. ბერიძე რ., ინოვაციების და სტრატეგიების რეალიზაცია - მასპინძლობის ინდუსტრიაში კონკურენტული უპირატესობის მიღწევის მთავარი ამოცანა, IV საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენციის „ინოვაციები ტურიზმი: ეკონომიკა და ბიზნესი“ (8-9 ივნისი) მასალები. ბათუმი-ტრაპიზონი, 2013. გვ.91-97;
10. ბირჟაკოვი მ., ტურიზმის თეორია, თბილისი. 2004;

11. გუგუშვილი ა., შრომის ბაზარი და სიღარიბე საქართველოში: შინამეურნეობების გამოკვლევის ბაზის ანალიზი, ჟურნალი „საქართველოს ეკონომიკა“, თბილისი, 2010;
12. გულორდავა ბ., საქართველო და ტურიზმის განვითარება, 2012;
13. დევიძე ე., ტურიზმის განვითარების პრობლემები იმერეთის რეგიონში“ სამეცნიერო ჟურნალი „ეკონომიკა“, თბილისი, 2012;
14. ელექტრონული სწავლების პორტალი კურსი: დასაქმება და შრომის ბაზრის რეგულირება თემა #6, შრომის ბაზარი, მისი ფუნქციონირებისა და რეგულირების თავისებურებანი;
15. კაპანაძე მ., კვანტალიანი მ., ტურიზმი გლობალიზაციის ეპოქაში: სამართლებრივ-ეკონომიკური ასპექტები, სამეცნიერო ჟურნალი „ეკონომიკა“, თბილისი, 2012;
16. კვარაცხელია ნ., სამკურნალო ტურიზმის განვითარების პერსპექტივები საქართველოში – ”ლუგელას წყლები“, ჟურნალი „საქართველოს ეკონომიკა“, თბილისი, 2013;
17. კოჭლამაზაშვილი ლ. გორგაძე ბ., საქართველოს ტურიზმში არსებული პრობლემების SWOT ანალიზი, კულტურათაშორისი კომუნიკაციები, თბილისი, 2009 №6-7. ISSN 1512-4363;
18. ლაცაბიძე ნ., შრომის ეკონომიკა, თბილისი, 2004. ISBN 99940-23-78-0;
19. მეტრეველი მ., ტურიზმისა და სტუმართმასპინძლობის საფუძვლები, თბილისი 2011;
20. მეტრეველი მ., ტურიზმის ბიზნესი, თბილისი 2011;
21. მეტრეველი მ., საქართველოს ტურისტულ-რეკრეაციული რესურსები, ტურიზმის მენეჯმენტის ცენტრი, თბილისი, 2006;
22. მელაძე ე., შრომითი ურთიერთობების რეგულირება და სოციალური დიალოგის განვითარება საქართველოში, თბილისი, 2012;
23. მელაძე მ., ტურისტული პროდუქტის ფორმირების თავისებურებანი საქართველოში - დისერტაცია, თბილისი 2008;

24. *ოქროცვარიძე ა. ვადაჭკორია მ. ოქროცვარიძე ლ., ტურიზმისა და მასპინძლობის მენეჯმენტი, სახელმძღვანელო, თბილისი 2011, ISBN 978-9941-0-3268-4;*
25. *პაიჭაძე ნ., შრომის ეკონომიკა, თბილისი 2000;*
26. *რამიშვილი ვ., ჯიჯავაძე ნ., ტურიზმის ინდუსტრიის ინვესტიციებით მართვის პოლიტიკის ფორმირება, სამეცნიერო ჟურნალი ეკონომიკა, თბილისი, 2013;*
27. *სამადაშვილი უ., საქართველოს საგარეო ეკონომიკური ორიენტაციის ვექტორის საკითხისათვის, სამეცნიერო ჟურნალი „ეკონომიკა“, თბილისი, 2014;*
28. *საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური, დასაქმება და უმუშევრობა, 15 წლის და უფროსი ასაკის მოსახლეობის განაწილება ეკონომიკური აქტივობის მიხედვით, 1998-2015, http://www.geostat.ge/?action=page&p_id=145&lang=geo;*
29. *სოხაძე ა. ლომთაძე მ., ტურიზმის ეკონომიკა, ქუთაისი 2007;*
30. *საქართველოს ტურიზის ეროვნული ადმინისტრაცია, ტურიზმის სტატისტიკური ანგარიში მესამე კვარტალი 2014;*
31. *საქართველოს ტურიზის ეროვნული ადმინისტრაცია, ტურიზმის სტატისტიკური ანგარიში მესამე კვარტალი 2015;*
32. *საქართველოს ტურიზის ეროვნული ადმინისტრაცია, ტურიზმის სტატისტიკური ანგარიში მესამე კვარტალი 2016;*
33. *საქართველოს კანონი ტურიზმისა და კურორტების შესახებ, ტურიზმის ქარტია და ტურისტის კოდექსი (გამოქვეყნებულია საქართველოს პარლამენტის უწყებანი 1997 წელი –ნ 13-14);*
34. *საქართველოს საკანონმდებლო აქტი. №2, ტურიზმი და კურორტები, 1999;*
35. *საქართველოს მთავრობის დადგენილება, №199, საქართველოს შრომის ბაზრის ფორმირების სახელმწიფო სტრატეგიისა და საქართველოს შრომის ბაზრის ფორმირების სახელმწიფო სტრატეგიის რეალიზაციის 2013-2014 წლების სამოქმედო გეგმის დამტკიცების შესახებ, თბილისი, 2 აგვისტო 2013;*
36. *საქართველოს მთავრობის დადგენილება, საქართველოს სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების სტრატეგიის „საქართველო 2020“ დამტკიცებისა და მასთან*

- დაკავშირებული ზოგიერთი ღონისძიების თაობაზე, N400, თბილისი, 17 ივნისი 2014;
37. **სტეფანიშვილი ს.**, ტურისტული კომპანიის განვითარების შესაძლებლობები საქართველოში კომპანია „CITY SIGHTSEEING TBILISI“-ს მაგალითზე, სამეცნიერო ჟურნალი „ეკონომიკა“, თბილისი, 2016;
 38. **ფანოზიშვილი გ.**, დისერტაცია, ევროპის შრომის საერთაშორისო ბაზარი და საქართველო, თსუ. თბილისი, 2012;
 39. **ჩაგანავა პ.**, ტურიზმის პოლიტიკა, გამოცემლობა „უნივერსალი“, თბილისი. 2012;
 40. **ცარციძე მ.**, საქართველოში შრომის ბაზრის ფუნქციონირების თავისებურებანი თანამედროვე გლობალური ეკონომიკური კრიზისის პირობებში, საქართველოს ეკონომიკურ მეცნიერებათა აკადემიის შრომების კრებული, ტომი 8, საგამომცემლო ფირმა “სიახლე”, თბილისი 2010;
 41. **ცარციძე მ.**, შრომის ბაზარი და სიღარიბე საქართველოში თანამედროვე გლობალური ეკონომიკური კრიზისის პირობებში, ჟურნალი “ეკონომიკა და ბიზნესი”, მარტი-აპრილი 2010 წელი;
 42. **ცარციძე მ.**, ეროვნული შრომის ბაზრის ინფრასტრუქტურა და ფუნქციონირების თავისებურებები საქართველოში, ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილის სახელმ– წიფო უნივერსიტეტი. შრომის ეკონომიკის კათედრა. მიგრაცია-2. გამომცემლობა “უნივერსა– ლი”, თბილისი-2008წ;
 43. **ცარციძე მ.**, ეროვნული შრომის ბაზრის ფორმირების თავისებურებანი საქართველოში, საქართველოს ეკონომიკურ მეცნიერებათა აკადემიის შრომების კრებული, ტომი 5, საგამომცემლო ფირმა “სიახლე”, თბილისი 2005;
 44. **ხასაია ი.**, მეცნიერული კვლევის მეთოდები ტურიზმში, თბილისი 2014;
 45. **ჰელ რ. ვარიანი**, მიკროეკონომიკა თანამედროვე მიდგომა, თარგმანი ნ. მანჩხაშვილი, გამომცემლობა „დიოგენე“ 1998;
 46. **Cohen E., (1974)** ‘Who Is a Tourist? A Conceptual Review’, *Sociological Review* 22;

47. **Dennis Nickson**, *Human Resource Menegment for the Hospitality and Tourism Industries, Scotland, 2007*;
48. **Deutscher Reiseverband**, *The important contribution of tourism, DEVELOPMENT POLICY AND THE IMPACT ON SUSTAINABILITY, INFRASTRUCTURE, JOBS AND SOCIAL DEVELOPMENT*, sep. 2015. www.driv.de ;
49. **Eurosurveillance**, *International Travel and acquisition of Multidrug-Resistant Enterobacteriaceae* , Volume 20, Issue 47, 26 November 2015;
50. **Ernst Hinsken**, *German Federal, Government Policy, Guidelines on Tourism, March 2009*;
51. **Economic characteristics of the tourism sector**, *The Economics of Tourism Destinations, Vanhove-01,2004*;
52. **Economics & Statistics Administration, United States Department of Commerce**, *September Marks the Fifth Consecutive Month of Double-Digit Travel and Tourism Export Growth*;
53. **Further Eurostat information**, *Tourism industries prove resilient to the economic crisis and provide jobs for women and young people, 2015*;
54. **Frechtling Douglas**, *Proposed Standard Definitions and Classifications for Travel Research, Marketing Travel and Tourism, (Seventh Annual Conference Proceedings), The Travel Research Association, Salt Lake City, Utah, 1975*;
55. **Jeffrey Dorfman**, *The Unemployment Rate Does Not Measure Labor Market Strength, Forbes, USA, 2015*;
56. **Jim Stanford**, *How-To Guide: Labor Market and Unemployment Statistics, Canadian Centre for Policy Alternatives, 2008*;
57. **Keller Peter**, *Chairman of the OECD Tourism Committee, Conclusions of the Conference on Innovation and Growth in Tourism, 2004*;
58. **Keith G. Debbage, Dimitri Ioannides** , [The Economic Geography of the Tourist Industry: A Supply-Side Analysis](#), *Business & Economics* , 2003;

59. **Lori G. Kletzer, William L. Koch**, *International Experience with Job Training: Lessons for the U.S.*, University of California, Santa Cruz, January 2003;
60. **National Tourism Resources Review Commission**. *Destination USA. Vol., Domestic Tourism*. - Washington, D.C.: Government Printing Office, 1973;
61. **Organization for Economic Cooperation and Development**, *Tourism Policy and International Tourism in OECD Member Countries*, Paris: OECD, P. 5-7, 1980;
62. **OED**, *Oxford English Dictionary*;
63. **Questionnaire on Tourism and Employment**, *Overview of Results UNWTO Statistics and Tourism Satellite Account (TSA) Programme Room Document*, 2nd T.20 Ministers Meeting – Republic of Korea 11 – 13 October 2010;
64. **Reich M. Gordon D. Edwards R.**, *Dual Labor Markets a Theory of Labor Market Segmentation*, *American Economic Review*. pp. 359-365. American Economic Association, Copyright 1973;
65. **Schubert S.** *The effects of total factor productivity and export shocks on a small open economy with unemployment*, *Journal of Economic Dynamics and Control*, Vol. 35, pp. 1514-1530, 2011;
66. **Schubert S. Brida G.**, *Macroeconomic effects of changes in tourism demand: a simple dynamic model*, *Tourism Economics*, Vol. 15, pp. 591-613, 2009;
67. **Shi S. Wen Q.**, *Labour market search and capital accumulation: Some analytical results*, *Journal of Economic Dynamics and Control*, Vol. 21, pp. 1747-1776, 1997;
68. **Schubert S.**, *Tourism and unemployment: The effects of a boom in tourism demand on unemployment*, *Tourism Economics*, Vol.4 - Page 35-36 (2), 2012;
69. **The World Travel & Tourism Council**, *Travel & Tourism ECONOMIC IMPACT 2016*, www.wttc.org;
70. **UNWTO**, *Tourism Highlights 2015 edition presents a concise overview of international tourism in the world based on the results for the year*, *Tourism – an economic and social phenomenon*, 2014 ;

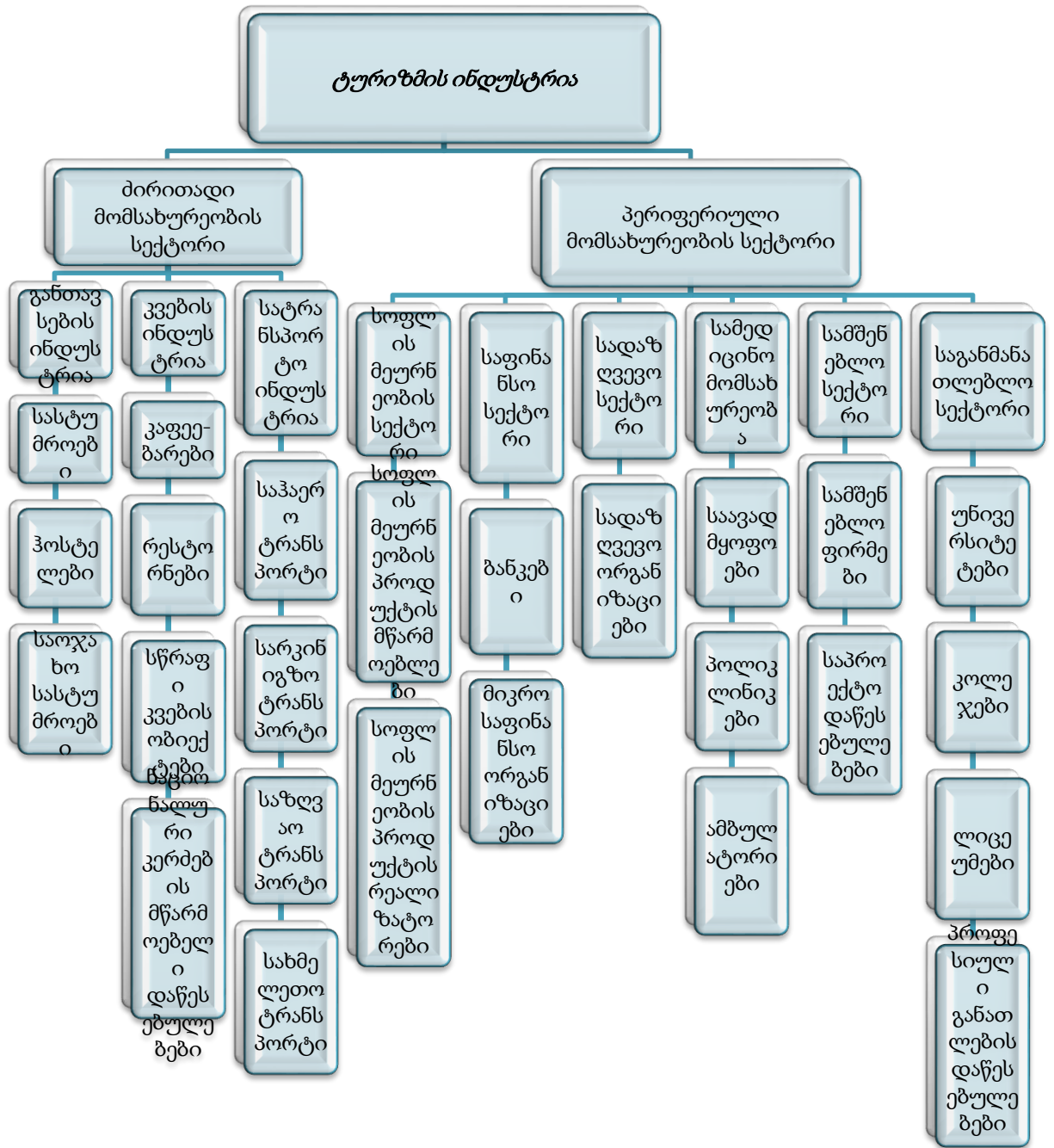
71. *Understanding Tourism: Basic Glossary, International Recommendations for Tourism Statistics, 2008;*
72. *UNWTO, Tourism Highlights, Tourism in the world: Key figures, 2014 Edition;*
73. *United Arab Emirates, Travel and Tourism, Economic Impact 2015;*
74. *(UNCTAD), proceedings of the united nations conference on trade and development, third session Santiago de chile, 13 april to 21 may 1972;*
75. *Александрова А.Ю., Международный Туризм, М. 1996;*
76. *Артёмова Е.Н. Козлова В.А., Основы гостеприимства и туризма, Учебное пособие - Орёл: ОрёлГТУ, 104 с. 2005;*
77. *Артёмова Е.Н, Классификация рынка труда, учебное пособие, 2004;*
78. *Балабанов И.Т., Балабанов А.И., Экономика туризма, Учебное пособие. – М. Финансы и статистика, 176 с. 2003;*
79. *Бардин К.В., Азбука туризма(о технике пешеходных путешествий), Пособие для учителей, руководителей туристских походов со школьниками. - М. Просвещение», 205 с. 1981;*
80. *Барулин В.С., Социальная философия, Философские аспекты труда, К. Маркс о труде вообще, 2010;*
81. *Биржаков М.Б., Введение в туризм, - СПб. 2001;*
82. *Биржаков М.Б., Введение в туризм, учебное пособие, СПб.: Издательский дом "Герда", 192 с. 2000;*
83. *„Бурменко Т.Д., Даниленко Н.Н., Туренко Т.А., Сфера услуг в современном обществе: Экономика, менеджмент, маркетинг. Курс лекций, 2004;*
84. *Бурменко Т.Д. Даниленко Н.Н., Туренко Т.А., Сфера услуг в современном обществе: Экономика, менеджмент, маркетинг. Курс лекций, 2011;*
85. *Ганский В.А. Андрейчик Е.В., История путешествий и туризма: учебно-методический комплекс для студентов спец. 1-89 01 01, Туризм и гостеприимство, ПГУ, ISBN 978-985-418-506-4, 526 с. 2014;*

86. Глобализация мирового туризма и особенности его развития в странах Западной Европы: Научно-аналит. Обзор. М., 1991. - 54 с;
87. Горшкова В.И., НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ РЫНКА ТРУДА, Электронный научный журнал „Современные проблемы науки и образования" ISSN 2070-7428, 20.06.2014;
88. Дмитриев М. Забаева М., Малыгина Е., Экономика туристского рынка, учебное пособие, Учебник. - М.: Юнити-Дана, 312 с. 2010;
89. Доклад Всемирной туристской организации о претворении в жизнь Глобальноэтического кодекса туризма, 21 сентября 2010 года;
90. Дулов А.Н. К.А. Дюхова Д.В. Юрчак, История путешествий и туризма, ВГУ им. П.М. Машерова, УДК 379.8+338.48, 2011;
91. Кабушкина И.И. , Дуровича А.П., Организация туризма, Минск, 2006;
92. Квартальнов В.А. „Туризм Финансы и статистика, 2002. - 320 с;
93. Квартальнов В.А. Иностраный туризм, Финансы и статистика, М. 307 с., 1999;
94. Клейменов А.М., Сергеев Б.И., Культура народов Причерноморья, №52, Т.2. С.62-66, 2004;
95. Клейменов А.М. Сергеев Б.И. Инновационные процессы в развитии туризма, №52, 2004;
96. Козырев В.М., Туристская рента как фактор саморазвития отрасли, 2000;
97. Кудла Н.С., Маркетинг туристических услуг, Знания, 351 с, 2011;
98. Кусков А.С. Джаладян Ю.А., Основы туризма Учебник, М. КНОРУС, 400 с. 2008;
99. Кузнецов С. А., Формирование современной государственной политики Российской Федерации в сфере туризма, Диссертации по гуманитарным наукам, Москва 2008;
100. Кротова, Е.Л., Рекреационно-туристский комплекс региона: теория и практика реформирования, Екатеринбург: Издательство УрО РАН, 335 с. 2001;
101. Лойко О.Т., Туризм и гостиничное хозяйство, Учебное пособие. – Томск: Издательство ТПУ, 2005. – 152 с.
102. Спангенберг Л., Туризм как индустрия. Структура туристской индустрии, 2015;

103. *Макаренко С.Н. Саак А.Э., История туризма, Таганрог: Издательство ТРТУ, 94 с. 2003;*
104. *Марцин В.С., Экономика торговли, Киев, 2006;*
105. *Наумова С.А., Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме, учебное пособие, 2003;*
106. *Новиков В.С., Инновации в туризме, учебное пособие, ИЦ "Академия", 208 с. 2007;*
107. *Учебники онлайн, Влияние развитие туризма на состояние занятости, <http://учебник-online.com/122/13.html>;*
108. *Остапенко Ю.М., ЭКОНОМИКА ТРУДА, 55 с., 2007,;*
109. *Папирян Г.А., Международные экономические отношения: Экономика туризма, М. Финансы и статистика, 104 С. 2000;*
110. *Писаревско Е.Л., ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ТУРИЗМА, УДК 379.85(075.8) ББК 65.43я73 П68. МОСКВА, 2014;*
111. *Савина Н., Кадровое обеспечение инноваций в туристической индустрии и бизнес-образовании Республики Беларусь, XII Международная научно-практическая конференция «Актуальные проблемы бизнес-образования, г. Минск, 2013;*
112. *Сенин В.С., Организация международного туризма, Учебник. - М. Финансы и статистика, 2003;*
113. *Сенин В.С., Организация международного туризма, Рынок труда в туризме: классификация, виды и сегменты, Учебник. - М. Финансы и статистика, 400 с. 2003;*
114. *Соколова М.В. „История туризма “Учебное пособие. - Мастерство, 2002. - 352 с.;*
115. *Тарасов Ю.И. ,Н.А. Тумасян, Эволюция рынка труда, его типология и структура, УДК 338:331 ББК 65. 9 (2Рос) 24, 2005;*
116. *Ткаченко Т.И., Гаврилюк С.П., Экономика гостиничного хозяйства и туризма, Учеб. Пособие. Киев. нац. торг.-экон. ун-т, - 179 с.6, 2005;*
117. *Жукова М.А. Менеджмент в туристском бизнесе, М. КНОРУС, 192 с. 2006;*

118. *Зими́на Г. А., Рынок труда: многообразие подходов к анализу, Евразийский Международный научно-аналитический журнал современной экономики, 4 (24), 2007;*
119. *Франческо Франжиалли, Глобальный этический кодекс туризма, Генеральный секретарь ВТО 1 октября 1999 года;*
120. *Фролова Т.А., Экономика и управление в сфере социально-культурного сервиса и туризма, конспект лекций Таганрог: ТТИ ЮФУ, 2010.*

ტურიზმის ინდუსტრიის სტრუქტურა





Akaki Tsereteli State University

Questionnaire

10. Do you know Georgia as a touristic country ?

- b) Yes (if yes, continue) b) No (if no, go to question 2)

B) How did you are informed about Georgia?

- c) TV c) Friend
d) Radio d) Other

11. With whom you are going to travel in Georgia?

- c) Girl/boyfriend c) colleagues
d) Family member d) Alone

12. Have you ever been in Georgia before?

- a) Yes b) No

13. What is / are your favorite tourism activity(ies) ?

- d) cognitive tourism d) Mountain tourism
e) Extreme tourism e) Beach tourism
f) Pilgrim tourism f) Other

14. Which kind of accommodation you prefer to use?

- c) Hotel c) Friends House
d) loan a house d) other

15. How many days you are planning to stay in Georgia?

16. What you think about expenses in Georgia?

- b) Exspensive b) Rather Exspensive c) Not Exspensive

17. Do you plan to visit Georgia again?

- b) Yes b) No

18. What is your recommendation for Georgia to be more developed as touristic country?

Country -----

Gender a) male b) female

Age a)15-18 b) 18-25 c) 25-35 d) 35-50 e) from 50
and more

Profession -----

ტურიზმის სფეროებში დასაქმებულთა რაოდენობა

პერიოდულობა: კვარტალი

წელი: 2011, 2012

ვარტალი: IQ; IIQ; IIIQ; IVQ

| იმპორტი/ექსპორტი (ათასი აშშ დოლარი) | 2011 | | | | | 2012 | | | | | სულ |
|---|-----------|------------|-------------|------------|----------|-----------|------------|-------------|------------|-----------|-------------------|
| | <i>IQ</i> | <i>IIQ</i> | <i>IIIQ</i> | <i>IVQ</i> | სულ | <i>IQ</i> | <i>IIQ</i> | <i>IIIQ</i> | <i>IVQ</i> | სულ | |
| შემოსავალი | 160954 | 216258 | 21483 | 39600 | 93829 | 23593 | 33082 | 87721 | 56423 | 141090 | 234919 |
| საერთაშორისო ტურიზმიდან (ექსპორტი) | .34 | .71 | .41 | .61 | 7.07 | 0.39 | 6.52 | .43 | .36 | 1.71 | 8.78 |
| საქართველოს მიერ საზღვარგარეთ გაწეული ტურისტული იდენტიფიკაციის (იმპორტი) | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| სრებიდენების მიერ საზღვარგარეთ გაწეული ტურისტული იდენტიფიკაციის (იმპორტი) | 39222.54 | 53500.62 | 63605.40 | 57099.92 | 13428.49 | 48627.29 | 63498.77 | 76035.95 | 68237.47 | 256399.48 | 469827.96 |
| სულ | 121731.81 | 162758.09 | 57878.00 | 82500.69 | 24868.58 | 87303.10 | 67327.74 | 11685.49 | 88185.89 | 115450.23 | 187937.081 |