

საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი

ხელნაწერის უფლებით

არმაზ ბახტაძე

აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკის რეკრეაციული სექტორის ლოჯისტიკური
უზრუნველყოფის ასპექტები

სადოქტორო პროგრამა – ბიზნესის ადმინისტრირება
შიფრი – 02

დოქტორის აკადემიური ხარისხის მოსაპოვებლად
წარდგენილი დისერტაციის

ა ვ ტ ო რ ე ფ ე რ ა ტ ი

თბილისი

2019 წელი

სამუშაო შესრულებულია საქართველოს ტექნიკურ უნივერსიტეტში
ბიზნესტექნოლოგიების ფაკულტეტი
ბიზნესის ადმინისტრირების დეპარტამენტი

ხელმძღვანელი: პროფესორი რუსუდან ქუთათელაძე

რეცენზენტები:

დაცვა შედგება 2019 წლის „—“ ————— საათზე
საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტის ბიზნესტექნოლოგიების
ფაკულტეტის სადისერტაციო საბჭოს კოლეგიის სხდომაზე, კორპუსი VI,
აუდიტორია -----,
მისამართი: 0175, თბილისი, კოსტავას 77.

დისერტაციის გაცნობა შეიძლება სტუ-ს ბიბლიოთეკაში
ხოლო ავტორეფერატისა – ფაკულტეტის ვებგვერდზე

საუნივერსიტეტო სადისერტაციო საბჭოს მდივანი
ასოც. პროფესორი ლია ბერიკაშვილი

RESUME

The thesis of the doctoral student - **Armaz Bakhtadze** “**Logistics support for the recreational sector of the Autonomous Republic of Adjara**” relates to tourism as a service industry and international business as an important tool for world economy development. Because of high economic and social effectiveness, it has the status of economic phenomenon. The role and importance of tourism in the XXI century is continuously rising in the economy and society of the country. It is an integral part of international economic relations. The rapid growth of tourism is directly related to social, educational and economic spheres of state relations.

Tourism has a significant impact not only on the region but in the material and spiritual spheres of human and society. Travelling as an economic event involves participation in entrepreneurial activity and providing services. And as a social event - tourism - is related to the needs of human beings, organizing their holidays, income, lifestyle, entertainment and so on.

Tourism provides significant direct income for the country, while additionally contributing to the infrastructure development of the country / region, business development associated with the tourism industry and, therefore, the employment of the population. It stimulates the preservation and development of local cultural and historical traditions, public artisanship and development of the country / region, enhances investments in the country, establishing friendly ties with other countries and improving the country's image on the international arena.

The economic importance of tourism is, first of all, reflected in the demand and consumption of tourists. Tourist revenues, expenses and tourist flows are the main indicators of international tourism statistics. The demand and consumption of the tourist product will reflect the economic activity of the country and the region, the number of tourist consumption increases the revenues of tourism industry, stimulates the development of the service sector, raises the demand for goods and services of a certain country / region.

Recreational tourism includes sightseeing-entertainment programs, Tourism-recreational programs, classes of interests, and so on. Accordingly, the recreational tourism product, in essence, is a logistics complex of services and goods that generate the journey or direct contact with it and are in the form of tourist goods or tourism services. In addition, some tourist services, based on its socioeconomic nature, are of material nature (placement, treatment, meals), some are completely invisible and intangible (excursion, impression).

The research aims to be one of the main determinants of tourism sustainable development in the country and the region - its logistic potential to ensure the effective use of tourism-recreational potential and attract maximum number of tourists in a certain period of time.

სადისერტაციო ნაშრომის ზოგადი დახასიათება

თემის აქტუალობა, პირველ რიგში, განპირობებულია ქვეყნის ეკონომიკაში მომსახურების ინდუსტრიის სწრაფი ტემპით განვითარებით. კერძოდ, როგორც ეკონომიკური მოვლენა, ტურიზმი დაკავშირებულია სამეწარმეო საქმიანობასთან, წარმოებასა და მომსახურების გაწევასთან, როგორც სოციალური მოვლენა - ტურიზმი განუყოფელია მომსახურებაზე მოთხოვნისგან, უკავშირდება ადამიანთა მოთხოვნილებებს, მათ დასვენებას, შემოსავლებს, ცხოვრების წესს. ტურიზმი არა მხოლოდ პირდაპირი გაგებით იძლევა მნიშვნელოვან შემოსავალს ქვეყნისათვის, არამედ, იმავდროულად, დამატებით კიდევ არაერთ დადებით შედეგს განაპირობებს, მათ შორისაა ინფრასტრუქტურული განვითარება. ტურიზმის უზრუნველყოფასთან დაკავშირებულია ბიზნესის სხვადასხვა სფეროს განვითარება და, შესაბამისად, მოსახლეობის დასაქმების ზრდა. ტურიზმი აძლევს ბიძგს ქვეყნისა და რეგიონის სამეურნეო საქმიანობას, ასტიმულირებს მომსახურების სფეროს განვითარებას, ადიდებს მოთხოვნას გარკვეული რეგიონის საქონელსა და მომსახურებაზე, საქონელბრუნვაზე.

თანამედროვე საერთაშორისო ტურიზმის წარმოშობის პირველ წყაროდ მაღალგანვითარებული ქვეყნები მიიჩნევა, სადაც სამუშაო დროის წლიურ, კალენდარულ რეჟიმს გამოეყო საშვებულებო და დასვენების დრო. განმსაზღვრელი მათ შორის გახდა ომის შემდგომი მსოფლიოს ეკონომიკის ზრდის მაღალი ტემპები და, შესაბამისად, მოსახლეობის ფართო ფენების შემოსავლებისა და თავისუფალი დროის ზრდა. ტექნიკური სიახლეები განხორციელდა გადაადგილების ყველა სახეობაში. მგზავრობის პერიოდში მგზავრებისთვის კომფორტის შექმნისთვის აუცილებელი მოწყობილობები, სანავიგაციო დანადგარები, ორთქლის ძრავა ახალი ეპოქის მნიშვნელოვანი ნივთები გახდა. განვითარდა და სრულყოფილ იქნა ტრანსპორტის პრაქტიკულად ყველა სახეობა.

XX ს. ტურიზმის არნახული ზრდა და ტერიტორიული გავრცელება ერთ-ერთი შემადგენელია გლობალიზაციის საერთო პროცესისა, რომლის

ძირითადი განმსაზღვრელი პირობებია: საზღვრების გახსნილობა, ქვეყნების ეკონომიკური სისტემების კონვერგენცია (დაახლოება, შერწყმა), გლობალური საინფორმაციო, საფინანსო, სატრანსპორტო სისტემის ჩამოყალიბება.

1991 წელს აშშ-ს ლოჯისტიკის მენეჯმენტის საბჭომ ლოჯისტიკას მისცა შემდეგი განმარტება: „ლოჯისტიკა ესაა საქონლის, მომსახურებისა და თანხმლები ინფორმაციის, წარმოშობის ადგილიდან საბოლოო მომხმარებლისათვის, ეფექტურად და უწყვეტად მიწოდების პროცესების დაგეგმვა, ორგანიზება, მართვა და კონტროლი, რომელიც მიმართულია მომხმარებელთა მოთხოვნების მაქსიმალურად დაკმაყოფილებისაკენ“.

ტურიზმის სადისტრიბუციო/ლოჯისტიკური სისტემა წარმოადგენს დამოუკიდებელი ბიზნესების კომპლექსურ, გლობალურ ქსელს. იგი მოიცავს ყველა იმ არხს, რომლის საშუალებით საერთაშორისო მოგზაური ტურისტულ პროდუქტს იძენს. ფასეულობის შექმნის გლობალური ჯაჭვი - ესაა საწარმოო საქმიანობის ურთიერთდაკავშირებული სახეების სრული ერთობლიობა, რომელსაც ახორციელებენ ფირმები სხვადასხვა გეოგრაფიულ ადგილას; იგი მიმართულია იმაზე, რომ უზრუნველყოს პროდუქტის ან მომსახურების მიწოდება დაწყებული ჩანაფიქრიდან, დამთავრებული სრული წარმოებითა და მიწოდებით საბოლოო მომხმარებლისთვის. გლობალიზაციის პირობებში ამ ჯაჭვის რგოლების განლაგება შესაძლებელია სხვადასხვა ქვეყანაში.

ეკონომიკის ზრდა ცოდნისა და ინფორმაციის გამოყენებაზეა დამოკიდებული და განსაზღვრავს ინოვაციურ განვითარებას და მეცნიერულ-ტექნიკურ პროგრესს (მტკ).რაც უფრო განვითარებულია ქვეყანა, უფრო ძლიერად გამოიყენება მის განვითარებაში საინფორმაციო ფაქტორი და, პირიქით. მაშასადამე, საინფორმაციო და, შესაბამისად, სადისტრიბუციო/ლოჯისტიკური ფაქტორი განსაზღვრავს ამა თუ იმ ქვეყნის წარმატებას ეკონომიკაში.

ტურისტული პროდუქტი გულისხმობს მიწოდების ხერხების მრავალსახეობასა და ერთობლიობას. თუმცა, უნდა აღინიშნოს, რომ ტურისტული პროდუქტის შეფასება მომხმარებლის მხრიდან სუბიექტურია. ბიზნესის შიდა და/ ან გარე მომხმარებლების დაკმაყოფილების მიზნით სერვისული ანუ მომსახურების ნაკადები (განსაკუთრებული სახის პროდუქციის / საქონლის არამატერიალური წარმოება) გენერირდება მთლიან ლოჯისტიკურ სისტემაში/ ქვესისტემაში. ლოჯისტიკური მომსახურების მნიშვნელობის ზრდა აიხსნება შემდეგი მიზეზებით: ა)სხვადასხვა ქვეყნების მთავრობების მიერ მიღებული სოციალური პროგრამები; ბ) მომსახურების ინდუსტრიის განვითარება და მასში სულ უფრო მეტი კომპანიისა და დასაქმებული შრომისუნარიანი მოსახლეობის რაოდენობის კონცენტრაცია; გ) ფირმათა უმრავლესობის მიზანმიმართული საქმიანობა საბოლოო მომხმარებელზე; დ) მომსახურების ინდუსტრიაში ხარისხის საყოველთაო მართვის კონცეფციის განვითარება. სწორედ ამიტომ, თანამედროვე ეტაპზე ლოჯისტიკის პროორეგატივას წარმოადგენს სერვისული ნაკადების მართვა.

ტურიზმის ლოჯისტიკის კომპლექსური სტრუქტურა მოიცავს მის კომპონენტურ, რეგიონულ და ფუნქციონალურ სტრუქტურას.

სახელმწიფო და რეგიონულ დონეზე ტურიზმის ლოჯისტიკის მთავარ პრობლემას წარმოადგენს ტურისტულ-რესურსული პოტენციალის, ტურისტული მეურნეობის, ტურისტული ინფრასტრუქტურის, კერძოდ, ტრანსპორტის და ტურისტული ნაკადების შეთანხმებული და კოორდინირებული მუშაობის უზრუნველყოფა.

ქვეყანაში ან მის ცალკეულ რეგიონში ტურიზმის მდგრადი განვითარების ერთ-ერთ მაჩვენებელს წარმოადგენს მისი ლოჯისტიკური პოტენციალი, რომელმაც უნდა უზრუნველყოს ტურისტულ-რეკრეაციული რესურსების ეფექტური გამოყენება და დროის გარკვეულ პერიოდში ტურისტების მაქსიმალური რაოდენობის მოზიდვა.

კვლევის მიზანი და ამოცანები. კვლევის მიზანია საქართველოში ტურიზმის ბიზნესის მდგრადი განვითარების წინამძღვრების შექმნა, კერძოდ, რეგიონალური ტურიზმის რეკრეაციული სექტორის გამართული ლოჯისტიკური უზრუნველყოფა, რაც გრძელვადიანი პერიოდისათვის დიდ ეკონომიურ სარგებელს იძლევა.

ამ მიზნის მისაღწევად დასახულია შემდეგი ამოცანები: ტურიზმის რეკრეაციულ სექტორში არსებული ლოჯისტიკური უზრუნველყოფის შესწავლა- გამოკვლევა, კვლევის შედეგად მიღებული მაჩვენებლების შეფასება, ლოჯისტიკური სისტემის ეფექტიანობის ანალიზი, ლოჯისტიკური უზრუნველყოფის რეგიონალური სტრატეგიის კრიტიკული განხილვა.

კვლევის საგანი და ობიექტი. კვლევის საგანია ტურიზმის რეკრეაციული სექტორის ლოჯისტიკური უზრუნველყოფის სისტემა, ხოლო კვლევის ობიექტი - აჭარის რეგიონის ტურისტულ-რეკრეაციული პოტენციალი.

პრობლემის კვლევის თანამედროვე მდგომარეობა. ლოჯისტიკის პრობლემაზე მუშაობენ ქართველი და უცხოელი მეცნიერები . ქართველ მეცნიერთაგან განსაკუთრებულად გამოვყოფდი პროფ. ჯ. ვეშაპიძეს.

კვლევის თეორიულ მეთოდოლოგიურ საფუძველს წარმოადგენს გამოჩენილ მეცნიერთა და ცნობილ ეკონომისტთა ფუნდამენტური გამოკვლევები; სხვადასხვა მკვლევართა ანალიტიკური შრომები ტურიზმისა და ლოჯისტიკის საკითხებზე; საქართველოს მთავრობის საპროგრამო დოკუმენტები; პარლამენტის მიერ მიღებული საკანონმდებლო აქტები; საქსტატისა და აღმასრულებელი ხელისუფლების საინფორმაციო-სტატისტიკური და ანალიტიკური მასალები და ქართველ მეცნიერთა გამოკვლევები. სადისერტაციო ნაშრომის **ინფორმაციული წყაროა** საქართველოს ტურიზმის ეროვნული სააგენტოს და სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის სტატისტიკური მონაცემები, ტურიზმის მსოფლიო ორგანიზაციის საინფორმაციო მონაცემები და ინტერნეტ რესურსები.

ნაშრომში გამოყენებულია კვლევის დიალექტიკური მეთოდი, სინთეზის და ეკონომიკურ-სტატისტიკური ანალიზის მეთოდები.

კვლევის მეთოდოლოგია. სადისერტაციო ნაშრომის მეთოდოლოგიურ საფუძველს შეადგენს ეკონომიკური პროცესების და მოვლენების დიალექტიკური განხილვა. წინამდებარე კვლევა ეფუძნება დარგის თეორეტიკოსი და პრაქტიკოსი მეცნიერების ნაშრომებს, თანამედროვე კვლევების გამოქვეყნებულ შედეგებს, საკანონმდებლო-ნორმატიულ აქტებს, საერთაშორისო ორგანიზაციების მიერ გამოქვეყნებულ სტატისტიკურ და ანალიტიკურ მასალებს. კვლევისათვის დასახული ამოცანების შესასრულებლად გამოყენებულ იქნა : რაოდენობრივი და თვისებრივი სამეცნიერო მეთოდები (დისერტაციის მეორე და მესამე თავში); შედარებითი ანალიზი (დისერტაციის მეორე თავში); სისტემური მიდგომა (დისერტაციის პირველ და მეორე თავში); გრაფიკული და ლოგიკური ანალიზი (დისერტაციის მესამე თავში); მონაცემთა სტატისტიკური დაჯგუფება (მესამე თავში) ; სტატისტიკური ანალიზი (დისერტაციის მეორე და მესამე თავში));

დისერტაციის ლიტერატურის მიმოხილვაში, მე-3 თავსა და დასკვნაში გამოყენებულია კრიტიკული და შედარებითი ანალიზის მეთოდები. გარდა აღნიშნული მეთოდებისა ნაშრომის მე 3-ე თავში გამოყენებულია მრავალცვლადიანი ანალიზის მეთოდი. დისერტაციის ყველა თავში გამოყენებულ იქნა სინთეზის მეცნიერული მეთოდი.

კვლევის ინფორმაციულ ბაზას წარმოადგენს უახლესი მეცნიერული ნაშრომები ქართულ და უცხოურ ენაზე მონიგრაფიების, სტატიების, საკონფერენციო მასალებისა და სამეცნიერო ფორუმებზე გამოქვეყნებული პუბლიკაციების სახით, აგრეთვე საერთაშორისო ანალიტიკური ჯგუფებისა და ორგანიზაციების მიერ გამოქვეყნებული სტატისტიკური მონაცემები.

ნაშრომის მეცნიერული სიახლე. ნაშრომში დასახულია ლოჯისტიკური მენეჯმენტის სრულყოფის გზები. ნაშრომი არის საქართველოში პირველი მრავალმხრივი კვლევა, რომელიც უცხოური ლიტერატურის, სტატისტიკური მონაცემების, ექსპერტთა დასკვნების განხილვითა და შეჯერებით წარმოადგენს ტურისტული ბიზნესის, როგორც ლოჯისტიკური უზრუნველყოფის აუცილებლობის შეფასებას. კვლევის შედეგად

მიღებული მეცნიერული სიახლე შეიძლება შემდეგნაირად იქნეს ჩამოყალიბებული:

- **შემოთავაზებულია** ტურისტულ-რეკრეაციული სექტორის ლოჯისტიკური უზრუნველყოფა ინოვაციების, ინფორმაციული ტექნოლოგიებისა და ოპერაციულ-ტექნოლოგიური ალგორითმის გამოყენებით.

- **განხილულია** ტურიზმის სადისტრიბუციო/ლოჯისტიკური სისტემა, როგორც დამოუკიდებელი ბიზნესების კომპლექსური, გლობალური ქსელი, რომელიც მოიცავს ყველა იმ არხს, რომლის საშუალებით საერთაშორისო მოგზაური ტურისტულ პროდუქტს იძენს.

- **ჩამოყალიბებულია** ინოვაციური განვითარებისა და მეცნიერულ-ტექნიკურ პროგრესის განმსაზღვრელი ფაქტორი, რაც ინფორმაციული ტექნოლოგიების ცოდნასა და გამოყენებაზეა დამოკიდებული და, მათსადაამე, განსაზღვრავს ამა თუ იმ ქვეყნის წარმატებას ეკონომიკაში.

- **შეფასებულია** ქვეყანაში /მის ცალკეულ რეგიონში (აჭარა) ტურიზმის მდგრადი განვითარების ერთ-ერთ მაჩვენებელი - მისი ლოჯისტიკური პოტენციალი, რომელიც უზრუნველყოფს ტურისტულ-რეკრეაციული პოტენციალის ეფექტურ გამოყენებას და დროის გარკვეულ პერიოდში ტურისტების მაქსიმალური რაოდენობის მოზიდვას.

- **დასაბუთებულია**, რომ სახელმწიფო თანაბრადორიენტირებული უნდა იყოს როგორც შიდა, ისე საერთაშორისო ტურიზმზე. სახელმწიფო უნდა ცდილობდეს შიდა ტურიზმის განვითარებას, რათა რეზიდენტებისთვის საკუთარი სამშობლო მიმზიდველი ტურისტული დესტინაცია გახდეს, ხოლო დისკრეციული შემოსავლები ადგილობრივ მომსახურებაში აკუმულირდეს.

- **განსაზღვრულია** ტურიზმის ლოჯისტიკა, როგორც სათანადო სტანდარტის ოპერაციების/პროცედურების ერთობლიობა, რომელსაც აუცილებლად თან ერთვის კვალიფიციური/ ხარისხზე ორიენტირებული მომსახურება.

- **რეკომენდებულია** შეთავაზებული ტურისტულ-რეკრეაციული ლოჯისტიკურ-ტექნოლოგიური მეთოდების/მიდგომების სახელმწიფო და რეგიონულ სტრატეგიულ პროგრამებში გამოყენება ტურისტულ-რეკრეაციული ტურიზმის განვითარების მიზნით, რაც მთლიანობაში ხელს შეუწყობს მოსახლეობის ცხოვრების დონის ამაღლებას და ქვეყნის ეკონომიკური ზრდის დაჩქარებას.

პრაქტიკული მნიშვნელობა. კვლევის შედეგად ჩამოყალიბებული თეორიული და პრაქტიკული ხასიათის დებულებები, ანალიტიკური და ფაქტობრივი მასალა, წინადადებები და რეკომენდაციები, ავტორის მიერ გაკეთებული დასკვნები და მიღებული შედეგები შეიძლება გამოყენებულ იქნას ტურიზმის ინდუსტრიაში მოღვაწე ტურისტული ფირმებისა და ტურისტული საწარმოების, აგრეთვე, იმ მეცნიერების მიერ, რომლებიც მუშაობენ ბიზნეს გარემოს გაუმჯობესების საკითხებზე. ასევე, საქართველოს შესაბამისი სამთავრობო სტრუქტურების, სამეცნიერო-კვლევითი ორგანიზაციებისა და დაინტერესებული პირების მიერ რომლებიც ეწევიან სასწავლო-პედაგოგიურ საქმიანობას. საქართველოში ბიზნეს გარემოს გასაუმჯობესებლად.

ნაშრომის მოცულობა და სტრუქტურა. ნაშრომის მოცულობა 150 გვერდია. იგი შედგება შესავლის, სამი თავის, 9 ქვეთავის, დასკვნისაგან, რომელსაც თან ერთვის გამოყენებული ლიტერატურის სია.

თავი 1. რეკრეაციული სექტორის ლოჯისტიკური უზრუნველყოფის ფორმირების თეორიულ-მეთოდოლოგიური საფუძვლები

1.1. რეკრეაციული სექტორის მომსახურების ძირითადი მახასიათებლები და თავისებურებანი

ტურიზმი, როგორც მომსახურების ინდუსტრია, XXI საუკუნეში სწრაფი ტემპით ვითარდება. მაღალი ეკონომიკური და სოციალური ეფექტიანობის გამო მას ეკონომიკური ფენომენის სტატუსი მიენიჭა. ტურიზმი 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 კავშირშია სახელმწიფოთა ურთიერთობებთან, სოციალურ, საგანმანათლებლო და ეკონომიკურ სფეროებთან .

ტურიზმი, როგორც სოციალურ-ეკონომიკური მოვლენა, გარკვეულ გავლენას ახდენს არა მარტო რეგიონზე, რომელშიც ვითარდება, არამედ ადამიანის და საზოგადოების მატერიალურ და სულიერ სფეროებზეც. როგორც ეკონომიკური მოვლენა, ტურიზმი დაკავშირებულია სამეწარმეო საქმიანობასთან, წარმოებასა და მომსახურების გაწევასთან, როგორც სოციალური მოვლენა - ტურიზმი განუყოფელია მომსახურებაზე მოთხოვნისგან, უკავშირდება ადამიანთა მოთხოვნილებებს, მათ დასვენებას, შემოსავლებს, ცხოვრების წესს.

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 პროგრესულ მატებას.

ტურიზმის ინდუსტრიის აღმოცენებას ხელი შეუწყო XIX ს. სამრეწველო გადატრიალებების, ეკონომიკის რადიკალური სტრუქტურული გარდაქმნებისა და ინდუსტრიული საზოგადოების ფორმირების პროცესმა. აღნიშნულმა პროცესებმა მნიშვნელოვანი ცვლილებები გამოიწვია ეკონომიკურ სისტემის ფორმირებასა და მოსახლეობის სოციალურ-ეკონომიკურ მდგომარეობის ჩამოყალიბებაში. ტურიზმის მსოფლიო ინდუსტრიის აყვავება ემთხვევა მეორე მსოფლიო ომის შემდგომ პერიოდს, როცა ტურიზმი მასობრივ საზოგადოებრივად მნიშვნელოვან მოვლენად გადაიქცა. XX ს. ტურიზმის არნახული ზრდა და ტერიტორიული გავრცელება ერთ-ერთი შემადგენელია გლობალიზაციის საერთო პროცესისა, რომლის ძირითადი განმსაზღვრელი პირობებია: საზღვრების გახსნილობა, ქვეყნების ეკონომიკური სისტემების კონვერგენცია (დაახლოება, შერწყმა), გლობალური საინფორმაციო, საფინანსო, სატრანსპორტო სისტემის ჩამოყალიბება, ინტერესის ზრდა სხვა ხალხების, ადგილობრივი კულტურების, მცირე ეთნოსების მიმართ. ამ პერიოდში ტურიზმმა ბევრ ქვეყანასა და რეგიონში ერთობ დადებითი როლი შეასრულა, როგორც სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების კატალიზატორმა. ტურიზმის მსოფლიო ინდუსტრია XXI ს. დასაწყისში ტურიზმის მძლავრი გლობალური ინდუსტრიაა, რომელიც მსოფლიოს მთლიანი პროდუქტის 10%-ს აწარმოებს. მასში ჩართულია მომუშავეთა, მატერიალური საშუალებების, კაპიტალის ძალზე დიდი მოცულობა. ტურიზმი მსხვილი ბიზნესი, დიდი ფული და გლობალური მასშტაბის სერიოზული პოლიტიკაა. მოსახლეობის სულ უფრო დიდი რაოდენობა ერთვება ტურიზმის სფეროში.

რეკრეაციული სექტორის ტურისტების დახასიათება მოცემულია მოგზაურობის სხვადასხვა ტიპის მიხედვით: დასვენება-გაჯანსაღება, გართობა, სპეციალური ინტერესი, ოჯახი. შესაბამისად, მოგზაურობის ტიპი გავლენას ახდენს ტურისტების გადაწყვეტილებებზე ტურების, აქტივობებისა და განთავსების ადგილის შერჩევის დროს. ეს არჩევანი,

აგრეთვე, დამოკიდებულია ტურისტის ასაკზე, ბიუჯეტზე, კულტურულ იდენტობასა და წინა მოგზაურობის გამოცდილებაზე.

აუცილებელია აღინიშნოს, რომ საერთაშორისო ტურიზმის ბაზარი მთელი ტურისტული ბაზრის მხოლოდ ნაწილს შეადგენს, მნიშვნელოვანი წილი მასში შიდა ტურიზმს უკავია და კრიზისულ ვითარებაში სწორედ შიდა ტურიზმია ყველაზე მომგებიან ვითარებაში.

1.2. რეკრეაციული სექტორის ფორმირების და განვითარების თეორიულ-მეთოდოლოგიური ასპექტები

თანამედროვე საზოგადოების განვითარების კვალობაზე იზრდება:

- თავისუფალი დრო;
- სამუშაოზე დახარჯული ძალების აღდგენის მოთხოვნილება;
- მომქანცველი სამუშაო რეჟიმისგან ძალების აქტიური აღდგენის აუცილებლობა.

რეკრეაციული მოთხოვნილებების დასაკმაყოფილებლად ადამიანები არჩევენ ისეთ ადგილებს, რომლებიც მათი მოთხოვნილებების შესაბამის რეკრეაციულ თვისებებს ფლობენ. ყველაზე სასურველი რეკრეაციული რესურსებია:

- ბუნებრივ-რეკრეაციული რესურსები.
 - ისტორიასა და კულტურასთან დაკავშირებული რეკრეაციული რესურსები.
 - სოციალურ ინტერაქტივთან დაკავშირებული რესურსები,
- ტურისტული პროდუქტის დამუშავებითა და რეალიზაციით დაკავებულნი არიან ორი სახის ტურისტული ორგანიზაციები, რომლებიც ტურისტული ინდუსტრიის ძირითად ნაწილებად შეგვიძლია განვიხილოთ, ესენია: ტუროპერატორები და ტურაგენტები; განხილულია ტუროპერატორების მუშაობის ლოჯისტიკური ჯაჭვი.

ტურიზმის სადისტრიბუციო/ლოჯისტიკური სისტემა წარმოადგენს დამოუკიდებელი ბიზნესების კომპლექსურ, გლობალურ ქსელს. იგი მოიცავს ყველა იმ არხს, რომლის საშუალებით საერთაშორისო მოგზაური

ტურისტულ პროდუქტს იძენს. შუამავალი ტურიზმის სფეროში შეზღუდულია მარკეტინგული ბიუჯეტის პირობებში, შესაბამისად, ეს ვითარება მომხმარებელთა ბაზრის გაფართოვების კარგი საშუალებაა. გახილულია ტურისტული პროდუქტის დისტრიბუციის სისტემა, აგრეთვე ტურიზმის ლოჯისტიკის არხები საქართველოში.

ლოჯისტიკური სისტემის ტრადიციული სტრუქტურა მოიცავს:

- არსებულ შემომყვან ტუროპერატორებს;
- საზღვარგარეთ დაფუძნებულ ბითუმად მოვაჭრეებს;
- საერთაშორისო საცალო ტურისტულ აგენტებს;
- მომხმარებლებს.

დადასტურებულია ტურიზმის დაგეგმვის სარგებლიანობა, რაც ტურიზმის გეგმაზომიერ დაგეგმვას ეფუძნება და მოიცავს:

- სანდო კვლევებს;
- ადგილობრივი საზოგადოების ჩართულობას მიზნებისა და პრიორიტეტების დადგენაში;
- მთლიან/პოლისტიკურ მიდგომას;
- სახელმწიფო და კერძო სექტორის თანამშრომლობას.

1.3. რეკრიაციული სექტორის სახელმწიფო რეგულირების თეორიული საფუძვლები

ტურისტული მომსახურების ბაზრის განვითარება მიმდინარეობს ეკონომიკურ ურთიერთობათა სისტემაში. აღსანიშნავია, რომ საბაზრო თვითრეგულაციის და კოორდინაციის მექანიზმი შერწყმულია სახელმწიფო რეგულირებასთან. შეუძლებელია მდგრადი განვითარების უზრუნველყოფა მხოლოდ საბაზრო ფაქტორებზე ორიენტაციის პირობებში ისე, რომ არ დაზარალდეს ბუნებრივი და კულტურული ღირებულებები. მსოფლიო პრაქტიკა მოწმობს, რომ სახელმწიფომ უნდა აიღოს თავის თავზე მარეგულირებელი როლი ტურისტული საქმიანობის სტიმულირებაში.

ტურიზმის განვითარების სახელმწიფო პროგრამები არსებობს მსოფლიოს მრავალ ქვეყანაში, რომლებიც თვლიან ტურიზმს ეკონომიკის განვითარების

ერთ-ერთ ძირითად დარგად, აგრეთვე საკმაოდ მნიშვნელოვანია შემოსავლები, რომლებსაც იღებს სახელმწიფო ტურისტული საქმიანობიდან გადასახადის სახით. განხილულია სხვადასხვა სახელმწიფოს მოდელი: საბაზრო, აქტიური ზემოქმედების, შერჩევითი მოდელი და ა.შ. დასკვნის სახით ნათქვამია, რომ:

- საქართველოს პირობებში ყველაზე უფრო ეფექტური არის მართვის ევროპული და, აგრეთვე, ბრიტანული მეთოდი, რომელიც გამოიყენება ისეთ ქვეყნებში, როგორც არის ინგლისი, საბერძნეთი, იტალია, საფრანგეთი, შვეიცარია, სადაც ტურიზმი მიეკუთვნება მრავალდარგობრივ სამინისტროებს, რომლებიც ახორციელებენ უცხოეთის ქვეყნებში ტურისტული სექტორის მართვას, სამართლებრივი ბაზის შემუშავებას, სტატისტიკური ინფორმაციის შეგროვებასა და დამუშავებას, რეკლამას, გამოფენებში მონაწილეობას, მუშაობას უცხოელ ჟურნალისტებთან, აგრეთვე, ეწვეიან მარკეტინგულ საქმიანობას.

- სახელმწიფო შემოსავლების ზრდა მიღწეული უნდა იყოს ტურიზმის სექტორის სტიმულირების გზით, რაც გულისხმობს ინვესტიციების ჩადებისა და სხვადასხვა ღონისძიებების მხარისდაჭერის აქტებს როგორც სახელმწიფო, ისე კერძო სექტორისა და კომპანიების მხრიდან.

- ტურიზმის მხარდაჭერისთვის სახელწიფომ დროულად უნდა მიიღოს ისეთი რეგულაციები, რომლებიც უკავშირდება; სავიზო რეჟიმს, საბაჟო გადასახადს.

- დამატებითი სტიმულის სახით, ტურისტულ პროდუქტზე მაღალი მოთხოვნის პირობებში საბაჟო გადასახადისგან გათავისუფლება დამატებითი სტიმული ხდება მომხმარებლისთვის პროდუქტით სარგებლობისათვის.

თავი 2. რეკრიაციული სექტორის ლოჯისტიკური უზრუნველყოფის

მენეჯმენტის თანამედროვე მდგომარეობა

2.1. რეკრიაციული სექტორის ლოჯისტიკური მენეჯმენტის საერთაშორისო გამოცდილება

XX საუკუნის ბოლოს ლოჯისტიკური მეცნიერება გვევლინება, როგორც დისციპლინა, რომელიც აერთიანებს შესყიდვების, ანუ მომარაგების ლოჯისტიკას, სამრეწველო პროცესების ლოჯისტიკას, განაწილების ანუ მომსახურების ლოჯისტიკას, სატრანსპორტო ლოჯისტიკას, კომერციულ ლოჯისტიკას, საინფორმაციო ანუ კომპიუტერულ ლოჯისტიკას და რიგ სხვა ლოჯისტიკას.

პროდუქციის განაწილებისას შუამავლების გამოყენებით მიღებული სარგებელი შემდეგია:

- კვლევითი სამუშაოს ჩატარება;
- გასაღების სტიმულირება;
- პროდუქციის გაყიდვის უზრუნველყოფა უფრო ეფექტიანი საშუალებებით; კონტაქტი პოტენციურ მყიდველებთან, მყიდველების მოთხოვნების გათვალისწინებით;
- მოლაპარაკებები პოტენციურ მყიდველებთან;
- გასაღების სტიმულირება საქონელზე ინფორმაციის შექმნითა და გავრცელებით.
- საქონლის ფართო მისაწვდომობის და მისი მიზნობრივ ბაზრებამდე მიყვანის უზრუნველყოფა.

თანამედროვე მსოფლიო ეკონომიკის უმთავრესი მონაწილენი არიან ტრანსნაციონალური კორპორაციები. ტნკ-ები იმ გლობალური პროცესების მონაწილენი არიან, რომლებიც მსოფლიო წარმოებაში ხდება - ესაა ფასეულობის შექმნის გლობალური ჯაჭვების ფორმირება (Global Value Chains, GVC) და საერთაშორისო საწარმოო ქსელები (International Production Networks).

ეკონომიკურ მეცნიერებაში ტრადიციულად ითვლება, რომ ეკონომიკის ზრდა დამოკიდებულია სამ ძირითად ფაქტორზე: მიწასა და სხვა ბუნებრივ რესურსებზე, კაპიტალზე ანუ საწარმოო საშუალებებსა და შრომაზე. თანამედროვე პირობებში მათ დაემატა ახალი, მეოთხე - საინფორმაციო ფაქტორი. ეკონომიკის ზრდა ცოდნისა და ინფორმაციის გამოყენებაზეა დამოკიდებული და განსაზღვრავს ინოვაციურ განვითარებას და მეცნიერულ-ტექნიკურ პროგრესს (მტკ).

ტურისტული პროდუქტი გულისხმობს მიწოდების ხერხების მრავალსახეობასა და ერთობლივობას. თუმცა, უნდა აღინიშნოს, რომ ტურისტული პროდუქტის შეფასება მომხმარებლის მხრიდან სუბიექტურია და ექვემდებარება იმ ფაქტორების ან პირების გავლენას, რომელთაც შეძენილ მომსახურებასთან პირდაპირი კავშირი არ აქვთ (განწყობა, ინდივიდის ჯანმრთელობის მდგომარეობა, ადგილობრივი მოსახლეობა და ა. შ.).

მომსახურება წარმოადგენს განვითარებული ქვეყნების ეკონომიკის წამყვან სექტორს, რომელიც სისტემატურად იზრდება. თანამედროვე პირობებში ახსნილია მიზეზები, რომლითაც განპირობებულია ლოჯისტიკური მომსახურების მნიშვნელობის ზრდა.

თანამედროვე ეტაპზე ლოჯისტიკის პროგრესიწარმოადგენს სერვისული ნაკადების მართვა. შესაბამისად, განხილულია ლოჯისტიკის *კომპონენტური, რეგიონული და ფუნქციონალური სტრუქტურა*, ანუ ტურიზმის ლოჯისტიკის კომპლექსური სტრუქტურა რომელსაც მიეკუთვნება:

- რეკრეაციულ ტურისტული რესურსების ლოჯისტიკა (ტურიზმის რესურსული ბაზის ლოჯისტიკა);
- ტურიზმის მატერიალურ-ტექნიკური ბაზის ლოჯისტიკა, მათ შორის ტურისტების განთავსების სფეროს ლოჯისტიკა (სასტუმრო მეურნეობა) და კვება (სარესტორნო მეურნეობა);

- ინფორმაციული ინფრასტრუქტურის ლოჯისტიკა (ინფორმაციული ლოჯისტიკა ტურიზმში)
- ტურიზმის სატრანსპორტო ინფრასტრუქტურის ლოჯისტიკა (სატრანსპორტო გადაზიდვების ლოჯისტიკა);
- საექსკურსიო მომსახურების ლოჯისტიკა;
- ტურისტული მომსახურების ლოჯისტიკა;
- ტურისტული საქონლის წარმოებისა და განაწილების ლოჯისტიკა.

ქვეყანაში ან მის ცალკეულ რეგიონში ტურიზმის მდგრადი განვითარების ერთ-ერთ მაჩვენებელს წარმოადგენს მისი ლოჯისტიკური პოტენციალი, რომელმაც უნდა უზრუნველყოს ტურისტულ-რეკრეაციული პოტენციალის ეფექტური გამოყენება და დროის გარკვეულ პერიოდში ტურისტების მაქსიმალური რაოდენობის მოზიდვა.

თანამედროვე ეტაპზე ბიზნესის ლოჯისტიკური განვითარების სტრატეგიის ძირითადი პარამეტრები ახალი ინფორმაციული ტექნოლოგიებით განისაზღვრება. მათი გავლენით ბიზნეს-საქმიანობამ შეიძინა შემდეგი 3 ახალი ნიშანი: ის შეიძლება ეფექტიანად განხორციელდეს:

- “ოფისიდან გაუსვლელად”;
- რეალური დროის რეჟიმში;
- ტელეკომუნიკაციების მეშვეობით, და მოიცვას გლობალური ბაზარი (საქონლის, მომსახურების, კაპიტალის, შრომის, ინფორმაციის და ა. შ.).

ჩამოყალიბებულია ტურის შემუშავების განზოგადოებული ლოჯისტიკური მეთოდი . განხილულია, აგრეთვე, ლოჯისტიკაში საფინანსო ნაკადების კლასიფიკაცია და რეკრეაციული სექტორის ძირითადი მდგენელის - განთავსების ობიექტის - ლოჯისტიკურ-პროცედურული ტექნოლოგიური ჯაჭვი/ ლოჯისტიკური ინფორმაციული სისტემა ანუ სასტუმრო საწარმოს ოპერაციების ლოჯისტიკური ციკლი. ეფექტური ლოჯისტიკური ინფორმაციული სისტემების ფორმირებისათვის აუცილებელია:

1. განისაზღვროს კომპანიის ძირითადი ლოჯისტიკური მიზნები: მატერიალური, ფინანსური და ინფორმაციული ნაკადების მოცულობა და მოძრაობის მარშრუტები;

2. კომპანიის ორგანიზაციული სტრუქტურის ანალიზი და ფუნქციონირების ძლიერი და სუსტი მხარეების გამოვლენა;

3. მიწოდების ჯაჭვის ოპერატიული მართვის მექანიზმების შემუშავება.

ეფექტური ლოჯისტიკური გადაწყვეტილების მისაღებად რეკრეაციულ სექტორში ტურისტების მოსაზიდად აუცილებელია ინფორმაციული ტექნოლოგიებში პერიოდული ტრენინგების ჩატარება მცირე და საშუალო ბიზნესის მფლობელთათვის, რაც მათ შესაძლებლობას მისცემს გააფართოვონ ტრადიციული ბიზნესი და შექმნან ბიზნესის ახალი, ვირტუალური სახეობები, ჩაერთონ ელექტრონულ ბიზნესში.

შემოთავაზებულია ტურიზმის ლოჯისტიკურ-პროცედურული ალგორითმი, რომელიც ორიენტირებულია კვალიფიციური მომსახურების ხარისხზე:

$$TLG = O_n + Q$$

სადაც,

TLG - ტურიზმის ლოჯისტიკაა

O - არის ოპერაციები/ პროცედურები

n - სიხშირე/რაოდენობა

Q- მომსახურების ხარისხი

მოცემული ალგორითმიდან ირკვევა, რომ ტურიზმის ლოჯისტიკა წარმოადგენს სათანადო სტანდარტის ოპერაციების/პროცედურების ერთობლიობას, რომელსაც ემატება კვალიფიციური/ ხარისხზე ორიენტირებული მომსახურება.

ამრიგად, ტურიზმის მართვის ლოჯისტიკური სისტემა/ჯაჭვი/სპოცესი, მთლიანად, აგებული და უზრუნველყოფილი და დამოკიდებულია ტურისტული მომსახურების სათანადო სტანდარტისა და კატეგორიის მიხედვით დაგეგმილ ოპერაციებზე, ხოლო მომსახურების წარმოების

ეფექტიანობა დამოკიდებულია ოპერაციების კომპლექსურობასა და ტექნოლოგიების დაცვაზე, (პერსონალის საქმიანობაზე, დაგეგმვაზე და ა.შ) , ხოლო ეფექტიანობის შეფასებისას წინა პლანზე გამოდის მისი ხარისხის ოპტიმალურობა .

ტურიზმის ინდუსტრიაში ეკონომიკური ურთიერთობები, ხარისხის მართვის სისტემები და ოპერაციული მენეჯმენტი ერთმანეთთან მჭიდროდ არის დაკავშირებული და კონკრეტულ ეკონომიკურ ფორმას იძენს.

2.2. რეკრიაციული რესურსების განვითარების მარეგულირებელი სახელმწიფო და საერთაშორისო ორგანიზაციები

განხილულია საერთაშორისო ტურისტული ორგანიზაციები კვალიფიცირდება შემდეგი ნიშნით:

1. ეროვნულ-ტერიტორიული: საერთაშორისო, რეგიონული და ეროვნული ორგანიზაციები. მათ საქმიანობას გააჩნია მსოფლიო, რეგიონული და ეროვნული ხასიათი.
2. საზოგადოებრივ-სახელმწიფოებრივი: სამთავრობო, საზოგადოებრივი, კერძო.
3. საქმიანობის სახეების მიხედვით: მარეგულირებელი, მომწოდებელი, საბაზრო აგენტები, კონსულტანტები, საპროექტო ორგანიზაციები სასწავლო ორგანიზაციები, გამომცემლობები, პროფესიული ასოციაციები, სავაჭრო და სამომხმარებლო ორგანიზაციები.
4. საქმიანობის სფეროს მიხედვით: სატრანსპორტო (საჰაერო, საავტობუსო სარკინიგზო, საავტომობილო და საკრუიზო), ტურისტული აგენტები, ტუროპერატორები, პროფკავშირები.

განხილულია საქართველოს კანონები „პროდუქციის და მომსახურების სერტიფიკაციის შესახებ“, „ლიცენზიებისა და ნებართვების შესახებ“ , „მომხმარებელთა უფლებების დაცვის შესახებ“ , „საინვესტიციო საქმიანობის ხელშეწყობისა და გარანტიების შესახებ“და სხვ. აგრეთვე, აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკის ტურიზმისა და კურორტების დეპარტამენტისა და აჭარის ტურისტული სააგენტოს საქმიანობის

მარეგულირებელი საკანონმდებლო და კანონქვემდებარე ნორმატული ბაზა.
შედეგად:

- საქართველოში ყველაზე დიდ სირთულეს, ტურისტული მომსახურების სფეროში, წარმოადგენს ის ფაქტი, რომ დღესდღეობით ჩვენს ქვეყანაში ჯეროვნად ვერ ხორციელდება ტურიზმიდან მიღებული შემოსავლების აღრიცხვა. სათანადო სააღრცხვო სისტემის და რეგულირების მექანიზმის არარსებობის გამო, ვერ ხერხდება საკურორტო ადგილებში კერძო პირების მიერ გაქირავებული ფართებიდან მიღებული შემოსავლების აღრიცხვა, ყოველივე აღნიშნული კი განაპირობებს იმას, რომ რეალურად ქვეყნის ბიუჯეტში ტურიზმიდან შესული თანხები ძალიან მწირია, ანუ არ მოდის შესაბამისობაში შემოსული ტურისტების რაოდენობასთან.

-ტურიზმი არის სხვადასხვა დარგების ერთობლიობა, ესენია: ტრანსპორტი, მომსახურება, საკვებით უზრუნველყოფა, რეკრეაცია, გართობა. ტურიზმი ერთადერთი ფენომენია, რომელიც ვიზიტორით ან მომხმარებლით განისაზღვრება. ვიზიტორები ყიდულობენ ყველანაირი სახის პროდუქტსა და მომსახურებას. აღრიცხვის თვალსაზრისით უმთავრესია მათი ნავაჭრი დაკავშირებული (ასოცირებული) იქნას მთლიანად ქვეყნის წარმოებასთან, მომსახურებისა და საქონლის ერთობლივ მიწოდებასთან. (TSA)

- საქართველოში ყოფნის ხანგრძლივობის, აქ მიღებული ტურისტული მომსახურების მოცულობის დადგენა, ტურისტული პროდუქციის განსაზღვრა და მისი წილის შეფასება ქვეყნის მშპ-სა და საბიუჯეტო შემოსავლების მოცულობაში, სტატისტიკურ აღრიცხვას დაქვემდებარებული უმნიშვნელოვანესი ამოცანაა.

- მოცემულია ტურიზმის დარგის სახელმწიფო რეგულირების ობიექტების კლასიფიკაცია

2.3. რეკრეაციული სექტორის თანამედროვე პოტენციალის მდგომარეობა აჭარის ავტონომიულ რესპუბლიკაში

საერთაშორისო ვიზიტორების ვიზიტების ზრდის დადებითი დინამიკა ნარჩუნდება როგორც ტრადიციული ბაზრებიდან, ასევე ევროკავშირის

წევრი ახალი სამიზნე ქვეყნებიდან, სადაც აჭარის ტურიზმის დეპარტამენტი სარეკლამო კამპანიებს 2017 წლიდან ანხორციელებს. სხვა აქტივობებთან ერთად აჭარის ტურიზმის დეპარტამენტი რეგიონში მაღალი სერვისის მიმწოდებელი ტურისტული ობიექტების გამოსავლენად ტურისტებისა და სექტორის შეფასებებს იყენებს. კვლევა მომხმარებელთა ონლაინ კვლევას, Trip Adviser-ზე, Booking. Com-სა და Facebook.com-ზე ტურისტების შეფასებების კვლევას ითვალისწინებს.

თავი 3. აჭარის ავტონომიულ რესპუბლიკაში რეკრიაციული სექტორის ლოჯისტიკური მენეჯმენტის სრულყოფის ძირითადი მიმართულებები

3.1. რეკრიაციული სექტორის მენეჯმენტის საკანონმდებლო-ნორმატიული ბაზის სრულყოფა

ბოლო წლებში ტურიზმი სახელმწიფო პრიორიტეტად არის აღიარებული. მომიჯნავე დარგებში (მაგ., საკომუნიკაციო ინფრასტრუქტურაში, მშენებლობაში) დიდი მოცულობის ინვესტიციები იდება როგორც სახელმწიფოს, ასევე, კერძო სექტორის მხრიდან. აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკის რეგიონული განვითარების სტრატეგია ერთ-ერთი პირველი რეგიონული სტრატეგია იყო საქართველოში. შინაარსობრივად რეგიონული განვითარების სტრატეგია ტურიზმის, ისევე, როგორც ეკონომიკის სხვა სფეროებში ძალზე ამბიციური პრიორიტეტების ჩამონათვალს იძლევა. მათ შორის არის კონცეპტუალური საკითხებიც, რომლებიც სცდება არა თუ ტურიზმისა და კურორტების დეპარტამენტის, არამედ, რეგიონული ხელისუფლების კომპეტენციასაც.

დეპარტამენტის მიერ გან-ხორციელებული საქმიანობების ანალიზი შესაძლებლობას გვაძლევს დავასკვნათ, რომ დარგში არსებული გამოწვევების მიუხედავად დეპარტამენტი უმეტესწილად ართმევს თავს დასახულ ამოცანებსა და უმთავრეს მოსალოდნელ შედეგებს - რეგიონში ტურისტების რაოდენობის ზრდას, რაც რეგიონში დარგის განვითარების უმთავრესი ინდიკატორია:

-აჭარაში სასტუმროების რაოდენობა ბოლო პერიოდის განმავლობაში საგრძნობლად გაიზარდა, თუმცა, სერვისის დონის გაუმჯობესების კუთხით ზრდა არ შეინიშნება.

-შიდა მუნიციპალური საგზაო ინფრასტრუქტურის დაბალი ხარისხი რეგიონში შიდა გზების მოუწესრიგებლობა, ერთ-ერთი ძირითადი პრობლემაა, რაც ხელს უშლის ტურისტების დაუბრკოლებელ გადაადგილებას რეგიონის შიგნით. ეს საკითხი ასევე უკავშირდება გზებზე უსაფრთხოების პრობლემას.

მითითებულია გარკვეული ნაკლოვანებები:

- მომსახურების ხარისხი;
- სატრანსპორტო ინფრასტრუქტურა;
- საზღავო სეზონის დროს დასვენების ალტერნატიული შესაძლებლობების ნაკლებობა;
- საგადასახადო და ფინანსური პოლიტიკა;
- ადამიანური რესურსების განვითარება;
- კომუნიკაციისა და კოორდინაციის პრობლემები.

3.2. ინოვაციების გამოყენება რეკრეაციული მენეჯმენტის სახელმწიფო რეგულირებაში

ინოვაცია ა) ყოველთვის დაკავშირებულია ორიგინალური გადაწყვეტილებების პრაქტიკულ გამოყენებასთან; ბ) იძლევა კონკრეტულ ეკონომიკურ, სოციალურ ან სხვა სახის სარგებელს, რომელიც განსაზღვრავს ინოვაციების შეღწევას და გავრცელებას სხვადასხვა მიმართულებით:

გ) გულისხმობს კონკრეტულ ორგანიზაციაში მის გამოყენებას, რაც დაკავშირებულია შემოქმედებით მიდგომასა და განსაზღვრულ რისკთან.

ტურიზმის სფეროში სტრატეგიული მართვისადმი კონცეპტუალური მიდგომა მოწოდებულია უზრუნველყოს კონკურენტუნარიანი სტრატეგიის ფორმირება და ინოვაციური პროცესების ტაქტიკის ფორმირება რეგიონის ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარებაში. ინოვაციურ რეგიონულ

სტრატეგიაში განისაზღვრება ტურისტული საქმიანობის მიმართულების და ინვესტიციების ფორმის პრიორიტეტები ინოვაციებში, ინოვაციური რესურსების ფორმირების წყარო და ხასიათი და აგრეთვე ეტაპების თანმიმდევრობა, რომელიც განსაზღვრავს ტურისტული საწარმოების ინოვაციურ აქტივობას პერსპექტიულ პერიოდში.

ინოვაციების არსებობა დასახული მიზნის მიღწევაში ყოველთვის მნიშვნელოვანია. ხშირად ეს შეიძლება სახელმწიფოს მიერ იქამდე დადგენილ ნორმებსა და წესებსაც ეწინააღმდეგებოდეს, თუმცა ძირითადად ინოვაციების დანერგვა სახელმწიფოს მხრიდან ხელშეწყობით უნდა ხორციელდებოდეს. ინოვაციები უნდა განვიხილოთ როგორც ერთიანი დიდი პროცესის ნაწილი, თუნდაც მაშინ როცა ზოგი ირწმუნება, რომ ინოვაცია ახალი იდეის რეალიზების დაწყების ან პრაკტიკაში დანერგვისთანავე იწყება, ზოგი კი თვლის, რომ უნდა არსებობდეს საზღვარი გამოგონებასა და ინოვაციას შორის, რომ ინოვაციამ გამოგონებისგან განსხვავებით შეიძლება პირდაპირ კომერციალიზაციასთან მიგვიყვანოს. ისეთი სახის ინოვაციები სახელმწიფო რეგულაციაში, როგორცაა ბიზნესის წარმოების წესი, პოლიტიკა, სამუშაო ადგილების ზრდის ხერხი, ხარჯების შემცირების მექანიზმი, ახალი საბიუჯეტო სისტემა, ცალკეული ინსტიტუციანალური სისტემების დანერგვა, კომუნიკაციები, პრობლემის გადაჭრის ახალი ხერხი თუ ნებისმიერი იდეა, შეიძლება გამოყენებული იქნეს ტურიზმის ინდუსტრიის შენებისთვის.

მარკეტინგული ინოვაციები წარმოადგენს ახალი მეთოდების და ბაზრის შესწავლის, საქონლის და მომსახურების გაუმჯობესების ფართო სპექტრს. ტექნოლოგიური ინოვაციები ეს არის სიახლეები, რომელიც დანერგილია უშუალოდ წარმოების პროცესში.

საწარმოო ინოვაციები გვევლინება ახალი პროდუქტებისა და მომსახურების ფორმაში და წარმოადგენს საწარმოს წარმოებით სამეურნეო დინამიკის ძირითად ფაქტორს. მმართველობითი ინოვაციები გვთავაზობს ორგანიზაციული სტრუქტურების ფუნქციების, მართვის პროცესის

ტექნოლოგიების და ორგანიზაციის მართვის სისტემის მუშაობის მეთოდების ცვლილებებს და რეალიზდება სამი ძირითადი ადაპტაციური მექანიზმის ფორმით: სტრუქტურული, ადმინისტრაციული და ინფორმაციული.

მომსახურების სფეროში, მათ შორის, ტურიზმის მომსახურებაში ინოვაციად შეიძლება ჩაითვალოს პრინციპულად ახალი ან არსებითად წარმოებისა და წარდგენის სრულყოფილი მეთოდები, რომელიც ეფუძნება უახლეს ინფორმაციულ და კომუნიკაციურ ტექნოლოგიებს. ტურიზმის დარგში ინოვაციების დანერგვის ძირითად მიზეზებად გვევლინება მოსახლეობის მზარდი მოთხოვნები ტურიზმზე, მრავალი ტრადიციული ტურისტული მიმართულებების სიჭარბე, კონკურენციის გამწვავება, შემოსვლითი ტურიზმის წილის დაკარგვის საშიშროება, საკუთრი მოსახლეობის გასვლის შეზღუდვის აუცილებლობა იმ ანალოგიურ რეგიონებში, რომელიც ამ ქვეყანაშიც არსებობს. სახელმწიფოს ტურიზმის სფეროზე ზემოქმედების თავისებურებებიდან გამომდინარე, მისი ფუნქციონირების უზრუნველყოფის ინტერესებისა და ახალი პარამეტრების მისაღწევად, მიზანშეწონილია, გამოყოფილი იქნას ტურიზმის დარგის სახელმწიფო რეგულირებაში ინოვაციების შემუშავებისა და დანერგვის შემდეგი მიმართულებები:

1. სახელმწიფო რეგულირების ორგანიზაცია, ფორმები და მეთოდები;
2. ტურისტული პროდუქტების პოპულარიზაცია ადგილობრივ და საერთაშორისო ბაზრებზე;
3. აპრობირებული ტურისტული პროდუქტების ხარისხობრივი გაუმჯობესება და ახლის შემუშავება.

ინოვაციებმა სახელმწიფო რეგულირების ორგანიზაციაში უნდა უზრუნველყოს მიღებული გადაწყვეტილებების, დაგეგმილი

ღონისძიებების, დამუშავებული პროგრამების ხარისხის ამაღლება და მათ შესრულებაზე მოქმედი კონტროლი.

ტურიზმის დარგის სახელმწიფო რეგულირების ორგანიზებაში ინოვაციებს შეიძლება მივაკუთვნოთ სახელმწიფო ხელისუფლების ორგანოებთან მუდმივმოქმედი ან დროებითი კომისიების სამუშაო და საექსპერტო ჯგუფების საქმიანობა, რომლებიც საშუალებას იძლევა მაღალპროფესიულად და ყოველმხრივ განვიხილოთ პრობლემური ინოვაციური სიტუაციები, რათა მიღებული იქნას ოპტიმალური გადაწყვეტილებები.

ტურიზმის დარგის სახელმწიფო რეგულირებაში ინოვაციების შემუშავება და დანერგვა მოიცავს რამდენიმე თანმიმდევრულ ეტაპს, რომელიც ხორციელდება სახელმწიფო ხელისუფლების ორგანოების მიერ. საჭიროა: ინოვაციური პრობლემური სიტუაციის დიაგნოსტიკა, ინოვაციების პორტფელის ფორმირება, ინოვაციების დანერგვის გეგმიური ღონისძიებების რეალიზაცია, ინოვაციების შედეგების მონიტორინგი. ცალკეული მიმართულებების მიხედვით ინოვაციების დანერგვის ამოცანების კონკრეტიზაცია. მთლიანობაში, სახელმწიფო ხელისუფლების ორგანოების ინოვაციური საქმიანობა ტურიზმში, მიმართულია თანამედროვე ორგანიზაციული მართველობითი ფორმის დანერგვაზე, არსებული ტურისტული პროდუქტებისა და მომსახურების გაფართოებაზე და ახალი ბაზრების ათვისებაზე.

3.3. რეკრეაციული სექტორის მენეჯმენტის განვითარების პერსპექტივები აჭარის ავტონომიურ რესპუბლიკაში

ტურიზმის მიმართ რეგიონული მიდგომა საქართველოსათვის, მიუხედავად მცირე ტერიტორიისა, ძალზე მნიშვნელოვანია, რადგანაც საქართველოს თითქმის ყველა რეგიონი ერთმანეთისაგან განსხვავებულ ტურისტულ-რეკრეაციულ რესურსს ფლობს.

ტურიზმის სპეციფიკა, როგორც რეგიონული ეკონომიკის სეგმენტი, მდგომარეობს ტურიზმისა და რეგიონის ურთიერთკავშირსა და ხასიათში.

რეგიონი, რეგიონული ტურიზმის ინტერესების სფეროდან გამომდინარე, განიხილება სივრცისა და ტერიტორიის მიხედვით, სადაც განთავსებულია ტურისტული ობიექტები და ინფრასტრუქტურა, რომელიც ემსახურება ტურისტებს და, მეორეს მხრივ, სოციალურ-ეკონომიკური კომპლექსი, რომელიც უზრუნველყოფს ამ სფეროში მომუშავე კვალიფიციურ კადრების და ტურიზმის მენეჯმენტის ფორმირებას.

ტურიზმი, რეგიონული ტურიზმის განვითარების პოზიციიდან განიხილება, როგორც ადგილობრივი მოსახლეობის და ტურისტების სასიცოცხლო ძალების აღდგენის მიზანი, როგორც რეგიონში მოსახლეობის დასაქმების უზრუნველყოფისა და დამატებითი შემოსავლის მიღების სამეურნეო კომპლექსი. რეგიონში ტურიზმის განვითარების წინაპირობებია: რეკრეაციული რესურსები, ადამიანური რესურსები, კაპიტალი, სისტემის მართვა.

აჭარის რეგიონისთვის ტურისტულ რესურსებად შეიძლება ჩაითვალოს შავი ზღვისა და მაღალმთიანი ლანდშაფტის თანაარსებობა. ასევე სუბტროპიკული ჰავა და სამთო-სათხილამურო კურორტების პოტენციალი. მიუხედავად ამა თუ იმ რეგიონის მდიდარი და მრავალფეროვანი ტურისტული რესურსისა, თუკი არ განხორციელდება სახელმწიფოს მხრიდან ინფრასტრუქტურული პროექტების დაფინანსება და შესაბამისი პიარ ტექნოლოგიების ამოქმედება, აღნიშნული ტურისტული პოტენციალი, როგორც რეგიონისა თუ მთლიანად ქვეყნის ეკონომიკის ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი ფაქტორი, დარჩება გამოუყენებელი და აუთვისებელი. შესაბამისად, რეგიონული ტურიზმის განვითარების ერთ-ერთი აქტუალური პრობლემაა ტურისტული რესურსების მართვის სტრატეგიის შემუშავება, რომლის საფუძველშიც უნდა იყოს კონკრეტიზირებული ტერმინოლოგიური აპარატი, რომელიც ასახავს ტურისტული რესურსების არსსა და ხასიათს, მათ ურთიერთკავშირს ტურიზმის განვითარების შედეგებთან, აგრეთვე ემპირიული კვლევის შედეგები, რომლებიც ასახავენ

რეგიონში ტურიზმის განვითარებაზე ტურისტული რესურსების გავლენის ხარისხს.

ტურიზმს გადამწყვეტი მნიშვნელობა აქვს ბევრი ქვეყნისთვის, ვინაიდან მას დასაქმების მზარდი შესაძლებლობები და ადგილობრივი ბიზნესისთვის დიდი ფულადი შემოსავლები მოაქვს. სხვადასხვა ქვეყნებს სხვადასხვა სტრატეგიები და მიდგომები აქვთ ტურიზმის განვითარების მიმართ. არსებობს მიდგომა, რომელიც სიღარიბის დაძლევის სტიმულირებისკენაა მიმართული. ამავე დროს, ტურიზმის არაეფექტური სტრატეგიული გეგმის არსებობამ, ტურიზმის განვითარების მიმართ მცდარმა მიდგომებმა შესაძლოა პრობლემები შეუქმნას და უარყოფითი ზემოქმედება მოახდინოს ადგილობრივ გარემოზე.

აუცილებელია მხედველობაში მივიღოთ ის გარემოება, რომ ტურიზმის განვითარება ვერ იქნება ერთადერთი ალტერნატივა სოფლების და მთიანი რეგიონების განვითარებისთვის. ტურიზმის ინტერპრეტაცია მხოლოდ დადებითი მხრიდან არ უნდა ხდებოდეს. სავალდებულო უნდა გახდეს ტურიზმის განვითარების ფართომასშტაბიანი პროექტებისთვის გარემოზე ზემოქმედების შეფასების მომზადების პრაქტიკა.

დაკვნები და რეკომენდაციები

წარმოდგენილ სადისერტაციო ნაშრომში განხორციელებული კვლევის საფუძველზე შესაძლებელია გაკეთდეს შემდეგი დასკვნები:

- ტურიზმის სადისტრიბუციო/ლოგისტიკური სისტემა წარმოადგენს დამოუკიდებელი ბიზნესების კომპლექსურ, გლობალურ ქსელს და მოიცავს ყველა იმ არხს, რომლის საშუალებით საერთაშორისო მოგზაური ტურისტულ პროდუქტს იძენს.
- უკანასკნელ ხანებში ლოგისტიკურ შუამავალთა რიცხვი მრეწველობის მიხედვით განვითარებულ ქვეყნებში განუხრელად მცირდება, თუმცა ფართოვდება მათ მიერ გაწეული მომსახურების კომპლექსი.

- ეკონომიკის ზრდა ცოდნისა და ინფორმაციის გამოყენებაზე დამოკიდებული და განსაზღვრავს ინოვაციურ განვითარებას და მეცნიერულ-ტექნიკურ პროგრესს. მაშასადამე, საინფორმაციო ფაქტორი განსაზღვრავს ამა თუ იმ ქვეყნის წარმატებას ეკონომიკაში.
- საერთაშორისო ტურიზმის მნიშვნელოვანი წილი შიდა ტურიზმს უკავია და კრიზისულ ვითარებაში სწორედ შიდა ტურიზმია ყველაზე მომგებიან ვითარებაში. ტურისტები სარგებლობენ ამ ინდუსტრიის მიერ შექმნილი მომსახურებით, ხოლო ტურისტების მიერ გაწეული დანახარჯები რჩება ტურისტების მიმღებ ქვეყანაში, მის რეგიონებსა და არეალებში.
- მნიშვნელოვანია სახელმწიფოს ჩარევა ტურიზმის სფეროში, ეს იქნება გარკვეული სახის რეგულაციები თუ საკანონმდებლო ბაზა, რაც იწვევს ტურიზმის წვლილის ცვლილ- ლებას ამ ქვეყნების ეკონომიკაში.
- ტურიზმის კონკურენტუნარიანობის ასამაღლებლად საჭიროა სერიოზული ფინანსური მხარდაჭერა და კაპიტალ დაბანდებები, ამასთან , როგორც საერთაშორისო პრაქტიკა გვიჩვენებს, ტურიზმში ინვესტიციების დაბანდებას გრძელვადიანი ეფექტი აქვს, რაც მხოლოდ რამდენიმე წლის შემდეგ ბაზარზე აქტიური პოზიციონირების შედეგად მიიღება.
- სახელმწიფო შემოსავლების ზრდა მიღწეული უნდა იყოს ტურიზმის სექტორის სტიმულირების გზით, რაც გულისხმობს ინვესტიციების ჩადებისა და სხვადასხვა ღონისძიებების მხარის დაჭერის აქტებს როგორც სახელმწიფო, ისე კერძო სექტორისა და კომპანიების მხრიდან.
- ქვეყანაში ან მის ცალკეულ რეგიონში ტურიზმის მდგრადი განვითარების ერთ-ერთ მაჩვენებელს წარმოადგენს მისი ლოჯისტიკური პოტენციალი, რომელმაც უნდა უზრუნველყოს ტურისტულ-რეკრეაციული პოტენციალის ეფექტური გამოყენება და დროის გარკვეულ პერიოდში ტურისტების მაქსიმალური რაოდენობის მოზიდვა.
- სახელმწიფო თანაბრადორიენტირებული უნდა იყოს როგორც შიდა, ისე საერთაშორისო ტურიზმზე. სახელმწიფო უნდა ცდილობდეს შიდა ტურიზმის განვითარებას, რათა რეზიდენტებისთვის საკუთარი სამშობლო

მიმზიდველი ტურისტული დესტინაცია გახდეს, ხოლო დისკრეციული შემოსავლები ადგილობრივ მომსახურებაში აკუმულირდეს.

- ბოლო პერიოდში ტურისტული ნაკადები ევროპიდან იწყებს შემოსვლას. შესაბამისად, მომხმარებლის ტიპის ცვლილება ჩვენი ქვეყნის მხრიდან გარგვეულ ცვლილებებს მოითხოვს. ეს ცვლილებები ეხება ძირითადად უსაფრთხოებას (როგორც გარემოსი, ასევე შენობების), თანამედროვე ტექნოლოგიების დანერგვას (განს. სასტუმროს სექტორში) და, რაც მთავარია, მომსახურე პერსონალის სწავლება/გადამზადებას.

- სახელმწიფო აქტიურად უნდა ახალისებდეს სხვადასხვა გრანტებით საწარმოებსა და ინვესტორებს, რათა მათ აწარმოონ ტურისტული პროდუქტი და, რაც მთავარია, ეს წარმოება არ უნდა უქმნიდეს საფრთხეს ეკოლოგიასა და საზოგადოების უსაფრთხოებას.

- ტურიზმის სექტორს თავისთავად უარყოფითი მხარეებიც გააჩნია. მაგალითად, უცხოური კაპიტალის შემოდინება ტურიზმში (ტრანსნაციონალური კორპორაციები: რედისონი, ჰოლიდეი ინ და ა.შ.) იწვევს შემოსავლების გადინებას ქვეყნიდან. თუმცა, უცხოურ ინვესტიციას თავისი დადებითი მხარეებიც აქვს, მაგალითად, მოსახლეობის დასაქმება.

- თანამედროვე ბიზნესის მნიშვნელოვანი თავისებურებაა ინტელექტუალური კაპიტალის როლის ამღლება, რომელიც დღეს ეკონომიკის ზრდის მთავარ წყაროდ და მისი მართვის ინსტრუმენტად გვევლინება.

- ეფექტური ლოჯისტიკური გადაწყვეტილების მისაღებად რეკრეაციულ სექტორში ტურისტების მოსაზიდად აუცილებელია რეგიონებში ინფორმაციული ტექნოლოგიებში პერიოდული ტრენინგების ჩატარება მცირე და საშუალო ბიზნესის მფლობელთათვის, რაც მათ შესაძლებლობას მისცემს გააფართოვონ ტრადიციული ბიზნესი და შექმნან ბიზნესის ახალი, ვირტუალური სახეობები, ჩაერთონ ელექტრონულ ბიზნესში, ვინაიდან

ინტერნეტის ქსელი არსებითად აახლოებს მომსახურების მწარმოებელსა და მომხმარებელს.

- ტურიზმის ლოგისტიკა წარმოადგენს სათანადო სტანდარტის ოპერაციების/პროცედურების ერთობლიობას, რომელსაც ემატება კვალიფიციური/ ხარისხზე ორიენტირებული მომსახურება. ამრიგად, შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ ტურიზმის მართვის ლოჯისტიკური სისტემა/ჯაჭვი/პროცესი მთლიანად აგებული, უზრუნველყოფილი და დამოკიდებულია ტურისტული მომსახურების სათანადო სტანდარტის/ კატეგორიის მიხედვით დაგეგმილ ოპერაციებზე, ხოლო მომსახურების წარმოების ეფექტიანობა დამოკიდებულია ოპერაციების კომპლექსურობასა და ტექნოლოგიების დაცვაზე, (პერსონალის საქმიანობაზე, დაგეგმვაზე და ა.შ) , ხოლო ეფექტიანობის შეფასებისას წინა პლანზე გამოდის მისი ხარისხის ოპტიმალურობა .

- ტურისტულ ინდუსტრიაში მომსახურების ოპტიმალური ხარისხის არსებობის აუცილებლობა გამიზნულია სოციალურ-ეკონომიკური ეფექტის მიღწევასა და მომხმარებელთა ინტერესის დაკმაყოფილებაზე.

- ტურიზმის ინდუსტრიაში ეკონომიკური ურთიერთობები, ხარისხის მართვის სისტემები და ოპერაციული მენეჯმენტი ერთმანეთთან მჭიდროდ არის დაკავშირებული და კონკრეტულ ეკონომიკურ ფორმას იძენს.

- 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.

- მნიშვნელოვანია დაბეგვრის გაცილებით ლიბერალური მექანიზმის შემუშავება და ლიცენზირების მაღალი სტანდარტების დანერგვა. განსაკუთრებული ყურადღება უნდა დაეთმოს სასტუმროების

სერტიფიცირების საკითხს, რაც მფლობელისათვის სტაბილურობის გარანტი, ხოლო მომხმარებლისათვის ინფორმაციის მიწოდების კარგი საშუალებაა არსებული მომსახურების ხარისხზე იმ ფაქტის გათვალისწინებით, რომ , მაგალითად, აჭარის რეგიონში ტურიზმის ძირითადი პრობლემა ტურისტული მომსახურების ფასისა და ხარისხის შეუსაბამობაა.

- აუცილებელია ტურისტული პროდუქტებისა და სამიზნე ბაზრების დივერსიფიკაცია ტურისტული სეზონის გახანგრძლივების მიზნით. რეგიონში ტურიზმის შემდგომი განვითარებისათვის მნიშვნელოვანია ახალი გასაღების ბაზრების მოძიება და თავად რეგიონით, როგორც ტურისტული ბრენდით, სამიზნე ქვეყნების მოსახლეობის დაინტერესება. ეს ცხადია, სახელმწიფოსაგან და ტურიზმის დეპარტამენტისაგან მოითხოვს დამატებით ხარჯების გაღებას რეკლამირებაზე, თუმცა, ახალი ბაზრების ათვისების შედეგად რეგიონში შემოსული შემოსავლები უზრუნველყოფს გაწეული ხარჯების ეფექტიანობას.

- დარგში არსებული პრობლემებია: საგადასახადო და ფინანსური პოლიტიკასთან, ადამიანური რესურსების განვითარებასა და კომუნიკაციისა და კოორდინაციასთან დაკავშირებული პრობლემები, რომლებიც საჭიროებენ აღმოფხვრას როგორც სახელმწიფო, ასევე რეგიონულ დონეზე.

- ტურიზმის რეგიონალური პროგრამები ფასდება ზოგადი და კონკრეტული კრიტე-რიუმებით. მიგვაჩნია, რომ პროგრამის შესაფასებლად შემუშავებული ინდიკატორები უნდა იყოს: სასარგებლო, შედეგზე ორიენტირებული; ნათელი და გაზომვადი; შესაბამისი და მიღწევადი; შედარებითი. გარდა ამისა, მიგვაჩნია, რომ პროგრამისთვის უნდა შემუშავდეს როგორც მიზნის მიღწევის შეფასების, ასევე ამოცანების შესრულების ინდიკატორები, ვინაიდან ზუსტად შესრულებული ამოცანები იწვევს მიზნის მიღწევას.

- ტურიზმის დარგის სახელმწიფო რეგულირებაში ინოვაციების შემუშავება გულისხმობს გამარტივებული ორგანიზაციული სტრუქტურის დანერგვის ეფექტიანობას მართვის რგოლების საერთო შემცირებისა და ვერტიკალურიდან ჰორიზონტალურ სტრუქტურაზე გადასვლის გზით, ცენტრალიზაციის და დეცენტრალიზაციის პრინციპების მკაფიო გამიჯვნით;
- საქართველოში ჯერ კიდევ ვებრძვით სიღარიბეს და უმუშევრობას. აქედან გამომდინარე, სახელმწიფომ და რეგიონმა ,პირველ რიგში, ამ ეტაპზე საჭიროა შეიმუშავოს მომსახურების ხარისხის ამაღლების სტრატეგია, მაგალითად, მთავარი აქცენტი მიმართოს შიდა ტურიზმის როლის ამაღლებაზე, რათა მომავალში რეგიონში განავითაროს ისეთი მაღალ-ინტელექტუალური ტურისტული პროდუქტი, როგორცაა, შეხვედრების და კონფერენციების (MICE) ინდუსტრია.
- ტურიზმში ინოვაციის ერთ-ერთი სახეა ტურიზმის განვითარების რეგიონული მიზნობრივი პროგრამები, რომლებიც მიმართულია ინოვაციური საქმიანობის აქტივიზაციაზე ტურისტული ინდუსტრიის რეგიონში.
- აჭარის ა/რ ტურიზმისა და კურორტების დეპარტამენტი, თავის მხრივ, ვალდებულია განახორციელოს ერთიანი სახელმწიფო პოლიტიკა და უზრუნველყოს, ზოგადად, ისეთი კომპლექსური დარგის განვითარების სტრატეგიის შემუშავება, როგორც ტურიზმია, რაც საკმაოდ დიდ ძალისხმევას მოითხოვს. კერძოდ, საჭიროდ მიგვაჩნია:
 - ადგილობრივ ტურისტული რესურსების სიღრმისეული კვლევის ჩატარება
 - რეგიონში არსებული ტურისტული პროდუქტების მოთხოვნა-მიწოდების ანალიზი;
 - რეგიონის კონკურენტული უპირატესობების/ნაკლოვანებების იდენტიფიცირება სხვა ტურისტულ ცენტრებთან მიმართებაში;

- გრძელვადიანი პრიორიტეტებისა და საინვესტიციო გეგმების დასახვა და მათი ინტეგრირება/ასახვა სხვა დარგობრივ სტრატეგიებში;
- პერმანენტული ხასიათის ცნობიერების ამაღლების კამპანიების ჩატარება
- ტურიზმის დარგში დასაქმებული ბიზნესებისა და კერძო პირების იდენტიფიცირება/მოზილიზება/ჩართვა;
- შიდა ტურიზმის როლის გათვალისწინება რეგიონის ეკონომიკურ განვითარებაში
 - შეთავაზებული ტურისტულ-რეკრეაციული ლოჯისტიკური ტექნოლოგიის მეთოდები/ მიდგომები /ალგორითმი რეკომენდებულია სახელმწიფო და რეგიონულ სტრატეგიულ პროგრამებში გამოყენებისათვის რეკრეაციული ტურიზმის განვითარების მიზნით, რაც მთლიანობაში, ხელს შეუწყობს მოსახლეობის ცხოვრების დონის ამაღლებას და ქვეყნის ეკონომიკური ზრდის დაჩქარებას.

სადისერტაციო ნაშრომის აპრობაცია

სადისერტაციო ნაშრომის ძირითადი შედეგები გამოქვეყნებულია შემდეგ პუბლიკაციებში:

სამეცნიერო სტატიები:

1. **ბახტაძე არმაზ** (2019), რეკრეაციული სექტორის სახელმწიფო რეგულირების თეორიული საფუძვლები. საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული ჟურნალი „ინოვაციური ეკონომიკა და მართვა“, ტომი 6, ნომერი 1, 2019 წ.
2. **მაქსიმენკო ალექსანდრე, ბახტაძე არმაზ** (2018), აგრარული ეკონომიკის ინოვაციურ-ინფორმაციული უზრუნველყოფის საკითხები. საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენციის: აგრარული სექტორის კონკურენტუნარიანობის საკითხები , კიევი, 2018
3. **ბადრი გეგზაია, არმაზ ბახტაძე** , (2015) გუნდური მუშაობის პრინციპები თანამედროვე მენეჯმენტში. სამეცნიერო ჟურნალი „გლობალური სამარო“ ტომი1. ნომერი 1, ოსტროგი, 2015 წ; ინგლისურ ენაზე. ელექტრონული ვერსია: https://eprints.oa.edu.ua/6000/1/Global_world_1_2005-50-52.pdf

კონფერენციები:

1. **Armaz Bakhtadze (2016), A.P. Бахтadзе**, Методологические основы формирования логистического обеспечения рекреационного сектора. international scientific-practical conference "INTEGRATION OF THE SCIENTIFIC COMMUNITY TO THE GLOBAL CHALLENGES OF OUR TIME", Sharm el-Sheikh, 2016; ელექტრონული ვერსია: https://nier.ge/images/Egypt_2016.pdf
2. **ბადრი გეგზაია, არმაზ ბახტაძე** (2016), ფირმის სტრატეგიული მენეჯმენტის საკითხები კონკურენციის პირობებში (ინგლისურ ენაზე). მე-6 საერთაშორისოს სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენციის კრებული „აღრიცხვა და კონტროლი სამეწარმეო საქმიანობის მართვაში, კიროვოგრადი, 2016 წ; ელექტრონული ვერსია: <http://dspace.kntu.kr.ua/jspui/bitstream/123456789/3435/1/%D0%A2%D0>

[%B5%D0%B7%D0%B8 IV %D0%BA%D0%BE%D0%BD%D1%84%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%BD%D1%86%D1%96%D1%8F.pdf#page=56](#)

3. რუსუდან ქუთათელაძე, არმაზ ბახტაძე (2019) ინოვაციების როლი რეკრეაციული ტურიზმის მენეჯმენტში. მე-3 საერთაშორისო სამეცნიერო კონფერენცია „გლობალიზაცია და ბიზნესის თანამედროვე გამოწვევები“, 24-25 მაისი, 2019 წ.