ტურიზმი, გლობალიზაცია და მდგრადი განვითარება

მანანა ალადაშვილი
ბიზნეს ადმინისტრირების აკადემიური დოქტორი,
ივ. ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ასოცირებული პროფესორი, საქართველო

საკვანძო სიტყვები: გლობალიზაცია, საერთაშორისო ტურიზმი, ბიზნესი

„საქართველოს ტურიზმის სტრატეგია 2025"-ის მიზანია, ხელი შეუწყოს ტურიზმის მდგრად განვითარებას, მიღებული შემოსავლების გაზრდასა და დარგის მნიშვნელობის ამაღლებას.

ტურიზმის სტრაეტეგის შემუშავების ამოცანაა, რომ საქართველოს მთავრობამ შეიმუშაოს და და განხორციელოს გეგმა, რომელიც მდიდარ ბუნებრივ და კულტურულ რესურსებს მსოფლიო დონის ტურისტულ პროდუქტად და უნიკალური შთაბეჭდილებების მიღების შესაძლებლობად აქცევს, **ეს** მოიზიდავს უფრო მაღალგადახდისუნარიან ტურისტებს ევროკავშირის ქვეყნებიდან, ჩრდილოეთ ამერიკიდან, ახლო აღმოსავლეთიდან და აზიიდან.

ტურიზმის სტრატეგიაში შემუშავებულია მიზნები, სადაც ნაჩვენებია ტურიზმის მნიშვნელობის ზრდისა და ინვესტიციებიდან მაქსიმალური ამონაგების მიღების ძირითადი დამაბრკოლებელი ფაქტორები და შესაძლებლობები, ასევე მათი შესწავლა და ანალიზი. სტრატეგიის ნაწილს წარმოადგენს სამოქმედო გეგმა, რომელიც ასევე განსაზღვრავს სხვადასხვა აქტივობაზე პასუხისმგებელ უწყებებს, განხორციელების ვადებს, მიზნობრივ მაჩვენებლებს, საჭირო დაფინანსების წყაროებსა და შედეგების საზომ ინდიკატორებს.

ტურიზმის სტრატეგიის მიხედვით, 2025 წლისთვის საქართველო ცნობილი იქნება, როგორც მოწინავე, ყველა სეზონის, მაღალი ხარისხის ტურისტული ქვეყანა, გამორჩეული თავისი კულტურული და ბუნებრივი მემკვიდრეობით, მსოფლიო დონის მომსახურებითა და სტუმარმასპინძლობის უძველესი ტრადიციით. ინფრასტრუქტურაში განხორციელებული სტრატეგიული ინვესტიციების, განათლების უზრუნველყოფის, მარკეტინგისა და მსოფლიოს მასშტაბით მაღალგადახდისუნარიანი ტურისტებისათვის უნიკალური ქართული შთაბეჭდილებების შეთავაზების გზით, საქართველო ტურიზმის დარგში არსებული კონკურენციის მოწინავე რიგებში წარმოჩინდება. ვიზიტორების მიერ დახარჯული თანხის გაზრდის შედეგად ტურიზმის წვლილი საქართველოს ეკონომიკის ზრდასა და განვითარებაში მნიშვნელოვნად მოიმატებს. მეტი ყურადღება დაეთმობა ვიზიტორთა ხარისხსა და მრავალფეროვნებას, ვიდრე ვიზიტორთა რაოდენობას.

ტურიზმის ბიზნესის სტრატეგიული დაგეგმვა აგრეთვე ითვალისწინებს საწარმოს საქმიანობის მიმართულებებისა და მიზნების დაზუსტებას, მოქმედების ტაქტიკის, პროცედურებისა და წესების შემუშავებას, რესურსების განაწილებას და საწარმოს სტრუქტურის შეფასებას. მისი გამოყენებით შესაძლებელია საბაზრო კონიუნქტურის ცვლილებებზე რეაგირება და არჩეული კურსისა და ტაქტიკის დაცვა. ტაქტიკა ანუ კონკრეტული მოკლევადიანი სტრატეგია შეთანხმებული უნდა იყოს ტურისტული საწარმოს გრძელვადიან გეგმებთან და კონკრეტულ სიტუაციებთან, ითვალისწინებდეს შიდა და გარე ფაქტორების ცვლილებებს, იყოს საკმაოდ მოქნილი ამ ფაქტორებზე რეაგირებისათვის. სტრატეგიული დაგეგმვა ეფუძნება ბიზნესის უმნიშვნელოვანესი პარამეტრების საწყისი პოზიციებისა და საპროგნოზო მაჩვენებლების ცვლილებების ანალიზს. საწარმოს სტრატეგიას, სტრუქტურას და გარემოს ახასიათებს დინამიკური ურთიერთმოქმედება. საწარმოს სტრუქტურა განისაზღვრება სტრატეგიით, ამიტომ ახალი სტრატეგიის შემთხვევაში საწარმოს სტრუქტურაც ცვლილებებს საჭიროებს. სტრატეგიული გეგმა, ჩვეულებრივ, წლიურ გეგმებში კონკრეტდება, ხოლო მისი რეალიზაცია ითვალისწინებს შერჩეული სტრატეგიისა და მიზნების შესრულების უზრუნველმყოფელი პრაქტიკული მოქმედებებისა და ორგანიზაციული ღონისძიებების განხორციელებას.

სტრატეგიული გეგმის წარმატებული რეალიზაციისთვის საჭიროა, რომ:

- საწარმოს მიზნებს, სტრატეგიებს და გეგმებს იცნობდეს და ათვითცნობიერებდეს მისი ყველა თანამშრომელი;
- საწარმოს თანამშრომლები ჩართულნი იყვნენ სტრატეგიების რეალიზაციაში;
- მოხდეს პერსონალის, მათ შორის მენეჯერების შერჩევა და სწავლება;
- შეიქმნას ეფექტიანი მოტივაციური მექანიზმი, რომელიც უზრუნველყოფს პერსონალის დაინტერესებას დასახული ამოცანების მიღწევაში;
- ჩამოყალიბდეს სამუშაოთა და მიღწეული შედეგების კონტროლის, გაზომვისა და შეფასების სისტემა.

თანამედროვე გლობალიზაციის ეპოქაში განისაზღვრა ტურიზმის განვითარების შემდეგი მიზნები: **მაღალგადახდისუნარიანი ტურისტული ბაზრებიდან საჰაერო მგზავრობის გამარტივება.** ასევე, შიდა სატრანსპორტო ქსელების გაუმჯობესება, ქვეყანაში ვიზიტორთა ნაკადების თავისუფალი გადაადგილების უზრუნველყოფისათვის.

გლობალიზაციის პროცესს ავიაკომპანიის სექტორში ხელს უწყობს ლიბერალიზაცია საჰაერო ტრანსპორტზე, რომელსაც გააჩნია რიგი დადებითი მხარე: გამომუშავდება ევროკავშირის ქვეყნების საჰაერო ტრანსპორტის მომსახურების ერთიანი სტანდარტები, მნიშვნელოვნად მცირდება ხარჯები და, რაც მთავარია, წარმოიქმნება უფრო შორეული და მნიშვნელოვანი მიზნის მიღწევის გარემოება: შეიქმნება ევროპის ერთიანი გადამზიდველი, რომელსაც ექნება უნარი წინ აღუდგეს აშშ-ის და აზიური-წყნარი ოკეანის რეგიონების

მეგაგადამზიდველების ექსპანსიას ევროპულ ბაზარზე [2, გვ. 40].

საერთაშორისო ტურიზმის განვითარებამ გლობალიზაციის ეპოქაში ხელი შეუწყო ავიაკომპანიების სტრატეგიული ალიანსების შექმნას. სარეკლამო ფლაერებმა და სხვა მარკეტინგულმა მექანიზმებმა გააძლიერეს ალიანსების შექმნის გლობალური ტენდენციის ჩამოყალიბება.

გლობალიზაციის პროცესმა ხელი შეუწყო ტრანსპორტის განვითარებას. დღევანდელი სატრანსპორტო სექტორი გამოირჩევა განვითარების მაღალი ტემპებით, რაც საშუალებას აძლევს სატრანსპორტო სფეროში მოქმედ კომპანიებს ეფექტიანად განახორციელონ ტრანსპორტირების ოპერაციები მსოფლიოს მასშტაბით დანიშნულების ნებისმიერ ადგილზე. ამავე დროს, ეფექტიანი სატრანსპორტო სფერო ასევე ნიშნავს, რომ ტურისტული დანიშნულების ადგილზე მიმდინარე რეალური კაპიტალდაბანდებები უფრო ადვილად შეიძლება განხორციელდეს, რადგან ამგვარი სამუშაოებისთვის აუცილებელი მასალები და აღჭურვილობა უფრო ადვილად მოძრაობს დანიშნულების ერთი ადგილიდან მეორემდე.

აღსანიშნავია მსხვილი სატრანსპორტო კვანძების გაჩენა, რაც აადვილებს მოგზაურობას. ეს განსაკუთრებით შეეხება კომბინირებული ტურების მოყვარულებს, სადაც მოგზაურს შეუძლია ერთი სახეობის ტრანსპორტის მეორით შეცვლა, რაც გამოიწვევს მსხვილი გადამზიდავი ჯგუფების გაჩენას, რომლებიც სხვადასხვა ტრანსპორტით სერვისს უზრუნველყოფენ. დღეს ლოგისტიკური კომპანიები აერთიანებენ სხვადასხვა სატრანსპორტო მომსახურებას, რაც საშუალებას აძლევს მოგზაურს, ერთი კომპანიის ფარგლებში მიიღოს სხვადასხვა სახეობის გადაზიდვის სერვისი [2,გვ. 56].

როგორც აღვნიშნეთ, გლობალიზაციის ახალმა შესაძლებლობებმა ხელი შეუწყო ტურიზმის განვითარებას. იგი განსაკუთრებით შეეხო ელექტრონულ ტექნიკას, საკომუნიკაციო და სატრანსპორტო ტექნოლოგიებს. მსოფლიოში მომსახურების მოწოდება კომპიუტერული ინფორმაციით და დაჯავშნის სისტემებით, გახდა უფრო მოქნილი და ეფექტიანი. შემცირდა ხარჯები საჰაერო მოგზაურობაზე და ადვილი ხელმისაწვდომი გახდა საჰაერო მოგზაურობა მსოფლიოს სხვადასხვა მიმართულებით, ტურიზმის ინდუსტრიაში გაუმჯობესდა ინფორმაციის სწრფი გავრცელების ტექნოლოგია, დაჯავშნის ონლაინ–სისტემების მომსახურების მაღალი ხარისხი, დანიშნულების ადგილის მარკეტინგში ინტერნეტის გამოყენება ტურისტულ ბაზრებზე პირდაპირი გაყიდვების და შეკვეთების მიცემის შესაძლებლობას იძლევა, რაც წარმოშობს ელექტრონულ – ტურისტულ ბაზრებს. ინტერნეტის საშუალებით შესაძლებელია ტურისტული პროდუქტის გაცილებით დაბალ ფასად გლობალურად შეძენა.

აქედან გამომდინარე, მომხმარებლის მოთხოვნა გახდა ორიენტირებული ახალ ტექნოლოგიებსა და ინტერნეტზე. ფაქტია, რომ ინტერნეტის საშუალებით შესაძლებელია დაიჯავშნოს სასტუმრო ოთახი, ბილეთები, ინფორმაცია გასართობი ცენტრების შესახებ, რამაც შეამცირა მგზავრობის შუამავლების ფუნქცია.

სწორედ, გლობალიზაციის პროცესი აისახა ტურიზმის ბიზნესში – „აბრეშუმის გზის“ სახით, „აბრეშუმის გზის“ საერთაშორისო ტურებმა გაზარდა საქართველოს ცნობადობა. „აბრეშუმის გზის“ მარშრუტი ასეთია – ჩინეთი, ყაზახეთი, ყირგიზეთი, რუსეთი, საქართველო, თურქეთი, საბერძნეთი, იტალია. ეს არის მასშტაბური ეკონომიკურ–კულტურული ექსპედიცია, რომლის მიზანია „აბრეშუმის გზის“ ქვეყნების ეკონომიკური, საინვესტიციო, ტურისტული, კულტურული და ისტორიული მდგომარეობის გაცნობა. „აბრეშუმის გზის“ ტურისტული მარშრუტი ტურისტებს საშუალებას აძლევს ისტორიული გზის გასწვრივ იმოგზაურონ. გაეროს მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციის მიერ იმიტირებული პროგრამა 31 ქვეყანას მოიცავს, მათ შორის საქართველოსაც. „აბრეშუმის გზის“ ინიციატივასთან დაკავშირებით მიმდინარეობს მუშაობა სამი მიმართულებით: მარკეტინგი, პოპულარიზაცია და ფასილიტაცია. ტურისტულ ბაზრებზე გაჩნდა მოთხოვნა ისეთი ტიპის ტურისტულ პროდუქტზე, რომელიც არა მხოლოდ ერთ ქვეყანაში, არამედ ისტორიული მიმართულების ქვეყნებში ერთდროულად მოგზაურობის საშუალებას იძლევა. [4]

„აბრეშუმის გზის“ ფარგლებში საქართველოს ტურისტული პოტენციალი კიდევ უფრო მოიმატებს. ინფრასტრუქტურულად მოეწყობა „აბრეშუმის გზის“ გასწვრივ არსებული ტერიტორიები. თუმცა, ამ ყველაფერში მთავარია მოხდეს ინვესტირება.

„აბრეშუმის გზის“ აღდგენა საქართველოს მისცემს იმის შესაძლებლობას, რომ დაამყაროს ახალი კავშირები ახლო აღმოსავლეთსა და ევროპასთან, განავითაროს ეკონომიკა და ვაჭრობა, გაუმჯობესოს ქვეყნის საინვესტიციო გარემო და მიიღოს ამით მაქსიმალური სარგებელი.

გლობალიზაციის პროცესის დამახასიათებელი მოვლენაა მდგრადი ტურიზმის განვითარება, რომელიც გულისხმობს ეკოლოგიურ, ეკონომიკურ და სოციალურ მდგრადობას. ტურიზმის ეკოლოგიური მდგრადობა ხელს უწყობს მნიშვნელოვანი ბუნებრივი ტერიტორიების და ფაუნის, ზღვის, ეკოსისტემების, ეროვნული პარკების, ტყეებისა და ნაკრძალების განვითარებას, არქეოლოგიური და ისტორიული ობიექტების აღდგენა–განახლებას, მათ დაფინანსებას, გარემოს დაცვას დაბინძურებისაგან, ხმაურისა და გადატვირთვისაგან. ტურიზმის ეკონომიკური მდგრადობა გულისხმობს მისი და მომიჯნავე დარგებიდან ეკონომიკური შემოსავლების მიღებას, ხოლო სოციალური მდგრადობა გამოიხატება დასაქმების, ხალხთა შორის კულტურათაგაცვლის, საერთაშორისო ტურიზმის განვითარების, რეკრეაციული შესაძლებლობის უზრუნველყოფის და სხვა ფუნქციით.

გლობალიზაციის პროცესი შეეხო დეპრესიული რეგიონების განვითარებასაც. თანამშრომლობისგან ვითარებისაკენ მიმართული საერთაშორისო პროექტების ტიმულირებას უწევენ ტურისტულ დივერსიფიცირებულ პროდუქტს, ქმნიან მასშტაბების ეფექტს ეკონომიკაში, პოპულარიზაციას უკეთებენ კონკრეტულ რეგიონს მათი ტურისტულ ადგილად აღიარების გზით. [3, გვ.15]

ყოველივე ზემოთქმულიდან შეიძლება დავასკვნათ, რომ:

- გლობალიზაციამ შეცვალა რა სოციალური და ეკონომიკური ცხოვრების პირობები მსოფლიო მასშტაბით, მოიტანა ახალი რეალობები ტურიზმისა და სტუმარმასპინძლობის სფეროში სახელმწიფო პოლიტიკის განმახორციელებელებისათვის. გაჩნდა ტურიზმის სფეროში სხვადასხვა ქვეყნის ურთიერთთანამშრომლობის საფუძველი და შესაძლებლობა. საერთაშორისო ტურიზმი მრავალი ქვეყნისათვის ეკონომიკის აღორძინებისა და განვითარების უმნიშვნელოვანეს ფაქტორად იქცა;
- თანამედროვე მოთხოვნა საერთაშორისო სამოგზაურო ბაზარზე ხასიათდება ინფორმირებული და გათვითცნობიერებული მომხმარებლით, რომელიც მოგზაურობის დროს იყენებს სხვადასხვა ტიპის სატრანსპორტო საშუალებებს, მოგზაურობს სხვადასხვა ტიპის მოთხოვნების დაკმაყოფილების მიზნით, გარდა ამისა, აცნობიერებს გარემოსდაცვით ღირებულებებს და პატივს სცემს ადგილობრივ კულტურას;
- ამავე დროს, საერთაშორისო სამოგზაურო ბაზარზე თანამედროვე პირობებში მიწოდების მხრიდან გამოდიან მდგრადობის პრინციპით მომუშავე მეწარმეები, რომლებიც ცდილობენ შემოიტანონ თავიანთ საწარმოო ოპერაციებში გარემოსდაცვითი პრაქტიკა და ჩართონ წარმოების პროცესში ადგილობრივი მოსახლეობა, გაითვალისწინონ წარმოების სოციალური და კულტურული პირობები;
- თანამედროვე საინფორმაციო ტექნოლოგიები საშუალებას აძლევს ბაზარზე მოქმედ კომპანიებს, გააფართოვონ ბაზრის გეოგრაფიული არეალი, მოძებნონ მომხმარებელი სხვადასხვა სოციალურ სეგმენტში და განახორციელონ ფართომასშტაბიანი სარეკლამო კამპანია და ა.შ.;
- თანამედროვე ტრანსპორტის განვითარება ახალ რეალიებს ქმნის საერთაშორისო ტურისტული ბაზრებისათვის, იქმნება ერთიანი გადამზიდავი სისტემები, რომლებიც აწესებენ სატარიფო პოლიტიკას;
- იზრდება მთავრობის როლი საერთაშორისო ტურიზმის ბაზარზე. მთავრობა ადგენს ერთიან სტანდარტებს და მოგზაურობის უსაფრთხოების ნორმებს, ხელს უწყობს ტურიზმის მდგრად და დეპრესიული რეგიონების განვითარებას.

მიუხედავად გლობალიზაციის უდიდესი ზოგადსაკაცობრიო მოვლენისა, მას გააჩნია რიგი უარყოფითი მოვლენებიც, კერძოდ:

ეკოლოგიური: ოზონის ხვრელი, სათბურის ეფექტი (გლობალური დათბობა), ტყეების გაჩეხვა, გარემოს დაბინძურება: ატმოსფეროს, მსოფლიო ოკეანის წყლების, საკვები პროდუქტების; სტიქიური კატასტროფები: ტაიფუნები, ცუნამი, ქარიშხლები, მიწისძვრები, წყალდიდობები, გვალვა; გარემოში მომხდარი ცვლილებები, რომლებიც დაკავშირებულია კოსმოსისა და მსოფლიოს ოკეანის ათვისებასთან.

ეკონომიკური: სასურსათო პრობლემა, ჩამორჩენილობის პრობლემა, ეკონომიკური ზრდის ზღვარის პრობლემა, რესურსების ამოწურვის პრობლემა, ეკონომიკური გლობალიზმი. სოციალური: დემოგრაფიული პრობლემა, ჯანმრთელობის დაცვის პრობლემა (საშიში დაავადებების შიდსის, გრიპის, კიბოს და სხვ. გავრცელელება), განათლების პრობლემა, ეთნიკური და კონფესიათაშორისი კონფლიქტები.

სულიერი: „მასობრივი კულტურის“ დეგრადაცია, მორალური და ზნეობრივი ღირებულებების დევალვაცია, აგრესიისა და ნერვულ-ფსიქიკური დაავადებების ზრდა მ.შ. მასობრივი კომპიუტერიზაციის გამო, მეცნიერთა პასუხისმგებლობის პრობლემა საკუთარი აღმოჩენებისა და კვლევების გამო.

სწორედ, ტურიზმის ბიზნესი ყველაზე უფრო სენსიტიურია ამ პროცესებისადმი, ამიტომ მომავალი სტრატეგიის დაგეგმვისას გლობალიზაციის ეპოქაში გათვალისწინებული უნდა იქნეს აღნიშნული ფაქტორები. გლობალიზაციის გაღრმავებასთან ერთად საქართველო სულ უფრო მაღალი ხარისხით ჩაერთვება მსოფლიო ეკონომიკაში, **რაც განსაკუთრებით აისახება ტურიზმის ბიზნესის განვითარებაზე.**

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. შენგელია თ., გლობალიზაცია და თანამედროვე ბიზნესის გარემო საქართველოში – ივ. ჯავახიშვილის სახ. თსუ საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენცია „გლობალიზაცია საერთაშორისო ბიზნესის თანამედროვე პრობლემები და განვითარების პერსპექტივები“ თბ., 2012.
2. კანდელაკი ზ., საჰაერო ტრანსპორტის კომერციული ექსპლუატაცია, თბ., 2009
3. Iris Mihailovic - University od Dubrovnik, Department of Economics and Business Economics, Croatia – European scientific Journal, August 2014.
4. UNWTO Touriam Higlights 2015 edition .
5. WTTC Travel and Tourism. World economic impact 2015
6. Петрасов И., Концепция устойчивого развития применительно к мировому туризму (www.geopub.narod.ru).
7. Назачук А. В., Этика глобализирующегося общества (www.ihtik.lib.ru).
8. Покровский Я. Е., Транзит российских ценностей: нереализованная альтернатива, аномия, глобализация. 2000 (www.i-u.ru/biblio/archive/novikova_soc/soc_nov22.aspx).

TOURISM, GLOBALIZATION AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT

MANANA ALADASHVILI
Doctor of business administration,
Associated Professor of Ivane Javakhishvili Tbilisi State University, Georgia

KEYWORDS: TOURISM, GLOBALISATION, SUSTAINABLE DEVELOPMENT

SUMMARY

In contemporary terms, tourism is a highly complex, multifunctional, multidimensional, and dynamic category of national and international significance. Therefore, it is necessary to primarily consider and analyse the very concept of tourists and tourism; its essence, structure, types and forms in which it primarily exists as a social, cultural and economic phenomenon, as a practice and a science. Globalisation is a relatively new concept in economics, and it refers to the opening of individual national economies to the world economy, with mutual strong co-operation with as few legal barriers as possible. Sustainable development is also a recent economic concept, and it refers to the adjustment of economic development of a certain country to its natural resources, but also the resources of other countries that the respective country uses for its economic activities. The abovementioned differences in the outlook on tourism, globalisation and sustainable development indicate that tourism is a very heterogeneous social phenomenon, and that different approaches and conclusions arise from these differences. Such activity has prompted the need for better linking of economic and political systems of different countries. It is indubitable that the boost of contemporary globalisation is related to economic growth and depletion of natural resources at the global level. This indicates that the globalisation process in terms of energy and environmental constraints could have a self-annihilating character. Simultaneous effects of tourism, globalisation process and sustainable development will significantly affect future development of overall economic and social changes worldwide.