

ინფრასტრუქტურა, როგორც ტურიზმის განვითარების ფაქტორი

ტერმინი ინფრასტრუქტურა სამხედრო ტექნიკიდანაა გადმოღებული. ასე უნოდებდნენ ზურვის ნაგებობების კომპლექსს, რომელიც შეიარაღებული ძალების ბრძოლისუნარიანობას განაპირობებს.



კონსტანტინე აბულაძე

ეკონომიკის დოქტორი, პროფესორი

ინფრასტრუქტურა ლათინური სიტყვაა (infra – ქვე, structura – განლაგება, აგებულება). ეს არის ურთიერთდაკავშირებული მომსახურე სტრუქტურების კომპლექსი, რომელიც უზრუნველყოფს ძირითადი ეკონომიკური და საზოგადოებრივი მექანიზმების ფუნქციონირებას.

განხილვის დონის მიხედვით, ეს შეიძლება იყოს ცალკეული ობიექტები, შენობები, ნაგებობები (პორტები, ელექტროსადგურები, საწოლები, სკოლები, საავადმყოფოები, თეატრები, სტადიონები ან ეკონომიკის მთელი დარგები (ტრანსპორტი, განათლება, მეცნიერება და სხვა).

ერთობლიობაში ინფრასტრუქტურის ელემენტები ასახავენ კონკრეტული ტერიტორიის ათვისების ხარისხს, მისი სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების დონეს. თავისი დანიშნულებით ისინი ორ ჯგუფად იყოფა:

პირველი - საწარმოო ინფრასტრუქტურა, მოიცავს ძირითადად წარმოებასთან დაკავშირებულ ელემენტებს, რომლებიც აგრეთვე ნაწილობრივ მოსახლეობასაც ემსახურება (შენობების, ნაგებობების, ენერჯო, წყალმომარაგების ქსელების, კავშირგაბმულობის, საბითუმო ვაჭრობის, მატერიალურ-ტექნიკური მომარაგების მეცნიერების კომპლექსი);

მეორე - სოციალური ინფრასტრუქტურა, მოიცავს მოსახლეობის მომსახურებასთან დაკავშირებულ ელემენტებს, რომლებიც წარმოადგენენ ისეთი სფეროების მატერიალურ-ტექნიკურ საფუძველს, როგორებიცაა: ჯანდაცვა, განათლება, კულტურა, დასვენება, სპორტი, საცალო ვაჭრობა და მოსახლეობის საყოფაცხოვრებო მომსახურება.

ძნელია ამ ორ ჯგუფს შორის ისევე, როგორც ზოგადი ინფრასტრუქტურისა და ტურიზმის ინფრასტრუქტურას შორის მკაფიო ზღვარის გატარება, მაგრამ მათი თეორიული განცალკევება არ არის აზრს მოკლებული. თუ პირველი ჯგუფის ელემენტებს უნდა ახასიათებდეს კორელაცია მატერიალური წარმოების დარგების განლაგებასა და განვითარებასთან, მეორე ჯგუფის ელემენტები მოსახლეობის რაოდენობის პროპორციულად უნდა ვითარდებოდეს.

საწარმოო ინფრასტრუქტურის განვითარების დონე შესაძარია ქვეყნის ზოგად ეკონომიკურ პოტენციალთან, ხოლო სოციალური ინფრასტრუქტურის განვითარება – მოსახლეობის კეთილდღეობასთან.

სამწუხაროდ, ზოგჯერ ინფრასტრუქტურას, როგორც ცნებასა და ეროვნული მეურნეობის უმნიშვნელოვანეს კომპლექსს,

არასწორად, ფრაგმენტარულად უდგებიან.

ინფრასტრუქტურა სისტემურ ხედვასა და მიდგომას მოითხოვს ვინაიდან იგი ერთიანი, მთლიანი, მრავლისაგან შემდგარი კომპლექსია, რომლიდანაც ერთ-ერთი ელემენტის გამორიცხვა სისტემის სრულყოფილ ფუნქციონირებას შეუძლებელს გახდის. მაგალითად, მიუხედავად იმისა, რომ ეკონომიკური საქმიანობის თითქმის ყველა სახეობა ელექტრომომარაგებასთან და ტრანსპორტთანაა დაკავშირებული, არ შეიძლება ითქვას, რომ ცალკე აღებული ელექტროგადამცემი ხაზები ისევე, როგორც ტრანსპორტი, ინფრასტრუქტურაა, ვინაიდან იგი ინფრასტრუქტურის ერთ-ერთი ელემენტია.

მხოლოდ ყველა ზემოხსენებული ელემენტი, როგორც საწარმოო, ასევე სოციალური ერთად აღებული არის ის, რასაც შეიძლება ინფრასტრუქტურა ვუწოდოთ, წინააღმდეგ შემთხვევაში, ეს ტერმინი ისევე, როგორც მთელი კომპლექსი, რომელსაც იგი გულისხმობს აზრს კარგავს.

ინფრასტრუქტურას სამი მნიშვნელოვანი მახასიათებელი გააჩნია.

პირველი: მისი შემადგენელი დარგები უშუალოდ არ აწარმოებენ საგნობრივ, მატერიალურ



ფასეულობებს და აქედან გამომდინარე, ინფრასტრუქტურის შექმნაზე გაწეული დანახარჯების ამოგება შესაძლებელია მხოლოდ მაშინ, როდესაც მასთან დაკავშირებული დარგები დაიწყებენ პროდუქციის წარმოებას.

მეორე: ინფრასტრუქტურის შექმნა წინ უნდა უსწრებდეს ტერიტორიის სამეურნეო ათვისებას.

მესამე, რაც ძალზე მნიშვნელოვანია საწარმოო ძალთა განლაგებისთვის - ინფრასტრუქტურის განვითარების დონე განსაზღვრავს რაიონის, რეგიონის ან ქვეყნის ყოველმხრივი ეკონომიკური განვითარების შესაძლებლობებს.

ინფრასტრუქტურა ტურიზმის, ისევე როგორც სხვა დარგების განვითარების ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი ფაქტორია. ტურისტულ ინფრასტრუქტურას თავისი სპეციფიკა გააჩნია. მან უნდა უზრუნველყოს ტურისტულ საწარმოთა ეფექტიანი ფუნქციონირება, ხელი შეუწყოს ტურისტული პროდუქტის წარმოების პროცესს.

ამიტომ ტურისტული ინფრასტრუქტურა აგრეთვე გულისხმობს ქვეყნის ზოგადი ინფრასტრუქტურის ელემენტებს - საწარმოო ინფრასტრუქტურას, სატრანსპორტო ინფრასტრუქტურას (აეროპორტები, ტურისტუ-

ლი გადაზიდვებით დასაქმებული სატრანსპორტო ორგანიზაციები); სავაჭრო ინფრასტრუქტურას (ტურისტული მოთხოვნის საქონლის საცალო ვაჭრობის ორგანიზაციები) და სხვა.

ამასთან, ტურიზმის ინფრასტრუქტურას გააჩნია სპეციფიკური შემადგენელი ნაწილებიც: **ტურიზმის მართვის ორგანოები** (სახელმწიფო დაწესებულებები, რომელთა ფუნქციებშიც შედის ტურიზმის განვითარების ხელის შეწყობა ქვეყანასა და რეგიონებში); **ტუროპერეტივების ინფრასტრუქტურა:** (ტურისტული მოგზაურობის რეალიზაციით დასაქმებული ფირმები); **სასწავლო ინფრასტრუქტურა** (დარგისთვის სპეციალისტების მომზადებისა და კვალიფიკაციის ამაღლების დაწესებულებები); **სამეცნიერო ინფრასტრუქტურა** (ტურიზმის დარგში სამეცნიერო კვლევებით დასაქმებული სამეცნიერო-კვლევითი ორგანიზაციები) **საინფორმაციო ინფრასტრუქტურა** (დაჯავშნისა და ადგილების რეზერვირების სისტემები).

XX საუკუნის 90-იან წლებში ტურისტულ ინდუსტრიაში აქტიურად დაიწყო და სწრაფი ტემპებით მიმდინარეობს დაჯავშნის ელექტრონული ქსელების დანერგვა.

ამჟამად, როდესაც მსოფლიოში ტურისტული პროდუქ-

ტის მიწოდებამ გადააჭარბა მოთხოვნას, ტურისტული ბაზრები და მათი სუბიექტები უკვე სხვა პრინციპებით მუშაობენ, ტურიზმის მარკეტინგი კონსტრუქციულ ცვლილებებს განიცდის.

თანამედროვე მარკეტინგი ბრძოლაა, რომელშიც უპირობოდ იმარჯვებს ინფორმაციის მფლობელი. დიდი ბიზნესის მხრიდან სწორედ ასეთ დამოკიდებულებაზე მეტყველებს თუნდაც ის, რომ სხვადასხვა კომპანიების მიერ მხოლოდ ავიაბილეთებისა და სასტუმროების დაჯავშნის გლობალური ქსელის შექმნის პროექტების დაფინანსებაზე 3 მლრდ. დოლარი დაიხარჯა.

პროექტის მხოლოდ პირველი ფაზა 250 მლნ. ამერიკულ დოლარზე მეტი დაჯდა კონსორციუმ AMADEUS-ს. ამ თანხის დაახლოებით ნახევარი შეადგინა GALILEO-ს დანახარჯებმა. კომპანია COVIA-მ (APOLLO) მთლიანობაში 1,3 მლრდ. დოლარი დააბანდა.

დაჯავშნის ყველაზე დიდ სისტემას წარმოადგენს ცნობილი კომპანია „ჰოლიდეი ინის“ კუთვნილი ქსელი „ჰოლიდეიქს 2000“. აღნიშნულ სისტემაში შედის კომპიუტერული ცენტრი ატლანტაში (აშშ), ჩართული 20-ზე მეტ საერთაშორისო კომპიუტერულ ქსელში და შეერთებული 56 ქვეყანაში განლაგებულ 1770 სასტუმროსთან, რომელთა სანომრე ფონდში 338 ათასამდე ნომერია. მას გააჩნია მრავალი შეპირისპირება ზემოაღნიშნულ გლობალურ სისტემებთან AMADEUS, GALILEO, SABRE. გამოყენებულია თანამგზავრული კავშირი. სისტემა წელიწადში დაჯავშნის 30 მილიონზე მეტ ოპერაციას აწარმოებს.

სასტუმროს კლიენტების მონაცემთა ბაზის შექმნა – სიახლე, რომელიც ჯერ კიდევ გასული საუკუნის 30-იან წლებში პირველმა შემოიღო სასტუმრო მარკეტინგის გენიოსმა ამერიკელმა რალფ ჰიტცმა, უკვე სას-



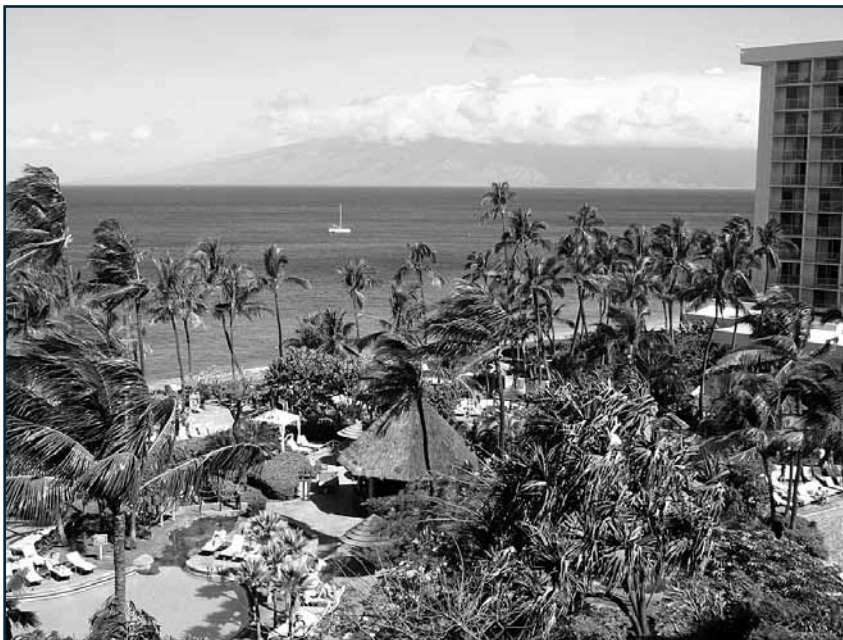
ტუმრო ინდუსტრიის ნორმად იქცა.

ამჟამად სასტუმროების საერთაშორისო კომპანიები ეფექტიანად იყენებენ აღნიშნულ პრინციპზე აგებულ სისტემებსა და ტექნოლოგიებს.

ტურისტულ ბიზნესში ახალი წესების შემოღებასა და ტურიზმის ეკონომიკური ეფექტიანობის ამაღლებას ბევრად შეუწყო ხელი მართვისა და ადგილების რეზერვირების ერთ-ერთმა უდიდესმა ავტომატიზებულმა სისტემამ – “SITEL-America Space Bank”, რომელსაც გააჩნია პუნქტების განმტოებელი ქსელი ევროპაში, ჩრდილოეთ ამერიკასა და აზიაში.

უდიდესი ტურისტული ფირმები, სასტუმროთა საერთაშორისო ქსელები, აქტიურად იყენებენ მართვისა და ნომრების რეზერვირების ავტომატიზებულ სისტემებს.

მსოფლიოს თითქმის 500 ათას ტურისტულ სააგენტოში და კორპორაციულ კლიენტებთან დაყენებულია აშშ-ისა და ევროპის ავიაკომპანიების კუთვნილი, დაჯავშნის გლობალური სისტემების ტერმინალები, 1500-ზე მეტი სასტუმრო სარგებლობს დაჯავშნის სისტემა Hotel Bank-ით, რაც საშუალებას აძლევს 400 ათას ტურაგენტს, დღე-ღამის ნებისმიერ დროს ავტომატურად დაჯავშნოს სის-



ტემაში ჩართული სასტუმროს ნომრები.

კომპანია American Express აქვს 1700 ოფისზე მეტი მსოფლიოს 130 ქვეყანაში, მათ შორისაა კორპორაციული მომსახურების მსხვილი ტურისტული ცენტრები, წარმომადგენლობები კორპორაციებში, ტურისტული კომპანიები სკანდინავიის ქვეყნებში, საფრანგეთსა და ბელგიაში.

American Express-ის კლიენტებია Coca-Cola, AT&T, საერთაშორისო სავალუტო ფონდი, მსოფლიო ბანკი და სხვა.

მსოფლიოს 141 ქვეყანაში

განლაგებული კომპანია Carlson Vagonlit-ის სამი ათასი ოფისიდან შესაძლებელია პროგრამაში Carlson Vagonlit Travel მონაწილე სასტუმროების დაჯავშნა, მათი ინფორმაციის განთავსება კომპანიის სპეციალიზებულ ინტერნეტ-სერვერზე.

Carlson Vagonlit-ის მომსახურებით სარგებლობს: Nestle, General Electric, Fiat, IBM, Canon და მრავალი სხვა ცნობილი კომპანია.

Business Travel International (BTI) პროგრამის ფარგლებში სასტუმროების დაჯავშნა შესაძლებელია 70 ქვეყნის, BTI-ს სამი ათასი ოფისიდან, შესაბამისი ინფორმაციის განთავსება – კომპანიის სპეციალიზებულ ინტერნეტ-სერვერზე და კორპორაციული კლიენტების ინტერნეტ-საიტებზე.

Woodside Travel Trust აერთიანებს 150-მდე ტურისტულ კომპანიას, მას აქვს 5 ათასზე მეტი წარმომადგენლობა 76 ქვეყანაში.

აღმოსავლეთ ევროპის ტერიტორიაზე სასტუმრო მომსახურების დაჯავშნას უზრუნველყოფს Key System. აღნიშნული სისტემის მომხმარებლებია კერძო პირები, ათასზე მეტი ტურისტული სააგენტო და კორპორაციული კლიენტი.



სამხრეთ-აღმოსავლეთ აზიაში შექმნილი ტურისტული მომსახურების დაჯავშნის სისტემა “Galaxy”, ამჟამად უკვე მთელ მსოფლიოშია გავრცელებული. მას 150 ათასზე მეტი მომხმარებელი – მსხვილი ტუროპერატორი და ტურაგენტი იყენებს.

გაერთიანებულ არაბულ ემირატებში კომპანია Destinations of the World-ის მიერ შექმნილი იგივე დასახელების მქონე კომპანიის ტურისტული მომსახურების დაჯავშნის სისტემა მსოფლიოს 82 ქვეყნის ტურისტულ ფირმას ემსახურება.

XX საუკუნეში ტურიზმის განვითარება ძირითადად უკავშირდებოდა სატრანსპორტო ტექნოლოგიებს, XXI საუკუნეში კი მას განაპირობებს გლობალური საინფორმაციო სივრცე, უახლესი ტექნოლოგიები, მომხმარებელთა გაზრდილი მოთხოვნა და სხვა მნიშვნელოვანი ფაქტორები.

საერთაშორისო ტურისტული ბაზრის ცვლილებების, ტურიზმის განვითარების დინამიკის, ტენდენციების გათვალისწინებით დარგში შექმნილი ვითარება მოითხოვს ადეკვატურ რეაგირებას, მაგრამ ტურიზმის სასწავლო ინფრასტრუქტურა მნიშვნელოვნად ჩამორჩება აღნიშნულ პროცესებს.

მხედველობაში მაქვს არა მარტო დარგისათვის კადრების



მომზადების დაწესებულებათა რიცხვი, არამედ ამისათვის საჭირო მატერიალურ-ტექნიკური ბაზა – სასტუმროების, ტურისტული სააგენტოების ფუნქციონალური მოდულები, მართვის ავტომატიზებული სისტემები, სხვა სპეციალური მოწყობილობა და აღჭურვილობა, რომლის გარეშეც შეუძლებელია მომსახურების თანამედროვე ტექნოლოგიების ათვისება, მაღალკვალიფიციური სპეციალისტების მომზადება.

მიუხედავად ამისა, ტურიზმისა და ტურისტული ბიზნესისადმი მზარდი ინტერესი, რო-

მელიც ბოლო პერიოდში შეიმჩნევა საქართველოში, ბევრად განაპირობებს ტურისტული განათლების ახალ-ახალი სტრუქტურების შექმნას.

ამჟამად ტურიზმის სპეციალობებს ეუფლება ოცამდე სახელმწიფო და კომერციული უმაღლესი სასწავლებლის სტუდენტი, მაგრამ არსებული სასწავლო ინფრასტრუქტურა ვერ უზრუნველყოფს დარგს მაღალკვალიფიციური კადრებით.

ჩვენს ქვეყანაში არ არის ტურისტული პროფილის სპეციალიზებული უმაღლესი სასწავლებლები. ზოგადი პროფილის უმაღლეს სასწავლებლებში კი რთულია აუცილებელი სასწავლო ინფრასტრუქტურის შექმნა.

ამის კომპენსაცია ნაწილობრივ შესაძლებელია სწავლების პროცესის დაკავშირებით პროფესიულ სამყაროსთან, მაგრამ დღემდე ვერ მოხერხდა ტურისტული სპეციალობების შემსწავლელ სტუდენტთა ეფექტიანი სტაჟირების ორგანიზაცია, აქცენტის გადატანა თეორიის, თანამედროვე ტექნოლოგიებისა და პრაქტიკის ერთობლიობის საკითხებზე.

სპეციალისტების მომზადების ძირითადი წინააღმდეგობა იმაშია, რომ ხშირად დარგისა და მისი მაკროეკონომის ახალი



რეალიები აღიქმება მოძველებული შეხედულებებისა და ცოდნის, მოძველებული საგანმანათლებლო სტანდარტების პოზიციებიდან.

ტურიზმის სასწავლო ინფრასტრუქტურაში არსებული

პრობლემები განაპირობა უმაღლესი განათლების სისტემის მრავალწლიანმა კრიზისმა, რომელიც არსებითად ხარისხის კრიზისია.

სწორედ ამიტომ საქართველოს კანონში „უმაღლესი გა-

ნათლების შესახებ“, სწავლების ხარისხი განხილულია როგორც თანამედროვე მოთხოვნებისადმი ადაპტირებული განათლების სისტემის, სასწავლო ინფრასტრუქტურის ჩამოყალიბების უმნიშვნელოვანესი წინაპირობა.

РЕЗЮМЕ

ИНФРАСТРУКТУРА, КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

Константин Абуладзе

Доктор экономики, профессор

Инфраструктура - это сложный и весьма важный по значимости комплекс взаимосвязанных обслуживающих структур, который обеспечивает функционирование основного общественного и экономического механизма.

И зависимости от уровня рассмотрения это могут быть как отдельные объекты - здания, сооружения (аэропорты, коммуникации, складские хозяйства, образовательные учреждения, театры, стадионы) так и целые отрасли экономики (транспорт, наука, образование и др.)

В совокупности элементы инфраструктуры отражают степень освоения конкретной территории, уровень её социально-экономического развития. Они делятся на две группы: первая - производственная инфраструктура. Она в основном охватывает элементы, связанные с производством. Часть из них также обслуживает и население (энергия и водоснабжение, транспорт, связь).

Вторая группа - социальная инфраструктура. Она охватывает элементы, связанные с обслуживанием населения, которые представляют материально-техническую основу здравоохранения, образования, культуры, спорта, отдыха, розничной торговли и бытового обслуживания.

Между этими двумя группами, также как и между общей инфраструктурой и инфраструктурой туризма, трудно провести четкую грань, однако их теоретическое разделение не лишено смысла. Если для элементов первой группы отраслей характерна корреляция между расположением и развитием отраслей материального производства, то элементы второй группы должны развиваться пропорционально количеству населения.

Таким образом, уровень развития производственной инфраструктуры сопоставим с общеэкономическим потенциалом страны, а развития социальной инфраструктуры - с благосостоянием населения.

Следует непременно отметить, что инфраструктура обладает тремя существенными характеристиками.

Первая - отрасли её составляющие, непосредственно не производят вещественных, материальных благ и поэтому покрытие расходов на создание инфраструктуры возможно лишь после того, как связанные с ней отрасли или предприятия начнут производство продукции.

Вторая - создание инфраструктуры должно опережать хозяйственное освоение территории.

Третья, самая существенная для производственных сил

- зависимость экономического развития страны или её региона от уровня развития инфраструктуры.

Таким образом, инфраструктура является одним из самых значительных факторов развития отраслей экономики.

Инфраструктура туризма имеет свою специфику. Она должна обеспечивать эффективное функционирование туристских предприятий, способствовать процессу производства и реализации туристского продукта.

Поэтому в инфраструктуре туризма подразумеваются также элементы общей инфраструктуры страны - производственной, транспортной (аэропорты, транспортные организации, занятые туристскими перевозками); инфраструктуры торговли (организации розничной торговли туристскими товарами) и др.

Наряду с этим, инфраструктура туризма включает и специфичные составляющие части: отраслевые органы управления (государственные учреждения, в функции которых входит содействие развитию туризма в стране и её регионах); инфраструктура туроперейтинга (фирмы, занятые реализацией туристских путешествий); учебная инфраструктура (учреждения подготовки и повышения квалификации специалистов отрасли); научная инфраструктура (научно-исследовательские организации, занятые исследованиями в области туризма); информационная инфраструктура (глобальные, региональные и национальные системы бронирования и резервирования гостиниц и авиабилетов). Необходимо отметить, что эффективную национальную систему бронирования и резервирования гостиниц нам еще предстоит создать.

В общем контексте инфраструктуры отрасли информационная инфраструктура остается вне поля зрения, отношение к ней, как к чему-то нечто само собой разумеющемуся, хотя она и является определяющей в создании спроса на туристский продукт.

Часто недооцениваются учебная и научная инфраструктура, что несомненно отрицательно сказывается на развитии туризма в Грузии.

Указанным вопросам следует уделить самое пристальное внимание, используя при этом богатейший ресурс - большие возможности транснациональных гостиничных корпораций, предприятия которых расположены на территории Грузии.