

საერთაშორისო ტურიზმი – ტურისტული ბაზრის მნიშვნელოვანი სეგმენტი

ტურიზმი, როგორც მომსახურების ინდუსტრია XXI საუკუნეში სწრაფი ტემპით ვითარდება. მატალი ეკონომიკური და სოციალური ეფექტიანობის გამო მას ეკონომიკური ფუნქციონის სტატუსი მიენიჭა. ტურიზმი ასევე განიხილება, როგორც საერთაშორისო ბიზნესის სახეობა და მსოფლიო მეურნეობის განვითარების მნიშვნელოვანი ბერკეტი. იგი საერთაშორისო ეკონომიკური ურთიერთობების შემადგენელი ნაწილია, მისი როლი და მნიშვნელობა განუწყვეტლივ იზრდება, როგორც ქვეყნის ეკონომიკაში, ისე, საზოგადოებაში მთლიანად. ტურიზმის განვითარება პირდაპირ ჯავშირშია სახელმწიფოთა ურთიერთობებთან, სოციალურ, საგანმანათლებლო და ეკონომიკურ სფეროებთან.



საერთაშორისო ტურიზმი ზოგადად გადაადგილება (მოგზაურობა) მუდმივი საცხოვრებელი ადგილიდან ქვეყნის საზღვრებს გარეთ. კონკრეტულად კი იგი მოგზაურობათა სისტემაა, სახელმწიფოებს შორის მტკიცედ აღიარებული პროცედურების დაცვით. საერთაშორისო ტურიზმი ორი სახისაა: **შემომყვანი** (ქვეყნის საზღვრებში იმ პირთა გადაადგილება, რომლებიც მოცემულ ქვეყანაში მუდმივად არ ცხოვრობენ) და **გამყვანი** (მოცემულ ქვეყანაში მუდმივად მცხოვრებ პირთა გადაადგილება უცხო ქვეყანაში).

საერთაშორისო ნორმებითა და სტატისტიკით, უცხოელ ტურისტებს მიეკუთვნება ყველა ის პირი, რომელიც სხვა ქვეყანაში ჩადის სხვადასხვა მიზნით, გარდა იმ პროფესიული საქმიანობისა, რომლის ანაზღაურება ამ ქვეყნის მიერ ხდება. ასეთი ადრიცხვის სისტემით, უცხოელ ტურისტთა რიცხვში შედიან არა მარტო ექსკურსიით ჩამოსული ადამიანები, არამედ, დასვენების, მეურნეობის, სპორტულ და სხვადასხვა სანახაობებზე დასასწრებად, ნათესავებთან, მეგობრებთან უცხო ქვეყანაში ჩასული პირები და სხვ.

საერთაშორისო ტურისტული ორგანიზაციების შეთანხმებითა და ოფიციალური მონაცემებით, მსოფლიოში ძირითადად გამოიყოფა ექვსი ტურისტული რეგიონი:

1. **ევროპა** (საბაზრო წილი 57,7%);
 2. **ჩრდ. და სამხრ. ამერიკა კარიბის ზღვის აუზთან** ერთად (საერთო საბაზრო 33,5%);
 3. **ახლო აღმოსავლეთი** (საბაზრო წილი 4,9%);
 4. **აზია, ავსტრალია და ოკეანეთი** (საბაზრო წილი 1,4%);
 5. **აფრიკა** (საბაზრო წილი 4,5%).
- ევროპა დღევანდელი მსოფლიო ტურიზმის

ლიდერია. იგი გამოირჩევა შიდა ტურიზმის სტაბილური განვითარებით. აღსანიშნავია სამეული საფრანგეთი-ესპანეთი-იტალია, რომელთა წილი ბაზარზე არის 14,3-15,2-13,7%, ხოლო ტურისტთა წლიური რიცხვი მერყეობს 75-68-59 მლნ-ის ფარგლებში. ტურების და ტურისტების ძირითადი მოტივაციაა შედარებით მცირე ტერიტორიაზე კულტურათა მრავალფეროვნება, მომსახურების მაღალი ხარისხი და კარგი ინფრასტრუქტურა. აქ განვითარებულია ტურიზმის ყველა სახეობა და წლის ოთხივე სეზონზე მოთხოვნა სტაბილურია. ბუნებრივი ზონები დაწეხული ცივი და ზომიერი სარტყლიდან დამთავრებული ხმელთაშუა ზღვის სუბტროპიკული სარტყლით ქმნის რეკრეაციის მრავალფეროვნებას, ეს კი მნიშვნელოვანი ფაქტორია ტურისტული ნაკადების ზრდისა.

საერთაშორისო ეკონომიკურ ურთიერთობებში ტურიზმი გამორჩეულ როლს ასრულებს. აბსოლუტური მაჩვენებლების მიხედვით, იგი ჩამორჩება ნავთობის, ნავთობპროდუქტებისა და მოხმარების საგნების ექსპორტს. პროცენტულად კი საერთაშორისო ტურიზმი მსოფლიო ეკონომიკაში ასეა წარმოდგენილი:

- **ტურიზმზე მოდის მთლიანი შიდა პროდუქტის (მ.შ.პ.) 13,6%;**
- **მომსახურების სფეროს – 17,3%;**
- **მსოფლიო ეკონომიკაში განხორციელებული ინვესტიციების – 14,8%;**
- **საერთო დანახარჯების მოცულობაა 700-800 მლრდ ა.შ.შ. დოლარი;**
- **მსოფლიო ეკონომიკაში ყოველი მეათე სამუშაო ადგილი მოდის ტურინდუსტრიაზე.**

საერთაშორისო ტურიზმს ორი ტენდენცია ახასიათებს:

1. მისი დამოკიდებულება საგარეო ეკონომიკურ და პოლიტიკურ ფაქტორებზე;

2. ეკონომიკური ციკლების ცალკეული ფაზების დროს საქმიანობის მასშტაბების სწრაფი აღდგენის შესაძლებლობები (უნარი).

მსოფლიო ეკონომიკაში საერთაშორისო ტურიზმს განსაკუთრებული დატვირთვა გააჩნია, რისი გამოვლენაც ხდება არა მარტო ეკონომიკურ, არამედ, პოლიტიკურ და კულტურულ ასპექტებში. საერთაშორისო ეკონომიკური ურთიერთობების ახალი ტიპები ქმნიან ტურიზმის განვითარების განსაკუთრებულ პირობებს (იგულისხმება, როგორც საერთაშორისო, ისე, ეროვნული ტურიზმი). ტურისტული მოთხოვნის ფორმირება საერთაშორისო ბაზარზე, გარკვეულწილად ახასიათებს საწარმოო ძალთა განვითარების დონეს, ტურპროდუქტების მოხმარების თავისებურებებს და საერთოდ, ტურისტული ბაზრის ფუნქციონირებისა და სეგმენტაციის მასშტაბებს.

მსოფლიოს ყველა ტურისტულ რეგიონს გააჩნია ღირსშესანიშნაობანი, რომლითაც შეიძლება ტურისტების დაინტერესება. ზოგიერთი მათგანი აღიარებულია მსოფლიოში და ხშირ შემთხვევაში გამოდის ქვეყნის „ტურისტულ მარკად“ – ტურისტების მოზიდვის ბუნებრივ საშუალებად. მაგ: შვეიცარიის ალპები (განსაკუთრებით კურორტები **დავოსი** და **აროზა**). არსებობს აგრეთვე ხელოვნურად შექმნილი ღირსშესანიშნაობანიც, მაგალითად, **დისნეილენდი**. მსოფლიო ტურბაზარზე შესამჩნევია „განსაკუთრებული ეგზოტიკური“ ადგილების ტურისტთა ყურადღების ცენტრში მოქცევა, ამ მხრივ მოთხოვნის შესამჩნევი ზრდა უკვე გამოიკვეთა აზიისა და ავსტრალია – ოკეანეთის რეგიონზე. ტურბაზრის სრული ათვისების მიზნით საჭიროა სუსტად განვითარებულ ქვეყნებში მსოფლიო სტანდარტების ინფრასტრუქტურის შექმნა. ზოგჯერ შეიმჩნევა ბუნებრივ ღირსშესანიშნაობათა ტრანსფორმაციის ტენდენცია მა-

თი ტურიზმში გამოყენების მიზნით. მაგ: **საინტერესო ბუნებრივი ლანდშაფტების გადაქცევა ეროვნული პარკებად**, აგრეთვე ტრადიციული ადგილობრივი დღესასწაულების აღნიშვნა უფრო საინტერესოდ და კოლორიტულად ტურისტების დაინტერესების მიზნით.

საერთაშორისო სტატისტიკით ტურების საერთო რაოდენობაში მეტი წილი მოდის ე.წ. „**გამოსასვლელი დღეების ტურებზე**“, მას მოსდევს მოკლევადიანი (6-10) დღეზე ტურმოგზაურობები, შემდეგ კი უფრო ხანგრძლივი პერიოდის ტურები. საერთაშორისო ტურისტული მიმოსვლა ყოველწლიურად საშუალოდ 6-8%-ის ფარგლებში იზრდება, ხოლო შემოსავლები კი 10-15% ფარგლებში. გაეროს მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციის მონაცემებით, 2008 წ. ტურისტების რიცხვმა 900 მლნ გადაამეტა, რაც 52 მლნით მეტია გასულ 2007 წელზე, რაც შეეხება შემოსავლებს, საერთაშორისო ტურიზმიდან შემოსავლებმა 783 მლრდ ა.შ.შ. დოლარს მიაღწია (რაც თითქმის 57 მლრდ ა.შ.შ. დოლარით მეტია 2007 წლის მაჩვენებელზე).

ყველა ტურრეგიონი და ქვეყანა ცდილობს აამაღლოს საერთაშორისო ტურიზმის ეკონომიკური ეფექტიანობა, გაზარდოს ტურისტთა რაოდენობა, ტურების ვადები და საშუალო ამონაგები. ტურინდუსტრიის ეფექტიანობის მაჩვენებელს, რომელიც ზოგადად ახასიათებს დარგის შემოსავლიანობას, შემდეგი სახე აქვს:

$$E = (II + DwB) \times 100/PK$$

II – მოგება;

DwB – ადგილობრივ და უცხოურ ვალუტებს შორის გაცვლითი კურსის სხვაობა;

PK – კაპ. დაბანდებათა მოცულობა.

როგორც ვთქვით, ტურისტთა მიმოსვლისა და შემოსავლების მხრივ ბოლო წლებში ევროპა ლიდერობს. მოგახსენებთ, ნებისმიერ ქვეყანაში ტურიზმის განვითარებისთვის გადამწყვეტი მნიშვნელობა აქვს მსოფლიო მთავარ ტურისტულ ბაზართან-ევროპასთან მის ტერიტორიულ სიახლოვეს. ამ თვალსაზრისით საქართველოს უდავოდ ხელსაყრელი გეოპოლიტიკური მდებარეობა გააჩნია. ტურიზმის სათანადოდ განვითარების შემთხვევაში მას შეუძლია გარკვეული პრეტენზია განაცხადოს ევროპული (და არა მარტო ევროპული) ტურისტების დანახარჯების გარკვეულ სეგმენტზე.

დარგის მულტიპლიკატორული ეფექტიდან გამომდინარე, ჩვენის აზრით საქართველოში ტურიზმის განვითარების უახლეს (3-5 წლის) პერსპექტივის ამოცანად უნდა დაისახოს ქვეყანაში 1,0-1,5 მლნ ტურისტის მიღება, საიდანაც მიღებული შემოსავალი მიაღწევს 1 მლრდ ა.შ.შ. დოლარს. ასეთ შემთხვევაში ბიუჯეტში მხოლოდ ტურიზმიდან შეიძლება შევიდეს 500-700 მლნ. ლარი. საერთაშორისო გამოცდილებით,





უცხოეთიდან შემოსულ ყოველ 10 ტურისტზე მოდის 1 სამუშაო ადგილი უშუალოდ ტურიზმის სფეროში. ამიტომ 1 მლნ. ტურისტის მიღების შემთხვევაში დარგში დასაქმდება 100 000 კაცი. გასათვალისწინებელია ის გარემოებაც, რომ უშუალოდ ტურიზმში შექმნილი ერთი სამუშაო ადგილი ქმნის ორ ახალ სამუშაო ადგილს მის მონათესავე დარგებში. ე.ი. დამატებით ჩვენს ქვეყანაში შეიძლება დასაქმდეს 200 000 ადამიანი.

საქართველოში საერთაშორისო ტურიზმის განვითარებას უდავოდ შეუწყობს ხელს ევრაზიის დერეფნისა და „აბრეშუმის გზის“ სრულმასშტაბიანი ამოქმედება. დარგის შემდგომი აღმავლობისათვის კი აუცილებელია გატარდეს შემდეგი ღონისძიებები:

- დარგისადმი პროტექციონიზმი და ლიბერალური პოლიტიკის გატარება;

- ტურინფრასტრუქტურის მსოფლიო სტანდარტებთან შესაბამისობაში მოყვანა;

- ტურიზმის მენეჯმენტის უცხოური გამოცდილების აქტიური ანალიზი და გაზიარება;

- დარგის მაღალი მულტიპლიკატორული ეფექტის მაქსიმალური და გონივრული გამოყენება;

- მარკეტინგული კვლევების დივერსიფიკაცია – ბაზრის პერსპექტიული სეგმენტების მოძიება და მარკეტოლოგთა ძალისხმევის გააქტიურება.

გიგა მაისურაძე,
ეკონომიკის აკადემიური
დოქტორი;
თინათინ ლაჭაძე,
სსაუ ასოცირებული
პროფესორი

ANNOTATION

THE INTERNATIONAL TOURISM – SIGNIFICANT SEGMENT OF TOURIST MARKET

G. Maisuradze, T. Lachkepiani

International tourism is the economical complex which development is mainly stipulated by the global economical processes and relationship and not by internal reasons, however at the same time tourism is an important multiplier of economical rise of many countries as it plays a role of a distributive channel for the GNP within the countries.

Proceeding from the world experience, in the tourism

countries, thanks to tourist business the trade and service sphere considerably develops, which is a source of growth of currency incomes and local population employment. Georgia tourism is passing through a new stage of development.

Considerations about elaboration of proper tourism policy and the recommendations are given.