

ივანე ჯავახიშვილის სახელობის
თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი
ეკონომიკისა და ბიზნესის ფაკულტეტი



სადოქტორო პროგრამა „ტურიზმისა და მასპინძლობის მენეჯმენტი“

ლალი ოქროშიძე

საქართველოს ტურისტული ბიზნესის სრულყოფის ძირითადი
მიმართულებები თანამედროვე ეტაპზე

დოქტორის აკადემიური ხარისხის მოსაპოვებლად წარმოდგენილი
დისერტაცია

მეცნიერ-ხელმძღვანელი:
პროფესორი იოსებ ხელაშვილი

თბილისი

2025

აბსტრაქტი

ტურისტული დანიშნულების ადგილების კონკურენტუნარიანობა საკვანძო ფაქტორია დანიშნულების ადგილის წარმატებისთვის, განსაკუთრებით ალტერნატიული დანიშნულების ადგილების შერჩევისას მათი შედარებით უპირატესობების განხილვისას. საქართველოს ეკონომიკისთვის, ამ ეტაპზე, განსაკუთრებული მნიშვნელობა აქვს ტურიზმის სექტორს, ვინაიდან უცხოელი ვიზიტორების დანახარჯებს საქართველოს საგადასახდელო ბალანსზე დიდი გავლენა აქვს, წარმოადგენს უცხოური ვალუტის შემოდინების ერთ-ერთ ძირითად წყაროს, ქმნის სამუშაო ადგილებს და სხვა.

დისერტაციის კვლევის ობიექტს - საქართველოს ტურიზმის ინდუსტრია, ხოლო კვლევის საგანს - რეგიონში საქართველოს კონკურენტუნარიანობის შესწავლას წარმოადგენდა.

კვლევის მიზნად ჩამოყალიბდა ტურისტული ბიზნესის სრულყოფის ძირითადი გზების დადგენა კონკურენტული გარემოს განვითარების თანამედროვე ეტაპზე. მიზნის მისაღწევად დაისახა შემდეგი ამოცანები:

1. თანამედროვე ტურისტული ბიზნესის კონკურენტული გარემოს მეთოდოლოგიის კრიტიკული გაანალიზება და მისი განხილვა საქართველოსთან მიმართებაში;
2. კონკურენტული გარემოს განვითარების თანამედროვე ეტაპის პრობლემებისა და გამოწვევების იდენტიფიცირება;
3. კონკურენტული გარემოს სრულყოფის განსაზღვრის მეთოდიკის შემუშავება და ძირითადი მიმართულებების პრაქტიკული რეკომენდაციების შეთავაზება.

ამის მისაღწევად განვიხილეთ თემასთან დაკავშირებული კლასიკური, თანამედროვე და უახლესი ცნებები, კონცეფციები და სხვა აკადემიური დებულებები. შედეგად, განისაზღვრა ტურიზმის კონკურენტუნარიანობის კვლევის ეტაპები და ინსტრუმენტები. საქართველოს ტურისტული ბიზნესის სრულყოფის ძირითადი მიმართულებების გამოსავლენად შემუშავებული კვლევის დიზაინის თანახმად დადგინდა კონკურენტული ქვეყნები, განისაზღვრა და მოძიებულ იქნა მრავალწლიანი ინდიკატორები.

შემდეგ ეტაპზე შემოღებულ იქნა კვლევითი დაშვებები და დადგინდა კონკურენტული გარემოს თავისებურებები. შემუშავდა და საქართველოს მაგალითზე

აპრობირებულ იქნა კვლევის მეთოდების გამოყენების თანმიმდევრული სტრუქტურა, რომელიც ავლენს ტურისტული დანიშნულების ადგილის კონკურენტუნარიანობას, გამოწვევებს და მათი დაძლევის საკვანძო მიმართულებებს.

კვლევის შედეგები განიხილება პრაქტიკულ და მეთოდოლოგიურ კონტექსტში, რომლებიც წარმოადგენს **სადისერტაციო ნაშრომის სიახლეს**. პრაქტიკული თვალსაზრისით, განისაზღვრა საქართველოს კონკურენტუნარიანობის გამოწვევების დაძლევისა და ამაღლების სტრატეგიები; ასევე, გამოვლინდა საქართველოს კონკურენტული გარემოს გაუმჯობესების ძირითადი მიმართულებები. მეთოდოლოგიური თვალსაზრისით, შემუშავდა ქვეყნის რეგიონული კონკურენტუნარიანობის კვლევის დიზაინი, შესაბამისი ანალიტიკური მეთოდებით, რომლებიც შეიძლება იყოს გამოყენებული მსგავს კვლევებში.

Key Directions for Advancing Georgia's Tourism Sector in the Current Stage of Development

Abstract

The competitiveness of tourist destinations is a critical factor influencing their success, particularly in relation to their comparative advantages over alternative destinations. Tourism is a sector of paramount importance to the economy of Georgia, given its substantial contributions to the country's balance of payments, its role as a major source of foreign currency inflow, and its capacity to generate employment opportunities.

This dissertation examines the competitiveness of Georgia's tourism industry, with a specific focus on identifying key strategies for improving the sector within the evolving regional competitive environment. The primary objective of the study is to propose effective approaches for enhancing the tourism business in Georgia. To achieve this goal, the research pursued the following key tasks:

1. Critically analyzing methodologies for evaluating the competitive environment of modern tourism businesses and contextualizing them for Georgia;
2. Identifying the challenges and constraints associated with the current stage of the competitive environment's development;
3. Developing a framework for improving competitiveness and offering practical recommendations for key areas of improvement.

The research draws upon classical, contemporary, and emerging concepts, as well as relevant academic frameworks, to establish a robust foundation for analyzing tourism competitiveness. Through this exploration, the dissertation identifies critical stages and tools for evaluating and enhancing competitiveness in tourism. A research model was developed to pinpoint the main areas for improvement in Georgia's tourism business by benchmarking against competitive countries and analyzing long-term performance indicators.

Further, the study introduces research assumptions and defines key characteristics of Georgia's competitive environment. A systematic methodology for applying the research framework was developed and empirically tested in the context of Georgia, enabling the identification of key challenges, opportunities, and priority areas for intervention. The

results provide actionable insights into the competitiveness of Georgia as a tourist destination and suggest pathways for addressing existing issues.

The results of the study are discussed in both practical and methodological contexts. From a practical standpoint, strategies to address Georgia's competitiveness challenges were outlined, and key directions for enhancing its competitive environment were identified. Methodologically, the study developed a robust model for assessing a country's regional competitiveness, coupled with analytical methods that are adaptable for similar research in other contexts.

Keywords: Tourism competitiveness, Georgian Tourism, Competitive Environment Analysis, Destination Management, Tourism Industry Development

შინაარსი

დიაგრამები, ცხრილები და სხვა ილუსტრაციები.....	7
აბრევიატურის ჩამონათვალი.....	12
შესავალი.....	13
თავი I. ტურისტული დანიშნულების ადგილის კონკურენტუნარიანობის კონცეფციები და ტურიზმის ბიზნესის კონკურენტული გარემო საქართველოში.....	16
1.1. ტურისტული დანიშნულების ადგილის კონკურენტუნარიანობის კვლევის აქტუალობა.....	16
1.2. კონკურენტუნარიანობის კვლევის კონცეფციები და მათი თავისებურებები ტურიზმთან მიმართებაში.....	20
1.3. ტურიზმის კონკურენციის თეორიული კონცეფციები	27
1.4. საქართველო, როგორც კონკურენტული ტურისტული დანიშნულების ადგილი	49
თავი II. კონკურენტული გარემოს განვითარების თანამედროვე ეტაპი საქართველოში; პრობლემებისა და გამოწვევების იდენტიფიცირება	53
2.1. კვლევის დიზაინი	53
2.2. მოგზაურობისა და ტურიზმის კონკურენტუნარიანობის ანგარიშში მოცემული მონაცემების ანალიზი	60
თავი III. კონკურენტული გარემოს სრულყოფის ძირითადი მიმართულებები	92
3.1. კონკურენტული პოზიციების კლასიფიცირება	92
3.2. სვეტების შეფასება	152
3.3. გავლენათა მატრიცა.....	166
დასკვნები და რეკომენდაციები	180
გამოყენებული ლიტერატურა.....	184
დოქტორანტის მიერ გამოქვეყნებული სამეცნიერო ნაშრომები.....	210
ცხრილების და დიაგრამების დანართი	211

დიაგრამები, ცხრილები და სხვა ილუსტრაციები
 დიაგრამების ჩამონათვალი

დიაგრამა	N1.3.1.			„ბუმტების დიაგრამა“.....	31
დიაგრამა	N2.2.1.	პოზიციების	განაწილება	დაშვებების გათვალისწინებით.....	82

ცხრილების ჩამონათვალი

ცხრილი	N1.3.1.	ლიტერატურული	მიმოხილვის	შედეგი	-
თანაკვეთა.....					46
ცხრილი	N2.1.1.		კვლევის	დიზაინის	
საფეხურები.....					51
ცხრილი	N2.1.2.	კვლევის	დიზაინის	საფეხურები	და
ეტაპები.....					57
ცხრილი	N2.2.1.	საქართველოს	სვეტი	„ბიზნესგარემოს“	კონკურენტული
პოზიციები.....					60
ცხრილი	N2.2.2.	საქართველოს	სვეტი	„ბიზნესგარემოს“	კონკურენტული პოზიციები
დაშვებების გათვალისწინებით.....					61
ცხრილი	N2.2.3.	საქართველოს	სვეტი	„დაცულობა და უსაფრთხოების“	კონკურენტული პოზიციები.....
					62
ცხრილი	N2.2.4.	საქართველოს	სვეტი	„დაცულობა და უსაფრთხოების“	კონკურენტული პოზიციები
დაშვებების გათვალისწინებით.....					63
ცხრილი	N2.2.5.	საქართველოს	სვეტი	„ჯანმრთელობა და ჰიგიენის“	კონკურენტული
პოზიციები.....					64
ცხრილი	N2.2.6.	საქართველოს	სვეტი	„ჯანმრთელობა და ჰიგიენის“	კონკურენტული
პოზიციები					დაშვებების
გათვალისწინებით.....					64
ცხრილი	N2.2.7.	საქართველოს	სვეტი	„ადამიანისეული რესურსებისა და შრომის	ბაზრის“
პოზიციები.....					კონკურენტული
					66

ცხრილი N2.2.8. საქართველოს სვეტი „ადამიანისეული რესურსებისა და შრომის ბაზრის“ კონკურენტული პოზიციები დაშვებების გათვალისწინებით.....	66
ცხრილი N2.2.9. საქართველოს სვეტი „ინფორმაციული და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების მზაობის“ კონკურენტული პოზიციები.....	68
ცხრილი N2.2.10. საქართველოს სვეტი „ინფორმაციული და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების მზაობის“ კონკურენტული პოზიციები დაშვებების გათვალისწინებით.....	68
ცხრილი N2.2.11. საქართველოს სვეტი „მოგზაურობისა და ტურიზმის პრიორიტეტულობის“ კონკურენტული პოზიციები.....	69
ცხრილი N2.2.12. საქართველოს სვეტი „მოგზაურობისა და ტურიზმის პრიორიტეტულობის“ კონკურენტული პოზიციები დაშვებების გათვალისწინებით.....	70
ცხრილი N2.2.13. საქართველოს სვეტი „საერთაშორისო გახსნილობის“ კონკურენტული პოზიციები.....	71
ცხრილი N2.2.14. საქართველოს სვეტი „საერთაშორისო გახსნილობის“ კონკურენტული პოზიციები დაშვებების გათვალისწინებით.....	71
ცხრილი N2.2.15. საქართველოს სვეტი „ფასის კონკურენტუნარიანობის“ კონკურენტული პოზიციები.....	72
ცხრილი N2.2.16. საქართველოს სვეტი „ფასის კონკურენტუნარიანობის“ კონკურენტული პოზიციები დაშვებების გათვალისწინებით.....	73
ცხრილი N2.2.17. საქართველოს სვეტი „გარემოს მდგრადობის“ კონკურენტული პოზიციები.....	74
ცხრილი N2.2.18. საქართველოს სვეტი „გარემოს მდგრადობის“ კონკურენტული პოზიციები დაშვებების გათვალისწინებით.....	74

ცხრილი N2.2.19. საქართველოს სვეტი „საჰაერო ტრანსპორტის ინფრასტრუქტურის“ კონკურენტული პოზიციები.....	75
ცხრილი N2.2.20. საქართველოს სვეტი „საჰაერო ტრანსპორტის ინფრასტრუქტურის“ კონკურენტული პოზიციები დაშვებების გათვალისწინებით.....	75
ცხრილი N2.2.21. საქართველოს სვეტი „სახმელეთო და საპორტო ტრანსპორტის ინფრასტრუქტურის“ კონკურენტული პოზიციები.....	77
ცხრილი N2.2.22. საქართველოს სვეტი „სახმელეთო და საპორტო ტრანსპორტის ინფრასტრუქტურის“ კონკურენტული პოზიციები დაშვებების გათვალისწინებით.....	77
ცხრილი N2.2.23. საქართველოს სვეტი „ტურისტთა მომსახურების ინფრასტრუქტურის“ კონკურენტული პოზიციები.....	78
ცხრილი N2.2.24. საქართველოს სვეტი „ტურისტთა მომსახურების ინფრასტრუქტურის“ კონკურენტული პოზიციები დაშვებების გათვალისწინებით.....	79
ცხრილი N2.2.25. საქართველოს სვეტი „ბუნებრივი რესურსების“ კონკურენტული პოზიციები.....	80
ცხრილი N2.2.26. საქართველოს სვეტი „ბუნებრივი რესურსების“ კონკურენტული პოზიციები დაშვებების გათვალისწინებით.....	80
ცხრილი N2.2.27. საქართველოს სვეტი „კულტურული რესურსები და ბიზნესმოგზაურობის“ კონკურენტული პოზიციები.....	81
ცხრილი N2.2.28. საქართველოს სვეტი „კულტურული რესურსები და ბიზნესმოგზაურობის“ კონკურენტული პოზიციები დაშვებების გათვალისწინებით.....	81
ცხრილი N2.2.29. სვეტებში წლების მიხედვით გამოვლენილი განსაკუთრებული მნიშვნელობები (გადახრები) IQR-ის მეთოდის გამოყენებით.....	86

ცხრილი N2.2.30.	სვეტებში სვეტების მიხედვით გამოვლენილი განსაკუთრებული მნიშვნელობები (გადახრები) IQR-ის მეთოდის გამოყენებით.....	86
ცხრილი N2.2.31.	ინდიკატორებში წლების მიხედვით გამოვლენილი განსაკუთრებული მნიშვნელობები (გადახრები) IQR-ის მეთოდის გამოყენებით.....	87
ცხრილი N2.2.32.	ინდიკატორებში სვეტების მიხედვით გამოვლენილი განსაკუთრებული მნიშვნელობები (გადახრები) IQR-ის მეთოდის გამოყენებით.....	88
ცხრილი N3.1.1.	საქართველოს ინდიკატორები, მიმდევარი პოზიცია, არაგაჯერებული კონკურენცია.....	90
ცხრილი N3.1.2.	საქართველოს ინდიკატორები, მიმდევარი პოზიცია, გაჯერებული კონკურენცია.....	104
ცხრილი N3.1.3.	საქართველოს ინდიკატორები, შუალედური პოზიცია არაგაჯერებული კონკურენციის პირობებში.....	108
ცხრილი N3.1.4.	საქართველოს ინდიკატორები, შუალედური პოზიცია გაჯერებული კონკურენციის პირობებში.....	121
ცხრილი N3.1.5.	საქართველოს ინდიკატორები, ლიდერული პოზიცია გაჯერებული კონკურენციის პირობებში.....	125
ცხრილი N3.1.6.	საქართველოს ინდიკატორები, ლიდერული პოზიცია არაგაჯერებული კონკურენციის პირობებში.....	146
ცხრილი N3.1.7.	ინდიკატორები, სადაც საქართველოს მიმდევარი პოზიცია ობიექტური მიზეზებითაა (ტერიტორიის, მოსახლეობის სიმცირე) განპირობებული.....	147

გრაფიკების ჩამონათვალი

გრაფიკი	N2.2.1.	სვეტი	1.	
"ბიზნესგარემო".....				59
გრაფიკი	N2.2.2.	სვეტი	2.	"დაცულობა და უსაფრთხოება".....
				61
გრაფიკი	N2.2.3.	სვეტი	3.	"ჯანმრთელობა და ჰიგიენა".....
				63
გრაფიკი	N2.2.4.	სვეტი	4.	"ადამიანისეული რესურსებისა და შრომის ბაზარი".....
				65
გრაფიკი	N2.2.5.	სვეტი	5.	"ინფორმაციული და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების მზაობა (ICT)"
				67
გრაფიკი	N2.2.6.	სვეტი	6.	"მოგზაურობისა და ტურიზმის პრიორიტეტულობა".....
				69
გრაფიკი	N2.2.7.	სვეტი	7.	"საერთაშორისო გახსნილობა".....
				71
გრაფიკი	N2.2.8.	სვეტი	8.	"ფასის კონკურენტუნარიანობა".....
				72
გრაფიკი	N2.2.9.	სვეტი	9.	"გარემოს მდგრადობა".....
				73
გრაფიკი	N2.2.10.	სვეტი	10.	"საჰაერო ტრანსპორტის ინფრასტრუქტურა"
				75
გრაფიკი	N2.2.11.	სვეტი	11.	"სახმელეთო და საპორტო ტრანსპორტის ინფრასტრუქტურა"
				76
გრაფიკი	N2.2.12.	სვეტი	12.	"ტურისტთა მომსახურების ინფრასტრუქტურა".....
				78
გრაფიკი	N2.2.13.	სვეტი	13.	"ბუნებრივი რესურსები".....
				79
გრაფიკი	N2.2.14.	სვეტი	14.	"კულტურული რესურსები და ბიზნესმოგზაურობა".....
				81
გრაფიკი	N2.2.15.	სვეტების		გავლენათა მატრიცა.....
				163

დანართების

ჩამონათვალი.....208

აბრევიატურის ჩამონათვალი

TTCI – Travel & Tourism Competitiveness Index

WTTC – World Travel & Tourism Council

WEF – World Economic Forum

WHO – World Health Organization

TTDI – Travel & Tourism Development Index

EU – European Union

IMF – International Monetary Fund

OECD – Organisation for Economic Co-operation and Development

GCI – Global Competitiveness Index

შესავალი

კონკურენტუნარიანობა საბაზრო ეკონომიკაში ერთ-ერთ საკვანძო მოვლენას წარმოადგენს (Porter, 1990; ბარათაშვილი, გეჩბაია, ლლონტი, 2012, 17; პაპავა, 2020). მიუხედავად ამისა, გაცილებით ნაკლები ხანია, რაც მკვლევარები ტურიზმისა და მასპინძლობის კონკურენტუნარიანობას დანიშნულების ადგილებსა და სასტუმროებისადმი ყურადღების გამახვილებით სწავლობენ (Tsai, Song, Wong, 2009).

ტურისტული აქტივობების მასობრივი გავრცელების ფონზე (დაახლოებით 1960-70-იანი წლებიდან), მასზე ორიენტირებული სამეწარმეო საქმიანობა ტურისტულ ინდუსტრიადა ჩამოყალიბდა. ტურისტული ორგანიზაციებისა და დანიშნულების ადგილების მთავარ მიზანს მეტი ტურისტის მოზიდვა წარმოადგენდა. ბოლოდროინდელი შეხედულების მიხედვით, რომელიც საერთაშორისო გამოცდილებას ეყრდნობა, პოსტ-ინდუსტრიულ საზოგადოებაში თანამედროვე ორგანიზაციები და დანიშნულების ადგილები აქცენტს კონკურენციასა და კონკურენტუნარიანობაზე აკეთებენ (Middleton, Fyall, Morgan, Ranchhod, 2009, 15).

მეცნიერებმა, რომლებიც ტურისტულ დანიშნულებათა ადგილის კონკურენტუნარიანობას იკვლევდნენ, დაადგინეს, რომ ტურისტული დანიშნულების ადგილის კონკურენტუნარიანობა ადგილობრივი მოსახლეობის კეთილდღეობასთან მჭიდროდაა დაკავშირებული (Porter, 1979, 1990; Poon, 1993; Keyser, Vanhove, 1994; Govers, Go, 1999; Crouch, Ritchie, 1999; Hassan, 2000; Heath, 2002; Ritchie, Crouch, 2003; Dwyer, Kim, 2003; Gooroochurn, Sugiyarto, 2005; Cho, Moon, Kim, 2009; Risteskia, Kocevskia, Arnaudov, 2012; Cvelbar et al., 2015; Goffi, Cucculelli, Masiero, 2019; Faur, Ban, 2020; Li, Du, 2021; Gao et al., 2021; Zekan et al., 2022).

საბჭოთა კავშირის დაშლამდე, ქვეყანა, კავშირის ფარგლებში, ერთ-ერთ ყველაზე აქტიურ ტურისტულ ზონას წარმოადგენდა. საქართველოში წლის განმავლობაში ჩამოსულ უცხოელ ტურისტთა ყველაზე დიდი მაჩვენებელი 80-იან წლებში აღინიშნა და უდრიდა 200 ათასს (ხელაშვილი, 1992, 11). თუმცა კავშირის დაშლისა და მძიმე 90-იანი წლების დროს, ქვეყნის უმეტესი დარგები მოიშალა. აქტიური გამოცოცხლება მხოლოდ ბოლო ორ დეკადაში შეინიშნება.

ზემოთ თქმულიდან გამომდინარე, **კვლევის ობიექტს** წარმოადგენს საქართველოს ტურიზმის ინდუსტრია. Butler-ის მიხედვით, ნებისმიერი დანიშნულების ადგილი გადის ე. წ. სასიცოცხლო ციკლის ეტაპებს (Butler, 1980). სასიცოცხლო ციკლი აჩვენებს თუ რა იწვევს დანიშნულების ადგილისა და ბაზრის ცვლილებას (Butler, 2005, XV).

ექსპერტულად შეიძლება ითქვას, რომ დარგი გადის ხელახალი აღორძინების (განახლების) მესამე-მეოთხე ციკლს (იგივე, Rejuvenation), ხოლო კონკრეტული ტურისტული მიმართულების ათვისების მხრივ, ჩართულობის ეტაპზე იმყოფება. ეს ჰიპოთეზა გამომდინარეობს ბატლერის ტურისტული ადგილის სასიცოცხლო ციკლიდან, რომელიც ტურიზმის განვითარების შესწავლაში ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესია. ქვეყნის კონკურენტუნარიანობა დამოკიდებულია არა მხოლოდ რესურსებით უზრუნველყოფაზე, არამედ მწარმოებლურობაზეც, რაც დაკავშირებულია სხვადასხვა ფაქტორებზე, მ. შ. ბიზნესგარემოს რეგულირებაზე, ინსტიტუტებზე, ინფრასტრუქტურაზე, ადამიანისეულ კაპიტალსა და სხვა ფაქტორებზე, რომლებიც მოცემულ გარემოში ფირმების მწარმოებლურობაზე ახდენენ გავლენას (Krugman, 1980).

ნაშრომის **კვლევის საგანს** წარმოადგენს რეგიონში საქართველოს კონკურენტუნარიანობის შესწავლა.

კვლევის მიზანია ტურისტული ბიზნესის სრულყოფის ძირითადი გზების დადგენა კონკურენტული გარემოს განვითარების თანამედროვე ეტაპზე. მიზნის მისაღწევად **დასახული ამოცანებია:**

1. თანამედროვე ტურისტული ბიზნესის კონკურენტული გარემოს მეთოდოლოგიის კრიტიკული გაანალიზება და მისი განხილვა საქართველოსთან მიმართებაში;

2. კონკურენტული გარემოს განვითარების თანამედროვე ეტაპის პრობლემებისა და გამოწვევების იდენტიფიცირება;
3. კონკურენტული გარემოს სრულყოფის განსაზღვრის მეთოდის შემუშავება და ძირითადი მიმართულებების პრაქტიკული რეკომენდაციების გასაზღვრა.

სადისერტაციო ნაშრომის სტრუქტურა და მოცულობა. ნაშრომის მოცულობაა 274 გვერდი, რომელიც შედგება თავფურცელის, სარჩევის, აბსტრაქტის, შესავლის, სამი თავის, ათი ქვეთავის, დასკვნებისა და რეკომენდაციების, გამოყენებული ლიტერატურისა და დანართისგან. პირველი თავი მოიცავს ტურისტული დანიშნულების ადგილის კონკურენტუნარიანობის თეორიული კონცეფციების კვლევის შეჯამებასა და საქართველოს ტურიზმის ბიზნესის კონკურენტული გარემოს განხილვას. მეორე თავში მოცემულია კვლევის დიზაინის საფუძვრები და ეტაპები, მოგზაურობისა და ტურიზმის კონკურენტუნარიანობის ანგარიშში გამოქვეყნებული მონაცემების ანალიზი. ხოლო მესამე თავში ჩამოყალიბებულია კონკურენტული გარემოს სრულყოფის ძირითადი მიმართულებები საქართველოს მაგალითზე. შემდეგ ჩამოყალიბებულია დასკვნები და რეკომენდაციები.

ამ კუთხით მნიშვნელოვანია საქართველოს ტურიზმის სტრატეგია 2025, რომელიც 2015 წელს საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციისა და საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტროს მიერ მომზადდა. სტრატეგიის მთავარ მიზანს ტურიზმიდან მეტი ეკონომიკური სარგებლის მიღება წარმოადგენს (საქართველოს ტურიზმის სტრატეგია 2025, 8). ამასთან, ბოლო პერიოდში შექმნილი ვითარება, მათ შორის, პოსტ-პანდემიასთან დაკავშირებით, ახალი სტრატეგიული მიზნების დასახვასა და განხორციელებას, მათ შორის, კონკურენტუნარიანობის შენარჩუნებისა და ამაღლების კონტექსტში, ხდება საჭირო.

აღნიშნულ ეტაპზე კონკურენტულ გარემოს ორ ასპექტში ვაანალიზებთ: ერთის მხრივ, მეთოდოლოგიურ საფუძვლებსა და კონცეფტუალურ დებულებებს, მეორეს მხრივ კი - პრაქტიკაში გავრცელებულ მეთოდებს, რომელიც წარმოდგენილია ქვეყნებისათვის კონკურენტული გარემოს ინდექსაციით. საჭიროების შემთხვევაში, მიდგომები და მეთოდები მორგებადია კვლევის ობიექტის სპეციფიკაზე. ამასთან,

ორივე შემთხვევაში ყურადღებას ვამახვილებთ მათ კავშირზე ჩვენი კვლევის ობიექტთან - საქართველოს ტურიზმის ინდუსტრიასთან.

თავი I. ტურისტული დანიშნულების ადგილის კონკურენტუნარიანობის კონცეფციები და ტურიზმის ბიზნესის კონკურენტული გარემო საქართველოში

1.1. ტურისტული დანიშნულების ადგილის კონკურენტუნარიანობის კვლევის აქტუალობა

ტურისტული დანიშნულების ადგილების¹ წარმატება მსოფლიოში მნიშვნელოვანწილად დამოკიდებულია გადაადგილების შედარებით კონკურენტუნარიანობაზე (Komšić, Dorčić, 2016, 144). ზრდადი ბაზრის პირობებში, მისი უფრო მეტი წილის მოსაპოვებლად, კონკურენტუნარიანობა განსაკუთრებულად მნიშვნელოვანია (Santos Estevão, Garcia, Brit Filipe, 2015).

მოგზაურობის ინდუსტრია მომსახურებებს შორის ერთ-ერთი ყველაზე მსხვილი და სწრაფად მზარდია მთელ მსოფლიოში (TTCI, 2007; Middleton, Fyall, Morgan, Ranchhod, 2009, 6; Kotler, Bowen, Makens, 2014, 5; UN Tourism, 2024). COVID-19-ის პანდემიამდე, საექსპორტო კატეგორიაში საწვავისა და ქიმიკატების შემდეგ, ტურიზმი სიდიდით მესამე იყო და მრავალი განვითარებადი ეკონომიკის მქონე ქვეყნისთვის, საექსპორტო სექტორებს შორის, პირველ ადგილზე იყო (UN Tourism, 2019; Goffi, Cucculelli, Masiero, 2019, 1). 2019 წელს, გლობალური პანდემიის გამოცხადებამდე ერთი წლით ადრე, ტურიზმმა გლობალური ვაჭრობის 7% შეადგინა (UN Tourism, 2019).

¹ ნაშრომში დანიშნულების ადგილ გულისხმობს მიღიან ქვეყანას.

ტურიზმი მნიშვნელოვან როლს თამაშობს ეკონომიკის ზრდა-განვითარებაშიც, რადგან ქვეყანაში უცხოური ვალუტის შემოდინების ძირითად წყაროს წარმოადგენს (Goffi, Cucculelli, Masiero, 2019, 1). მისი წვლილი, ეკონომიკის განვითარებაში, ინვესტირების, დასაქმებისა და საგადასახდელო ბალანსის მაჩვენებლებზე აისახება (Middleton, Fyall, Morgan, Ranchhod, 2009, 3), შეუძლია სავაჭრო დეფიციტის შემცირება (UN Tourism, 2021). ტურიზმის ეკონომიკური მნიშვნელობა ნათლად აისახება ავტორიტეტული ორგანიზაციების (WTTC; UN Tourism; United Nations Statistics Division; WEF-ის TTCI) პერიოდულ საერთაშორისო სტატისტიკურ მონაცემებში.

ტურიზმი ანალოგიურად მნიშვნელოვანია საქართველოს ეკონომიკისთვისაც. უცხოელი ვიზიტორების დანახარჯებს საქართველოს საგადასახდელო ბალანსზე დიდი გავლენა აქვს, რაც სტატისტიკური მონაცემებითაც დასტურდება (საქართველოს ტურიზმის სტატისტიკური მიმოხილვა, 2013-2023). 2018 წლისთვის ტურიზმი საქართველოს მთლიანი ექსპორტის 36%-ს შეადგენდა (TBC Capital, 2019). საქართველოს სერვისის ექსპორტის შემოსავლებიდან, 2019 წლის მონაცემებით, დაახლოებით 71% ტურიზმზე მოდიოდა (2014 წელი - 59%; 2015 წელი - 61.4%; 2017 წელი - 68%) (საქართველოს ტურიზმის სტატისტიკური მიმოხილვა 2018).

ტურიზმის ინდუსტრია, როგორც გლობალურად, ასევე საქართველოში, პრე-პანდემიურ პერიოდში, სტაბილურად იზრდებოდა (საქართველოს ტურიზმის სტატისტიკური მიმოხილვა 2021), თუმცა, 2019 წლის ბოლოს ჩინეთში კორონავირუსით ინფიცირების პირველი ფაქტის დადგენამ, XX საუკუნის მეორე ნახევრიდან დაწყებულ ტურიზმის სტაბილურ ზრდაზე, უარყოფითი გავლენა მოახდინა (Our World in Data, 2022). როდესაც ვირუსის (COVID-19) გავრცელებამ მსოფლიო მასშტაბი მიიღო, მსოფლიო ჯანდაცვის ორგანიზაციის თანახმად, პლანეტა პანდემიის პირობებში აღმოჩნდა (Папава, Тапладзе, 2020) და მსოფლიო ჯანდაცვის ორგანიზაციამ, 2020 წლის 11 მარტს გლობალური პანდემია გამოაცხადა (WHO, 2023).

2020 წლის 4 აპრილისთვის გლობალურად დანიშნულების ადგილთა 96%-ში სამოგზაურო შეზღუდვები იყო დაწესებული (UN Tourism, 2020). მოგზაურობისა და ტურიზმის ინდუსტრიის საყოველთაოდ აღიარებული, მაღალი მგრძობელობიდან გამომდინარე, ერთ-ერთი ყველაზე მძიმე დარტყმა, სამედიცინო სექტორის და

ეკონომიკის სხვა სექტორების შემდეგ, სწორედ მან მიიღო (UN Tourism, 2020; TTDI, 2021; U.S. Department of State, 2022).

პოსტ-პანდემიურ პერიოდში მოგზაურობისა და ტურიზმის სექტორი ზრდას აჩვენებს, თუმცა აღდგენა ქვეყნებში თანაბარი არაა (TTDI, 2024). 2019 წლის მონაცემების 2022 წლის მონაცემებთან შედარებისას რეგიონების მიხედვით განსხვავებული აღდგენის მაჩვენებლები ვლინდება, კერძოდ, საუკეთესო (75-78%) აღდგენა ახლო აღმოსავლეთსა და ევროპაშია, ყველაზე დაბალი მაჩვენებელი (15%) კი - აზიისა და წყნარი ოკეანის რეგიონში (UN Tourism, 2022).

2021 წლის მოგზაურობისა და ტურიზმის განვითარების ანგარიშის თანახმად, ტურიზმის აღდგენა COVID-19-ის შემდეგ არასტანდარტულ გარემოში მოხდა, გლობალურ პანდემიას უკრაინაში ომი დაემატა (TTDI, 2021). მიუხედავად ამისა, 2021 წლისთვის მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციის კვლევათა მიხედვით, გამოკითხულ ექსპერტთა ნახევარი მიიჩნევდა, რომ ტურიზმის აღდგენა და 2019 წლის მაჩვენებლებზე დაბრუნება 2024 წლის შემდეგ გახდება შესაძლებელი (UN Tourism, 2021). მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციის 2022 წლის მაისის მონაცემებით, 2019 წელთან შედარებით, საერთაშორისო ტურისტული ჩასვლები აღდგა 46%-ით, ხოლო 2023 წლის მონაცემებით - 80%-ით (UN Tourism, 2023).

2017 წლიდან, დინამიკაში, საქართველოს ეკონომიკაში შემოსავლები საერთაშორისო ტურიზმიდან ასე ნაწილდება: 2017 წელი - 2 704 340 აშშ დოლარი; 2018 წელი - 3 222 074 აშშ დოლარი; 2019 წელი - 3 268 654 აშშ დოლარი; 2020 წელს, როგორც ვახსენეთ, პანდემიის გამო მაჩვენებელი მნიშვნელოვნად გაუარესდა, 2020 წელი - 541 687 აშშ დოლარი; 2021 წელი - 1 244 942 აშშ დოლარი; 2022 წელს კი შემოსავალი უფრო მაღალი იყო, ვიდრე პანდემიამდე - 3 516 634 აშშ დოლარი (საქართველოს ტურიზმის სტატისტიკური მიმოხილვა 2023).

შექმნილი ვითარება ტურიზმის ინდუსტრიის კიდევ უფრო სიღრმისეულ შესწავლასა და კვლევების სრულყოფას მოითხოვს. COVID-19 პანდემიამ ფუნდამენტურად შეცვალა კონკურენტუნარიანობის კონტექსტი, გაზარდა მისი მნიშვნელობა კომპანიებისა და დანიშნულების ადგილების გადარჩენის გზაზე (Kim, Liu, Williams, 2022). მითუმეტეს, რომ ტურიზმი გლობალიზაციის ერთ-ერთ მთავარ მამოძრავებელ ძალად მიიჩნევა (Song, Li, Cao, 2017).

ევროპასთან ინტეგრაციის ფარგლებში საქართველომ და სხვა, აღმოსავლეთ ევროპის ქვეყნებმა, 30 წელზე მეტი ხნის მანძილზე, ტრანსფორმაცია განიცადეს (Schwaag-Serger, Wise, 2004). ტრანსფორმაცია მრავალ რეფორმას და ცვლილებას გულისხმობს, რომლებიც ქვეყნების სრულფასოვნად ფუნქციონირებად საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლას ემსახურებიან (Schwaag-Serger, Wise, 2004). ეს განსაკუთრებით იმ ქვეყნებისთვისაა მნიშვნელოვანი, რომლებსაც ევროკავშირში გაწევრიანების მიზანი აქვთ (Schwaag-Serger, Wise, 2004). მათ რიგებშია საქართველოც, რომელმაც 2022 წლის მარტში შეიტანა განაცხადი ევროკავშირში გაწევრიანებაზე, ხოლო 2023 წლის დეკემბერში კანდიდატი ქვეყნის სტატუსი მიენიჭა (EU, 2023).

საქართველოში საბაზრო ეკონომიკის ჩამოყალიბება ორ დეკადაზე მეტი ხანია მიმდინარეობს. მიუხედავად იმისა, რომ ქვეყანა 1991 წლიდან აღარ იმყოფება გეგმიური ეკონომიკის პირობებში, ქვეყანა ჯერ კიდევ მბრძანებლურიდან საბაზრო ეკონომიკაზე გარდამავალია (პაპავა, 2011; U.S. Department of State, 2022). გადასვლა ერთი ეკონომიკური წყობიდან მეორეზე საქართველოსთვის არც თუ მარტივი ამოცანა აღმოჩნდა (ხადური, ფეტელავა, 2017), ქვეყანა, საერთაშორისო ორგანიზაციებისა და ინსტიტუციების მხარდაჭერით, ცდილობს ჩამოაყალიბოს და შექმნას ისეთი გარემო, რომელიც ხელს შეუწყობს ეკონომიკურ განვითარებას. ეს პროცესი სხვადასხვა მიზეზთა გამო მოკლევადიანი ვერ აღმოჩნდა. თუმცა, აღსანიშნავია, რომ საერთაშორისო სავალუტო ფონდმა 2018 წელს საქართველოს მაკროეკონომიკური მაჩვენებლები, გლობალური ფინანსური კრიზისის შემდეგ, დადებითად შეაფასა და სტრუქტურული რეფორმების ხარჯზე მომავალ წლებში უფრო სწრაფი ზრდის შესაძლებლობა დაუშვა (IMF, 2018).

მართალია 2020 წელს ტურიზმის სექტორის დიდი დანაკლისების გამო ეკონომიკა შემცირდა 6%-ით, საქართველოს ეკონომიკის თანამედროვე მდგომარეობის შეფასება დადებითად შეგვიძლია (U.S. Department of State, 2022). ეკონომიკამ 2021 წელს ძლიერი ზრდის მაჩვენებელი აჩვენა (10.4%-ით მეტი 2020 წელთან შედარებით) (U.S. Department of State, 2022). ამასთან, პერსპექტივაში, მთავრობა და საერთაშორისო ფინანსური პარტნიორები ოპტიმისტურ პროგნოზს

აკეთებდნენ, თუმცა საქართველოს ეკონომიკაზე ნეგატიურად აისახა რუსეთ-უკრაინის ომი და ზრდის ტემპი შემცირდა (U.S. Department of State, 2022).

1.2. კონკურენტუნარიანობის კვლევის კონცეფციები და მათი თავისებურებები ტურიზმთან მიმართებაში

საზოგადოდ, სამეცნიერო ლიტერატურაში კონკურენციის კლასიკური (Smith, 1776; Mill, 1848) და ნეოკლასიკური (Stigler, 1957; Porter, 1979; Kotler, Keller, 2012; Kotler, Bowen, Makens, 2014) განმარტებები გვხვდება. **კლასიკოსი** ეკონომისტები კონკურენციას, დამოუკიდებლად მოქმედი ინდივიდების საკუთარი მოთხოვნილებების დაკმაყოფილებისას წარმოშობილი კონფლიქტების მაკორდინირებელი მექანიზმის სახით ხედავენ, რომელიც მათ ეკვილიბრიუმის მიღწევაში ეხმარება (Smith, 1776; Mill, 1848; Tsoulfidis, 2011).

ნეოკლასიკოსების ხედვით, განსხვავება განმარტებაში გამომდინარეობს იქიდან, რომ ადამ სმიტის მოღვაწეობისას სრულყოფილი კონკურენციის თეორია ჯერ მხოლოდ ყალიბდებოდა და ავტორს მისი ზუსტი ფორმულირება არ შეეძლო, რადგან თავად ეკონომიკური თეორიაც კი ჩამოყალიბების სტადიაში იმყოფებოდა (Tsoulfidis, 2011). კლასიკოსი ეკონომისტები კონკურენტული ქცევის მოთხოვნებსა და კონკურენციაზე ბაზრის მონაწილეთა რაოდენობის გავლენას მკაფიოდ ვერ ახასიათებდნენ (Tsoulfidis, 2011).

საზოგადოდ, საბაზრო ეკონომიკისთვის **კონკურენცია** დამახასიათებელი (Mankiw, 2009; კოლუაშვილი, ოთინაშვილი, 2022). კონკურენციაში მეცნიერები გამოყოფენ ამ მოვლენის საკვანძო მაჩვენებლებს, მათ შორის ერთ-ერთია ფასი. ტრადიციული განმარტებით, ისეთი ბაზარი, რომელზეც მრავალი მყიდველი და მრავალი გამყიდველია და თითოეული მათგანი ფასზე უმნიშვნელო გავლენას ახდენს, **კონკურენტული ბაზარია** (Mankiw, 2009, 66).

ვინაიდან ტურიზმის ბაზრისთვის მრავალი მყიდველი და გამყიდველია დამახასიათებელი, კონკურენცია ამ ბაზარსაც ახასიათებს. საბაზრო **ფასი** მოთხოვნა-მიწოდების პრინციპიდან გამომდინარე რეგულირდება (მენქიუ, 2000, 84).

კონკურენცია ის ძირითადი მამოძრავებელი ძალაა, რომელიც წარმოებული პროდუქციის ხარისხის გაუმჯობესებასა და მასზე გაწეული დანახარჯების შემცირებას უწყობს ხელს; ყოველივე ეს კი ახალი ტექნოლოგიების რეალიზაციით

მიიღწევა (პაპავა, 2020, 198). სხვა სიტყვებით, კონკურენცია ეკონომიკური საქმიანობის განხორციელების დახვეწას და მისი ეფექტიანობის ზრდას იწვევს (Nazmfar, Eshghei, Alavi, Pourmoradian, 2019).

კონკურენტუნარიანობა სწრაფად ცვალებადია და დამატებით გამოწვევებს ქმნის, რაც მუდმივ კვლევებს მოითხოვს (Dupeyras, MacCallum, 2013, 6). 1970-იან წლებში ლიდერებმა, მეცნიერებისა და პოლიტიკოსების ჩათვლით, ეკონომიკური ზრდის განხილვისას კონკურენტუნარიანობის კონცეფციისთვის ხაზის გასმა დაიწყო (Krugman, 1996).

სპეციალურ ლიტერატურაში კონკურენტუნარიანობის სხვადასხვაგვარი განმარტება გვხვდება და კონკურენტუნარიანობის ერთიანი ტერმინი, განსაზღვრება არ ჩამოყალიბებულა (Dwyer, Kim, 2003, 372; ბარათაშვილი, გეგბაია, ლლონტი, 2012, 17). მაგალითად, მსოფლიო ეკონომიკური ფორუმი, რომელიც ქვეყნებს შორის კონკურენტუნარიანობას 1979 წლიდან აფასებს, მას განმარტავს, როგორც „ინსტიტუციების, პოლიტიკის და ფაქტორების ერთობლიობას, რომელიც ქვეყნის პროდუქტიულობის დონეს განსაზღვრავს“ (WEF). Dwyer-ის თანახმად, ეკონომისტები კონკურენტუნარიანობას - ფასისა და ქვეყნების ეკონომიკის, მენეჯმენტისა და სტრატეგიის მკვლევარები - კომპანიის, სოციოლოგიისა და პოლიტიკური თეორიის მკვლევარები კი - სოციალური, პოლიტიკური და კულტურული მახასიათებლების მიხედვით განიხილავენ (Dwyer, Kim, 2003, 371).

აუცილებელია აღვნიშნოთ პორტერის მიერ შეთავაზებული ბიზნესის კონკურენტუნარიანობის შეფასებისთვის განკუთვნილი მოდელი. პორტერმა შემოიტანა გაზომვადი კრიტერიუმები და კონკურენტუნარიანობის ცნება კონკრეტულ დარგთან მიმართებით განავითარა (ლაღანიძე, 2018, 11). „ხუთი ძალა“ ტურისტული დანიშნულების ადგილის კონკურენტუნარიანობის კონტექსტში უფრო დეტალურად ქვემოთაა განხილული. გრძელვადიან პერიოდში, პორტერის „ხუთი ძალის“ მიხედვით ანალიზი ინდუსტრიის ან ბაზრის ფუნდამენტური მიმზიდველობის გამოაშკარავების საშუალებას იძლევა (Porter, 1979; Moore, 2015). აღნიშნული ანალიზი დაფუძნებულია იმ დაშვებაზე, რომ ინდუსტრიის მიმზიდველობა ბაზრის სტრუქტურაზეა დამოკიდებული, რადგან ბაზრის სტრუქტურა ბაზრის მონაწილეთა ქცევაზე ახდენს გავლენას (Dälken, 2014).

კოტლერი მიიჩნევს, რომ კონკურენცია არ ჩნდება მხოლოდ გამყიდველებს შორის, ის მომხმარებლებს, მიმწოდებლებს, პოტენციურ კონკურენტებს და შემცველ პროდუქტებსაც მოიცავს (Kotler, Keller, 2012, 11). ეს მოსაზრება ეთანხმება მაიკლ პორტერის ხუთ ძალასაც (Porter, 1998).

პორტერის თანახმად, კონკურენციაში წარმატების მიღწევის პროცესში არსებით როლს **სტრატეგიის შემუშავება და კონკურენტული უპირატესობის** არსებობა ასრულებს, კონკურენტულ უპირატესობას კი კომპანიები ინოვაციის დანერგვა-განხორციელების მეშვეობით აღწევენ (Porter, 1990, 75). კომპანიის მომგებიანობის მთავარი განმსაზღვრელი ინდუსტრიის მიმზიდველობაა (Porter, 1998, 4). **კონკურენტული სტრატეგია** უნდა გამომდინარეობდეს კონკურენციის წესების გაგებიდან (Porter, 1998, 4). იგულისხმება ის წესები, რომლებიც ინდუსტრიის მიმზიდველობას განაპირობებენ (Porter, 1998, 4). მათი გაგება პორტერის მიერ შეთავაზებული **კონკურენციის ხუთი ძალის** დახმარებითაა შესაძლებელი (Porter, 1998, 4). ამასთან არ არსებობს ისეთი **კონკურენტული მარკეტინგული სტრატეგია**, რომელიც ყველა კომპანიას თანაბრად მოერგება (Kotler, Bowen, Makens, 2014, 65). თითოეულმა კომპანიამ საკუთარი ზომებისა და ინდუსტრიაში პოზიციის განსაზღვრის გზით კონკურენტები უნდა განსაზღვროს (Kotler, Bowen, Makens, 2014, 65). დიდ კომპანიებს, დომინანტური პოზიციებით ინდუსტრიაში, აქვთ ისეთი სტრატეგიების გამოყენების შესაძლებლობა, რომლებიც მცირე კომპანიებისთვის ხელმიუწვდომელია (Kotler, Bowen, Makens, 2014, 65).

კომპანიის წარმატებულ მუშაობაში კონკურენტული უპირატესობის წამყვანი როლიდან გამომდინარე, კომპანიის სტრატეგიული გეგმის მთავარ ნაწილს, სასურველია, **ძირითადი სტრატეგია** წარმოადგენდეს (Porter, 1998, 25).

კონკურენტული უპირატესობა კონკურენტებთან შედარებით მოწინავე პოზიციას წარმოადგენს (Schumpeter, 1934), რომლის მიღწევაც უფრო მეტი ფასეულობის ნაკლებ ფასად ან მაღალ ფასად განსაკუთრებული ფასეულობის მიწოდებით მიიღწევა (Kotler, Bowen, Makens, 2014, 243). მეცნიერთა აზრით, თეორიულ და პრაქტიკულ სიტუაციებში განსაკუთრებული, მოწინავე შედეგების მიღება, გარე პირობებთან შეგუების მიზნით, ღირებულებათა ჯაჭვში სხვადასხვა აქტივობების განხორციელებითაა შესაძლებელი (Powell, 1992; Porter, 2000; Obloj, 2019, 37).

თანამედროვე მსოფლიოში განსაკუთრებით აქტუალურია **მდგრადი კონკურენტული უპირატესობის ცნება** (დალანიძე, 2018, 29). აუცილებელია მუდმივად აჩვენო სხვებზე უკეთესი შედეგები, ვინაიდან საკუთარი წარსული მაჩვენებლების გაუმჯობესება, ვეღარ ჩაითვლება წარმატების საწინდარად (დალანიძე, 2018, 29).

არსებობს კონკურენტული უპირატესობის მოდელების მრავალი განმარტება, მათ შორის: რესურსებზე დაფუძნებული (Peteraf, 1993; Obloj, 2019, 40), პრაგმატული (დალანიძე, 2018, 29), დროზე დამყარებული (Stalk, 1988).

ორი ფუძემდებელი ავტორი, რომლებიც კონკურენტულ სტრატეგიებს გვთავაზობენ არიან Igor Ansoff და Michael Porter. კონკურენტული უპირატესობის ერთ-ერთი ცნობილი კონცეფცია Ansoff-მა 1965 წელს შეიმუშავა (Ansoff, 1965), თუმცა სტრატეგიულ მენეჯმენტში მისი გამოყენება პორტერის სახელთანაა დაკავშირებული (Porter, 1980, 1998; Obloj, 2019, 40). რესურსებზე დაფუძნებული შესაძლებლობები 1993 წელს Peteraf-მა ჩამოაყალიბა (Peteraf, 1993; Obloj, 2019, 40). ეს თეორიები კონკურენტულ უპირატესობას ძირითადად კონკრეტულად კომპანიის ჭრილში განიხილავდნენ (Obloj, 2019, 40). აღსანიშნავია, რომ ორივე ავტორის მიდგომა განსხვავებულ ასპექტზე ამახვილებს ყურადღებას: Ansoff-ის შეხედულება სტრატეგიის გაფართოებაზეა ორიენტირებული, ხოლო პორტერი სტრატეგიის იდენტიფიცირებასა და დანერგვაზეა ფოკუსირებული.

დღეს, კონკურენციისა და ფასეულობის ზრდის, პროდუქტიულობისა და ხარისხის შემცირების დროს, საჭიროა ყურადღების გამახვილება სამ მარკეტინგულ ასპექტზე: სერვისის დიფერენციაცია, სერვისის ხარისხი და სერვისის პროდუქტიულობა (Kotler, Bowen, Makens, 2014, 45).

ბაზარზე არსებული კომპანიები ქმნიან **კონკურენტულ მარკეტინგულ გარემოს** (Kotler, Keller, 2012, 10). მარკეტოლოგი ფილიპ კოტლერი კომპანიის მარკეტინგულ გარემოს **მიკრო** და **მაკრო დონეზე** აანალიზებს (Kotler, Bowen, Makens, 2014, 64). კომპანიის მარკეტინგული გარემო შედგება მონაწილეებისა და ძალებისგან, რომლებიც გავლენას ახდენენ კომპანიის უნარზე, დაამყარონ და წარმატებულად მართონ ურთიერთობები სამიზნე მომხმარებლებთან (Kotler, Bowen, Makens, 2014, 64).

შესაბამისად, ვუშვებთ, რომ მარკეტინგული გარემო შედგება მიკრო და მაკროგარემოსგან (Middleton, Fyall, Morgan, Ranchhod, 2009; Kotler, Bowen, Makens, 2014, 64). მიკროგარემო მოიცავს იმ ფაქტორებს, რომლებიც ზემოქმედებენ კომპანიის უნარზე მოემსახურონ მომხმარებლებს, თავად კომპანიას, სადისტრიბუციო არხებს, მყიდველთა ბაზრებს, მიმწოდებლებს, შუამავლებს და საზოგადოებას მთლიანობაში (Kotler, Bowen, Makens, 2014, 64).

მაკროგარემოში, ავტორი იმ, უფრო მოცულობით, ფაქტორებს გულისხმობს, რომლებიც მიკროგარემოზე ზემოქმედებენ: დემოგრაფიული, ეკონომიკური, ბუნებრივი, ტექნოლოგიური, პოლიტიკური, კონკურენტული (Middleton, Fyall, Morgan, Ranchhod, 2009, 71) და კულტურული ძალები (Kotler, Bowen, Makens, 2014, 64).

თუმცა, მაკროგარემოზე მოქმედი ფაქტორები სხვა ავტორებთან ოდნავ განსხვავებულადაა ჩამოყალიბებული (Middleton, Fyall, Morgan, Ranchhod, 2009, 187), სადაც ისინი მოიაზრებენ: პოლიტიკურ, ეკონომიკურ, სოციალურ, ტექნოლოგიურ, საკანონმდებლო და გარემო ფაქტორებს (Dwyer, Kim, 2003; Ritchie, Crouch, 2003).

მეცნიერები, **კონკურენტულ გარემოს, აგრეთვე დარგების (ინდუსტრიების) და ტერიტორიული ერთეულების ჭრილში** განიხილავენ (McNulty, 1968). კომპანიის კონკურენტული გარემოს შესაფასებლად ინდუსტრია (ან ინდუსტრიები) საკვანძო საკითხია, რომლის ფარგლებშიც კომპანიები ერთმანეთთან კონკურენციაში შედიან (McNulty, 1968, 641). კონკურენციის თავისებურებებზე ინდუსტრიის სტრუქტურას ძლიერი ზეგავლენა აქვს, ასევე კომპანიის სტრატეგიული პოტენციალის გამოვლენის დროს მას დიდი როლი მიუძღვის (McNulty, 1968, 641).

Dwyer-ისა და Kim-ის თანახმად კონკურენტუნარიანობის ორი ხედვა (დონე) არსებობს: მიკრო, მაკრო (Dwyer, Kim, 2003, 371):

- მაკრო ხედვით (დონე) - ეროვნული ანუ სოციალური, კულტურული და ეკონომიკური;
- მიკრო ხედვით (დონე) - კომპანიებზე აქცენტით.

აგრეთვე, ამ ორ ხედვას შეგვიძლია „პორტერისეული“ ხედვაც (დონე) დავუმატოთ (Porter, 1998):

- პორტერის ხედვით (დონე) - ინდუსტრიაზე, მყიდველებზე, მიმწოდებლებზე.

მაკრო ხედვით, ქვეყნის კონკურენტუნარიანობა დამოკიდებულია, უწინარეს ყოვლისა, იმაზე, თუ რამდენად ნაყოფიერად იყენებს ის ეროვნულ ბუნებრივ, შრომით, მატერიალურ და ფინანსურ რესურსებს (ისმაილოვი, პაპავა, 2007, 167). ამავე დროს ნებისმიერი კონკურენცია, გარკვეულწილად, ეკონომიკის სრულყოფის სტიმულს წარმოადგენს (ისმაილოვი, პაპავა, 2007, 167).

ამასთან, ზოგიერთი ავტორი თვლის, რომ კონკურენტები ორივე - მიკრო და მაკრო - დონეზე მოიაზრებიან (Middleton, Fyall, Morgan, Ranchhod, 2009, 187; Kotler, Bowen, Makens, 2014, 65). ეს იმითაა განპირობებული, რომ არსებული კონკურენტები და მყიდველები მიკროგარემოს განეკუთვნებიან, ვინაიდან, მათზე დაკვირვება, შედარებით, მარტივია, პოტენციური კი - მაკროგარემოში, რადგან მათი წინასწარ პროგნოზირება პრაქტიკულად შეუძლებელი (Kotler, Bowen, Makens, 2014, 65).

კონკურენტების დახასიათება დამატებით დამოკიდებულების მიხედვითაც შეიძლება, კონკურენტები არიან პირდაპირი ან არაპირდაპირი (Porter, 1980; Middleton, Fyall, Morgan, Ranchhod, 2009), ისინი მიიჩნევიან კომპანიის მიკრო-გარემოში.

ჩვენი ნაშრომის მიზნებისთვის ჩვენთვის სამივე ხედვა საინტერესოა, თუმცა განსაკუთრებული მნიშვნელობა მაკრო და პორტერისეულ ხედვებს აქვთ.

საინტერესოა ისიც, რომ კომპანიების გარდა, **კონკურენციას განსაზღვრული მაჩვენებლების მიხედვით, ქვეყნებიც შესაძლოა უწევდნენ ერთმანეთს** (Mankiw, 2018, 8). ტრადიციული ეკონომიკის თეორიის მიხედვით, კონკურენცია ქვეყნებს შორის ნებისმიერი ქვეყნისთვის მომგებიანია (Mankiw, 2009, 8).

ეკონომიკური თანამშრომლობისა და განვითარების ორგანიზაცია **ქვეყნებს შორის კონკურენციას** განსაზღვრავს, როგორც თავისუფალი ბაზრის პირობებში ქვეყნის უნარის საზომს აწარმოოს ისეთი ხარისხის საქონელი და მომსახურება, რომელიც საერთაშორისო ბაზარზე არსებულ ნორმებს შეესაბამება და გრძელვადიან პერიოდში ადგილობრივი მოსახლეობის შემოსავალს ზრდის (Calligaris, 2024).

მაიკლ პორტერი მიიჩნევს, რომ კონკურენტუნარიანობა თითოეული **ერის ყველა ინდუსტრიის მთავარი საზრუნავი** გახდა (Porter, 1998; Vodeb, 2012). ნობელის პრემიის ლაურეატი Paul Krugman-ი, აღნიშნავს, რომ **ქვეყნებს შორის კონკურენცია**

რადიკალურად განსხვავდება კომპანიებს შორის კონკურენციისგან, ვინაიდან, სახელმწიფო საკუთარი მთავარი მომხმარებელია - ერთი მოქალაქის ხარჯი, მეორე მოქალაქის შემოსავალია, მეორე მოქალაქის ხარჯი კი - პირველი მოქალაქის შემოსავალი (Krugman, 2020). შესაბამისად, გამართული, ლოგიკური ეკონომიკური პოლიტიკის პრინციპი არ ემთხვევა მენეჯმენტის პრინციპს (Krugman, 2020). აქვე აღვნიშნავთ, რომ Mankiw-ს თანახმად, ორ ქვეყანას შორის კონკურენციისას წაგებული არ არსებობს - ორივე მხარეს შეუძლია მოგებული იყოს (Mankiw, 2018, 9).

აქედან გამომდინარე, თუ ნებისმიერი კომპანია მოგებაზეა ორიენტირებული და ყველა მისი გადაწყვეტილება ამ პრინციპიდან გამომდინარეობს, ქვეყნის შემთხვევაში, მთავარი მიზნები განსხვავებულია. მსოფლიო ეკონომიკურ ფორუმში თვლიან, რომ ეკონომიკა კონკურენტუნარიანია, თუ ის მდგრად განვითარებას შეძლებს, რაც საზოგადოების ყველა წევრისთვის კეთილდღეობის ზრდას გამოიწვევს (WEF).

ამასთან, კონკურენტუნარიანობის კლიმატი ასტიმულირებს განვითარებას და ხელს უშლის სტაგნაციას (Ritchie, Crouch, 2003, 141).

ქვეყნის კონკურენტუნარიანობა, ეკონომისტების აზრით, მოხსენიებულ უნდა იყოს, როგორც პროდუქტიულობა (Krugman, 1996; Cann, 2016), რომელსაც ქვეყნებს შორის კონფლიქტთან საერთო არ აქვს. ამასთან, ეკონომისტები ითვალისწინებენ სტანდარტული ეკონომიკური მოდელებიდან ერთგვარ გადახვევას, რაც გულისხმობს არასრულყოფილ კონკურენციას, სხვა ქვეყნების ეკონომიკებს, ან ორივეს ერთად (Krugman, 1996).

Krugman-ი თვლის, რომ კორპორაციის კონკურენტუნარიანობის დახასიათება გაცილებით მარტივია, ქვეყნის შემთხვევაში კი - პრობლემატური (Krugman, 1994). თუ კორპორაციას არ შეუძლია გადაუხადოს დასაქმებულებს ხელფასები, მომწოდებლებს გაწეული სერვისის ღირებულება, ის გავა ბიზნესიდან (Krugman, 1994). ე. ი. როდესაც ვამბობთ, რომ კომპანია არაკონკურენტუნარიანია, ეს ნიშნავს, რომ ბაზარზე მისი პოზიციები არამდგრადია - თუ ის არ გააუმჯობესებს თავის ოპერაციულ მხარეს, გაკოტრდება (Krugman, 1994). მაგრამ ქვეყნების შემთხვევაში ასე არ ხდება, ქვეყანა ვერ გავა ბიზნესიდან (Krugman, 1994). ქვეყანა შეიძლება იყოს

კმაყოფილი ან დაუკმაყოფილებელი საკუთარი ეკონომიკით, მაგრამ ის ვერ მიმართავს იმავე გზებს, რომლებსაც კორპორაცია მიმართავდა (Krugman, 1994).

Paul Krugman-ი აღნიშნავს, რომ ქვეყნის კონკურენტუნარიანობა დამოკიდებულია არა მხოლოდ რესურსებით უზრუნველყოფაზე, არამედ მწარმოებლურობაზეც, რაც დაკავშირებულია ბიზნესგარემოს მდგომარეობასა და მასშტაბის ეფექტის არსებობასთან (Krugman, 1980). მისი აზრით, ბიზნესგარემოს რეგულირება, ინსტიტუტები, ინფრასტრუქტურა, ადამიანისეული კაპიტალი და სხვა ფაქტორები მიეკუთვნებიან, რომლებიც მოცემულ გარემოში ფირმების მწარმოებლურობაზე ახდენენ გავლენას (Krugman, 1980).

ზემოთაღნიშნულიდან გამომდინარე, კვლევის მიზნების მისაღწევად, ქვეყნებს, როგორც ტურისტული დანიშნულების ადგილებს შორის კონკურენციისა და კონკურენტუნარიანობის საკითხებს ვიკვლევთ.

გლობალური ტურისტული ინდუსტრიის ჩამოყალიბებაში კრიტიკულ როლს დანიშნულების ადგილებს შორის კონკურენტუნარიანობა თამაშობს (Crouch, Ritchie, 2006). რაც უფრო მეტი ტურისტული დანიშნულების ადგილი მასპინძლობს ახალ ეკონომიკურ გენერატორებს, აღნიშნული ადგილი მით მეტად კონკურენტუნარიანი ხდება. ის აგრო-კულტურის, წარმოებისა და მომპოვებითი მრეწველობის აქტივობებს ჩაანაცვლებს (Goeldner, Ritchie, 2003).

ამასთან, ტურისტული კონკურენტუნარიანობის განსაზღვრა რეგიონული ტურიზმის განვითარებისთვისაა სასარგებლო (Liu, Hasan, Ciu, Yan, Sun, 2022). ის ძლიერ და სუსტ მხარეებს, ასევე საფრთხეებსა და შესაძლებლობებს წარმოაჩენს (Codreanu, Hussein, Min, 2021).

1.3. ტურიზმის კონკურენციის თეორიული კონცეფციები

ტურიზმს მრავალი ფუნქცია გააჩნია, მათ შორის: მომხმარებლისთვის - ტურისტულ-რეკრეაციული მოთხოვნილებების დაკმაყოფილება, მეწარმისა და ინვესტორისთვის - მოგების და გაღებული კაპიტალის უკუგების მიღება (ხელაშვილი, 2016), სახელმწიფოსთვის - სოციალური პრობლემების (მაგალითად, დამატებითი სამუშაო ადგილების შექმნა) მოგვარება და სხვა (ხელაშვილი, 1992, 13). ამასთან, ტურიზმი ასრულებს, ან შეუძლია შეასრულოს, სხვა ეკონომიკური, სოციალური და ეკოლოგიური ფუნქციებიც, რომლებიც ქვეყნის ან რეგიონის

განვითარების ცალკეულ ეტაპებზე, ზოგჯერ მეტად მნიშვნელოვან როლს თამაშობენ (ხელაშვილი, 1992, 13; Gugushvili, Salukvadze, Leonhäuser, Durglishvili, Pavliashvili, Khelashvili, Salukvadze, Khartishvili, 2020).

საერთაშორისო დონეზე **კონკურენტუნარიანობა** განიხილება, როგორც ეკონომიკის უნარი მიიზიდოს ინვესტიციები და მოთხოვნა ექსპორტზე, რაც შედეგად მოქალაქეების ცხოვრების დონის სტანდარტებს გააუმჯობესებს (Bobirca, 2007, 31).

ამასთან, კონკურენტუნარიანობა მხოლოდ ქვეყნის ეკონომიკურ ზრდასა და ეკონომიკურ მახასიათებლებთან არაა დაკავშირებული; ტურიზმმა კონკურენტუნარიანობის ისეთი „რბილი ფაქტორები“ უნდა გაითვალისწინოს, როგორებიცაა გარემო, ცხოვრების ხარისხი, ტექნოლოგიები, ცოდნა და სხვა (Jovanović, Krstic, Jankovic-Milic, 2013, 118).

იმისთვის, რომ პოლიტიკის შემქმნელებს წვდომა ტურიზმის პოტენციალსა და შედარებით უპირატესობამდე ჰქონდეთ, სხვა ქვეყნებში ტურიზმის შესაძლებლობებსა და კონკურენტულ უპირატესობას შორის კავშირის დადგენა, ზოგიერთი ავტორის მიერ, მნიშვნელოვან საკითხად მიიჩნევა (Jovanović, Krstic, Jankovic-Milic, 2013, 118).

დანიშნულების ადგილის **კონკურენტუნარიანობა** ორ ძირითად ფაქტორზეა დამოკიდებული (Enright, Newton, 2004; International Finance Corporation, 2019, 11):

- ა) დანიშნულების ადგილზე მოქმედი მიმწოდებელი კომპანიების კონკურენტუნარიანობა;
- ბ) დანიშნულების ადგილზე არსებული მიწოდების ფაქტორები, რომლებიც ადგილის მიმზიდველობასა და იმიჯს განსაზღვრავენ.

ამასთან, დანიშნულების ადგილის კონკურენტუნარიანობაზე მრავალი, როგორც საფასო, ასევე არასაფასო, ფაქტორი ახდენს გავლენას (Dwyer, Kim, 2003, 369).

ისტორიიდან, პოლიტიკისა და კულტურის ლიტერატურიდან ცნობილია, რომ როგორც ისაა შესაძლებელი, რომ ერის კონკურენტუნარიანობაზე კლიმატმა, მორალმა, სახელმწიფოს ძალაუფლებამ, კულტურულმა ღირებულებებმა და დისციპლინამ იქონიოს გავლენა, ასევე უკუქმედებაცაა შესაძლებელი, ანუ,

ფაქტორებს შეუძლიათ კონკურენტუნარიანობაზე გავლენის მოხდენა (Franke et. al., 1991; GCI, 2001; Dwyer, Kim, 2003, 374).

დანიშნულების ადგილი კონკურენტუნარიანია, თუ ის მიმზიდველია ტერიტორიული თვალსაზრისით, მარტივად მიღწევადია (იგულისხმება, ტერიტორიული ხელმისაწვდომობა), ოპერირებს ეფექტიანად, ახდენს დადებით გავლენას ეკონომიკურ განვითარებაზე (International Finance Corporation, 2019, 11).

გაეროს მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაცია **ტურისტული დანიშნულების ადგილის კონკურენტუნარიანობას განმარტავს**, როგორც: დანიშნულების ადგილის უნარი პროდუქტიულად გამოიყენოს საკუთარი ბუნებრივი, კულტურული, ადამიანისეული, ადამიანის მიერ შექმნილი და კაპიტალური რესურსები ხარისხიანი, ინოვაციური, ეთიკური და მიმზიდველი ტურისტული საქონლისა და მომსახურების განვითარებისა და მიწოდებისთვის, მდგრადი განვითარებისა და ზრდის მისაღწევად საერთო ხედვისა და სტრატეგიული მიზნების გათვალისწინებით, ტურიზმის სექტორის დამატებითი ფასეულობის შექმნის, ბაზრის კომპონენტების გაუმჯობესებისა და დივერსიფიცირების, მიმზიდველობის ოპტიმიზაციის, ადგილობრივი მოსახლეობისა და ვიზიტორებისთვის სარგებლის გასაზრდელად მდგრად პერსპექტივაში (UN Tourism).

OECD-ის ტურიზმის კონკურენტუნარიანობის ინდიკატორების ანგარიშში მიღებული განმარტების თანახმად, ტურიზმის დანიშნულების ადგილის კონკურენტუნარიანობა განისაზღვრება, როგორც ადგილის უნარი, რეზიდენტებისა და არარეზიდენტებისთვის მიმზიდველობის ოპტიმიზაცია, ხარისხის, ინოვაციისა და ტურისტული სერვისების მიმზიდველობის მაღალი დონის მიღწევით, ადგილობრივ და გლობალურ ბაზარზე ბაზრის წილის მოპოვების პირობებში, ტურიზმის მხარდამჭერი რესურსების ეფექტიანი და მდგრადი გამოყენების უზრუნველყოფით (Dupeyras, MacCallum, 2013, 7).

Ritchie-ისა და Crouch-ის განმარტებით, კონკურენტუნარიანობა ტურიზმის ინდუსტრიაში შეგვიძლია განვსაზღვროთ, როგორც: „დანიშნულების ადგილის უნარი გაზარდოს ტურიზმის დანახარჯები, ვიზიტორებისთვის ატრაქციებისა და შთამბეჭდავი გამოცდილების შექმნით, მისაღები ღირებულების დაწესებით,

ადგილობრივი მოსახლეობის კეთილდღეობის ზრდის და ბუნებრივი კაპიტალისა და ინვესტიციების მხარდაჭერით მომავალი თაობებისთვის“ (Ritchie, Crouch, 2003).

ტურისტული დანიშნულების კონკურენტუნარიანობა ზოგჯერ განისაზღვრება, როგორც მისი უნარი, ტურისტული დანიშნულების სხვა ადგილებთან შედარებით, ბაზარს მიაწოდოს უკეთესი საქონელი და მომსახურება (Dwyer, Kim, 2003).

ტურისტულ დანიშნულების ადგილებზე კონკურენტუნარიანობის მოდელების მორგება 60-იანი წლებიდან დაიწყო (Stankova, Vasenska, 2017).

მრავალი ავტორი თანხმდება იმაზე, რომ **ტურისტული დანიშნულების ადგილის კონკურენტუნარიანობა** ტურისტთა შეხედულებებისა და წარმოდგენების შესახებ არსებული გამოკითხვების შედეგების ანალიზის შედეგად გაიზომება (Kozak, Rimmington, 1999; Bahar, Kozak, 2007; Cracolici, Nijkamp, 2009).

ზოგიერთი ავტორის განმარტებით, ვინაიდან კონკურენტუნარიანობა ადგილისთვის კონკურენციასთან გამკლავების უნარს წარმოადგენს, დანიშნულების ადგილის კონკურენტუნარიანობის ანალიზის განხორციელება მხოლოდ ამ ადგილის სხვა, იგივე ტურისტული სეგმენტების მომსახურე, დანიშნულების ადგილებთან შედარების გზითაა შესაძლებელი (Faur, Ban, 2020; Khelashvili, 2023).

პროფესორ იოსებ ხელაშვილს შემუშავებული აქვს ტურიზმის კვლევის ტერიტორიული მოდელი (იხ. დანართი 1), სადაც სხვადასხვა ბაზრებზე სხვადასხვა მწარმოებლები კონკურენციას უწევენ ერთმანეთს მომხმარებელთა მოთხოვნილებების დასაკმაყოფილებლად (ხელაშვილი, 1992). სხვადასხვა ბაზრები განსხვავებულ ტერიტორიებზეა განლაგებული, მაგრამ მათ მიერ შეთავაზებული პროდუქტი მსგავს მოთხოვნილებებს აკმაყოფილებს (ხელაშვილი, 1992).

ტურისტული დანიშნულების კონკურენტუნარიანობის კონცეპტუალიზაცია მისი მრავალი მიზნისა და დანიშნულების გამო რთულია (Goffi, Cucculelli, Masiero, 2019, 3). ზოგიერთი დანიშნულების ადგილი ეკონომიკური განვითარების მიღწევას ცდილობს, სხვები კი - ეკონომიკას ამრავალფეროვნებენ ან ბაზრის წილს ზრდიან (Goffi, Cucculelli, Masiero, 2019, 3). შესაბამისად, არსებობს **დანიშნულების ადგილის კონკურენტუნარიანობის რამდენიმე ხედვა** (Goffi, Cucculelli, Masiero, 2019, 3).

პირველი ხედვის თანახმად, დანიშნულების ადგილის მთავარი მიზანი მომხმარებლისთვის ფასეულობის მქონე პროდუქტის შექმნაა, რაც ბაზარზე

პოზიციონირებას უწყობს ხელს (d'Hartesse, 2000). მეორე ხედვით ტურისტული დანიშნულების ადგილებს შორის ურთიერთობას, ბუნებრივი და სოციო-კულტურული კაპიტალის შენარჩუნებას უსვამს ხაზს (Buhalis, 2000; Heath, 2002; Dwyer, Kim, 2003).

მსოფლიო ტურიზმის ინდუსტრია ცოცხალი, ცვალებადი და გამოწვევებით სავსეა (Kotler, Bowen, Makens, 2014, 6). კონკურენცია ძლიერია და ძლიერდება ყოველდღიურად, თუმცა, დღეს შესაძლებლობები უფრო მრავალფეროვანია ვიდრე ოდესმე (Kotler, Bowen, Makens, 2014, 6-14). მომხმარებლები და კონკურენცია მუდმივად იცვლება (Kotler, Bowen, Makens, 2014, 6-14). კონკურენცია ტურიზმში ძირითადად დანიშნულების ადგილებს შორის მიმდინარეობს, რაც კომპანიებს შორის კონკურენციას არ გამოირიცხავს (Popesku, Pavlović, 2012).

მიდლტონის თანახმად, მოგზაურობისა და ტურიზმის ინდუსტრია ხუთი ძირითადი სექტორისგან შედგება (Middleton, Fyall, Morgan, Ranchhod, 2009, 11), ესენია: მასპინძლობის, ატრაქციებისა და ღონისძიებების, სატრანსპორტო, მოგზაურობის ორგანიზატორებისა და შუამავლების, დანიშნულების ადგილების ორგანიზატორთა სექტორები (Middleton, Fyall, Morgan, Ranchhod, 2009, 11).

კონკურენციის შესასწავლად მნიშვნელოვანია ტურიზმის ინდუსტრიის მთლიანი სტრუქტურის გაგება ადგილობრივი პოლიტიკური ჩარჩოებისა და მართვის მექანიზმების ჩათვლით, რადგან ინდუსტრიის ფუნქციონირებაზე სწორედ ისინი ზემოქმედებენ (International Finance Corporation, 2019, 20).

ინდუსტრიის გარემო პირობები მნიშვნელოვან საკითხს წარმოადგენს. კვლევებმა (Jurowski, Olsen, 1995; Jogaratham, Law, 2006) აჩვენეს, რომ გარემო ტურიზმსა და მასპინძლობაში განუსაზღვრელი, არასტაბილური და სწრაფად ცვალებადია, რაც კონკურენტული გარემოს დინამიურობის ზოგადი კონცეფციის კერძო გამოვლენას წარმოადგენს. საფიქრებელია, რომ გარემოში ასეთი რთული სიტუაციის გათვალისწინებით ორგანიზაციების მხრიდან კვლევებზე მოთხოვნა გაჩნდება.

არსებობს ბიზნესის, დანიშნულების ადგილისა და ეროვნული კონკურენტუნარიანობის (Porter, 1979; World Competitiveness Ranking by IMD, 1989; Porter, 1990; Poon, 1993; Keyser, Vanhove, 1994; Govers, Go, 1999; Crouch, Ritchie, 1999; Hassan, 2000; GCI, 2001; Heath, 2002; Ritchie, Crouch, 2003; Dwyer, Kim, 2003;

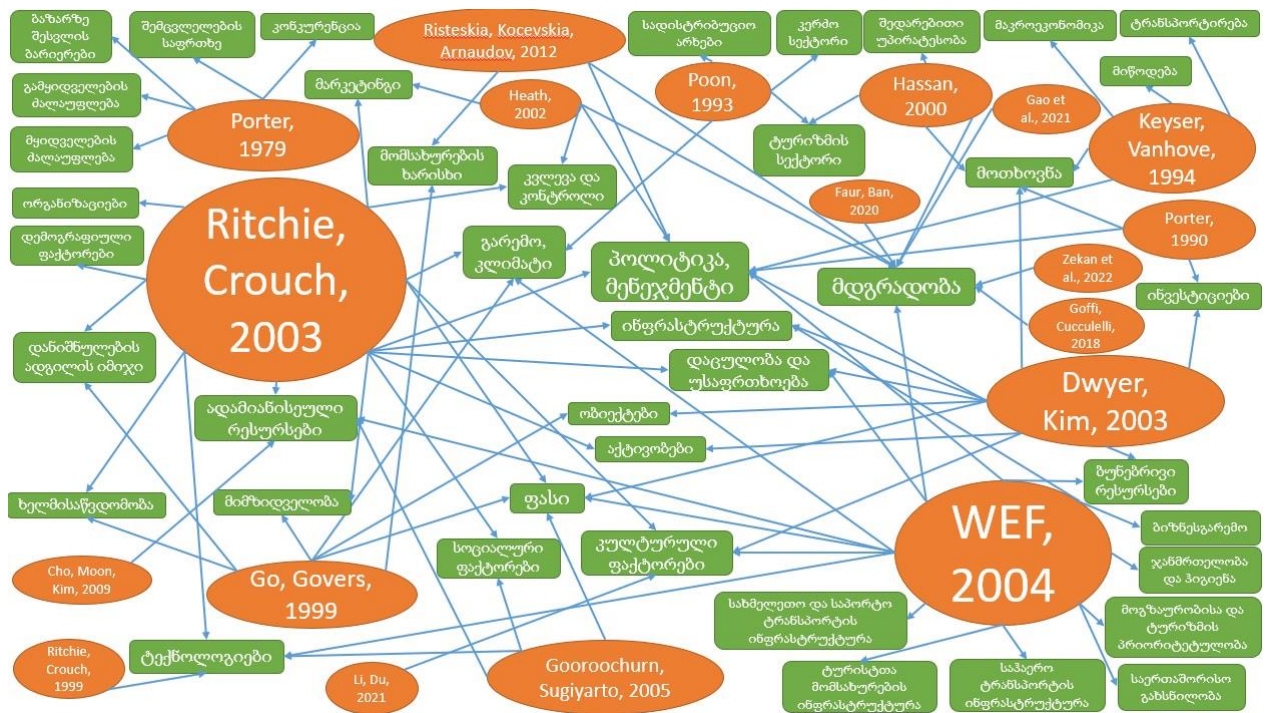
Gooroochurn, Sugiyarto, 2005; TTCI, 2007; Cho, Moon, Kim, 2009; Risteskia, Kocevskia, Arnaudov, 2012; SolAbility, 2012; OECD, 2013; Cvelbar et al., 2015; Goffi, Cucculelli, Masiero, 2019; Faur, Ban, 2020; Li, Du, 2021; Gao et al., 2021; Zekan et al., 2022) მრავალი თეორიული მოდელი (იხ. დანართი 2). ამასთან, მრავალია იმ მოდელთა რაოდენობაც, რომელთა მიზანაც ტურისტული დანიშნულების ადგილის კონკურენტული პოზიციის ანალიზია (Sirše, Mi-halič, 1999; Dwyer, Livaic, Mellor, Mules, 2003; Enright, Newton, 2004; Gomezeli, Mihalič, 2008).

კონკურენტუნარიანობაზე ავტორთა მოსაზრებების თვალნათლივ წარმოსაჩენად, ასევე ავტორთა და კონცეფციათა კავშირების ვიზუალური გამოსახვისთვის ე. წ. „ბუშტების დიაგრამა“ („bubble diagram“) გამოვიყენეთ (იხ. დიაგრამა N1.3.1) (Okroshidze, Meyer, Khelashvili, 2024).

აღსანიშნავია შემდეგი ავტორები და მათი ნაშრომები: Porter-ის კონკურენციის ხუთი ძალა (Porter, 1979) და ინდუსტრიის ეროვნული კონკურენტული უპირატესობის თეორია, იგივე სისტემა „ალმასი“ (Porter, 1990), Poon-ის დანიშნულების ადგილის მიერ კონკურენციაში წარმატების მიღწევის ოთხი ძირითადი პრინციპი (Poon, 1993), Keyser-ის და Vanhove-ის კონკურენტუნარიანობის მოდელის შემუშავების მიზნით, კარიბის ზღვაში რვა დანიშნულების ადგილის შესწავლის შედეგად ჩამოთვლილი ხუთი ინდიკატორი (Keyser, Vanhove, 1994), Go და Govers-ის კონკურენტუნარიანობის შვიდი მახასიათებელი (Govers, Go, 1999). ცალკე ყურადსაღებია Ritchie და Crouch-ის კვლევები. მათ კონკურენტუნარიანობის მოდელზე მუშაობა 1999 წელს დაიწყო და 2003 წლამდე მას სხვადასხვა ფაქტორით ამდიდრებდნენ (Ritchie, Crouch, 2003). მოდელის ერთ მხარეს შედარებითი, მეორე მხარეს კი - კონკურენტული უპირატესობებია მოცემული (Popesku, Pavlović, 2012). აღნიშნული მოდელი ორ გარემოზე ამახვილებს ყურადღებას (Ritchie, Crouch, 2003): გლობალურ (მაკრო) გარემოზე, რომელიც ეკონომიკურ, ტექნოლოგიურ, სოციალურ, კულტურულ, ეკოლოგიურ, პოლიტიკურ და დემოგრაფიულ ფაქტორებს მოიცავს; კონკურენტულ (მიკრო) გარემოზე, რომელიც ორგანიზაციების, გავლენებისა და ძალებისგან შედგება.

ამასთან, მოდელი არანაკლებ მნიშვნელობას შემდეგ ფაქტორებს ანიჭებს: დამხმარე ფაქტორებს და რესურსებს, ძირითად რესურსებს და მიზიდულობებს

(attractors), დანიშნულების ადგილის მენეჯმენტს, პოლიტიკას, დაგეგმვას და განვითარებას (Crouch, 2006, 7).



დიაგრამა N1.3.1. „ბუშტების დიაგრამა“².

Ritchie და Crouch-ის მოდელი კონკურენტუნარიანობის 36 ელემენტზე ამახვილებს ყურადღებას, რომლებიც 5 ძირითად ფაქტორშია განაწილებული (Crouch, Ritchie, 1999; Ritchie, Crouch, 2003; Goffi, Cucculelli, Masiero, 2019, 3). აღნიშნული მოდელი „კალგარის მოდელის“ სახელითაცაა ცნობილი. მოდელი ერთმანეთისგან აცალკევებს შედარებით უპირატესობებს, რომლებიც ტურიზმის რესურსების ხელმისაწვდომობას უზრუნველყოფენ და, კონკურენტულ უპირატესობებს, რომლებიც დანიშნულების ადგილის რესურსების გრძელვადიან პერიოდში გამოყენების უნარს უკავშირდებიან (Goffi, Cucculelli, Masiero, 2019, 3).

ზოგიერთი მკვლევარის მიერ მიჩნეულია, რომ Ritchie-სა და Crouch-ს კონკურენტუნარიანობის მოდელი Dwyer-სა და Kim-ის მოდელის საფუძველია (Popesku, Pavlović, 2012).

მოდელმა ტურისტული დანიშნულების ადგილების სხვა კონკრეტულად მოდელის შესახებ დისკუსიის გაჩენას ხელი შეუწყო, მათ შორის Hassan-ის, Heath-ის, Dwyer-ისა და Kim-ის მიერ შეთავაზებული მოდელების გარშემო (Hassan, 2000; Heath, 2002; Dwyer, Kim, 2003; Goffi, Cucculelli, Masiero, 2019, 3).

² ავტორის ნამუშევარ.

Ritchie-სა და Crouch-ის მოდელის ევოლუციური ვარიანტი წარმოდგენილი აქვთ Dwyer-სა და Kim-ს (Ritchie, Crouch, 2000; Dwyer, Kim, 2003; Goffi, Cucculelli, Masiero, 2019, 4). მათი მოდელის თანახმად, უნდა მოხდეს არსებული და შექმნილი რესურსების განცალკევება და, ასევე, „მოთხოვნის პირობების“ იდენტიფიცირება, რაც ტურისტული დანიშნულების ადგილის კონკურენტუნარიანობისთვის მნიშვნელოვანია (Goffi, Cucculelli, Masiero, 2019, 4).

Ritchie და Crouch-მა ტურისტული დანიშნულების ადგილის (TDC) კომპლექსური განმარტება შემოგვთავაზეს, რომელიც ორივე ხედვას მოიცავს: “ტურისტებისთვის დამაკმაყოფილებელი და შთამბეჭდავი სერვისის მიწოდებისას, ტურიზმზე გაწეული დანახარჯების გაზრდისა და ვიზიტორთა უწყვეტად მიზიდვის უნარი, შემოსავლის მიღების პირობებში. ამ დროს დანიშნულების ადგილზე მცხოვრებ ადგილობრივთა კეთილდღეობა და ადგილის ბუნებრივი კაპიტალი შენარჩუნებულ იქნება მომავალი თაობებისთვის” (Ritchie, Crouch, 2000, 2; Goffi, Cucculelli, Masiero, 2019, 3).

სხვა კონცეფციებს შორის აღსანიშნავია Hassan-ის მოდელი, რომელიც გარემოს მდგრადობის ფაქტორებზეა ფოკუსირებული და კონკურენტუნარიანობის ოთხ დეტერმინანტს ავლენს (Hassan, 2000), Heath-ის “სახლის“ მოდელი (Heath, 2002), Gooroochurn და Sugiyarto-ის მიერ შემუშავებული ტურისტული მიმართულებების კონკურენტუნარიანობის შემფასებელი მოდელი (Gooroochurn, Sugiyarto, 2005; Oliveira, Zouain, Souza, Duarte, 2019). Cho, Moon და Kim-ის კონცეფცია, რომელმაც დაადგინა, რომ რომ კონკურენტუნარიანობაზე ყველაზე დიდ გავლენას ადამიანისეული რესურსები ახდენენ (Cho, Moon, Kim, 2009), Risteskia, Kocevskia და Arnaudov დანიშნულების ადგილის კონკურენტუნარიანობის სამი კონცეფცია (Risteskia, Kocevskia, Arnaudov, 2012).

Goffi და Cucculelli-მა, მსგავსად Faur და Ban, Gao et al. და Zekan et al., დაასკვნეს, რომ კონკურენტუნარიანობისთვის მდგრადობა საკვანძო საკითხია (Goffi, Cucculelli, 2018; Faur, Ban, 2020; Gao et al. 2021; Zekan et al. 2022). Li და Du თვლიან, რომ კონკურენტუნარიანობის გადამწყვეტ ელემენტებს შორის საკვანძოა კულტურული ფაქტორები (Li, Du, 2021).

მკვლევართა უმეტესობამ (მ. შ. Poon, 1993; Keyser, Vanhove, 1994; Govers, Go, 1999; Hassan, 2000) კონკურენტუნარიანობის პროცესში მონაწილე სხვადასხვა დეტერმინანტები გამოავლინეს, შემდეგ კი დაყვეს ისინი მათი ბუნებისა და დაკავშირებული ინდიკატორების რაოდენობის მიხედვით. ეს დეტერმინანტები მოიცავენ გარემო ფაქტორებს (Poon, 1993; Go, Govers, 1999; GCI, 2001; Ritchie, Crouch, 2003; TTCI, 2007), მაკროეკონომიკას (Keyser, Vanhove, 1994), ტრანსპორტს (Keyser, Vanhove, 1994), მოთხოვნას (Porter, 1990; Keyser, Vanhove, 1994; Hassan, 2000; Dwyer, Kim, 2003), მიწოდებას (Keyser, Vanhove, 1994), მდგრადობას (Hassan, 2000; GCI, 2001; Heath, 2002; Risteskia, Kocevskia, Arnaudov, 2012; Goffi, Cucculelli, 2018; Faur, Ban, 2020; Gao et al., 2021; Zekan et al., 2022), ფასს (Go, Govers, 1999; Ritchie, Crouch, 2003; Dwyer, Kim, 2003; Gooroochurn, Sugiyarto, 2005; TTCI, 2007), ინფრასტრუქტურას (GCI, 2001; Ritchie, Crouch, 2003; Dwyer, Kim, 2003; TTCI, 2007), და სხვა მრავალ ფაქტორსა და დეტერმინანტს.

* * *

ლიტერატურის მიმოხილვა ხაზს უსვამს ბიზნესის, დანიშნულების ადგილისა და ეროვნული კონკურენტუნარიანობის შესაფასებლად შემუშავებულ თეორიული მოდელების მრავალფეროვნებას (იხ. დიაგრამა N1.3.1). ეს მოდელები ითვალისწინებენ ინდიკატორების ფართო სპექტრს, მათ შორის გარემო პირობებს, მაკროეკონომიკას, მიწოდებისა და მოთხოვნის დინამიკას, მდგრადობას და სხვა. დროთა განმავლობაში შემუშავებული მრავალი მოდელისა და ინდიკატორის მიუხედავად, ქვეყნის ტურისტული სექტორის მართვის საყოველთაოდ მოქმედი ჩარჩოს ჩამოყალიბება და მასზე შეთანხმება ჯერ ვერ მოხერხდა (Dupeyras, MacCallum, 2013).

ლიტერატურის მიმოხილვამ აჩვენა ისიც, რომ არსებობს საერთო ინდიკატორები, რომლებიც წარმოდგენილი არიან Ritchie და Crouch, Dwyer და Kim, მიერ შემოთავაზებულ მოდელებში და მოგზაურობისა და ტურიზმის კონკურენტუნარიანობის ინდექსში (Crouch, Ritchie, 1999; Ritchie, Crouch, 2000; Dwyer, Kim, 2003). როგორც დიაგრამა N1.3.1-ზეა ნაჩვენები, ყველაზე მნიშვნელოვანი აქცენტი კეთდება WEF-ის, Ritchie და Crouch, Dwyer და Kim მოდელებზე მათ მიერ ინდიკატორების დიდი რაოდენობის ჩამოყალიბების გამო (Ritchie, Crouch, 2000;

Dwyer, Kim, 2003, TPCI, 2007). საპირისპიროდ, აღსანიშნავია, რომ სხვა მკვლევარები, გვთავაზობენ ფაქტორების უფრო შეზღუდულ რაოდენობას, ხოლო Ritchie და Crouch, Dwyer და Kim, ასევე მოგზაურობისა და ტურიზმის კონკურენტუნარიანობის ანგარიშის მიერ წარმოდგენილი ინდიკატორები უამრავ მსგავსებას აჩვენებენ (Crouch, Ritchie, 1999; Ritchie, Crouch, 2000; Dwyer, Kim, 2003). Ritchie და Crouch-ის (1999; 2003) მოდელი, რომელიც ცნობილია როგორც კონკურენტუნარიანობის მოდელი, ფოკუსირებულია კონკურენტუნარიანობის 36 ელემენტზე, რომლებიც შემდგომ კლასიფიცირდება ხუთ მთავარ ფაქტორად (Goffi, Cucculelli, Masiero, 2019). ეს მოდელი განასხვავებს შედარებით უპირატესობას, რომელიც გამოწვეულია ტურისტული რესურსების ხელმისაწვდომობით და კონკურენტულ უპირატესობას, რომელიც გამომდინარეობს დანიშნულების ადგილის უნარიდან, ეფექტურად გამოიყენოს ეს რესურსები გრძელვადიან პერსპექტივაში (Goffi, Cucculelli, Masiero, 2019).

Ritchie და Crouch-ის მოდელის გაუმჯობესებული ვერსია წარმოადგინეს Dwyer და Kim-მა (Ritchie, Crouch, 2000; Dwyer, Kim, 2003; Goffi, Cucculelli, Masiero, 2019). მათი მოდელის მიხედვით, კრიტიკულია არსებული და შექმნილი რესურსების განსხვავება და „მოთხოვნის პირობების“ იდენტიფიცირება, რომლებიც გადამწყვეტია ტურისტული დანიშნულების კონკურენტუნარიანობისთვის (Goffi, Cucculelli, Masiero, 2019). ამ მოდელმა ხელი შეუწყო მიმართულებების სხვა კონცეპტუალური მოდელების განხილვას, მათ შორის Hassan, Heath, Dwyer და Kim, ასევე Goffi, Cucculelli, Masiero (Hassan, 2000; Heath, 2002; Dwyer, Kim, 2003; Goffi, Cucculelli, Masiero, 2019).

კონკურენტუნარიანობის სხვა მოდელებს შორის აღსანიშნავია: Campbell, Yokeno, Rajotte, Greer და Wall, Dann et al., Pearce და Butler, Ritchie და Crouch, Buhalis, Dwyer, Cvelbar, Edwards და Mihalic-ის, Croes და Kubickova-ს, Botti და Peypoch-ს, Martínez, Galván და Lafuente-ს და სხვათა მიერ შეთავაზებული მოდელები (Campbell, 1966; Yokeno, 1974; Rajotte, 1975; Greer, Wall, 1979; Dann et al., 1988; Pearce, Butler, 1993; Ritchie, 1993; Buhalis, 2000; Dwyer, Cvelbar, Edwards, Mihalic, 2012; Croes, Kubickova, 2013; Botti, Peypoch, 2013; Martínez, Galván, Lafuente, 2014). მათი მთავარი მიზანი

დანიშნულების ადგილის კონკურენტუნარიანობის შეფასების საშუალებების ჩამოყალიბებაა.

როგორც ლიტერატურული განხილვიდან ჩანს, აღნიშნული თეორიები და მოდელები ერთმანეთის კომპონენტებს მნიშვნელოვნად შეიცავენ. ამასთან, აღსანიშნავია, რომ კონკურენტუნარიანობის ინდიკატორთა ერთობა, რომელიც ყველა დანიშნულების ადგილისთვის თანაბრად მისადაგებადი იქნება, არ არსებობს (Dwyer, Kim, 2003, 399; Enright, Newton, 2004; 119. Gomezelj Omerzel, Mihalic, 2008), ვინაიდან ნებისმიერი დანიშნულების ადგილი უნიკალურია გეოგრაფიული და ისტორიული მონაცემების კუთხით (Kozak, 2002). მოდელებს შორის, ჩვენი მიზნებისთვის აქცენტი Dwyer-სა და Kim-ის დანიშნულების ადგილის კონკურენტუნარიანობის ინტეგრირებულ მოდელზე გავაკეთეთ (იხ. დანართი 3) (Dwyer, Kim, 2003, 400-405).

დანიშნულების ადგილის კონკურენტუნარიანობას ობიექტურად გაანგარიშებული მრავალი სხვა მაჩვენებელიც განსაზღვრავს: ვიზიტორთა რაოდენობა, ბაზრის წილი, ტურისტთა დანახარჯები, დასაქმება, ტურიზმის ინდუსტრიის მიერ დამატებული ღირებულება (value added); ასევე სუბიექტურად შეფასებული ისეთი მაჩვენებლები, როგორებიცაა: „კულტურისა და მემკვიდრეობის სიმდიდრე“, „ტურისტული გამოცდილების ხარისხი“ და სხვა (Dwyer, Kim, 2003, 375). აგრეთვე, ყურადსაღებია სიტუაციური პირობები: ეკონომიკური, სოციალური, კულტურული, დემოგრაფიული, ბუნებრივი, პოლიტიკური, საკანონმდებლო, სამთავრობო, სამმართველო და სხვა (Dwyer, Kim, 2003, 379).

ავტორები არსებული ბუნებრივი რესურსების მნიშვნელობასაც უსვამენ ხაზს, რომლებიც იმ გარემოს განსაზღვრავენ, რომელშიც ვიზიტორი, დანიშნულების ადგილისგან, სიამოვნებას იღებს (enjoy): ფიზიოგრაფია (physiography), კლიმატი, ფლორა და ფაუნა, ხედები და სხვა ფიზიკური აქტივობები (Dwyer, Kim, 2003, 380). აგრეთვე, მემკვიდრეობა და კულტურა, ისტორია, ინსტიტუციები, წეს-ჩვეულებები, არქიტექტურა, სამზარეულო, ტრადიციები, ხელოვნება, მუსიკა, ცეკვა და სხვა, ვიზიტორისთვის ძლიერ სტიმულს ქმნის ეწვიოს ამა თუ იმ დანიშნულების ადგილს (Cohen, 1988; Prentice, 1993; Murphy et. al., 2000; Dwyer, Kim, 2003, 381).

ბუნებრივ რესურსებთან ერთად თვლიან შექმნილ რესურსებსაც, რომლებსაც მიეკუთვნება ტურისტული ინფრასტრუქტურა, ესაა: განთავსების საშუალებებს,

მომსახურებას კვებით, სატრანსპორტო საშუალებებს, თემატური ატრაქციონებს, სწრაფი კვების ობიექტებს, ტავერნებს/ბარებს, ტურებით საბითუმო მოვაჭრეებს, ტურ-ოპერატორებს, სამოგზაურო აგენტებს, მანქანის გამქირავებელ კომპანიებს, ადგილობრივ კონვენციებს და ვიზიტორთა ბიუროებს (Dwyer, Kim, 2003, 381).

ტურიზმი მომსახურების მიმწოდებელ სხვადასხვა დამხმარე ობიექტზე მნიშვნელოვნადაა დამოკიდებული: სავაჭრო ცენტრები, პროდუქტების მაღაზიები, ავტოფარეხები, აფთიაქები, წიგნის მაღაზიები, ქიმწმენდის, თმის სალონები, ადმინისტრაციული ოფისები (პოლიცია, სასამართლო და სხვა) (Dwyer, Kim, 2003, 381).

Mo et al. მიიჩნევენ, რომ „დანიშნულების ადგილის გარემოს“ შემდეგ, „დანიშნულების ადგილის მომსახურების ინფრასტრუქტურა“, დანიშნულების ადგილის პროდუქტისა და საერთაშორისო ტურისტული გამოცდილებისთვის, ყველაზე მნიშვნელოვანია (Mo et al., 1993; Dwyer, Kim, 2003, 381).

Murphy et al. კვლევის შედეგად დაადგინეს, რომ ინფრასტრუქტურის ხარისხის დაბალი დონე ტურისტულ გამოცდილებას ზიანს აყენებს და რომ „ტურისტული ინფრასტრუქტურა“ დანიშნულების ადგილის „ხარისხისა“ და მოგზაურობის „ფასეულობის“ მნიშვნელოვანი განმსაზღვრელია (Murphy et. al., 2000; Dwyer, Kim, 2003, 381).

აღსანიშნავია ის განსაკუთრებული ღონისძიებები და მოვლენები, სადაც ტურისტი განსაკუთრებულად აქტიურ მონაწილეობას იღებს, მაგალითად, სადაც ყოფნა მნიშვნელოვანია (სამეფო ქორწილი, პაპის კორონაცია, უიმბლდონი (Wimbledon)) (Dwyer, Kim, 2003, 382).

დანიშნულების ადგილებისთვის, ფესტივალებსა და ღონისძიებებს საერთაშორისო ეკონომიკური მნიშვნელობა აქვთ და სამუშაო ადგილების შექმნისა და შემოსავლის ზრდის კუთხით, ზრდის პოტენციალი გააჩნიათ (Dwyer, Kim, 2003, 382). ამასთან, რეგიონულ და საერთაშორისო დონეებზე, ხელმისაწვდომი აქტივობების მოცულობა, ტურისტებისთვის, მნიშვნელოვანი მიზიდულობაა (Dwyer, Kim, 2003, 382). იგულისხმება, რეკრეაციული და სპორტული სიმპლავრეები/აქტივობები: ზაფხულის (გოლფი, ტენისი და სხვა); ზამთრის (თხილამურები); საწყლოსნო სპორტი (გემები/ნავები, ცურვა, თევზაობა); ღამის

გართობა (კლუბები); სათავგადასავლო, ეკო, კულტურული და სხვა ტურები (Dwyer, Kim, 2003, 382).

რაც უფრო დივერსიფიცირებულია ადგილზე მიწოდებული აქტივობები, მით მეტია ტურისტების მიზიდვის შესაძლებლობა, ვინაიდან ტურისტული ბაზრის განსხვავებული სეგმენტების მიზიდვა რეალური ხდება (Dwyer, Kim, 2003, 382).

პროდუქტს კერძო და საჯარო სექტორის წარმომადგენლები ქმნიან და ის კონკურენტული უპირატესობის მდგრადობის წყაროა (Prahalad, Hamel, 1990; Barney, 1991; Dwyer, Kim, 2003, 383). **ტურიზმის ინდუსტრია მრავალი კერძო და საჯარო სექტორის წარმომადგენლისგან შედგება**, რომლებიც მომსახურების წარმოებისა და მიწოდების პროცესში მონაწილეობენ (Middleton, Fyall, Morgan, Ranchhod, 2009, 10).

ძირითადი ინფრასტრუქტურა მოიცავს: საგზაო კავშირგაბმულობას, აეროპორტებს, სარკინიგზო და საავტობუსო სისტემებს, წყლის მიწოდებას, ტელეკომუნიკაციას, წყალანიერების (საკანალიზაციო) ქსელებს, ჯანდაცვის სისტემას, სანიტარულ საშუალებებს, ელექტროენერჯის სისტემას, ფინანსურ და კომპიუტერულ სერვისებს და სხვა (Dwyer, Kim, 2003, 383). ამ მიზეზით, ძირითადი ინფრასტრუქტურა ცალკე ფაქტორადაა გამოყოფილი.

Murphy et al. დაადგინეს, რომ „დანიშნულების ადგილის გარემო“ კლიმატის, ლანდშაფტის, გარემოს, გარემოს კეთილგანწყობის, სისუფთავის და სხვა ფაქტორების ერთობლიობით დგინდება (Murphy et al., 2000; Dwyer, Kim, 2003, 384).

McKercher ბაზარზე ხელმისაწვდომობასა და დანიშნულების ადგილის შერჩევას შორის კავშირი დაადგინა (McKercher, 1998; Dwyer, Kim, 2003, 384). რაც იმით განისაზღვრება, თუ რამდენად მარტივად მიღწევადია ადგილი და რამდენად ხარისხიანია ავტო, საავტობუსო, მატარებლის, ზღვის საშუალებით, სააეროპორტო გამტარუნარიანობა, გადამყვანებს შორის კონკურენცია, სავიზო რეჟიმი და სხვა (Dwyer, Kim, 2003, 384).

Prideaux-მა აგრეთვე დაადგინა, რომ მოგზაურობის დრო, უსაფრთხო გარემო, მნიშვნელოვან ფაქტორებს წარმოადგენენ (Prideaux, 2000; Dwyer, Kim, 2003, 384), გამომდინარე აქედან, დანიშნულების ადგილამდე ხელმისაწვდომობა (Accessibility of destination) ცალკეა გამოყოფილი.

ადგილმდებარეობა ის ფიზიკური მანძილია, რომელიც არსებობს ბაზრებიდან დანიშნულების ადგილამდე, და ოს კონკრეტული ბაზრიდან მოგზაურობის დროს მოიცავს (Dwyer, Kim, 2003, 391). ნაწილობრივ ეს, მოგზაურობისთვის დანიშნულების ადგილის მიზიდველობასაც (attractiveness) განსაზღვრავს (Dwyer, Kim, 2003, 391).

McKercher შენიშნავს, რომ სამიზნე ბაზრებთან მდებარე დანიშნულების ადგილებისთვის, ახლო მანძილი, შორს მდებარე დანიშნულების ადგილებთან შედარებით, კონკურენტული უპირატესობაა (McKercher, 1998; Dwyer, Kim, 2003, 392).

Pechlaner-ი აღნიშნავს, რომ მხოლოდ უნიკალური კონკურენტული უპირატესობის შექმნის გზითაა შესაძლებელი ტრადიციულად ორიენტირებული დანიშნულების ადგილების დარწმუნება გლობალიზაციის დადებით მხარეში: ორგანიზაციული მომსახურების ოპტიმიზაცია, სპეციალიზაცია თანამშრომლობის მეშვეობით, ხარისხის დონის შემცირება მომწოდებლების ან ინდუსტრიების მიერ და ინტერნაციონალიზაციით მიღწეული ნაკლები დამოკიდებულება მცირე რაოდენობის ბაზრებზე (Pechlaner, 1999, 334; Scott, Parfitt, Laws, 2001, 203).

ჩვენი კვლევის მიზნებიდან გამომდინარე, შევნიშნავთ იმ ძირითად გლობალური მასშტაბის ფაქტორებს, რომლებიც ტურიზმზე გავლენას ახდენენ (Dwyer, Kim, 2003, 396). მათ შორის: კანონები და რეგულაციები; გარემოზე ზრუნვის ზრდადი მასშტაბები (growing concern for the environment); ეკონომიკების რესტრუქტურირაცია; ბაზარზე მოქმედი დემოგრაფია; კომპიუტერიზაციის დონე (Dwyer, Kim, 2003, 396).

ტურიზმისთვის, ჩამოთვლილთაგან თითოეული ქმნის როგორც შესაძლებლობებს, აგრეთვე საფრთხეებსაც (Dwyer, Kim, 2003, 370, 396).

მოგზაურობისა და ტურიზმის მოთხოვნაზე შემდეგი ძირითადი დეტერმინანტები ზემოქმედებენ (Middleton, Fyall, Morgan, Ranchhod, 2009, 60):

- ეკონომიკური ფაქტორები და შედარებითი ფასები;
- გენერატორი ქვეყნების ტურისტული ნაკადების დემოგრაფიული მახასიათებლები;
- გეოგრაფიული ფაქტორები;
- ტურიზმის მიმართ სოციო-კულტურული დამოკიდებულება;
- პერსონალურ ტრანსპორტზე ხელმისაწვდომობა;

- სახელმწიფო რეგულაციები და ინფრასტრუქტურა, რომლებიც მოგზაურობასა და ტურიზმზე მოქმედებენ;
- მედია კომუნიკაციები;
- საინფორმაციო და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიები;
- გარემოზე ზრუნვა და ტურიზმის მდგრად ფორმებზე მოთხოვნა;
- საერთაშორისო პოლიტიკური გარემო და ტერორიზმი.

ამასთან, ზემოთაღნიშნული ფაქტორები ინდუსტრიაზე სხვადასხვაგვარი მასშტაბის გავლენას ახდენენ. მთელ მსოფლიოში, ჩამოსვლებითა და მოგზაურობით იდენტიფიცირებული აქტივობა - საერთაშორისო ტურიზმი - დიდ ზრდას 1950-იანი წლებიდან განიცდის (Middleton, Fyall, Morgan, Ranchhod, 2009, 5). დამატებით, განიცდიდა პერიოდულ ვარდნასაც, რაც 1970-იან და 1980-იან წლებში საერთაშორისო ენერგეტიკულ თუ ეკონომიკურ კრიზისებთან, 1990-იან წლებში პოლიტიკურ კრიზისთან, 2001 წლის 9 სექტემბრის ტრაგედიასთან, 2003 წელს ერაყში ინტერვენციასთან, და სხვა მოვლენებთან (Middleton, Fyall, Morgan, Ranchhod, 2009, 5-6), აგრეთვე, COVID-19-ის ვირუსის გავრცელებასთან იყო დაკავშირებული.

Kotler et al. თანახმად, ბაზარზე შემდეგი ექვსი ძალა ახდენს გავლენას (Kotler et al., 1996; Dwyer, Kim, 2003, 396): დემოგრაფიული; ეკონომიკური; ბუნებრივი; ტექნოლოგიური; პოლიტიკური; კულტურული.

ვიზიტორთა გამოცდილებასა და აღქმა/შთაბეჭდილებებზე გავლენას შემდეგი ფაქტორები ახდენენ (Dwyer, Kim, 2003, 396):

- პოლიტიკური ფაქტორები - პოლიტიკური სტაბილურობა, საგარეო პოლიტიკა, სამთავრობო პოლიტიკა (Pechlaner, 1999, 338; Murphy et al., 2000; Dwyer, Kim, 2003, 396);
- ეკონომიკური თვალსაზრისით - გაცვლითი კურსი, საპროცენტო განაკვეთები, (Dwyer et al., 2003; Dwyer, Kim, 2003, 396);
- სოციოკულტურული და დემოგრაფიული ცვლილებები (Dwyer, Kim, 2003, 396);
- ტექნოლოგიური ძალები (Poon, 1993; Buhalis, 2000, 113; Dwyer, Kim, 2003, 396).
- დაცულობა და უსაფრთხოება (Crotts, 1996; Dwyer, Kim, 2003, 397).
- ფასის კონკურენტუნარიანობა - ტურისტული გამოცდილების ფინანსური ღირებულება (მ. შ. ტრანსპორტირების ფასები) მოგზაურობის შესახებ

გადაწყვეტილების მიღებაზე ახდენს გავლენას (Dwyer, Kim, 2003, 397). ფასის კონკურენტუნარიანობა დიდადაა დამოკიდებული საქონლისა და მომსახურების ღირებულებაზე, რომლებსაც ტურისტები მოიხმარენ (Dwyer et al., 2000; Dwyer, Kim, 2003, 397).

- მოთხოვნის პირობები - ერებისა და კომპანიების კონკურენტუნარიანობის შესახებ არსებული ლიტერატურის დიდი ნაწილი მიწოდების ფაქტორებზეა ფოკუსირებული, მაშინ როცა მოთხოვნის ფაქტორები დანიშნულების ადგილის კონკურენტუნარიანობის განსაზღვრისთვის განსაკუთრებული მნიშვნელობისაა (Dwyer, Kim, 2003, 397). ეს იმ მიზეზით აიხსნება, რომ დანიშნულების ადგილი კონკურენციას შესაძლოა სხვა დანიშნულების ადგილს უწევდეს იგივე, ერთი, კონკრეტული ჯგუფის ვიზიტორების მოსაზიდად და არა სხვადასხვა ჯგუფებისა (Dwyer, Kim, 2003, 397). ეს ვიზიტორთა მოგზაურობის მოტივზეა დამოკიდებული (Dwyer, Kim, 2003, 397). მაგალითად, თუ ვიზიტორები „მზის მაძიებელი“ („Sunlust“) (Gray, 1970) ან „ფსიქოცენტრიკები“ (Plog, 1974; Piuchan, 2018) არიან, ასეთი ტიპის დამსვენებლებისთვის მნიშვნელოვანია მზე, სანაპირო, კურორტი და სხვა (Dwyer, Kim, 2003, 398). ამასთან მხოლოდ მიწოდების მხარეზე ფოკუსირება, დანიშნულების ადგილის კონკურენტუნარიანობაზე არასრულ სურათს გვაძლევს (Dwyer, Kim, 2003, 398).

Dwyer-მა და Kim-მა კვლევის შედეგად, გარდა იმ ფაქტორებისა, რომლებიც ტურიზმზე ახდენენ გავლენას, **დანიშნულების ადგილის კონკურენტუნარიანობის ინდიკატორებიც** გამოავლინეს, რომლებიც, ავტორების შეფასებით, შესაძლოა „სუბიექტური“ ან „ობიექტური“, „ძლიერი“ და „სუსტი“ იყვნენ (Dwyer, Kim, 2003, 399-405). „ძლიერი“ ისაა, რომელიც „ობიექტურია: და მაჩვენებლით გამოსახვადია, მაგალითად, დაცული ტერიტორიები, მზიანი ამინდები, საშუალო ტემპერატურა, „სუსტი“ ან „მსუბუქი“ - სილამაზე, ესთეტიკა და სხვა (Dwyer, Kim, 2003, 399-405).

ამასთან ავტორები მიიჩნევენ, რომ კონკურენტუნარიანობის მაჩვენებლების ინდიკატორების გამოსავლენად, დამატებითი კვლევების ჩატარებაა საჭირო (Dwyer, Kim, 2003, 399-405). მსოფლიო ეკონომიკური ფორუმი, ქვეყნების კონკურენტუნარიანობის ინდექსის განვითარებისას აღნიშნავს, რომ კონკურენტუნარიანობის ინდიკატორთა საიმედო საზომი სამთავრობო ინსტიტუტებისთვის, არ არსებობს, არც

ადგილობრივი მიმწოდებელი ქსელების, ან ბუნებრივი კონკურენციის კუთხით (Porter et al., 2001; Dwyer, Kim, 2003, 399-405).

მიუხედავად იმისა, რომ ყველა დანიშნულების ადგილისთვის კონკურენტუნარიანობის შეფასების უნივერსალური მეთოდი ჩამოყალიბებული ჯერაც არაა, ამკარაა მსგავსება Dwyer-ის მიერ ჩამოყალიბებულ ინდიკატორებსა და მსოფლიო ეკონომიკური ფორუმის მიერ, მოგზაურობისა და ტურიზმის კონკურენტუნარიანობის ინდექსში ჩამოყალიბებულ ინდიკატორებს შორის.

ავტორებისა და მათ მიერ შემუშავებული კონცეფციების შემდეგ განვიხილავთ საერთაშორისო ორგანიზაციების მიერ შემუშავებულ ტურისტულ ინდუსტრიაში კონკურენტუნარიანობის ინდიკატორებს.

წლების მანძილზე სხვადასხვა ორგანიზაციის მიერ ინდიკატორთა მრავალი ნაირსახეობა შემუშავდა, თუმცა მთავრობებისთვის პრაქტიკული მნიშვნელობის მქონე, საერთო გაზომვადი ჩარჩო, კონკრეტულად ტურიზმის ინდუსტრიისთვის, ერთმნიშვნელოვნად არ არის მიღებული (Dupeyras, MacCallum, 2013, 6).

ქვეყნის კონკურენტუნარიანობის შეფასების სხვადასხვა მეთოდოლოგიებს შორის განსაკუთრებულ ადგილს რამდენიმე ავტორიტეტული და სანდო ორგანიზაციის მიერ შემუშავებული და დადგენილი ინდექსი იკავებს, რომელთა მეშვეობითაც ქვეყნის კონკურენტუნარიანობა დგინდება.

ჩვენ მიერ განხილულთა შორის პირველია, მსოფლიო ეკონომიკური ფორუმის (WEF) მეთოდი. რეიტინგის განსაზღვრა ჰარვარდის საერთაშორისო განვითარების ინსტიტუტის (CID) მიერ ხორციელდება და შედეგები ყოველწლიურად ქვეყნდება „გლობალური კონკურენტუნარიანობის ანგარიშში“ (The Global Competitiveness Index). მას საფუძვლად ჯ. საქსისა და გ. სტოუნის კონკურენტუნარიანობისადმი მიდგომები უდევს (ბარათაშვილი, გეჩბაია, ლლონტი, 2012, 16).

მსოფლიო ეკონომიკური ფორუმი (World Economic Forum), რომელიც 1971 წელს დაარსდა, კონკრეტულად კონკურენტუნარიანობის საკითხებზე კი 1979 წლიდან მუშაობს, ეროვნულ კონკურენტუნარიანობასთან დაკავშირებული საკითხების შესწავლაში ოთხი დეკადის განმავლობაში აქტიურადაა ჩართული (TTCI, 2007). მისი მიზანია ზრდისა და კეთილდღეობის მამოძრავებელ ძალებში უკეთ გარკვევა (TTCI,

2007). ის IATA-სთან (International Air Transport Association), UN Tourism-სთან და WTTC-სთან (World Travel and Tourism Council) თანამშრომლობს (TTCI, 2007).

მსოფლიო ეკონომიკურმა ფორუმმა მოგზაურობისა და ტურიზმის კონკურენტუნარიანობის ინდექსი პირველად 2007 წელს დაადგინა (TTCI) (Pulido-Fernandez, Andrades-Caltido, Sánchez-Rivero, 2015), რომელიც ანგარიშის ბირთვია. ეს ჩვენ მიერ განხილული მეორე ანგარიშია.

ინდექსების მიზანია მწკრივებში თითოეული ქვეყნის შესახებ არსებული ინფორმაციის, ქვეყნის ტურიზმის კონკურენტუნარიანობასთან, ინდექსების გამოყენებით, დაკავშირება (Pulido-Fernandez, Andrades-Caltido, Sánchez-Rivero, 2015). ინდექსები, რომელიც მოგზაურობისა და ტურიზმის კონკურენტუნარიანობის ანგარიშის სახელითაა ცნობილი, 2019 წლამდე, ორ წელიწადში ერთხელ ქვეყნდებოდა.

წლების მანძილზე, მის მიზანს სტანდარტებთან შედარებადი (ბენჩმარკინგი) ინსტრუმენტების შექმნა წარმოადგენდა, რომლებიც ქვეყნებს კონკურენტუნარიანობის საკვანძო საკითხების იდენტიფიცირების შესაძლებლობას იძლევიან, ასევე ისეთი პლატფორმის შექმნა, რომელიც მთავრობას, ბიზნესსა და საზოგადოებას დიალოგის გამართვის შესაძლებლობას მისცემს (TTCI, 2007). მსოფლიო ეკონომიკაში მოგზაურობისა და ტურიზმის (Travel & Tourism – T&T) ინდუსტრიის დიდი მნიშვნელობიდან გამომდინარე, მოგზაურობისა და ტურიზმის კონკურენტუნარიანობის ანგარიში (TTCI) მიზნად მსოფლიოში ტურიზმისა და მოგზაურობის კონკურენტუნარიანობის ზრდის ფაქტორების დადგენას ისახავს (TTCI, 2007).

ანგარიშის მიზანია, „იმ ფაქტორებისა და პოლიტიკის გასაზომად, რომელიც განავითარებს მოგზაურობისა და ტურიზმის სექტორს სხვადასხვა ქვეყანაში“ სტრატეგიული ინსტრუმენტის წარმოადგენა (TTCI, 2007). ეს ინსტრუმენტი დეტალურ მსჯელობას გვთავაზობს, რომლის გამოყენებასაც ქვეყანაში ინდუსტრიის კონკურენტუნარიანობის გასაზრდელად მრავალი დაინტერესებული პირი შეძლებს, რითიც ხელს ზრდასა და კეთილდღეობის შექმნას შეუწყობენ (TTCI, 2007).

მსოფლიო ეკონომიკური ფორუმის მოგზაურობისა და ტურიზმის კონკურენტუნარიანობის ანგარიში პოლიტიკოსებისთვის, კომპანიებისა და დამხმარე სექტორებისთვის შედარებითი ანალიზის ჩატარებისას სტრატეგიულ ინსტრუმენტს

წარმოადგენს (WEF). მისი დახმარებით, მოგზაურობისა და ტურიზმის სექტორის განვითარების გზების დასახვა შესაძლებელია, რადგან ის თითოეული ქვეყნის ან/და ეკონომიკის სხვადასხვა მხარის შესახებ მნიშვნელოვანი ინფორმაციის წყაროა (WEF).

მოგზაურობისა და ტურიზმის კონკურენტუნარიანობის ინდექსი ქვეყნების ტურისტული სექტორის მდგომარეობის შესაფასებლად საუკეთესო ინსტრუმენტია (Croes, Kubickova, 2013). მოგზაურობისა და ტურიზმის დიდი ეკონომიკური გავლენის გამო, ქვეყნის ხელისუფლება მისი ხელშეწყობით ინტერესდება, რაც გამოიხატება ელექტროგაყვანილობის, გზების, რკინიგზის, კომუნიკაციისა და ინფრასტრუქტურის სხვა სახეების გაყვანა-განვითარებაში (TTCI, 2007).

კონკურენტუნარიანობის ინდექსები ტურიზმზე მოთხოვნის განმსაზღვრელ ფაქტორებს წარმოადგენენ, ვინაიდან ამ ინდექსების მიხედვით სასურველი მაჩვენებლები სექტორში მნიშვნელოვანი ფაქტორების განლაგებაზეც მიუთითებენ (Bagheri, Shojaei, Kiani, 2016). ამ ინფორმაციაზე დაყრდნობით კომპანიისთვის ტურისტული ბრენდის დახვეწა და ინდუსტრიისთვის ახალი მოთხოვნის შექმნა შესაძლებელია (Bagheri, Shojaei, Kiani, 2016).

ინდექსის მეთოდოლოგია ბოლო სტატისტიკური მონაცემების ანალიზსა და წამყვანი პოზიციების მქონე სპეციალისტების გამოკითხვას ეფუძნება (TTCI, 2019). მართალია, წლების მანძილზე სვეტებისა და ინდიკატორების რაოდენობა იცვლებოდა, თუმცა მეთოდოლოგია უცვლელი რჩებოდა. ერთ-ერთი, რასაც ინდექსი გვაძლევს, არის ქვეყნების მონაცემების შედარების შესაძლებლობა (TTCI, 2007-2019).

აღსანიშნავია, რომ TTCI ქვეყნდებოდა 2007-დან 2019 წლის ჩათვლით ყოველ მეორე წელს (TTCI, 2019). 2019 წლის შემდეგ 2021 წელს მოსალოდნელი იყო ახალი ანგარიშის გამოქვეყნება, თუმცა გლობალურმა პანდემიამ კვლევის პროცესი შეაფერხა (TTCI, 2019). 2022 წელს მსოფლიო ეკონომიკურმა ფორუმმა გამოაქვეყნა შემოკლებული, განახლებული ანგარიში, სადაც შესამჩნევია გარკვეული განსხვავებები წინა წლებში გამოქვეყნებულ ანგარიშებთან შედარებით (TTCI, 2019; TTDI, 2021). მათ შორის, შეიცვალა როგორც ანგარიშის სახელწოდება, ისე ინდიკატორთა დასახელებები (შესაბამისად, მონაცემები).

მიუხედავად იმისა, რომ ტურიზმის მონაცემების ანალიზისთვის მოგზაურობისა და ტურიზმის კონკურენტუნარიანობის ინდექსის გაანგარიშება ყურადსაღებია

(Jovanović, Krstić, Janković-Milić, 2013, 118) აღსანიშნავია ისიც, რომ Wu, Lan და Lee-მ გამოთქვეს აზრი WEF კონკურენტუნარიანობის ინდექსზე და ახსენეს, რომ მოდელი მრავალ სუბინდექსს და სვეტს ერთნაირ, ტოლ მნიშვნელობას ანიჭებს, მაშინ როცა მოპოვებული (ან ორგანიზაციების მიერ მიწოდებული) ინფორმაციის ხარისხი შეზღუდულია (Wu, Lan, Lee, 2012; Oliveira, Zouain, Souza, Duarte, 2019).

ქვეყნის კონკურენტუნარიანობის შეფასების **მესამე** მნიშვნელოვან ინდექსზე შვეიცარიაში მდებარე განვითარების მართვის საერთაშორისო ინსტიტუტი (International Institute for Management Development – IMD) მუშაობს, რომელიც XX საუკუნის შუა წლებში დაარსებული ორი ინსტიტუტის 1990 წელს გაერთიანების შედეგად შეიქმნა. მისი კურსდამთავრებულები მაღალ პოზიციებს სხვადასხვა წამყვან საერთაშორისო კომპანიებში იკავებენ. ინსტიტუტის მიერ ერებს შორის კონკურენციის შესახებ შემუშავებული მსოფლიო კონკურენტუნარიანობის ყოველწლიური ანგარიში 1989 წლიდან ქვეყნდება.

ინსტიტუტის ფილოსოფიის თანახმად, მსოფლიოში არ არსებობს ერი, რომელმაც მდგრად განვითარებაში წარმატებას გრძელვადიან პერიოდზე გათვლილი სარგებლის შექმნის გარეშე მიაღწია (IMD, 1989). კონკურენტუნარიანობა განსაზღვრავს იმას, თუ ქვეყნები, რეგიონები და კომპანიები კომპეტენციებს როგორ ინაწილებენ გრძელვადიანი ზრდის, სამუშაო ადგილების შექმნისა და კეთილდღეობის გაზრდისას (IMD, 1989). კონკურენტუნარიანობა პროგრესია, რომელსაც წაგებული და მოგებული მხარეები არ ჰყავს, რადგან ორი ქვეყნის კონკურენციისას ორივესთვის სასარგებლო პროცესს წარმოადგენს (IMD, 1989). მიუხედავად იმისა, რომ აღნიშნული ინსტიტუტი ოცდაათ წელზე მეტი ხანია, რაც იკვლევს სხვადასხვა ქვეყნების კონკურენტუნარიანობას, საქართველო ამ ქვეყნების სიაში არ არის (2023 წლამდე). შესაბამისად, კვლევის მიზნებიდან გამომდინარე, ინსტიტუტის ანგარიშის გამოყენება შეუძლებელია.

ყურადსაღებია კიდევ ერთი, **მეოთხე** ინდექსი - ევროპის რეგიონული კონკურენტუნარიანობის ინდექსი (European Regional Competitiveness Index, 2022). მიუხედავად იმისა, რომ ანგარიში საქართველოს არ სწავლობს, ის ევროკავშირის წევრი ქვეყნების ეკონომიკების კონკურენტუნარიანობას (70 ინდიკატორით) დეკადის მანძილზე აფასებს (European Regional Competitiveness Index, 2022).

კონკურენტუნარიანობის ჩვენ მიერ განხილული მეხუთე ინდექსია 2005 წელს დაარსებული შვეიცარიულ-კორეული SolAbility Sustainable Competitiveness Index. ანგარიში ქვეყნების მიერ მდგრადი კონკურენტული უპირატესობის მოპოვების ხარისხს აფასებს. ის ეყრდნობა მსოფლიო ბანკის, საერთაშორისო სავალუტო ფონდისა და გაეროს სააგენტოების ინფორმაციას. აქვს 127 ინდიკატორი, რომელიც 5 სუბ-ინდექსშია გაერთიანებული: ბუნებრივი კაპიტალი, რესურსთა ეფექტიანობა და ინტენსიურობა, ინტელექტუალური კაპიტალი, მთავრობის ეფექტიანობა და სოციალური კაპიტალი (SolAbility Sustainable Competitiveness Index, 2012).

საყურადღებოა ეკონომიკური თანამშრომლობისა და განვითარების ორგანიზაციის (OECD) ტურიზმის კომიტეტი, რომელიც 1948 წელს შეიქმნა. მისი დანიშნულებაა პოლიტიკის, აგრეთვე, იმ სტრუქტურული ცვლილებების მონიტორინგი, რომლებიც ადგილობრივი და საერთაშორისო ტურიზმის განვითარებაზე ახდენენ გავლენას (OECD, 2017). კომიტეტი ტურიზმის მდგრადი განვითარების აქტიური მომხრეა (actively promotes). აღნიშნული ანგარიში შეექვსა ჩვენ მიერ განხილულთა შორის (OECD, 2017).

აღსანიშნავია, რომ ტურიზმის კომიტეტის მიერ შედგენილი ინდიკატორების სისტემა უფრო ახალგაზრდაა მსოფლიო ბანკის მიერ მოგზაურობისა და ტურიზმის კონკურენტუნარიანობის ინდექსთან შედარებით, ქვეყნდება 2010 წლიდან. სისტემაზე მუშაობაში OECD წევრი ქვეყნები მონაწილეობენ და, რადგან საქართველო წევრი ქვეყანა არ არის, მის შესახებ ანგარიშში არაფერია ნათქვამი (OECD, 2024).

ინდიკატორები ოთხი ძირითადი კატეგორიის გარშემო ერთიანდებიან და ემსახურებიან მათ გაზომვას (Dupeyras, MacCallum, 2013, 7):

- ტურიზმის მწარმოებლურობისა და მისი გავლენის;
- დანიშნულების ადგილის უნარის ბაზარს მიაწოდოს ხარისხიანი და კონკურენტული ტურისტული მომსახურება;
- დანიშნულების ადგილის მიმზიდველობის;
- პოლიტიკის საპასუხო რეკვიზიტისა და ეკონომიკური შესაძლებლობების.

ზემოთ განხილული ინდექსების შედარებისას, აუცილებელია აღინიშნოს, რომ ანგარიში, რომელსაც მსოფლიო ეკონომიკური ფორუმი გვთავაზობს, ამ შემთხვევაში, მოგზაურობისა და ტურიზმის კონკურენტუნარიანობის ანგარიშს ვიღებთ

მხედველობაში, ბევრად მეტი საკითხისა და ფაქტორის მომცველია, ვიდრე სხვა ცალკეული ანგარიში. გარდა ამისა, გლობალური და მოგზაურობისა და ტურიზმის კონკურენტუნარიანობის ინდექსები შესაძარის მაჩვენებლებს გვთავაზობს, და ჩვენი კვლევის პროცესისთვის მნიშვნელოვანია. ამასთან, როგორც აღვნიშნეთ, ინდექსში მოცემული ინდიკატორები ეყრდნობიან იმ სხვადასხვა თეორიულ კონცეფციებს, რომლებიც ზემოთაა განხილული (იხ. ცხრილი N1.3.1).

ინდიკატორები	Porter (1990)	Gooroochurn, Sugiyarto (2005)	Govers, Go (1999)	TTCI	Ritchie, Crouch (2003)	Dwyer, Kim (2003)	Risteskia, Kocevskia, Arnaudov (2012)
გარემოს მდგრადობა	✗	✗	✓	✓	✓	✗	✓
პოლიტიკა, სტრატეგია, მენეჯმენტი	✓	✗	✗	✓	✓	✓	✓
ფასი	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✗
კულტურული ფაქტორები	✗	✗	✗	✓	✓	✓	✗
ტექნოლოგიები	✗	✓	✗	✓	✓	✗	✗
ადამიანისეული რესურსები	✗	✓	✗	✓	✓	✗	✗
ინფრასტრუქტურა	✗	✗	✗	✓	✓	✓	✗
დაცულობა და უსაფრთხოება	✗	✗	✗	✓	✓	✓	✗
აქტივობები	✗	✗	✓	✓	✓	✓	✗
ინვესტიციები	✓	✗	✗	✓	✗	✓	✗
ზუნებრივი რესურსები	✗	✗	✗	✓	✗	✓	✗
მომსახურების ხარისხი	✗	✗	✓	✗	✗	✗	✓
მიღწევადობა	✗	✗	✓	✗	✗	✗	✗
მთხოვნა	✓	✗	✗	✗	✗	✓	✗
იმიჯი	✗	✗	✓	✗	✗	✗	✗
მიწიდელობა	✗	✗	✓	✗	✗	✗	✗

ცხრილი N1.3.1. ლიტერატურული მიმოხილვის შედეგი - თანაკვეთა³

მსოფლიო ეკონომიკური ფორუმის მიერ შემუშავებული მოგზაურობისა და ტურიზმის კონკურენტუნარიანობის ინდექსი, როგორც ზემოთ აღვნიშნა, მოიცავს მრავალ ინდიკატორს, რომელიც დროთა მანძილზე, სხვადასხვა ავტორის მიერ იყო დასახელებული. ამის წარმოსაჩენად შევადგინეთ ცხრილი (იხ. ცხრილი N1.3.1), სადაც ნაჩვენებია ის თანაკვეთა, რომელიც გამოვლინდა ლიტერატურული მიმოხილვისას. აქვე შევნიშნავთ, რომ სხვადასხვა ავტორს სხვადასხვა სახელი აქვს ინდიკატორისთვის შერჩეული, მაგრამ აზრობრივად ისინი გავაერთიანეთ.

როგორც ცხრილიდან ჩანს, რაოდენობრივი კუთხით, ყველაზე მეტი მაჩვენებელი ემთხვევა Govers, Go, მოგზაურობისა და ტურიზმის კონკურენტუნარიანობის ინდექსის (TTCI), Ritchie, Crouch-სა და Dwyer, Kim-ის შემთხვევაში (Govers, Go, 1999; TTCI; Ritchie, Crouch, 2003; Dwyer, Kim, 2003).

³ ავტორის ნამუშევარო.

რაც შეეხება ცალკეულ ინდიკატორებს, შეიძლება ითქვას, სრულად ემთხვევა 19 ინდიკატორი (Dwyer-ს სულ 154 ინდიკატორი აქვს, მოგზაურობისა და ტურიზმის კონკურენტუნარიანობის ინდექსში, 2019 წელს, სულ 90 ინდიკატორია). დანარჩენი ინდიკატორები მნიშვნელობის თვალსაზრისით, ხშირ შემთხვევაში, მსოფლიო ეკონომიკური ფორუმის მიერ წარმოდგენილ ინდიკატორებს ემთხვევიან.

ზემოთ განხილული მოდელები ყურადღებას ბაზრის კონკურენციის პირობებში არსებული გამოწვევების გათვალისწინებით, ტურისტული დანიშნულების ადგილის კონკურენტუნარიანობის გაუმჯობესების შესაძლებლობებზე ამახვილებენ (Goffi, Cucculelli, Masiero, 2019, 4). თუმცა, ზოგიერთი ავტორი მიიჩნევს, რომ პრაქტიკაში მხოლოდ Ritchie-სა და Crouch-ის (2000) მოდელის დანერგვა არის შესაძლებელი (Goffi, Cucculelli, Masiero, 2019, 4).

აღნიშნული დეტერმინანტების მნიშვნელოვანი წილი ასახულია ჩვენს მიერ კვლევისთვის გამოყენებულ მოგზაურობისა და ტურიზმის კონკურენტუნარიანობის ინდექსშიც.

1.4. საქართველო, როგორც კონკურენტული ტურისტული დანიშნულების ადგილი

მიუხედავად მრავალი საერთაშორისო თუ შიგა დაბრკოლებისა (მათ შორის აღსანიშნავია: რუსეთ-უკრაინის ომი და საქართველოსა და რუსეთს შორის კონფლიქტური სიტუაცია, აფხაზეთისა და სამაჩაბლოს ტერიტორიების ოკუპაცია, მცოცავი საოკუპაციო საზღვარი 2008 წლიდან, ქვეყნის პოლიტიკური არასტაბილურობა გამოხატული, მაგალითისთვის, 2019 წლის 20-21 ივნისის აქციებისა და თანმდევი მოვლენებით, რუსეთის მიერ საქართველოსთან იმავე წლის 8 ივლისიდან ავიაფრენების აკრძალვა, კრიმინალის მაჩვენებლების ზრდა და სხვა) (Galt & Taggart, 2018), საქართველოში ტურიზმის ინდუსტრია 2019-2020 წლის გლობალურ პანდემიამდე სწრაფი ტემპებით ვითარდებოდა, 2019 წელს საერთაშორისო მოგზაურების მიერ განხორციელებული ვიზიტების რაოდენობა 678,420-ით გაიზარდა და პირველად გადააჭარბა ცხრა მილიონს (საქართველოს ტურიზმის სტატისტიკური მიმოხილვა 2019). როგორც ზემოთ აღინიშნა, პანდემიამ ზრდის ტემპი საგრძნობლად შეანელა. ტურიზმის განვითარების ზეგავლენა ქვეყნის ეკონომიკაზე არსებითად ვიზიტორების დანახარჯებითაა განპირობებული (ხელაშვილი, 2020).

ქართველი მეცნიერის, აკადემიკოს ვ. პაპავას თანახმად, თავისუფალი ბაზრის პრინციპების დამკვიდრების პრობლემა განსაკუთრებით მწვავედ პოსტკომუნისტური ტრანსფორმაციის პროცესში მყოფ ქვეყნებში დგას, რადგან ამ ქვეყნებში ბაზარი, როგორც ასეთი, თავად ჩამოყალიბების მდგომარეობაშია (პაპავა, 2011, 62). განსაკუთრებით მწვავედ ვლინდება ეს გამოწვევა იმ ქვეყნებში, სადაც შიგა ბაზრის სიმცირე ზღუდავს კაპიტალტევადი დარგების განვითარებას და ამ კატეგორიაში საქართველოც მოიაზრება.

ყურადღებას იმსახურებს კონკურენტუნარიანობის შესახებ ერთ-ერთი კონცეფცია, რომელიც ტურისტული დანიშნულების ადგილის კონკურენტუნტული გარემოს განსაზღვრას სეგმენტზე ორიენტირებით, მსგავსი დანიშნულების ადგილების დადგენითა და გათვალისწინებით ახდენს (Khelashvili, 2023).

ამასთან, ამავე საკითხზე ბოლო დროს საქართველოში არაერთი სადისერტაციო ნაშრომიც გამოქვეყნდა, მათ შორის „ტურიზმის განვითარების პოლიტიკა საქართველოში“ (ხოხობაია, 2016); „ქართული ტურისტული ფირმების კონკურენტუნარიანობის ამაღლების გზები ფასეულობების საფუძველზე“ (მამულაძე, 2017); „ეროვნული ეკონომიკის კონკურენტუნარიანობის ამაღლების სტრატეგია“ (შარაშენიძე, 2018); აგრეთვე, კონკურენციის საკითხებია განხილული დისერტაციაში „ტურიზმის განვითარების ეკონომიკური პოლიტიკის ფორმირების პრიორიტეტები“ (ბრეგაძე, 2018) და სხვა. მათი რიცხვი საკითხის აქტუალობაზე მიუთითებს. კონკურენციის შესახებ საქართველოს კანონში კონკურენცია განმარტებულია, როგორც შესაბამის ბაზარზე მოქმედ ან პოტენციურ ეკონომიკურ აგენტებს შორის მეტოქეობა ამ ბაზარზე უპირატესობის მოსაპოვებლად (საქართველოს კანონი კონკურენციის შესახებ. საქართველოს 2014 წლის 21 მარტის კანონი N2159, მუხლი 2). საქართველოში კანონის მოთხოვნათა დაცვისა და შესრულების უფლებამოსილების მქონე ორგანოა კონკურენციის სააგენტო, რომელიც ამ კანონის საფუძველზეა შექმნილი. ის დამოუკიდებელი საჯარო სამართლის იურიდიული პირია (საქართველოს კანონი კონკურენციის შესახებ. საქართველოს 2014 წლის 21 მარტის კანონი N2159, მუხლი 4).

საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური და საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია წლების განმავლობაში აწარმოებენ ტურისტებისა და

საერთაშორისო ვიზიტორების დანახარჯების აღრიცხვას (საქსტატი, 2019; საქართველოს ტურიზმის სტატისტიკური მიმოხილვა 2019, 4-5). შედეგები, ხშირად წარმოდგენილია ხარჯების 6 მიმართულებით, რომლებიც ფორმულირებულია როგორც: საკვები და სასმელი, განთავსება, საყიდლები, გართობა, ადგილობრივი ტრანსპორტი და სხვა კატეგორიებში (ხელაშვილი, 2020).

აღსანიშნავია გაეროს სტატისტიკის დეპარტამენტის (UNSD) მიერ შემუშავებული და რეკომენდებული ტურისტული მაჩვენებლების გასაზომად გამოყენებული ინსტრუმენტი სატელიტური ანგარიში (United Nations, Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework, 2008; საქსტატი, 2022). ამ აღრიცხვისა და მონაცემების წარმოდგენით შესაძლებელია ქვეყნის ტურიზმიდან მიღებული შემოსავლების შესახებ დაწვრილებითი ინფორმაციის მიღება.

2014 წლიდან (5 მლნ) 2018 წლამდე (7.2 მლნ) საერთაშორისო ვიზიტორთა რიცხვი 2.2 მლნ-ით, აქედან ტურისტთა რაოდენობა 1.9 მლნ-ით, გაიზარდა, შემოსავალი კი - 1.8 ტრლ-იდან (2014 წელი) 3.2 ტრლ აშშ დოლარამდე (Galt & Taggart, 2018). ტურიზმის წილი მთლიან სამამულო პროდუქტში (პაპავა, სილაგაძე, 2019ა, 2019ბ) 2020 წელს შეადგენდა 5,9%-ს, 2023 წელს - 7,1%-ს (საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო, 2024), 2019 წლის I-II კვარტლის მონაცემებით - 7.7%-ს (საქართველოს ტურიზმის სტატისტიკური მიმოხილვა 2014-2019).

COVID-19 პანდემიამ ტურისტული აქტივობები მთელ მსოფლიოში შეაჩერა, თუმცა 2020 წლის ნოემბერში, აშშ-ს ცნობილმა გამოცემა “National Geographic”-მა საქართველო, კერძოდ კი სვანეთი (უშგული) 2021 წლისთვის ოცდახუთ საოცნებო მიმართულებას შორის დაასახელა (National Geographic, 2020).

თეორიულად, ტურიზმი ეკონომიკის რეალური სექტორისთვის დამატებითი სტიმულია, რადგანაც ქვეყანაში შემოსული ტურისტი მომსახურების სხვადასხვა პროდუქტზე დამატებით მოთხოვნას აჩენს, რაც ამ მოთხოვნის დასაკმაყოფილებლად წარმოების გაფართოებას საჭიროებს (პაპავა, 2018). აკადემიკოს ვლადიმერ პაპავას შეფასებით, ეს დებულება საქართველოს შემთხვევაში კორექტული არ არის, რადგან ტურიზმი ჩვენს ქვეყანაში, მისი თითქმის განუვითარებელი ეკონომიკის პირობებში, რეალური სექტორის განვითარებისთვის მასტიმულირებელ ფუნქციას ვერ ასრულებს (პაპავა, 2018). აკადემიკოსი თვლის, რომ ტურიზმი ხელს, უმეტესწილად,

იმ ქვეყნების ეკონომიკის რეალური სექტორების განვითარებას უწყობს, საიდანაც საქართველოში პროდუქციის იმპორტი ხორციელდება (პაპავა, 2018).

მიუხედავად ტურიზმის ინდუსტრიის მომარაგების რგოლის (ჯაჭვის) აღნიშნული ნაკლოვანებისა, საქართველოს ეკონომიკაში საერთაშორისო და შიგა ტურიზმი უშუალოდ მომსახურე ბიზნესის განვითარებაში, სამუშაო ადგილების შექმნაში, დამატებითი მომსახურების ბიზნესის განვითარებასა და აქედან ქვეყანაში შემოსავლების მოზიდვაში დიდ როლს ასრულებს. აღნიშნული დასტურდება სტატისტიკით. ქვეყნის უცხოელი ვიზიტორების დანახარჯები, საქართველოს საგადასახდლო ბალანსზე, მნიშვნელოვან გავლენას ახდენენ, ქვეყნის სერვისის ექსპორტის უმეტესი წილი (71%) (საქართველოს ტურიზმის სტატისტიკური მიმოხილვა 2019) ტურიზმზე მოდიოდა. 2020 წელს მდგომარეობა რადიკალურად შეიცვალა პანდემიის გამო (34%) (საქართველოს ტურიზმის სტატისტიკური მიმოხილვა 2020), 2021 წლისთვის კი 49% შეადგინა (საქართველოს ტურიზმის სტატისტიკური მიმოხილვა 2021).

აღნიშნული მონაცემების განხილვისას ჩანს, რამდენად მნიშვნელოვანია საქართველოში ტურიზმის მრავალი ასპექტის სიღრმისეული შესწავლა, განსაკუთრებით იმის გამო, რომ ქვეყანა მიმდინარე პერიოდში საბაზრო ეკონომიკის პრინციპების დამკვიდრებას ცდილობს (პაპავა, 2011). ამ კონტექსტში საკვანძო საკითხს დარგის რაციონალური განვითარების, მაქსიმალური სარგებლის მიღებისა და მოსალოდნელი პრობლემების ასარიდებლად ტურისტული ბიზნესის სრულყოფის მიმართულებების განსაზღვრა წარმოადგენს.

ტურიზმის ინდუსტრიის შესახებ ღრმა ცოდნის შექმნა ინდუსტრიის მახასიათებლებისა და სტრუქტურისთვის ახალი გამოწვევაა (Segui-Amortegui, Clemente-Almendros, Medina, Gala, 2019). ეკონომიკისთვის ტურიზმის მნიშვნელობა, როგორც საქართველოს, ასევე საერთაშორისო დონეზე, შესამჩნევია (Segui-Amortegui, Clemente-Almendros, Medina, Gala, 2019). შესაბამისად, ინდუსტრიაზე მოქმედი კონკურენტული ძალების სიღრმისეული გაგება კომპანიებისთვის სტრატეგიის ჩამოყალიბების გზაზე საკვანძო საკითხია, რაც საბოლოოდ მათი კონკურენტუნარიანობის ზრდის ხელშემწყობია (Segui-Amortegui, Clemente-Almendros, Medina, Gala, 2019).

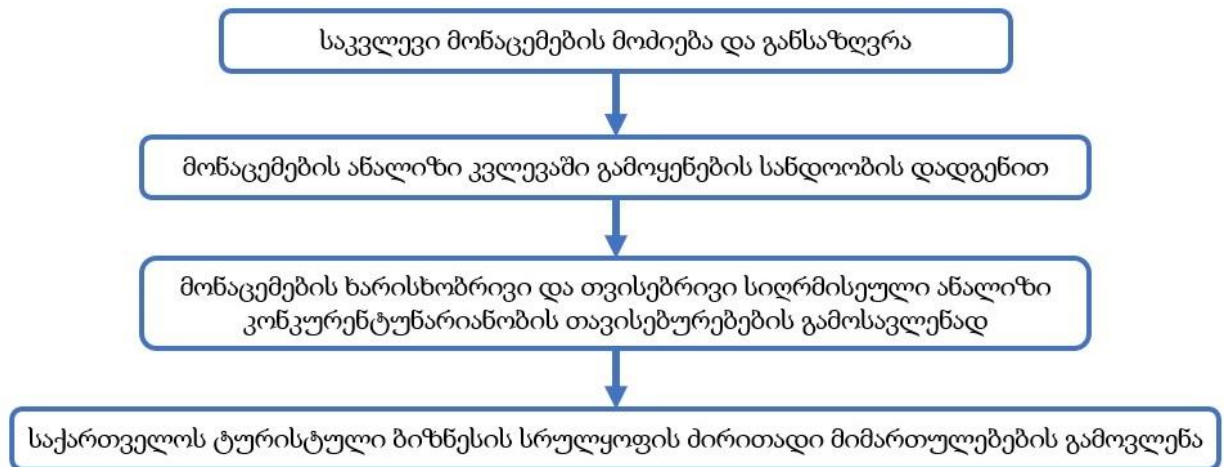
თავი II. კონკურენტული გარემოს განვითარების თანამედროვე ეტაპი

საქართველოში; პრობლემებისა და გამოწვევების იდენტიფიცირება

ნაშრომის შემდგომი ეტაპი ითვალისწინებს კვლევის დიზაინის შემუშავებას, ასევე საქართველოს ტურისტული ინდუსტრიის კონკურენტული გარემოს, ქვეყნის კონკურენტული პოზიციისა და მრავალწლიანი ტენდენციების ანალიზს.

2.1. კვლევის დიზაინი

მოცემული ნაშრომის საწყისი ეტაპის - ლიტერატურული მიმოხილვის - ერთ-ერთი ამოცანა ქვეყნის ტურიზმის კონკურენტუნარიანობის ისეთი ინსტრუმენტის გამოვლენა იყო, რომელიც საიმედო და შედარებადი მონაცემების შემცველი იქნებოდა. შესაბამისად, კვლევის დიზაინის პირველი საფეხური საკვლევი მონაცემების მოძიება და განსაზღვრაა მათი კვლევის მიზნებისთვის თავსებადობის კუთხით (იხ. ცხრილი N2.1.1). განხორციელებულმა შესწავლამ ასეთ საბაზო წყაროდ გამოავლინა მსოფლიო ეკონომიკური ფორუმის მიერ 2007 წლიდან ორ წელიწადში ერთხელ გამოქვეყნებული ანგარიში. აღნიშნული არჩევანი განპირობებულია ქვემოთ წარმოდგენილი გარემოებებით.



ცხრილი N2.1.1. კვლევის დიზაინის საფეხურები⁴

პირველი, მრავალწლიური აღრიცხვის პერიოდი იძლევა ტენდენციებისა და „გადახრების“ გამოვლენის შესაძლებლობას. შევნიშნავთ, რომ გლობალური პანდემიის ტურიზმზე არსებული ზეგავლენების გამო, ამ ეტაპზე, მიმდინარეობს აღნიშნული ინდიკატორების დაზუსტება. 2019 წელს ამ სახელით - The Travel & Tourism Competitiveness Index - ბოლო ანგარიში გამოქვეყნდა და მის ნაცვლად 2021

⁴ ავტორის ნამუშევარი.

წელს გამოქვეყნდა ანგარიში განახლებული სახელწოდებით - Travel & Tourism Development Index.

წლების მანძილზე მსოფლიო ეკონომიკურ ფორუმს (WEF) ანგარიშებში ცვლილებები შეჰქონდა, თუმცა საერთო მეთოდოლოგია იგივე რჩებოდა. როდესაც 2021 და 2024 წლებში გამოქვეყნდა ანგარიში სახელწოდებით Travel & Tourism Development Index (შემდგომში TTDI), მასშიც შეიმჩნეოდა მცირედი ცვლილებები. აღსანიშნავია, რომ ეს უკანასკნელი წარმოადგენს Travel & Tourism Competitiveness Index-ის ევოლუციას (TTDI, 2021, 2024). ბოლო ორ (2021 და 2024 წლებში გამოქვეყნებული) ანგარიშებში არ არის მოცემული მონაცემები კონკრეტული ქვეყნების მიხედვით, კერძოდ, ნაცვლად დეტალური მონაცემებისა არის ქვეყნების საერთო რეიტინგები (TTDI, 2021, 2024), რის გამოც, ჩვენი კვლევის მიზნებისთვის მათ არ ვიყენებთ. დამატებით, მათში არაა მოცემული რუსეთის ფედერაციისა და უკრაინის მონაცემები, რაც დაკავშირებული უნდა იყოს მიმდინარე ომთან (TTDI, 2021, 2024).

2019 წლამდე გამოქვეყნებულ ანგარიშებში შეფასება 14 სვეტისა და 90 ინდიკატორის მონაცემებზე დაყრდნობით ხდებოდა, ახალ ანგარიშში კი გვაქვს 17 სვეტი და 112 ინდიკატორი (TTDI, 2021). ამ მიზეზით, ჩვენი კვლევისთვის 2019 წლის ჩათვლით გამოქვეყნებულ ანგარიშს ვიყენებთ.

მეორე, ანგარიში სხვადასხვა დაინტერესებულ მხარეთა შორის მრავალმხრივი დიალოგის წარმართვის პლატფორმის ფუნქციასაც ასრულებს (TTCI, 2019, ix). მისი დახმარებით შესაძლებელი ხდება: გლობალურად მოგზაურობისა და ტურიზმის ინდუსტრიაში სამომავლო ტრენდებისა და რისკების განსაზღვრა; პოლიტიკის დანერგვისა და საინვესტიციო გადაწყვეტილებების მიღება; სექტორის სიცოცხლისუნარიანობის გასახანგრძლივებლად ახალი მოდელების განვითარება (TTCI, 2019, ix).

მესამე, ანგარიშში მოცემულია როგორც ქვეყნების ერთიანი რეიტინგი თოთხმეტივე სვეტის გათვალისწინებით, ასევე სუბინდექსების, სვეტებისა და ცალკეული ინდიკატორების მიხედვით. ქვეყანას დაგროვებული ქულების მიხედვით რეიტინგი მიენიჭება (TTCI, 2019). ანგარიშში გამოყენებული მეთოდოლოგიით, თავდაპირველად ქულათა შედგენა და ანგარიში, შემდეგ იმპუტაცია (მოსწორება) (TTCI, 2019, 85), შევსება, ინდიკატორთა წინა წლის მაჩვენებლებთან შედარება და

ცვლილებათა დაფიქსირება ხდება. შემდეგ ეტაპზე, გამოყენებულია ის ინდიკატორები, რომლებიც ეკონომიკაზე გავლენას არ ახდენენ, ე. წ. „გავლენის გამორიცხვის ფილტრები“ (Exclusion filters) (TTCI, 2019). ამ ფაქტორთა განხილვით, ქვეყნების მონაცემთა შედარება შესაძლებელი ხდება (TTCI, 2019).

მეოთხე, აღნიშნულ ანგარიშში მოცემული მაჩვენებლები ინდუსტრიის შემადგენელი ფაქტორებიდან სუსტი და ძლიერი ფაქტორების გამოვლენის საშუალებას იძლევა. თითოეული სვეტი დამტკიცებულ, სანდო ინფორმაციას მოიცავს, რომელიც მოგზაურობისა და ტურიზმის ინსტიტუციების, სხვადასხვა ორგანიზაციების (International Air Transport Association (IATA), International Union for Conservation of Nature (ICAO), Un Tourism, World Travel & Tourism Council (WTTC), UNESCO) კვლევებისა და გამოკითხვების შედეგადაა მიღებული (TTCI, 2013). მსოფლიო ეკონომიკური ფორუმი გამოკითხვას ბიზნეს ლიდერთა და მმართველთა უმაღლესი რგოლების დონეზე ატარებს, ანუ იმ ადამიანებს შორის, რომლებიც ეკონომიკაში ინვესტიციებთან დაკავშირებულ გადაწყვეტილებებს იღებენ (TTCI, 2007). გამოკითხვა ინსტიტუციურ და ბიზნეს გარემოსთან დაკავშირებით უნიკალურ ინფორმაციას წარმოგვიდგენს (TTCI, 2007).

მეხუთე, ჩვენი კვლევის მიზნებიდან გამომდინარე, საქართველოს და მისი ოთხი მეზობელი ქვეყნის მონაცემების ამოღება აღნიშნული ანგარიშებიდან განხორციელდა, თუმცა ცალკეული ინდიკატორების შემთხვევაში, წლებთან ერთად მეთოდოლოგიისა და შემადგენელი ინდიკატორების ცვლილებებიდან გამომდინარე, ინფორმაციის დამატებით მოძიება და გამორჩენილი ინფორმაციის შევსება სხვა თავსებადი (შედარებადი) წყაროებიდან გახდა საჭირო. დამატებითი წყაროები ისევ მსოფლიო ბანკის სხვადასხვა ანგარიშებიდან მოვიძიეთ: მოგზაურობისა და ტურიზმის კონკურენტუნარიანობის ანგარიში (TTCI), გლობალური კონკურენტუნარიანობის ინდექსი (GCI), Doing Business, International Property Rights Index, მსოფლიო ბანკის სტატისტიკა, რომლებიც ერთიან მეთოდოლოგიას ეფუძნებიან. აღნიშნული ანგარიში მსოფლიო ეკონომიკური ფორუმის მიერ 2006 წლიდან ქვეყნდება, მაშასადამე, მონაცემთა ანალიზი მოიცავს პირველი ანგარიშიდან ბოლო ხელმისაწვდომ ანგარიშამდე მაჩვენებლებს.

ტურისტულ დანიშნულების ადგილებს (ე. ი. ქვეყნებს) შორის კონკურენცია, ბუნებრივად საჭიროებს სხვა კონკურენტ ქვეყნებთან მიმართებაში განხილვას, რაც აფართოებს კვლევის ობიექტს. კონკურენტუნარიანობის გამოსავლენად ქვეყანა შევადარეთ მის მეზობელ, მოსაზღვრე ქვეყნებს, რომლებიც კონკურენტულ რეგიონს ქმნიან. აქედან გამომდინარე, **კვლევის დიზაინის პირველი საფეხური** ჩამოყალიბდა შემდეგი სახით: საკვლევი ქვეყნების დადგენა, ტურისტული დანიშნულების ადგილების მრავალწლიანი ინდიკატორების განსაზღვრა და მოძიება.

წინამდებარე კვლევის შემთხვევაში, საქართველოს, როგორც ტურისტული დანიშნულების ადგილის უშუალო კონკურენტ არეალად განისაზღვრა მეზობელი, მოსაზღვრე ქვეყნები - სომხეთი, აზერბაიჯანი, თურქეთი და რუსეთის ფედერაცია. გარდა სიახლოვისა, შერჩევა განაპირობა შემდეგმა გარემოებებმა: აღნიშნული ქვეყნები, ტრადიციულად და სტატისტიკურად, საქართველოს მიმართ წარმოადგენენ როგორც ტურიზმის გენერატორ, ისე სამოგზაურო დანიშნულების ადგილების ქვეყნებს; დამატებით, პრაქტიკიდან ვლინდება, რომ საქართველო ხშირად წარმოადგენს ამ ქვეყნებში უცხოელთა მოგზაურობის „პაკეტის“ შემადგენელ კომპონენტს; ამასთან, აღნიშნული ქვეყნები წარმოადგენენ საქართველოში უცხოელ ვიზიტორთა უდიდეს (2019 წელს - საქართველოში მეზობელი ქვეყნებიდან შემომსვლელთა რაოდენობა 71%, 2023 წელს - 64%) სეგმენტებსაც (საქართველოს ტურიზმის სტატისტიკური მიმოხილვა 2023).

კვლევის დიზაინის მეორე საფეხური ითვალისწინებდა მონაცემების ანალიზს კვლევის საგანთან (ასპექტთან) მიმართებაში გამოყენების სანდოობის დადგენით.

შესაბამისად, **კვლევის დიზაინის მეორე საფეხური** ორი ეტაპისგან შედგება: პირველი, მონაცემების სპეციფიკისა და კვლევის მიზნების შესაბამისი დაშვებების შემოღება და კონკურენტული გარემოს თავისებურებების დადგენა, და მეორე, შეროვებული მონაცემების კატეგორიზაცია და დაჯგუფება კვლევის შემდგომი მიზნებისთვის.

დაშვებები, მონაცემების ხასიათიდან გამომდინარე, სხვადასხვა მიდგომას ითვალისწინებენ. იმ მაჩვენებლებს, რომლებიც ქულებით (1-დან - 7-მდე) შეფასების მეშვეობით გამოიანგარიშება, შევუსაბამეთ შემდეგი დაშვებები: ა) თუ უმაღლესი ქულის მქონე ქვეყანას და საქართველოს მაჩვენებლებს შორის სხვაობა 1,0-ზე

ნაკლები ან ტოლია, ეს ნიშნავს, რომ კონკურენცია გაჯერებულია ბ) თუ სხვაობა 1,0-ზე მეტია - კონკურენცია არაგაჯერებულია. სტატისტიკური მონაცემების შემთხვევაში, გამოვიყენეთ ვარიაციის კოეფიციენტი, რომელიც ზემოთხსენებულ (ქულების) შემთხვევაში, მაჩვენებელთა მცირე სხვაობის გამო, შედეგის მომცემი არ აღმოჩნდა. ამასთან, ვითვალისწინებთ, რომ რეგიონის ქვეყნების მაჩვენებლებსა და კონკურენციის სიმჭიდროვეს საქართველოსთან მიმართებაში განვიხილავთ.

დაშვებების გამოყენებით დამატებით შესაძლებელი გახდა იმ ინდიკატორების გამოყოფა, სადაც კონკურენცია გაჯერებული ან არაგაჯერებულია, რაც კონკურენტული გარემოს ხასიათის დადგენაში დაგვეხმარა.

გამოყენებული და მოძიებული მონაცემების ანალიზის შედეგად გამოვლინდა ცვლილება დინამიკაში სვეტებსა და ინდიკატორებში (2007-დან 2020 წლამდე), ამასთან, სვეტებს შორის დადგინდა არსებული კავშირები და განხორციელდა სვეტების კლასიფიკაცია.

ამის შემდეგ, კვლევის დიზაინის მესამე საფეხურით გათვალისწინებული იყო მონაცემების რაოდენობრივი და თვისებრივი სიღრმისეული ანალიზი კონკურენტუნარიანობის თავისებურებების გამოსავლენად.

იდენტიფიცირებული ტენდენციებისა და გამოწვევების სანდოობის ამაღლების მიზნით, ჩატარდა სიღრმისეული ინტერვიუ ინდუსტრიის თორმეტ სპეციალისტთან ღია კითხვების გამოყენებით (იხ. დანართი 5). ინტერვიუს მიზანს წარმოადგენდა მოძიებული ინფორმაციის სანდოობისა და ინდუსტრიაში არსებული მდგომარეობის შეფასება.

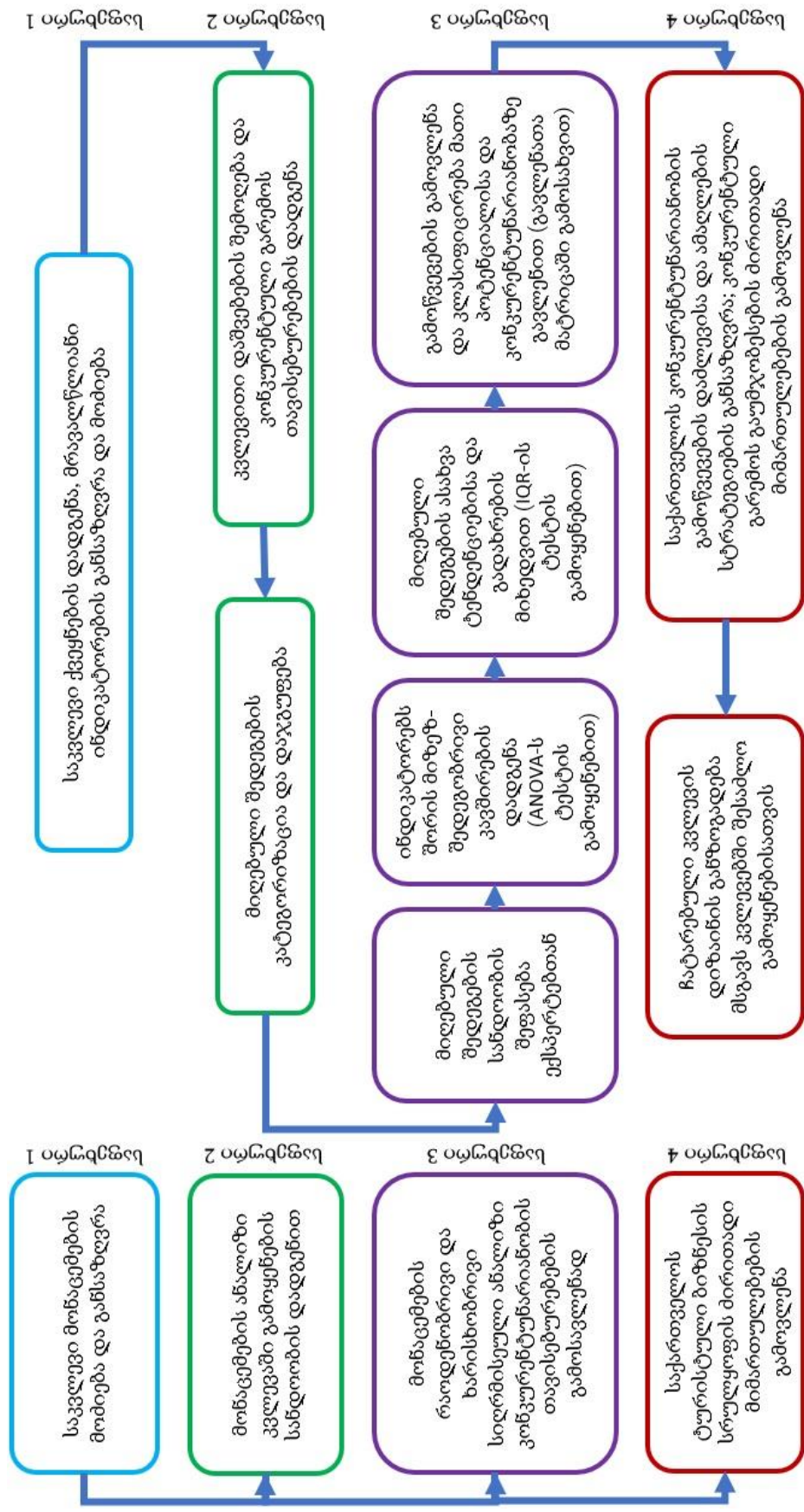
ინდიკატორებს შორის მიზეზ-შედეგობრივი კავშირების დადგენისა და პრობლემური კომპონენტების გამოსავლენად მონაცემთა რაოდენობრივი და თვისებრივი ანალიზის მეთოდები განისაზღვრა. მონაცემთა რაოდენობრივი ანალიზისთვის გამოვიყენეთ დისპერსიული ანალიზი (ANOVA), რათა დაგვედგინა იყო თუ არა მონაცემებს შორის მნიშვნელოვანი განსხვავება. გამოვლენილი სხვაობების გამო, დამატებით, IQR მეთოდის გამოყენებით გამოვავლინეთ კონკრეტულ სვეტებსა და ინდიკატორებში, წლების მიხედვით, გადაცდომები (outliers), განისაზღვრა ტენდენციები. სტატისტიკურმა ანალიზმა (IQR) 3 კატეგორია გამოავლინა, რომელიც შემდეგ სამ პოზიციად გამოიყო: ლიდერული,

შუალედური და მიმდევარი⁵. ხშირ შემთხვევაში, საკვლევი ქვეყნების მაჩვენებლები ერთმანეთისგან უმნიშვნელოდ განსხვავდებიან, რაც რეგიონის ქვეყნების ერთმანეთთან მიმართებაში მაღალ კონკურენციაზე მიუთითებს. შესაბამისად, სიღრმისეული კვლევის ჩასატარებლად დაშვებების შემოღება გახდა საჭირო.

შემდეგ გამოვლინდა გამოწვევები, „პრობლემური კომპონენტები“ და მოხდა მათი კლასიფიცირება პოტენციალისა და ტურისტული დანიშნულების ადგილის კონკურენტუნარიანობაზე გავლენის ხარისხის მიხედვით (გავლენათა მატრიცაში გამოსახვით). შესაბამისად, კვლევის დიზაინის მესამე საფეხური შედგება ოთხი ეტაპისგან (იხ. ცხრილი N2.1.2).

კვლევის დიზაინის ბოლო, მეოთხე, საფეხურია საქართველოს ბიზნესის სრულყოფის ძირითადი მიმართულებების გამოვლენა. კვლევას აქვს შედეგების ორი ძირითადი ბლოკი, რომელიც **კვლევის დიზაინის მეოთხე საფეხურში** ორ ეტაპადაა ჩამოყალიბებული. კვლევის შედეგები განიხილება პრაქტიკულ და მეთოდოლოგიურ კონტექსტში. პრაქტიკული თვალსაზრისით, განისაზღვრა საქართველოს კონკურენტუნარიანობის გამოწვევების დაძლევისა და ამღლების სტრატეგიები; ასევე, გამოვლინდა საქართველოს კონკურენტული გარემოს გაუმჯობესების ძირითადი მიმართულებები. მეთოდოლოგიური თვალსაზრისით, შემუშავდა ქვეყნის რეგიონული კონკურენტუნარიანობის კვლევის დიზაინი, შესაბამისი ანალიტიკური მეთოდებით, რომლებიც შეიძლება იყოს გამოყენებული მსგავს კვლევებში.

⁵ ტერმინი „მიმდევარი“ უცხოურ ლიტერატურაში დამკვიდრებულ ტერმინიდან - „follower“-დან პირობითად ვთარგმნეთ(მაგალითად Kotler, 1999; Gilligan, Wilson, 2003; მლუბრიშვილი, 2009, 220).



ცხრილი N2.1.2. კვლევის დიზაინის საფეხურები და ეტაპები⁶

⁶ ავტორის ნამუშევარ.

2.2. მოგზაურობისა და ტურიზმის კონკურენტუნარიანობის ანგარიშში მოცემული მონაცემების ანალიზი

მსოფლიო ეკონომიკური ფორუმის მიერ გამოქვეყნებული მოგზაურობის და ტურიზმის კონკურენტუნარიანობის ინდექსი შემდეგ 14 სვეტს (pillar) მოიცავს (TTCI, 2019):

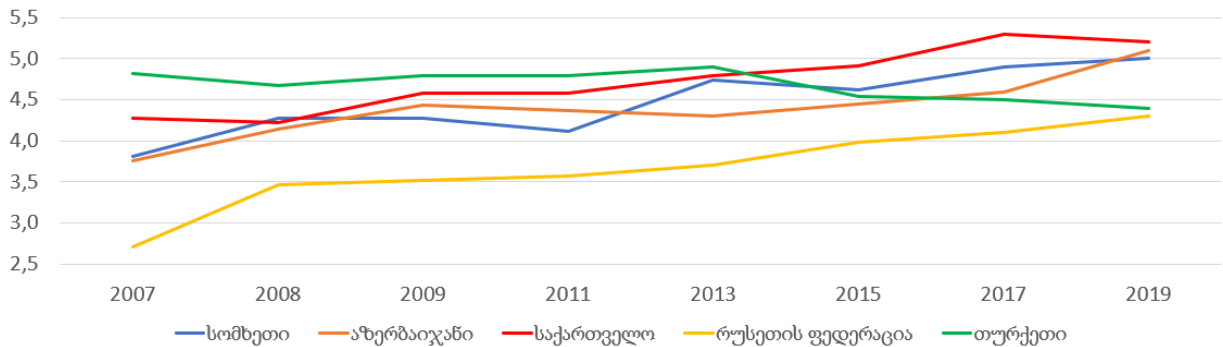
1. „ბიზნესგარემო“;
2. „დაცულობა და უსაფრთხოება“;
3. „ჯანმრთელობა და ჰიგიენა“;
4. „ადამიანისეული რესურსები და შრომის ბაზარი“;
5. „ინფორმაციული და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების მზაობა (ICT)“;
6. „მოგზაურობისა და ტურიზმის პრიორიტეტულობა“;
7. „საერთაშორისო გახსნილობა“;
8. „ფასის კონკურენტუნარიანობა“;
9. „გარემოს მდგრადობა“;
10. „საჰაერო ტრანსპორტის ინფრასტრუქტურა“;
11. „სახმელეთო და საპორტო ტრანსპორტის ინფრასტრუქტურა“;
12. „ტურისტთა მომსახურების ინფრასტრუქტურა“;
13. „ბუნებრივი რესურსები“;
14. „კულტურული რესურსები და ბიზნესმოგზაურობა“.

ინდექსის პირველი სვეტია „ბიზნესგარემო“. ბიზნესგარემოს განმაპირობებელი სულ 12 ინდიკატორია (იხ. დანართი 4), ხოლო მათი განაწილება კონკურენტული გარემოს შესაბამისობაში წარმოდგენილია სვეტების ანალიზის ცხრილებში (იხ. ცხრილები N2.2.1 და N2.2.2).

აღნიშნულ სვეტს კონკრეტული დანიშნულება აქვს: შეაფასოს სახელმწიფო პროცედურებისა და რეგულაციების გავლენა ბიზნესზე. ინდექსში არ ხვდება ისეთი გარემოებები, როგორცაა: პოლიტიკური სტაბილურობა, კორუფციის დონე, კანონის უზენაესობა და სხვა მაჩვენებლები, რაც, ჩვენი აზრით, ბიზნესგარემოს განსაზღვრისთვის არანაკლებ მნიშვნელოვანია.

სექტორის განვითარებისთვის ტურიზმის მხარდამჭერი გადაწყვეტილებების მიღებისას, მთავრობებს გარკვეული პოლიტიკური გარემოს შექმნით მასზე გავლენის

მოხდენა შეუძლიათ. სვეტი “ბიზნესგარემო“ კომპანიების საქმიანობის წარმართვისას პოლიტიკური გარემო პირობების ხელშეწყობის ხარისხს აფასებს (TTCI, 2019). კვლევებმა ისეთ მაჩვენებლებს შორის აჩვენეს კავშირი, როგორებიცაა ეკონომიკური ზრდა, საკუთრების უფლების დაცულობა, საკანონმდებლო ბაზა, გადასახადები, კონკურენტული პოლიტიკა (ადგილობრივი და საერთაშორისო კონკურენცია, რომელიც უცხოური პირდაპირი ინვესტიციების (ტერმინი აქ და შემდგომში (სიხარულიძე, ჭარაია, 2018, 14)) (FDI) მოცულობით ფასდება) (TTCI, 2019).



გრაფიკი N2.2.1. სვეტი 1. ბიზნესგარემო⁷

ბოლო მონაცემებით, ბიზნესგარემოს სვეტით, გლობალურ დონეზე, მსოფლიო ეკონომიკური ფორუმის მიერ 140 გამოკვლეულ ქვეყანას შორის, საქართველოს 24-ე ადგილი (7-დან 5,2 ქულით) უკავია, ხოლო კვლევის მიზნებისთვის შერჩეულ კონკურენტ ქვეყნებს შორის 2013 წლიდან - ლიდერია (იხ. გრაფიკი N2.2.1) (TTCI, 2019). საქართველოს მაჩვენებლები ყოველწლიურად საშუალოდ 3%-ით უმჯობესდებოდა. 2013 წლიდან კი ლიდერის პოზიციას იკავებს.

აღსანიშნავია თურქეთის პოზიციის ცვლილება, საწყის ეტაპზე, 2007 წელს ის იყო ლიდერი, თუმცა 2019 წლისთვის მისი მაჩვენებლები უარესდება. ამის შედეგად გამოიყოფა ორი ჯგუფი: შედარებით დაწინაურებულთა (სომხეთი, აზერბაიჯანი და საქართველო) და შედარებით ჩამორჩენილთა (რუსეთის ფედერაცია და თურქეთი).

აღნიშნული ცვლილებების გათვალისწინებით სვეტის ცალკეულ ინდიკატორთა უფრო სიღრმისეული შესწავლა გახდა საჭირო.

სვეტის - ბიზნესგარემოს - ინდიკატორების წლების ჭრილში განხილულ კონკურენტულ რეგიონში ჩატარებული ანალიზი საქართველოს არაერთმნიშვნელოვან პოზიციებს გვიჩვენებს. შეიძლება ითქვას, რომ ეს სპექტრი

⁷ წყარო World Economic Forum. “The Travel & Tourism Competitiveness Index”, 2007-2019.

ქვეყნის მეტ-ნაკლებად გამოკვეთილ ლიდერულ, შუალედურ და მიმდევარ პოზიციებს ავლენს. ყურადღებას იმსახურებს ვითარება, სადაც მაჩვენებლებს შორის დიდი სხვაობა არ არის, რაც მაღალი კონკურენციის მიმანიშნებელია. ამ დიაპაზონშიც, საქართველოს პოზიციები განსხვავებულია.

გაანალიზებული 12 ინდიკატორის ბიზნესგარემოს განზოგადებულ მაჩვენებლად ინტეგრირებული განხილვა გვიჩვენებს, რომ საქართველოს 2013 წლიდან მოცემულ კონკურენტულ გარემოში, მიუხედავად ცალკეული ინდიკატორების სხვადასხვა პოზიციებზე გაფანტულობისა, ლიდერული პოზიცია უკავია. ამასთან, მისი უახლოესი კონკურენტი, ბოლო წლებში, აზერბაიჯანი გახდა და სომხეთიც, მაჩვენებლებით, ახლოსაა. მას მნიშვნელოვნად ჩამორჩება თურქეთი და რუსეთი. აქედან, შეიძლება დავასკვნათ, რომ ბიზნესგარემოსთან მიმართებაში კონკურენციის სტრატეგია, პირველ რიგში, სამხრეთ კავკასიის ქვეყნებში მიმდინარე ტენდენციებს და გარემოებებს უნდა ითვალისწინებდეს.

ბიზნესგარემოს ცალკეული ინდიკატორების საქართველოს მაჩვენებლების კონკურენტ ქვეყნებთან მიმართებით გაანალიზებამ შემდეგი პოზიციები გამოავლინა:

ცხრილი N2.2.1. საქართველოს სვეტი „ბიზნესგარემოს“ კონკურენტული პოზიციები (ავტორის ნამუშევარი)

ლიდერული პოზიცია

- 1.02 კანონების ზეგავლენა უცხოურ პირდაპირ ინვესტიციებზე;
 - 1.05 დრო, რომელიც მშენებლობის უფლების მოპოვებას სჭირდება;
 - 1.06 ღირებულება, რომელიც მშენებლობის წესების დაცვას ესაჭიროება;
 - 1.08 დრო, რომელიც ბიზნესის წამოწყებას სჭირდება;
 - 1.10 მუშაობის სტიმულებზე მოქმედი გადასახადების მოცულობა და გავლენა;
 - 1.11 ინვესტირების სტიმულებზე მოქმედი გადასახადების მოცულობა და გავლენა;
 - 1.12 საერთო გადასახადების მოცულობა
-

შუალედური პოზიცია

- 1.01 საკუთრების უფლება;
 - 1.04 გამოწვევათა რეგულირებისას საკანონმდებლო ჩარჩოების ეფექტიანობა;
 - 1.09 ღირებულება, რომელიც ბიზნესის წამოწყებას სჭირდება
-

მიმდევარი პოზიცია

- 1.03 სადავო საკითხების მოგვარებისას უფლებათა ბაზის ეფექტიანობა;
 - 1.07 ბაზარზე დომინირების ხარისხი
-

ჩვენი დაშვებების გათვალისწინებით, აღნიშნული სამი პოზიციის ფარგლებში, გამოვლინდა შემდეგი: თერთმეტიდან ცხრა ინდიკატორი, გაჯერებული

კონკურენციის პირობებში, მოქცეულია ლიდერულ პოზიციაზე. მათ შორის, ზოგი ინდიკატორი არ აჩვენებს საუკეთესო მაჩვენებელს, თუმცა მცირედით განსხვავდება დაწინაურებული ქვეყნის მაჩვენებლისგან, ესე იგი არის კონკურენტისგან მცირედ განსხვავებული. ერთი ინდიკატორი გაჯერებული კონკურენციის პირობებში, შუალედურ პოზიციაზეა და ორ ინდიკატორს მიმდევარი პოზიცია აქვს არაგაჯერებული კონკურენციის პირობებში. რის საფუძველზეც, გადანაწილება შემდეგი იქნება:

ცხრილი N2.2.2. საქართველოს სვეტი „ბიზნესგარემოს“ კონკურენტული პოზიციები დაშვებების გათვალისწინებით (ავტორის ნამუშევარი)

ლიდერული პოზიცია გაჯერებული კონკურენციის პირობებში

- 1.01 საკუთრების უფლება;
- 1.02 კანონების ზეგავლენა უცხოურ პირდაპირ ინვესტიციებზე;
- 1.05 დრო, რომელიც მშენებლობის უფლების მოპოვებას სჭირდება;
- 1.06 ღირებულება, რომელიც მშენებლობის წესების დაცვას ესაჭიროება;
- 1.08 დრო, რომელიც ბიზნესის წამოწყებას სჭირდება;
- 1.09 ღირებულება, რომელიც ბიზნესის წამოწყებას სჭირდება;
- 1.10 მუშაობის სტიმულებზე მოქმედი გადასახადების მოცულობა და გავლენა;
- 1.11 ინვესტირების სტიმულებზე მოქმედი გადასახადების მოცულობა და გავლენა;
- 1.12 საერთო გადასახადების მოცულობა

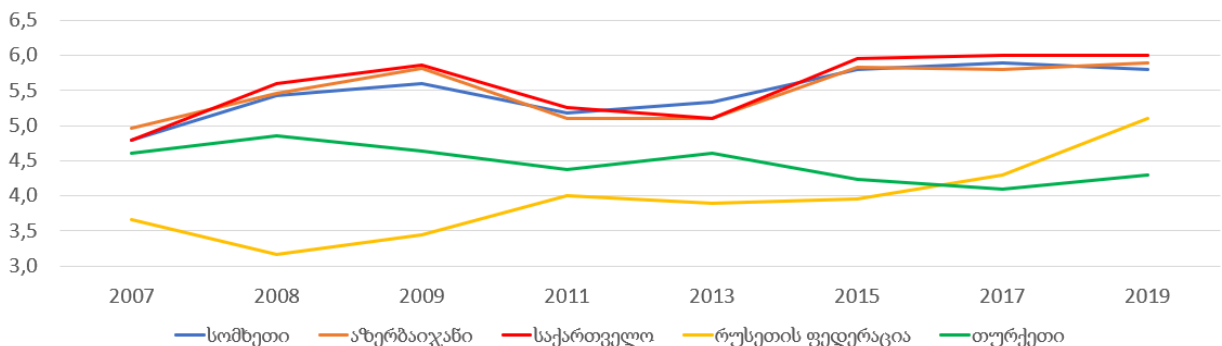
შუალედური პოზიცია გაჯერებული კონკურენციის პირობებში

- 1.04 გამოწვევათა რეგულირებისას საკანონმდებლო ჩარჩოების ეფექტიანობა

მიმდევარი პოზიცია, არაგაჯერებული კონკურენციის პირობებში

- 1.03 სადავო საკითხების მოგვარებისას უფლებათა ბაზის ეფექტიანობა;
- 1.07 ბაზარზე დომინირების ხარისხი

ინდექსის მეორე სვეტია „დაცულობა და უსაფრთხოება“ (იხ. დანართი 4), ხოლო მათი განაწილება კონკურენტული გარემოს შესაბამისობაში წარმოდგენილია სვეტების ანალიზის ცხრილებში (იხ. ცხრილები N2.2.3 და N2.2.4).



გრაფიკი N2.2.2. სვეტი 2. დაცულობა და უსაფრთხოება⁸

⁸ წყარო World Economic Forum. “The Travel & Tourism Competitiveness Index”, 2007-2019.

ქვეყნის მოგზაურობისა და ტურიზმის კონკურენტუნარიანობის განსაზღვრაში დაცულობასა და უსაფრთხოებას კრიტიკული მნიშვნელობა აქვს (TTCI, 2019). მაღალია იმის ალბათობა, რომ ტურისტებმა სახიფათო გარემოს მქონე დანიშნულების ადგილები სამოგზაუროდ არ განიხილონ, რაც აღნიშნული დანიშნულების ადგილისთვის ინდუსტრიის განვითარების პროცესის შემაფერხებელია (TTCI, 2019). შესაბამისად, სვეტი აფასებს ისეთ ფაქტორებს, როგორებიცაა დანაშაული და ძალადობა, ტერორიზმი, პოლიციის საიმედოობა (TTCI, 2019).

ბოლო მონაცემების თანახმად, 140 ქვეყანას შორის საქართველოს (7 ქულიდან 6 ქულით) 25-ე ადგილი უკავია. დაცულობისა და უსაფრთხოების სვეტის მონაცემების მიხედვით, საქართველოს უმეტესწილად ლიდერულ პოზიციაზეა (გამონაკლისია 2007 და 2013 წლები), თუმცა მაჩვენებლები სომხეთისა და აზერბაიჯანის მონაცემებისგან უმნიშვნელოდ განსხვავდება, რაც რეგიონში გაჯერებულ კონკურენციაზე მიუთითებს (იხ. გრაფიკი N2.2.2). მეორე სვეტის შემთხვევაში, მსგავსად პირველი სვეტისა, გამოიყოფა ორი ჯგუფი: საქართველო, აზერბაიჯანი და სომხეთი - სტაბილურად დაწინაურებულები, ხოლო თურქეთი და რუსეთის ფედერაცია - სტაბილურად მიმდევარ პოზიციას იკავებენ (იქვე).

„დაცულობისა და უსაფრთხოების“ ინდიკატორთა მაჩვენებლების ანალიზის შედეგად საქართველოსთვის ორი მკვეთრად გამოხატული პოზიცია დგინდება - ლიდერული და შუალედური. საქართველოს ხუთივე ინდიკატორის შემთხვევაში, განსხვავება კონკურენტი ქვეყნების მაჩვენებლებთან უმნიშვნელოა, შესაბამისად, კონკურენციის დონე მაღალია. ამასთან, სტაბილურად ჩამორჩენილი პოზიცია აქვთ რუსეთის ფედერაციასა და თურქეთს.

საქართველოს ინდიკატორთა პოზიციები:

ცხრილი N2.2.3. საქართველოს სვეტი „დაცულობა და უსაფრთხოების“ კონკურენტული პოზიციები (ავტორის ნამუშევარი)

ლიდერული პოზიცია

2.04 ტერორიზმის გავრცელების ინდექსი

შუალედური პოზიცია

2.01 ბიზნესის ხარჯები დანაშაულსა და ძალადობაზე;

2.02 პოლიციის საიმედოობა;

2.03 ტერორიზმის ფასი ბიზნესისთვის;

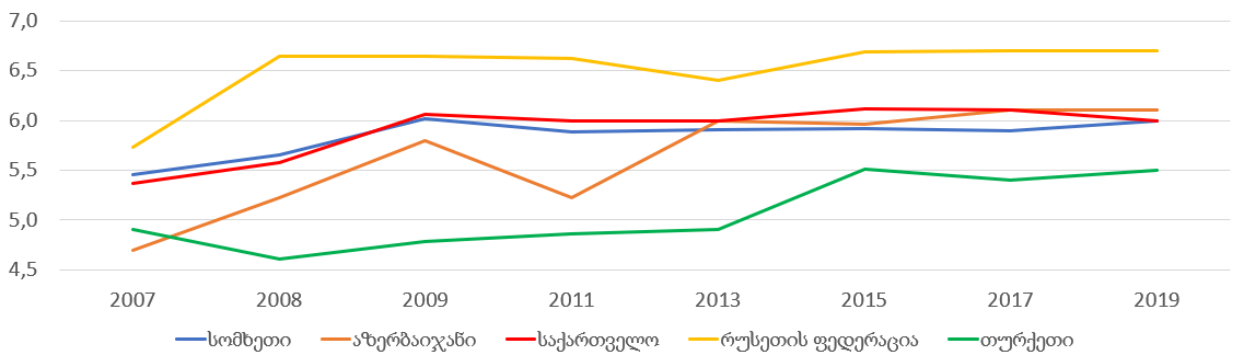
2.05 მკვლელობათა რაოდენობა.

დაშვებების გათვალისწინებით გამოვლინდა, რომ ხუთივე ინდიკატორით საქართველო გაჯერებული კონკურენციის პირობებში ლიდერულ პოზიციაზეა:

ცხრილი N2.2.4. საქართველოს სექტი „დაცულობა და უსაფრთხოების“ კონკურენტული პოზიციები დაშვებების გათვალისწინებით (ავტორის ნამუშევარი) ლიდერული პოზიცია გაჯერებული კონკურენციის პირობებში

- 2.01 ბიზნესის ხარჯები დანაშაულსა და ძალადობაზე;
- 2.02 პოლიციის საიმედოობა;
- 2.03 ტერორიზმის ფასი ბიზნესისთვის;
- 2.04 ტერორიზმის გავრცელების ინდექსი;
- 2.05 მკვლელობათა რაოდენობა.

ინდექსის მესამე სექტია „ჯანმრთელობა და ჰიგიენა“ (იხ. დანართი 4), ხოლო მათი განაწილება კონკურენტული გარემოს შესაბამისობაში წარმოდგენილია სექტების ანალიზის ცხრილებში (იხ. ცხრილები N2.2.5 და N2.2.6).



გრაფიკი N2.2.3. სექტი 3. ჯანმრთელობა და ჰიგიენა⁹

მოგზაურთა კომფორტისთვის მნიშვნელოვანია დასაღვე წყალსა და ძირითად სანიტარულ საშუალებებზე წვდომა (TTCI, 2019). იმ შემთხვევაში კი, თუ ტურისტი მოგზაურობისას დაავადდება, ქვეყნის ჯანდაცვის სექტორმა მისი შესაბამისი ხარისხით მკურნალობა უნდა უზრუნველყოს (TTCI, 2019). აღნიშნული მაჩვენებელი იზომება ქვეყანაში სამედიცინო მუშაკთა და საავადმყოფო საწოლების ხელმისაწვდომი რაოდენობით (TTCI, 2019). ამასთან, მოგზაურობის შესახებ გადაწყვეტილების მიღებისას, ხშირად ხვდება ტურისტების მხედველობის არეალში შიდსისა და მალარიის გავრცელების მასშტაბები, ვინაიდან, ეს მიმღები ქვეყნის ტურიზმში დასაქმებულთა ჯანმრთელობაზე აისახება (TTCI, 2019) (იხ. გრაფიკი N2.2.3).

წლების მიხედვით, საქართველოს მაჩვენებელთა ანალიზისას ვლინდება, რომ ქვეყანა 2009 წლიდან სტაბილურობას ინარჩუნებს და სომხეთთან და აზერბაიჯანთან

⁹ წყარო World Economic Forum. “The Travel & Tourism Competitiveness Index”, 2007-2019.

ერთად შუალედურ პოზიციას იკავებს (იხ. გრაფიკი N2.2.3). ბოლო მონაცემების თანახმად, 140 ქვეყნიდან საქართველოს (7 ქულიდან 6 ქულით) 41-ე ადგილი უკავია. საქართველოს აქვს შუალედური პოზიცია გაჯერებული კონკურენციის პირობებში სომხეთთან, აზერბაიჯანთან და რუსეთის ფედერაციასთან.

საქართველოს პოზიციებია:

ცხრილი N2.2.5. საქართველოს სვეტი „ჯანმრთელობა და ჰიგიენის“ კონკურენტული პოზიციები (ავტორის ნამუშევარი)

ლიდერული პოზიცია

- 3.01 სამედიცინო მუშაკთა რაოდენობა;
 - 3.06 დაავადება მალარიის გავრცელების დონე
-

შუალედური პოზიცია

- 3.03 სასმელი წყლის გამოყენება;
 - 3.05 შიდსის გავრცელების მოცულობა
-

მიმდევარი პოზიცია

- 3.02 ძირითადი სანიტარული საშუალებების გამოყენება;
 - 3.04 საავადმყოფო საწოლების რაოდენობა
-

დაშვებების გათვალისწინებით (იხ. გვ. 54) აღსანიშნავია, რომ სამედიცინო მუშაკთა რაოდენობის (1) მხრივ, საქართველოს უმაღლესი მაჩვენებელი აქვს, მის შემდეგ მაჩვენებლით მოდის რუსეთის ფედერაცია, რომელსაც 1.1-ით ნაკლები ქულა აქვს, შესაბამისად, საქართველოს არაგაჯერებული კონკურენციის პირობებში ლიდერული პოზიცია უკავია. შევნიშნავთ, რომ არაგაჯერებული კონკურენციის პირობებში ლიდერული პოზიცია საუკეთესო პოზიციაა, რომელიც ნიშნავს, რომ კონკურენტებთან შედარებით, საქართველოს მაჩვენებელი, საგრძნობლად მაღალია.

ჩვენი დაშვებების გათვალისწინებით გამოვლინდა, რომ საქართველოს პოზიციები საკვლევ სვეტში მრავალფეროვანია და ინდიკატორების კლასიფიცირება მოხდა ხუთ სხვადასხვა კატეგორიაში:

ცხრილი N2.2.6. საქართველოს სვეტი „ჯანმრთელობა და ჰიგიენის“ კონკურენტული პოზიციები დაშვებების გათვალისწინებით (ავტორის ნამუშევარი)

ლიდერული პოზიცია არაგაჯერებული კონკურენციის პირობებში

- 3.01 სამედიცინო მუშაკთა რაოდენობა;
 - 3.03 სასმელი წყლის გამოყენება;
 - 3.06 დაავადება მალარიის გავრცელების დონე
-

შუალედური პოზიცია არაგაჯერებული კონკურენციის პირობებში

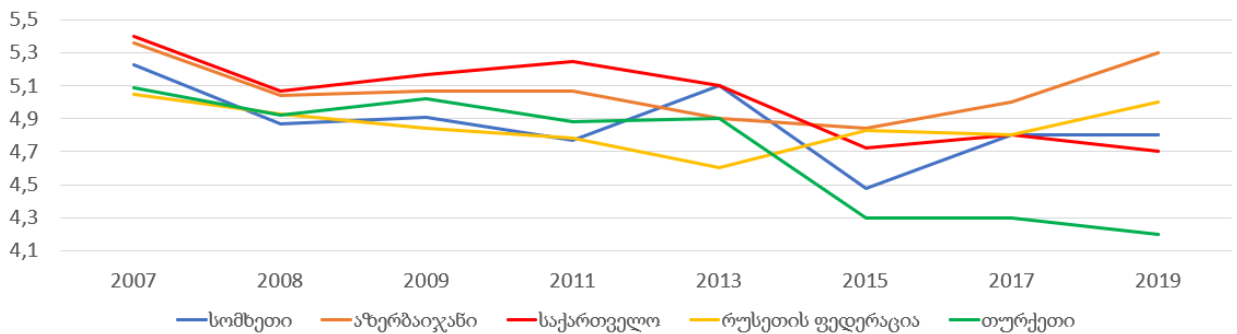
- 3.05 შიდსის გავრცელების მოცულობა
 - 3.02 ძირითადი სანიტარული საშუალებების გამოყენება
-

მიმდევარი პოზიცია არაგაჯერებული კონკურენციის პირობებში

3.04 საავადმყოფო საწოლების რაოდენობა

ინდექსის მეოთხე სვეტია „ადამიანისეული რესურსები და შრომის ბაზარი“ (იხ. დანართი 4), ხოლო მათი განაწილება კონკურენტული გარემოს შესაბამისობაში წარმოდგენილია სვეტების ანალიზის ცხრილებში (იხ. ცხრილები N2.2.7 და N2.2.8).

ინდუსტრიის განვითარებისა და ზრდისთვის, ეკონომიკა ხარისხიან, მაღალკვალიფიციურ კადრებზე წვდომას უნდა უზრუნველყოფდეს (TTCI, 2019). სვეტი ადამიანისეული რესურსების ჯანმრთელობის, განათლებისა და კვალიფიკაციის ამაღლების დონეს აფასებს, რაც სამი ქვესვეტით ფასდება (TTCI, 2019). პირველი: განათლება და კვალიფიკაციის ამაღლება, რომელიც დაწყებით და საშუალო განათლებას, ასევე ქვეყანაში განათლების ზოგად დონეს, უმაღლესი განათლების დონეს ზომავს, კერძო სექტორის ადამიანისეული რესურსების განვითარების საქმეში ჩართულობას ტრენინგებისა და სტაჟირების გავლის შესაძლებლობის ჩათვლით (TTCI, 2019). მეორე: სამსახურში დაქირავებისა და სამსახურიდან დათხოვნის პროცედურები. ამასთან, აფასებს თუ რამდენად მარტივია უცხო ქვეყნის მოქალაქეების სამსახურში აყვანა (TTCI, 2019). ბოლოს, მესამე: სამუშაო ძალის ჯანმრთელობის დონეს ცხოვრების ხანგრძლივობის ჩათვლით (TTCI, 2019).



გრაფიკი N2.2.4. სვეტი 4. ადამიანისეული რესურსები და შრომის ბაზარი¹⁰

ბოლო მონაცემებით, 140 ქვეყანას შორის საქართველო (7 ქულიდან 4,7 ქულით) 54-ე ადგილზეა (იხ. გრაფიკი N2.2.4). მიუხედავად იმისა, რომ საქართველოს წამყვანი პოზიცია 2007-დან 2015 წლებამდე ეკავა, 2011 წლიდან მაჩვენებლის შემცირება, ხოლო 2015 წლიდან ლიდერული პოზიციიდან დაქვეითება შეინიშნება. საქართველოს აქვს შუალედური პოზიცია გაჯერებული კონკურენციის პირობებში სომხეთთან, აზერბაიჯანთან და რუსეთის ფედერაციასთან.

¹⁰ წყარო World Economic Forum. “The Travel & Tourism Competitiveness Index”, 2007-2019.

სვეტის ინდიკატორები ორ ჯგუფში ნაწილდებიან: სამუშაო ძალის კვალიფიკაცია და შრომის ბაზარი. სამუშაო ძალის კვალიფიკაციის ინდიკატორებია: მოსახლეობაში დაწყებითი განათლების მოცვის მაჩვენებელი; მოსახლეობაში საშუალო განათლების მოცვის მაჩვენებელი; პერსონალის ტრეინინგის/გადამზადების მასშტაბები; მომხმარებელთან ქცევა. შრომის ბაზრის ინდიკატორებია: სამსახურში დაქირავებისა და სამსახურიდან დათხოვნის პრაქტიკა; გამოცდილი თანამშრომლების მოძიების სიმარტივე; არარეზიდენტი თანამშრომლების მოძიების სიმარტივე; ანაზღაურება და პროდუქტიულობა; სამუშაო ძალაში ქალთა ხვედრითი წილი და ქალების დასაქმება.

პოზიციები შემდეგია:

ცხრილი N2.2.7. საქართველოს სვეტი „ადამიანისეული რესურსებისა და შრომის ბაზრის“ კონკურენტული პოზიციები (ავტორის ნამუშევარი)

ლიდერული პოზიცია

4.01 მოსახლეობაში დაწყებითი განათლების მაჩვენებელი

შუალედური პოზიცია

4.02 მოსახლეობაში საშუალო განათლების მაჩვენებელი;

4.05 სამსახურში დაქირავებისა და სამსახურიდან დათხოვნის პრაქტიკა;

4.07 არარეზიდენტი თანამშრომლების მოძიების სიმარტივე;

4.08 ანაზღაურება და პროდუქტიულობა;

4.09 სამუშაო ძალაში ქალთა ხვედრითი წილი და ქალების დასაქმება

მიმდევარი პოზიცია

4.03 პერსონალის ტრეინინგის/გადამზადების მასშტაბები;

4.04 მომხმარებელთან მოპყრობა;

4.06 გამოცდილი თანამშრომლების მოძიების სიიოლე

დაშვებების გათვალისწინებით გამოვლინდა, რომ ხუთი ინდიკატორით საქართველოს გაჯერებული კონკურენციის პირობებში ლიდერული პოზიცია უკავია, ერთი ინდიკატორით - არაგაჯერებული კონკურენციის პირობებში - შუალედური პოზიცია და სამი ინდიკატორით - ასევე არაგაჯერებული კონკურენციის პირობებში - მიმდევარ პოზიცია:

ცხრილი N2.2.8. საქართველოს სვეტი „ადამიანისეული რესურსებისა და შრომის ბაზრის“ კონკურენტული პოზიციები დაშვებების გათვალისწინებით (ავტორის ნამუშევარი)

ლიდერული პოზიცია გაჯერებული კონკურენციის პირობებში

4.01 მოსახლეობაში დაწყებითი განათლების მაჩვენებელი;

4.02 მოსახლეობაში საშუალო განათლების მაჩვენებელი;

4.05 სამსახურში დაქირავებისა და სამსახურიდან დათხოვნის პრაქტიკა;

4.07 არარეზიდენტი თანამშრომლების მოძიების სიმარტივე;

4.09 სამუშაო ძალაში ქალთა ხვედრითი წილი და ქალების დასაქმება

შუალედური პოზიცია არაგაჯერებული კონკურენციის პირობებში

4.08 ანაზღაურება და პროდუქტიულობა;

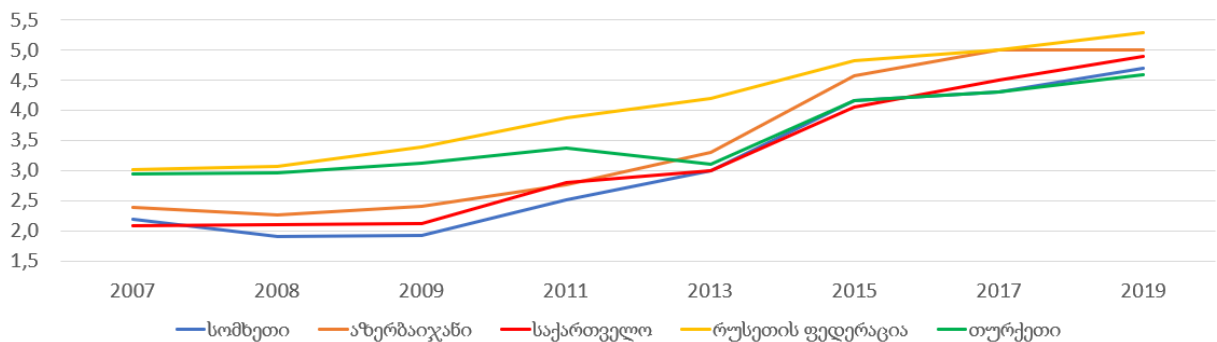
მიმდევარი პოზიცია არაგაჯერებული კონკურენციის პირობებში

4.03 პერსონალის ტრეინინგის/გადამზადების მასშტაბები;

4.04 მომხმარებლებთან მოპყრობა;

4.06 გამოცდილი თანამშრომლების მოძიების სიოლუე

ინდექსის მეხუთე სვეტია „ინფორმაციული და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების მზაობა (ICT)“ (იხ. დანართი 4), ხოლო მათი განაწილება კონკურენტული გარემოს შესაბამისობაში წარმოდგენილია სვეტების ანალიზის ცხრილებში (იხ. ცხრილები N2.2.9 და N2.2.10).



გრაფიკი N2.2.5. სვეტი 5. ინფორმაციული და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების მზაობა (ICT)¹¹

თანამედროვე მოგზაურობისა და ტურიზმის ინდუსტრიისთვის ზრდად მნიშვნელობას ონლაინ გარემო წარმოადგენს, რომლის დახმარებითაც მარშრუტებისა და მიმართულებების დაგეგმვა, ასევე, მოგზაურობის პაკეტისა და განთავსების შექმნა ხდება (TTCI, 2019). თუმცა, გამომდინარე იქიდან, რომ ინფორმაციული და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიები ყველა სექტორის განვითარებისთვისაა მნიშვნელოვანი, სვეტი მრავალ ასპექტს განიხილავს (TTCI, 2019). მათ შორის, მობილური ქსელის დაფარვის ხარისხი, ელექტროენერჯის მიწოდების ხარისხი, ინტერნეტის გამოყენება კერძო და იურიდიული პირების მიერ და სხვა (TTCI, 2019) (იხ. გრაფიკი N2.2.5).

მაჩვენებელთა ანალიზით დგინდება, რომ კონკურენტი ქვეყნების მაჩვენებელთა გაუმჯობესება ერთობლივად, თანაბრად მიმდინარეობს და საქართველოს წლების მანძილზე, პოზიცია საგრძნობლად არ შეუცვლია. საკვლევი პერიოდის მანძილზე ის ან შუალედურ ან მიმდევარ პოზიციაზეა. ბოლო მონაცემებით, 140 ქვეყანას შორის საქართველოს (7 ქულიდან 4,9 ქულით) 63 ადგილი უკავია. საქართველოს აქვს

¹¹ წყარო World Economic Forum. “The Travel & Tourism Competitiveness Index”, 2007-2019.

შუალედური პოზიცია გაჯერებული კონკურენციის პირობებში საკვლევ ოთხივე ქვეყანასთან. საქართველოს მაჩვენებელთა ანალიზით ქვეყნის პოზიციების განაწილება შემდეგია:

ცხრილი N2.2.9. საქართველოს სვეტი „ინფორმაციული და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების მზაობის“ კონკურენტული პოზიციები (ავტორის ნამუშევარი)
ლიდერული პოზიცია

5.07 მობილური ქსელების დაფარვის ხარისხი

შუალედური პოზიცია

5.04 ფართოზოლოვანი ინტერნეტის აბონენტთა რაოდენობა;

5.05 მობილური სერვისების მომხმარებელთა რაოდენობა;

5.08 ელექტროენერჯის მიწოდების ხარისხი

მიმდევარი პოზიცია

5.01 ინფორმაციული და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების გამოყენება ბიზნესი-ბიზნესისთვის გარიგებების წარმოებისას;

5.02 ინტერნეტის გამოყენება ბიზნესი-მომხმარებლისთვის გარიგებების წარმოებისას;

5.03 ინტერნეტით მოსარგებლე ფიზიკური პირები;

5.06 მობილური ტელეფონის ინტერნეტის მომხმარებელთა რაოდენობა

დაშვებების გათვალისწინებით დადგინდა, რომ ოთხი ინდიკატორით საქართველოს გაჯერებული კონკურენციის პირობებში ლიდერული პოზიცია უკავია, დანარჩენების შემთხვევაში ოთხივე ინდიკატორი მიმდევარ პოზიციაზეა, ორი გაჯერებული და ორი - არაგაჯერებული კონკურენციის პირობებში:

ცხრილი N2.2.10. საქართველოს სვეტი „ინფორმაციული და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების მზაობის“ კონკურენტული პოზიციები დაშვებების გათვალისწინებით (ავტორის ნამუშევარი)
ლიდერული პოზიცია გაჯერებული კონკურენციის პირობებში

5.04 ფართოზოლოვანი ინტერნეტის აბონენტთა რაოდენობა;

5.05 მობილური სერვისების მომხმარებელთა რაოდენობა;

5.07 მობილური ქსელების დაფარვის ხარისხი;

5.08 ელექტროენერჯის მიწოდების ხარისხი

მიმდევარი პოზიცია გაჯერებული კონკურენციის პირობებში

5.01 ინფორმაციული და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების გამოყენება ბიზნესი-ბიზნესისთვის გარიგებების წარმოებისას;

5.03 ინტერნეტით მოსარგებლე ფიზიკური პირები

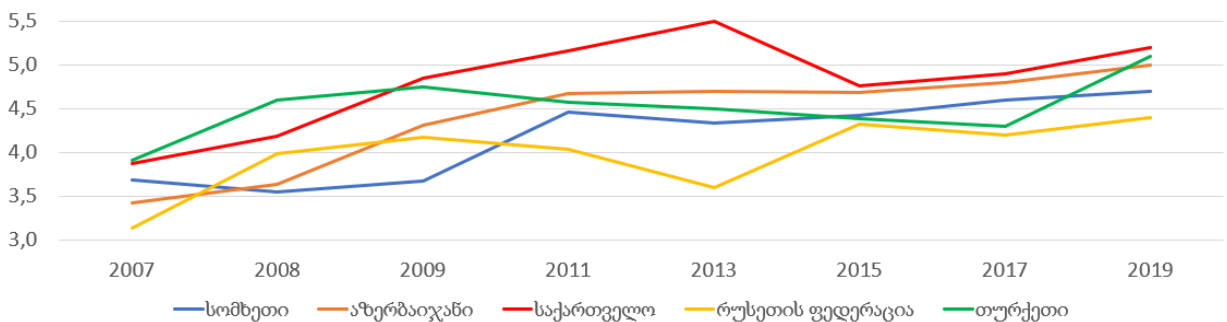
მიმდევარი პოზიცია არაგაჯერებული კონკურენციის პირობებში

5.02 ინტერნეტის გამოყენება ბიზნესი-მომხმარებლისთვის გარიგებების წარმოებისას;

5.06 მობილური ტელეფონის ინტერნეტის მომხმარებელთა რაოდენობა

ინდექსის მეექვსე სვეტია „მოგზაურობისა და ტურიზმის პრიორიტეტულობა“ (იხ. დანართი 4), ხოლო მათი განაწილება კონკურენტული გარემოს შესაბამისობაში წარმოდგენილია სვეტების ანალიზის ცხრილებში (იხ. ცხრილები N2.2.11 და N2.2.12).

როდესაც სახელმწიფო მოგზაურობისა და ტურიზმის განვითარებას პრიორიტეტულობას ანიჭებს და მას ქვეყნის ბიუჯეტის შედგენისას ითვალისწინებს, მთავრობა სახსრებს სექტორის განმავითარებელი პროექტების განხორციელებისკენ მიმართავს, ასევე, ის საზღვარგარეთ მყოფ ინვესტორებს აჩვენებს, რომ სექტორში ინვესტიციებს მიესალმება. სექტორის ქვეყნის ეკონომიკის პრიორიტეტად გამოცხადება გულისხმობს ქვეყნის ჩართულობას საერთაშორისო გამოფენებში და დანიშნულების ადგილის მარკეტინგის კამპანიებში (იხ. გრაფიკი N2.2.6).



გრაფიკი N2.2.6. სვეტი 6. მოგზაურობისა და ტურიზმის პრიორიტეტულობა¹²

აღნიშნული სვეტის მიხედვით, საქართველო ლიდერულ პოზიციას 2009 წლიდან ინარჩუნებს, თუმცა კონკურენცია გაჯერებულია საკვლევ ოთხივე ქვეყანასთან. ბოლო მონაცემებით, ქვეყანა (7 ქულიდან 5,2 ქულით) 140 ქვეყანას შორის 28-ე ადგილზეა.

საქართველოს ინდიკატორთა მიხედვით პოზიციებია:

ცხრილი N2.2.11. საქართველოს სვეტი „მოგზაურობისა და ტურიზმის პრიორიტეტულობის“ კონკურენტული პოზიციები (ავტორის ნამუშევარი)

ლიდერული პოზიცია

- 6.01 მოგზაურობისა და ტურიზმის ინდუსტრიის პრიორიტეტულობის ხარისხი მთავრობისთვის;
- 6.03 ტურისტთა მოზიდვაზე მიმართული მარკეტინგული საქმიანობის ეფექტიანობა;
- 6.05 მოგზაურობისა და ტურიზმის ყოველთვიური/ყოველკვარტალური მონაცემების მიწოდების დროულობა

შუალედური პოზიცია

- 6.04 მოგზაურობისა და ტურიზმის წლიური მონაცემების ყოვლისმომცველობა;

¹² წყარო World Economic Forum. “The Travel & Tourism Competitiveness Index”, 2007-2019.

6.06 ქვეყნის ბრენდის სტრატეგიის რეიტინგი

მიმდევარი პოზიცია

6.02 მთავრობის დანახარჯები მოგზაურობისა და ტურიზმის ინდუსტრიაზე

დაშვებების გათვალისწინებით დადგინდა, რომ ოთხი ინდიკატორით საქართველოს გაჯერებული კონკურენციის პირობებში ლიდერული პოზიცია აქვს და თითო ინდიკატორით, არაგაჯერებული კონკურენციის პირობებში, შუალედური და მიმდევარი პოზიციები:

ცხრილი N2.2.12. საქართველოს სვეტი „მოგზაურობისა და ტურიზმის პრიორიტეტულობის“ კონკურენტული პოზიციები დაშვებების გათვალისწინებით (ავტორის ნამუშევარი)

ლიდერული პოზიცია გაჯერებული კონკურენციის პირობებში

6.01 მოგზაურობისა და ტურიზმის ინდუსტრიის პრიორიტეტულობის ხარისხი მთავრობისთვის;

6.03 ტურისტთა მოზიდვაზე მიმართული მარკეტინგული საქმიანობის ეფექტიანობა;

6.05 მოგზაურობისა და ტურიზმის ყოველთვიური/ყოველკვარტალური მონაცემების მიწოდების დროულობა;

6.06 ქვეყნის ბრენდის სტრატეგიის რეიტინგი

შუალედური პოზიცია არაგაჯერებული კონკურენციის პირობებში

6.04 მოგზაურობისა და ტურიზმის წლიური მონაცემების ყოვლისმომცველობა;

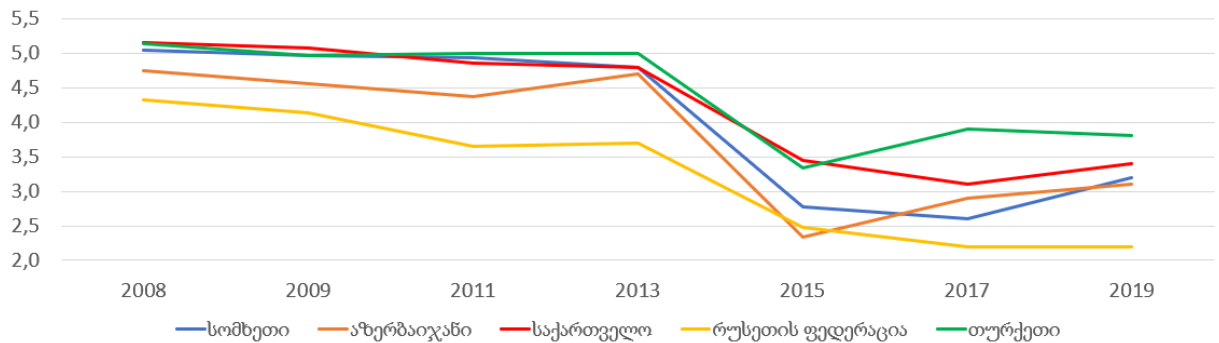
მიმდევარი პოზიცია არაგაჯერებული კონკურენციის პირობებში

6.02 მთავრობის დანახარჯები მოგზაურობისა და ტურიზმის ინდუსტრიაზე

ინდექსის მეშვიდე სვეტია „საერთაშორისო გახსნილობა“ (იხ. დანართი 4), ხოლო მათი განაწილება კონკურენტული გარემოს შესაბამისობაში წარმოდგენილია სვეტების ანალიზის ცხრილებში (იხ. ცხრილები N2.2.13 და N2.2.14).

საერთაშორისო დონეზე კონკურენტული მოგზაურობისა და ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარებისთვის გარკვეული მოცულობით გახსნილობა აუცილებელია (TTCI, 2019). სვეტი აფასებს, რამდენად გახსნილია, მზადაა ეკონომიკა და საზოგადოება ტურიზმისა და უცხოელი ტურისტების მისაღებად (TTCI, 2019). მოგზაურობისა და ტურიზმის კონკურენტუნარიანობაზე მოსახლეობის განწყობა მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს (TTCI, 2019). სვეტი ზომავს, ადგილობრივი მოსახლეობა რამდენად სტუმართმოყვარეა, ბიზნეს-ლიდერები რამდენად ხშირად ურჩევენ საკუთარ პარტნიორებს დასვენების მიზნით ამა თუ იმ ქვეყანას, წილს მშპ-ში, რაც ქვეყნის ეკონომიკაში ტურიზმის მნიშვნელობის თაობაზე წარმოდგენას გვიქმნის (TTCI, 2019). აგრეთვე, სავიზო მოთხოვნების, საჰაერო შეთანხმებების, რეგიონული სავაჭრო შეთანხმებების არსებობას (TTCI, 2019) (იხ. გრაფიკი N2.2.7).

2008-2009 წლებში, ასევე 2015 წელს, საქართველოს ლიდერული პოზიცია ეკავა, თუმცა დანარჩენ პერიოდში, გაჯერებული კონკურენციის პირობებში, შუალედური პოზიცია აქვს (TTCI, 2008; 2009; 2015). ბოლო ანგარიშში, 140 ქვეყანას შორის (7 ქულიდან 3,4 ქულით) ის 67 ადგილზეა (TTCI, 2019). საქართველოს შემთხვევაში, სამივე ინდიკატორის მაჩვენებელი ქვეყნის შუალედურ პოზიციაზე მეტყველებს.



გრაფიკი N2.2.7. სვეტი 7. საერთაშორისო გახსნილობა¹³

პოზიციების განაწილება:

ცხრილი N2.2.13. საქართველოს სვეტი „საერთაშორისო გახსნილობის“ კონკურენტული პოზიციები (ავტორის ნამუშევარი)

შუალედური პოზიცია

7.01 სავიზო მოთხოვნები;

7.02 საჰაერო მომსახურების ორმხრივი შეთანხმებების ხელმისაწვდომობა;

7.03 მოქმედი რეგიონული სავაჭრო ხელშეკრულებების რაოდენობა

დაშვებების გათვალისწინებით დადგინდა, რომ საქართველოს ერთი ინდიკატორით ლიდერული პოზიცია აქვს გაჯერებული კონკურენციის პირობებში და ორი ინდიკატორით - არაგაჯერებული კონკურენციის პირობებში - შუალედური პოზიცია:

ცხრილი N2.2.14. საქართველოს სვეტი „მოგზაურობისა და ტურიზმის პრიორიტეტულობის“ კონკურენტული პოზიციები დაშვებების გათვალისწინებით (ავტორის ნამუშევარი)

ლიდერული პოზიცია გაჯერებული კონკურენციის პირობებში

7.01 სავიზო მოთხოვნები;

შუალედური პოზიცია არაგაჯერებული კონკურენციის პირობებში

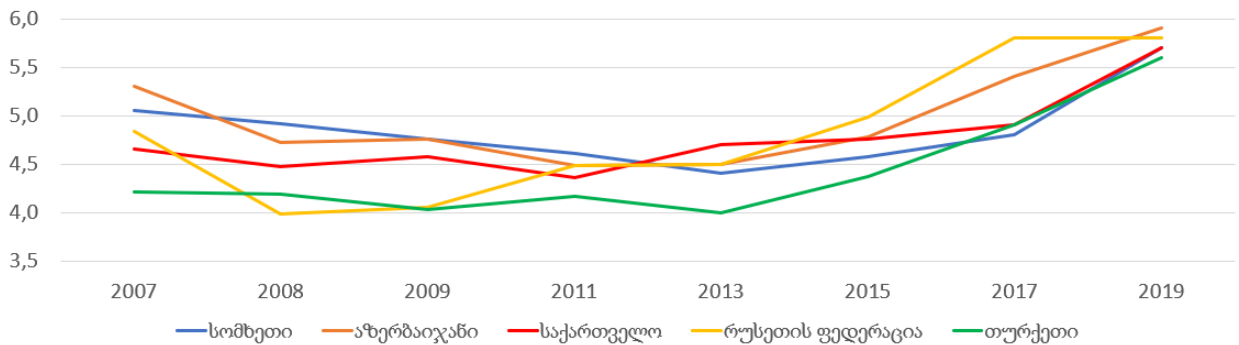
7.02 საჰაერო მომსახურების ორმხრივი შეთანხმებების ხელმისაწვდომობა;

7.03 მოქმედი რეგიონული სავაჭრო ხელშეკრულებების რაოდენობა

ინდექსის მერვე სვეტია „ფასის კონკურენტუნარიანობა“ (იხ. დანართი 4), ხოლო მათი განაწილება კონკურენტული გარემოს შესაბამისობაში წარმოდგენილია სვეტების ანალიზის ცხრილებში (იხ. ცხრილები N2.2.15 და N2.2.16).

¹³ წყარო World Economic Forum. “The Travel & Tourism Competitiveness Index”, 2007-2019.

ბევრი მოგზაურისთვის მოგზაურობის დაგეგმვისას მთავარ განმსაზღვრელს დაბალი, კონკურენტუნარიანი ფასი წარმოადგენს (TTCI, 2019). კონკურენტუნარიანი ფასის დასადგენად ავიაბილეთების ფასებს, აეროპორტების მოსაკრებლებს (რომელიც ამვირებს ბილეთის ფასს), საწვავის ღირებულებას და სხვა გადასახადებს ითვალისწინებენ, რომლებსაც მოგზაურებს თხოვენ (TTCI, 2019) (იხ. გრაფიკი N2.2.8).



გრაფიკი N2.2.8. სვეტი 8. ფასის კონკურენტუნარიანობა¹⁴

საქართველო, კონკურენტ ქვეყნებს შორის, 2013 წელს ლიდერის პოზიციას იკავებს, თუმცა სხვა წლებში, შუალედურ პოზიციაზეა საკვლევ ოთხივე ქვეყანასთან გაჯერებული კონკურენციის პირობებში და 140 ქვეყანას შორის, (7 ქულიდან 5,7 ქულით) 36-ე ადგილი უკავია. ქვეყანა აღნიშნული სვეტის კონკურენტული უპირატესობით არ გამოირჩევა. მეტიც, ტურიზმის ინდუსტრიის სტრატეგია მაღალგადახდისუნარიანი სეგმენტების გაფართოვებაზეა მიმართული. შესაბამისად, მომსახურების ხარისხის თავსებადობა, ტურისტული პროდუქტის ფასებთან, გამოწვევად უნდა ჩაითვალოს, ხოლო მომსახურების ხარისხის გაუმჯობესებაზე აღებული გეზი, ფასებს კიდევ გაზრდის.

საქართველოს მაჩვენებელთა ანალიზის შედეგად შემდეგი პოზიციები დგინდება:

ცხრილი N2.2.15. საქართველოს სვეტი „ფასის კონკურენტუნარიანობის“ კონკურენტული პოზიციები (ავტორის ნამუშევარი)

შუალედური პოზიცია

- 8.01 ბილეთისა და აეროპორტის მოსაკრებლები;
- 8.04 საწვავის ფასის დონე

მიმდევარი პოზიცია

- 8.02 სასტუმროს ფასების ინდექსი;
- 8.03 მყიდველობითი უნარიანობის პარიტეტი

¹⁴ წყარო World Economic Forum. “The Travel & Tourism Competitiveness Index”, 2007-2019.

დაშვებების გათვალისწინებით გამოვლინდა, რომ ოთხივე ინდიკატორი იმყოფება გაჯერებული კონკურენციის პირობებში, აქედან ნახევარი - შუალედურ და მეორე ნახევარი - მიმდევარ პოზიციაზეა:

ცხრილი N2.2.16. საქართველოს სვეტი „ფასის კონკურენტუნარიანობის“ კონკურენტული პოზიციები დაშვებების გათვალისწინებით (ავტორის ნამუშევარი) შუალედური პოზიცია გაჯერებული კონკურენციის პირობებში

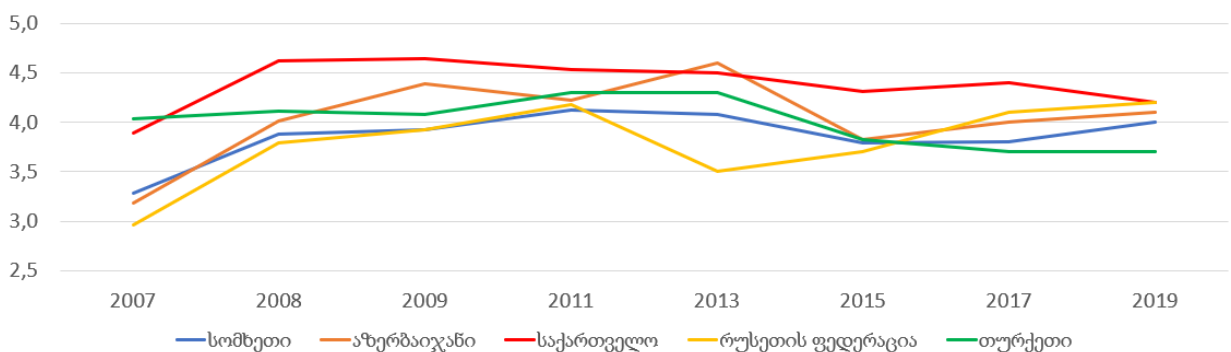
8.01 ბილეთისა და აეროპორტის მოსაკრებლები;
8.04 საწვავის ფასის დონე

მიმდევარი პოზიცია გაჯერებული კონკურენციის პირობებში

8.02 სასტუმროს ფასების ინდექსი;
8.03 მყიდველობითი უნარიანობის პარიტეტი

ინდექსის მეცხრე სვეტია „გარემოს მდგრადობა“ (იხ. დანართი 4), ხოლო მათი განაწილება კონკურენტული გარემოს შესაბამისობაში წარმოდგენილია სვეტების ანალიზის ცხრილებში (იხ. ცხრილები N2.2.17 და N2.2.18).

დანიშნულების ადგილის მიმზიდველობისთვის ერთ-ერთ საკვანძო საკითხს ბუნებრივი გარემო წარმოადგენს, რაც გარემოს რეგულაციებისთვის მეტი მნიშვნელობის მინიჭების აუცილებლობას წარმოაჩენს (TTCI, 2019). სვეტი მთავრობის მხრიდან გატარებული რეგულაციების სისტემატიურობასა და სტაბილურობას ზომავს (TTCI, 2019). ასევე, სვეტის მიხედვით მთავრობისთვის ტურიზმის მდგრადი განვითარების პრიორიტეტულობა, ტყისა და თევზის რესურსები ფასდება (TTCI, 2019) (იხ. გრაფიკი N2.2.9).



გრაფიკი N2.2.9. სვეტი 9. გარემოს მდგრადობა¹⁵

გარემოს მდგრადობის ინდიკატორის მონაცემთა მიხედვით, საქართველო 2007 და 2013 წლების გარდა, კონკურენტ ქვეყნებს შორის ლიდერია. მას 140 ქვეყანას შორის (7 ქულიდან 4,2 ქულით) 76-ე ადგილი უკავია. საქართველოს აქვს

¹⁵ წყარო World Economic Forum. “The Travel & Tourism Competitiveness Index”, 2007-2019.

ლიდერული პოზიცია გაჯერებული კონკურენციის პირობებში საკვლევ ოთხივე ქვეყანასთან.

საქართველოს მაჩვენებელთა ანალიზის შედეგად შემდეგი პოზიციები დგინდება:

ცხრილი N2.2.17. საქართველოს სვეტი „გარემოს მდგრადობის“ კონკურენტული პოზიციები (ავტორის ნამუშევარი)

ლიდერული პოზიცია

9.05 რატიფიცირებული ეკოლოგიური შეთანხმებების რაოდენობა;

შუალედური პოზიცია

- 9.03 მოგზაურობისა და ტურიზმის ინდუსტრიის მდგრადობა;
- 9.04 ჰაერში მტვრის მყარი ნაწილაკების (2.5) კონცენტრაცია;
- 9.06 წყლის სიმძლავრის საბაზისო დონე (ზედაპირული წყლის დეფიციტი);
- 9.07 საფრთხის ქვეშ მყოფი სახეობები;
- 9.08 ტყის საფარის ცვლილება;
- 9.09 ჩამდინარე წყლების გაწმენდა;

მიმდევარი პოზიცია

- 9.01 გარემოს რეგულაციების სიმკაცრე;
- 9.02 ეკოლოგიური რეგულაციების გათვალისწინების უზრუნველყოფა
 - 9.10 (თევზის მარაგის მდგომარეობა) - მსოფლიო ბანკს სამ ქვეყანაზე (საქართველო, აზერბაიჯანი, სომხეთი) ინფორმაცია არ აქვს.

დაშვებების გათვალისწინებით დადგინდა, რომ ინდიკატორები განსხვავებულ კონკურენტულ პირობებსა და პოზიციებზე არიან:

ცხრილი N2.2.18. საქართველოს სვეტი „გარემოს მდგრადობის“ კონკურენტული პოზიციები დაშვებების გათვალისწინებით (ავტორის ნამუშევარი)

ლიდერული პოზიცია გაჯერებული კონკურენციის პირობებში

- 9.04 ჰაერში მტვრის მყარი ნაწილაკების (2.5) კონცენტრაცია;
- 9.05 რატიფიცირებული ეკოლოგიური შეთანხმებების რაოდენობა

შუალედური პოზიცია გაჯერებული კონკურენციის პირობებში

- 9.03 მოგზაურობისა და ტურიზმის ინდუსტრიის მდგრადობა;
- 9.07 საფრთხის ქვეშ მყოფი სახეობები;

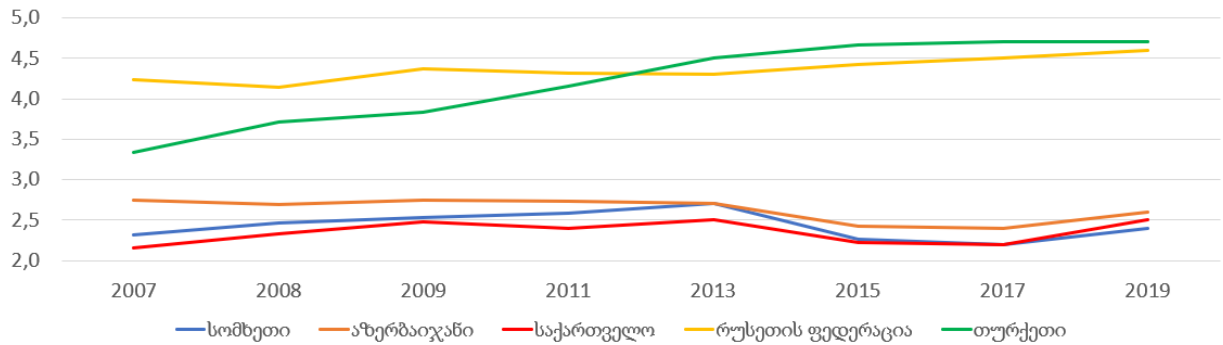
შუალედური პოზიცია არაგაჯერებული კონკურენციის პირობებში

- 9.06 წყლის სიმძლავრის საბაზისო დონე (ზედაპირული წყლის დეფიციტი);
- 9.08 ტყის საფარის ცვლილება;
- 9.09 ჩამდინარე წყლების გაწმენდა;

მიმდევარი პოზიცია არაგაჯერებული კონკურენციის პირობებში

- 9.01 გარემოს რეგულაციების სიმკაცრე;
- 9.02 ეკოლოგიური რეგულაციების გათვალისწინების უზრუნველყოფა
 - ინდექსის მეათე სვეტია „საჰაერო ტრანსპორტის ინფრასტრუქტურა“ (იხ. დანართი 4), ხოლო მათი განაწილება კონკურენტული გარემოს შესაბამისობაში წარმოდგენილია სვეტების ანალიზის ცხრილებში (იხ. ცხრილები N2.2.19 და N2.2.20).

საჰაერო ტრანსპორტის ინფრასტრუქტურა ქვეყნიდან გასვლისა და ქვეყანაში შემოსვლის, ასევე ქვეყნის შიგნით დანიშნულების ადგილებისკენ გადაადგილების სირთულე/სიმარტივის დასადგენადაა მნიშვნელოვანი (TTCI, 2019). სვეტიტ იზომება ადგილობრივი და საერთაშორისო ფრენებისას, საჰაერო ტრანსპორტის ორივე, რაოდენობის და ხარისხის, მაჩვენებელი (TTCI, 2019) (იხ. გრაფიკი N2.2.10).



გრაფიკი N2.2.10. სვეტი 10. საჰაერო ტრანსპორტის ინფრასტრუქტურა¹⁶

მოცემული სვეტის ინდიკატორის მონაცემთა ანალიზის შედეგად, ორი ჯგუფი წარმოჩნდება: 1. საქართველო, აზერბაიჯანი და სომხეთი, დანარჩენ ორ ქვეყანასთან შედარებით, უფრო მცირე ტერიტორიების, შიგა თუ საერთაშორისო გადაფრენების, ასევე აეროპორტების მქონე ქვეყნები, და, 2. რუსეთის ფედერაცია და თურქეთი. ქვეყნები, რომლებსაც დიდი ტერიტორიებით, აეროპორტთა რიცხოვნობითა და სიმძლავრით გამორჩეული ქვეყნები.

საქართველო, 140 ქვეყანას შორის (7 ქულიდან 2,5 ქულით) 81 ადგილზეა. საქართველოს აქვს მიმდევარი პოზიცია არაგაჯერებული კონკურენციის პირობებში.

საქართველოს მაჩვენებელთა ანალიზით პოზიციები ასე ნაწილდება:

ცხრილი N2.2.19. საქართველოს სვეტი „საჰაერო ტრანსპორტის ინფრასტრუქტურის“ კონკურენტული პოზიციები (ავტორის ნამუშევარი)

შუალედური პოზიცია

- 10.03 საერთაშორისო ხელმისაწვდომი ადგილ-კილომეტრი;
- 10.04 თვითმფრინავთა გაფრენა;
- 10.05 აეროპორტის სიმჭიდროვე;
- 10.06 მოქმედი ავიაკომპანიების რაოდენობა

მიმდევარი პოზიცია

- 10.01 საჰაერო ტრანსპორტის ინფრასტრუქტურის ხარისხი;
- 10.02 ადგილობრივი ხელმისაწვდომი ადგილ-კილომეტრი

¹⁶ წყარო World Economic Forum. “The Travel & Tourism Competitiveness Index”, 2007-2019.

დაშვებების გათვალისწინებით დადგინდა, რომ ორი ინდიკატორი გაჯერებული კონკურენციის პირობებში შუალედურ და მიმდევარ პოზიციებზეა, ოთხი კი - არაგაჯერებული კონკურენციის პირობებში მიმდევარ პოზიციაზე:

ცხრილი N2.2.20. საქართველოს სვეტი „საჰაერო ტრანსპორტის ინფრასტრუქტურის“ კონკურენტული პოზიციები დაშვებების გათვალისწინებით (ავტორის ნამუშევარი)

შუალედური პოზიცია გაჯერებული კონკურენციის პირობებში

10.05 აეროპორტის სიმჭიდროვე

მიმდევარ პოზიცია გაჯერებული კონკურენციის პირობებში

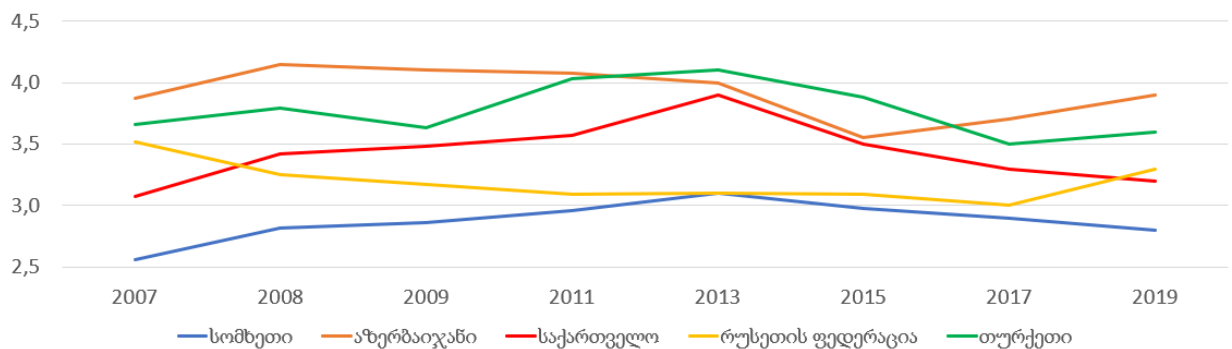
10.06 მოქმედი ავიაკომპანიების რაოდენობა

მიმდევარ პოზიცია არაგაჯერებული კონკურენციის პირობებში

- 10.01 საჰაერო ტრანსპორტის ინფრასტრუქტურის ხარისხი;
- 10.02 ადგილობრივი ხელმისაწვდომი ადგილ-კილომეტრი;
- 10.03 საერთაშორისო ხელმისაწვდომი ადგილ-კილომეტრი;
- 10.04 თვითმფრინავთა გაფრენა

ინდექსის მეთერთმეტე სვეტია „სახმელეთო და საპორტო ტრანსპორტის ინფრასტრუქტურა“ (იხ. დანართი 4), ხოლო მათი განაწილება კონკურენტული გარემოს შესაბამისობაში წარმოდგენილია სვეტების ანალიზის ცხრილებში (იხ. ცხრილები N2.2.21 და N2.2.22).

ქვეყნის ფარგლებში სამოდროდ სახმელეთო ტრანსპორტის ინფრასტრუქტურის მომცველობა და ხარისხი საკვანძოა (TTCI, 2019). ამისთვის საჭიროა გზების, სარკინიგზო და საპორტო ინფრასტრუქტურის შესაბამისად განვითარებული დონე (TTCI, 2019). ამიტომ, სვეტი გზების, რკინიგზისა და პორტების ხარისხს აფასებს (TTCI, 2019). ამასთან, აფასებს იმასაც, თუ ეროვნული ტრანსპორტის ქსელი ყველა ბიზნეს-კვანძსა და ტურისტული დანიშნულების ადგილს ქვეყანაში რამდენად აღწევს (TTCI, 2019) (იხ. გრაფიკი N2.2.11).



გრაფიკი N2.2.11. სვეტი 11. სახმელეთო ტრანსპორტისა და საპორტო ინფრასტრუქტურა¹⁷

2008 წლიდან 2013 წლებამდე, საქართველოს პოზიციათა გაუმჯობესების მიუხედავად, ქვეყანა შუალედური პოზიციის მქონეა (TTCI, 2008; 2009; 2011, 2013). 140 ქვეყანას შორის (7 ქულიდან 3,2 ქულით) საქართველო 74-ე ადგილზეა. საქართველოს აქვს შუალედური პოზიცია გაჯერებული კონკურენციის პირობებში აზერბაიჯანთან, რუსეთის ფედერაციასთან და თურქეთთან.

საქართველოს პოზიციების განაწილება, ბოლო წლის მონაცემთა თანახმად, შემდეგია:

ცხრილი N2.2.21. საქართველოს სვეტი „სახმელეთო და საპორტო ტრანსპორტის ინფრასტრუქტურის“ კონკურენტული პოზიციები (ავტორის ნამუშევარი)

შუალედური პოზიცია

- 11.01 გზების ხარისხი;
 - 11.02 გზების სიმჭიდროვე;
 - 11.03 ასფალტირებული გზის სიმჭიდროვე;
 - 11.04 სარკინიგზო გზის ინფრასტრუქტურის ხარისხი;
 - 11.05 რკინიგზის სიმჭიდროვე;
 - 11.06 საპორტო ინფრასტრუქტურის ხარისხი;
 - 11.07 სახმელეთო ტრანსპორტის ეფექტიანობა
-

დაშვებების გათვალისწინებით დადგინდა, რომ ყველა ინდიკატორი შუალედურ პოზიციაზეა, თუმცა ერთი ინდიკატორით საქართველო გაჯერებული კონკურენციის პირობებშია, დანარჩენი ინდიკატორებით კი - არაგაჯერებული კონკურენციის პირობებში:

ცხრილი N2.2.22. საქართველოს სვეტი „სახმელეთო და საპორტო ტრანსპორტის ინფრასტრუქტურის“ კონკურენტული პოზიციები დაშვებების გათვალისწინებით (ავტორის ნამუშევარი)

შუალედური პოზიცია გაჯერებული კონკურენციის პირობებში

- 11.07 სახმელეთო ტრანსპორტის ეფექტიანობა
-

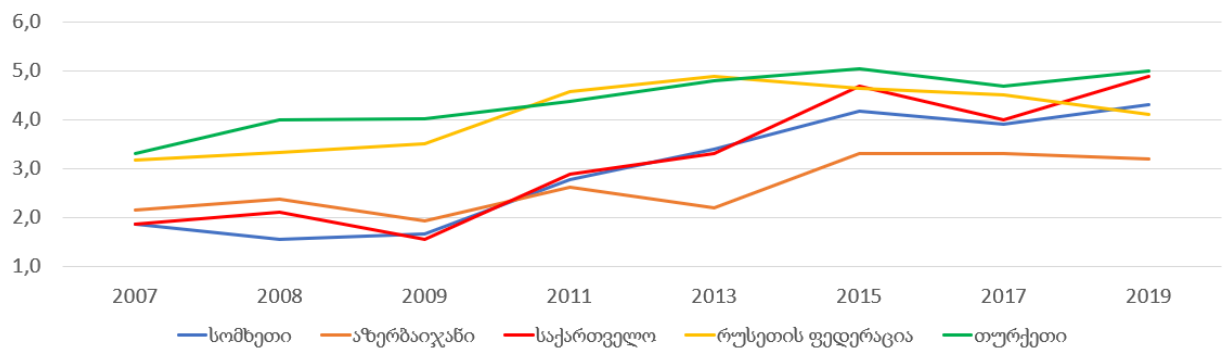
შუალედური პოზიცია არაგაჯერებული კონკურენციის პირობებში

- 11.01 გზების ხარისხი;
 - 11.02 გზების სიმჭიდროვე;
 - 11.03 ასფალტირებული გზის სიმჭიდროვე;
 - 11.04 სარკინიგზო გზის ინფრასტრუქტურის ხარისხი;
 - 11.05 რკინიგზის სიმჭიდროვე;
 - 11.06 საპორტო ინფრასტრუქტურის ხარისხი
-

¹⁷ წყარო World Economic Forum. “The Travel & Tourism Competitiveness Index”, 2007-2019.

ინდექსის მეთორმეტე სვეტია „ტურისტთა მომსახურების ინფრასტრუქტურა“ (იხ. დანართი 4), ხოლო მათი განაწილება კონკურენტული გარემოს შესაბამისობაში წარმოდგენილია სვეტების ანალიზის ცხრილებში (იხ. ცხრილები N 2.2.23 და N2.2.24).

სვეტი ტურისტული ინფრასტრუქტურის ისეთ ზოგად ასპექტებს მოიცავს, როგორებიცაა: განთავსების (სასტუმრო ოთახების რაოდენობა) და ავტომობილების ქირაობის შესაძლებლობა (საჭირო სატრანსპორტო საშუალებები), ასევე ტურისტებისთვის ფინანსური მომსახურება (ბანკომატები), ვინაიდან სწორედ ეს ფაქტორებია ქვეყნის მოგზაურობისა და ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარების ერთ-ერთი საუკეთესო მაჩვენებლები (TTCI, 2019) (იხ. გრაფიკი N2.2.12).



გრაფიკი N2.2.12. სვეტი 12. ტურისტთა მომსახურების ინფრასტრუქტურა¹⁸

2009 წლიდან საქართველოს პოზიცია, 2017 წლის გამოკლებით, სტაბილურად უმჯობესდება (TTCI, 2009; 2011; 2013; 2015; 2017). მიუხედავად იმისა, რომ 2009 წელს ქვეყანა მიმდევარ პოზიციაზე იყო, განიცადა წინსვლა და დაწინაურდა. ანგარიშში საქართველო, გამოკვლეულ 140 ქვეყანას შორის, დასახელებულია ტურისტული ინფრასტრუქტურის განვითარების უმაღლესი პროცენტულობით და მითითებულია, რომ წინა რეიტინგთან (70-ე ადგილი) შედარებით ქვეყანა დაწინაურდა (დაიკავა 41-ე ადგილი - 7 ქულიდან 4,9 ქულით) (TTCI, 2019). საქართველოს აქვს შუალედური პოზიცია გაჯერებული კონკურენციის პირობებში სომხეთთან, რუსეთის ფედერაციასთან და თურქეთთან.

საქართველოს ინდიკატორთა მაჩვენებელთა მიხედვით შემდეგი პოზიციები აქვს:

ცხრილი N2.2.23. საქართველოს სვეტი „ტურისტთა მომსახურების ინფრასტრუქტურის“ კონკურენტული პოზიციები (ავტორის ნამუშევარი)
ლიდერული პოზიცია

¹⁸ წყარო World Economic Forum. “The Travel & Tourism Competitiveness Index”, 2007-2019.

12.01 სასტუმროს ნომრები;

12.03 მანქანების გამქირავებელი მსხვილი კომპანიების რაოდენობა

შუალედური პოზიცია

12.02 ტურიზმის ინფრასტრუქტურის ხარისხი;

12.04 ბანკომატთა რაოდენობა თითოეულ ზრდასრულ ადამიანზე

დაშვებების გათვალისწინებით, სამი ინდიკატორი ლიდერულ პოზიციაზეა, საიდანაც ორი ინდიკატორი გაჯერებული, ერთი კი - არაგაჯერებული კონკურენციის პირობებშია; ერთი ინდიკატორი შუალედურ პოზიციაზეა არაგაჯერებული კონკურენციის პირობებში:

ცხრილი N2.2.24. საქართველოს სვეტი „ტურისტთა მომსახურების ინფრასტრუქტურის“ კონკურენტული პოზიციები დაშვებების გათვალისწინებით (ავტორის ნამუშევარი)

ლიდერული პოზიცია გაჯერებულია კონკურენციის პირობებში

12.02 ტურიზმის ინფრასტრუქტურის ხარისხი;

12.03 მანქანების გამქირავებელი მსხვილი კომპანიების რაოდენობა;

ლიდერული პოზიცია არაგაჯერებული კონკურენციის პირობებში

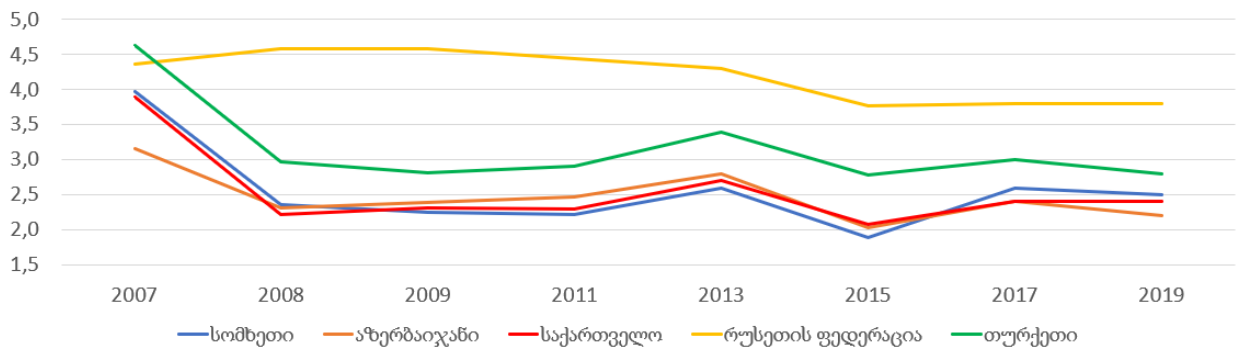
12.01 სასტუმროს ნომრები

შუალედური პოზიცია არაგაჯერებული კონკურენციის პირობებში

12.04 ბანკომატთა რაოდენობა თითოეულ ზრდასრულ ადამიანზე

ინდექსის მეცამეტე სვეტია „ბუნებრივი რესურსები“ (იხ. დანართი 4), ხოლო მათი განაწილება კონკურენტული გარემოს შესაბამისობაში წარმოდგენილია სვეტების ანალიზის ცხრილებში (იხ. ცხრილები N2.2.25 და N2.2.26).

ბუნებრივი რესურსები მთელ მსოფლიოში მოგზაურობისა და ტურიზმის კონკურენტუნარიანობის ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი განმაპირობებელი ფაქტორია (TTCI, 2019). იმ ქვეყნებს, რომლებსაც გააჩნიათ მდიდარი რესურსები, ამ კუთხით, უდავოდ, მეტად კონკურენტუნარიანნი არიან (TTCI, 2019). აღნიშნული სვეტი მოიცავს UNESCO-ს მსოფლიო ბუნებრივი მემკვიდრეობის ღირსშესანიშნაობებს (UNESCO World Heritage Sites), რომელიც ბუნებრივი გარემოს ხარისხს ზომავს (TTCI, 2019). აქ იგულისხმება ლანდშაფტი, ქვეყნის ფაუნის სიმდიდრე (ცნობილი ჯიშების რაოდენობა), ეროვნული დაცული ტერიტორიის პროცენტული დამოკიდებულება ქვეყნის ტერიტორიასთან (იხ. გრაფიკი N2.2.13).



გრაფიკი N2.2.13. სვეტი 13. ბუნებრივი რესურსები¹⁹

140 გამოკვლევული ქვეყნიდან, საქართველო რეიტინგში (7 ქულიდან 2,4 ქულით) 105-ე ადგილზეა. საქართველოს აქვს მიმდევარი პოზიცია არაგაჯერებული კონკურენციის პირობებში.

საქართველოს მაჩვენებელთა ანალიზის შედეგებით:

ცხრილი N2.2.25. საქართველოს სვეტი „ბუნებრივი რესურსების“ კონკურენტული პოზიციები (ავტორის ნამუშევარი)

ლიდერული პოზიცია

13.05 ბუნებრივი აქტივების მიმზიდველობა

შუალედური პოზიცია

13.02 ცნობილ სახეობათა სრული რაოდენობა;

13.03 დაცულ ტერიტორიათა სრული ფართობი;

13.04 ციფრული მოთხოვნა ბუნებრივ ტურიზმზე

მიმდევარი პოზიცია

13.01 მსოფლიო მემკვიდრეობის ბუნებრივი ძეგლების რაოდენობა

დაშვებების გათვალისწინებით დადგინდა, რომ ერთი ინდიკატორი გაჯერებული კონკურენციის პირობებში ლიდერულ პოზიციაზეა; დანარჩენი ოთხი ინდიკატორი არაგაჯერებული კონკურენციის პირობებში იმყოფება, საიდანაც ორი შუალედურ პოზიციაზეა, ორი კი - მიმდევარზე:

ცხრილი N2.2.26. საქართველოს სვეტი „ბუნებრივი რესურსების“ კონკურენტული პოზიციები დაშვებების გათვალისწინებით (ავტორის ნამუშევარი)

ლიდერული პოზიცია გაჯერებული კონკურენციის პირობებში

13.05 ბუნებრივი აქტივების მიმზიდველობა

შუალედური პოზიცია არაგაჯერებული კონკურენციის პირობებში

13.03 დაცულ ტერიტორიათა სრული ფართობი;

13.04 ციფრული მოთხოვნა ბუნებრივ ტურიზმზე

მიმდევარი პოზიცია არაგაჯერებული კონკურენციის პირობებში

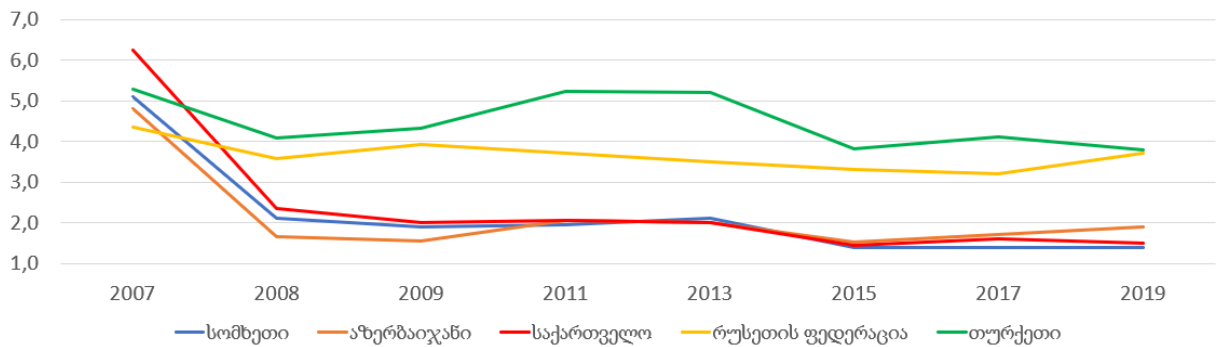
13.01 მსოფლიო მემკვიდრეობის ბუნებრივი ძეგლების რაოდენობა;

¹⁹ წყარო World Economic Forum. “The Travel & Tourism Competitiveness Index”, 2007-2019.

13.02 ცნობილ სახეობათა სრული რაოდენობა

ინდექსის მეთოდზე სვეტია „კულტურული რესურსები და ბიზნესმოგზაურობა“ (იხ. დანართი 4), ხოლო მათი განაწილება კონკურენტული გარემოს შესაბამისობაში წარმოდგენილია სვეტების ანალიზის ცხრილებში (იხ. ცხრილები N2.2.27 და N2.2.28).

ქვეყნის კულტურული რესურსები მოგზაურობისა და ტურიზმის კონკურენტუნარიანობაში კიდევ ერთ კრიტიკულ მამოძრავებელ ძალას წარმოადგენს (TTCI, 2019). აღნიშნულ სვეტში ჩართულია UNESCO-ს მსოფლიო კულტურული მემკვიდრეობის ღირსშესანიშნაობები (UNESCO World Heritage Sites), სტადიონები, სადაც შესაძლებელია ფართომასშტაბიანი სპორტული და გასართობი ღონისძიებების ჩატარება, ქვეყნის კულტურული რესურსების ონლაინ მოძიების საშუალება (TTCI, 2019). ასევე, ბიზნესმოგზაურობისთვის საჭირო ინფრასტრუქტურა (TTCI, 2019) (იხ. გრაფიკი N2.2.14).



გრაფიკი N2.2.14. სვეტი 14. კულტურული რესურსები და ბიზნესგარემო²⁰

აღნიშნული სვეტის მონაცემებიც ორი ჯგუფის გამოყოფის საშუალებას გვაძლევს: საქართველო-აზერბაიჯანი-სომხეთი და რუსეთის ფედერაცია-თურქეთი. საქართველოს პოზიციები სტაბილურად შუალედურია, კონკურენცია აზერბაიჯანსა და სომხეთთან - გაჯერებულია. საქართველოს, ბოლო მონაცემებით 140-დან (7 ქულიდან 1,5 ქულით) 79-ე ადგილი უკავია. საქართველოს აქვს შუალედური პოზიცია არაგაჯერებული კონკურენციის პირობებში.

საქართველოს პოზიციები:

ცხრილი N2.2.27. საქართველოს სვეტი „კულტურული რესურსები და ბიზნესმოგზაურობის“ კონკურენტული პოზიციები (ავტორის ნამუშევარი)

შუალედური პოზიცია

14.01 მსოფლიო მემკვიდრეობის კულტურული ძეგლების რაოდენობა;

²⁰ წყარო World Economic Forum. “The Travel & Tourism Competitiveness Index”, 2007-2019.

-
- 14.02 კულტურული მემკვიდრეობის ზეპირსიტყვიერი და არამატერიალური ძეგლების რაოდენობა;
 - 14.03 სპორტული სტადიონების რაოდენობა;
 - 14.04 საერთაშორისო ასოციაციათა შეხვედრების რაოდენობა;
 - 14.05 ციფრული მოთხოვნა კულტურულ და გასართობ ტურიზმზე.
-

დაშვებების გათვალისწინებით გამოვლინდა, რომ ხუთივე ინდიკატორი შუალედურ პოზიციაზეა არაგაჯერებული კონკურენციის პირობებში:

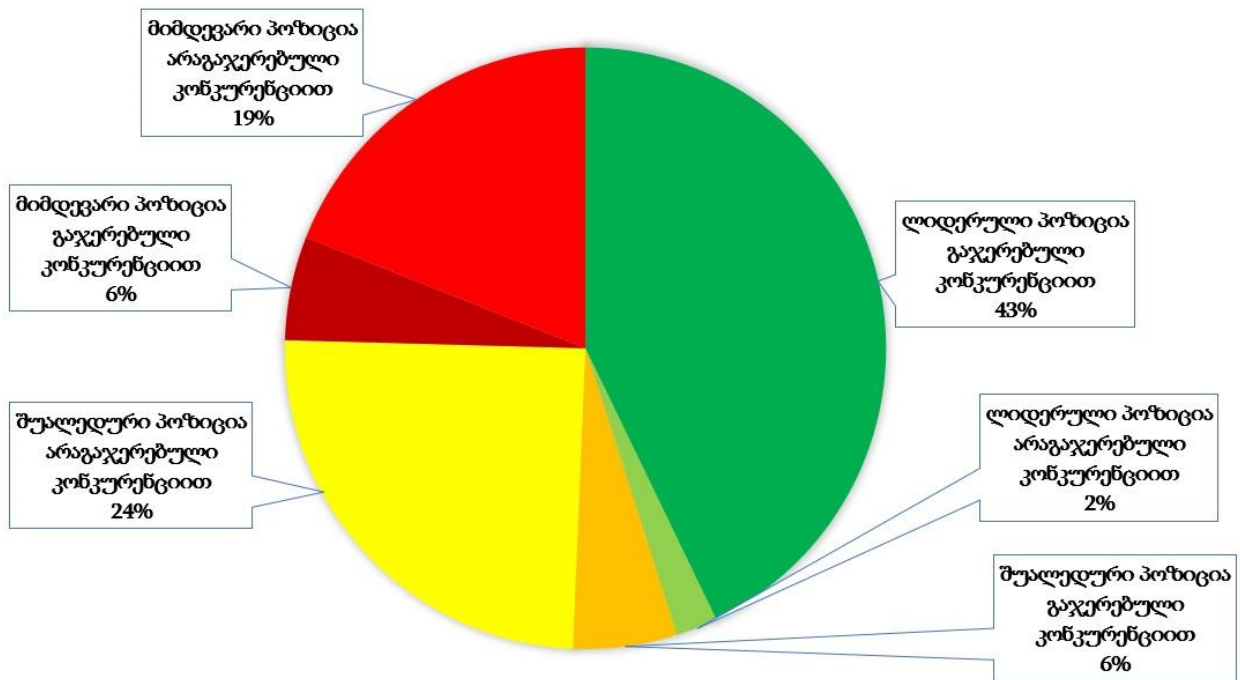
ცხრილი N2.2.28. საქართველოს სვეტი „კულტურული რესურსები და ბიზნესმოგზაურობის“ კონკურენტული პოზიციები დაშვებების გათვალისწინებით (ავტორის ნამუშევარი)

შუალედური პოზიცია არაგაჯერებული კონკურენციის პირობებში

- 14.01 მსოფლიო მემკვიდრეობის კულტურული ძეგლების რაოდენობა;
 - 14.02 კულტურული მემკვიდრეობის ზეპირსიტყვიერი და არამატერიალური ძეგლების რაოდენობა;
 - 14.04 საერთაშორისო ასოციაციათა შეხვედრების რაოდენობა;
 - 14.05 ციფრული მოთხოვნა კულტურულ და გასართობ ტურიზმზე.
-

* * *

ჩატარებული ანალიზის შედეგს წრიული დიაგრამის სახით წარმოვადგენთ, რომელიც ინდიკატორების განაწილებას გვიჩვენებს (იხ. დანართი 6). აღნიშნული დიაგრამა მოიცავს ინდიკატორებს, სადაც საქართველოს მიმდევარი პოზიცია ობიექტური მიზეზებითაა განპირობებული (მაგალითად, ტერიტორიის სიმცირე). ვინაიდან აღნიშნულ ინდიკატორების მაჩვენებლების ცვლილება ნაკლებშესაძლებელია, ისინი ამოღებულია ანალიზიდან და დიაგრამა განახლდა (იხ. დიაგრამა N2.2.1). დიაგრამიდან ჩანს, რომ საქართველო 90 ინდიკატორიდან, ინდიკატორთა 45%-ით ლიდერობს, აქედან კონკურენცია არაგაჯერებულია მხოლოდ 2%-ში, კონკურენციის გაჯერება კი - 43%-ში შეინიშნება. ეს ნიშნავს, რომ იქ, სადაც კონკურენცია გაჯერებულია, კონკურენტი ქვეყნების მაჩვენებლები ახლოსაა საქართველოს მაჩვენებლებთან. არაგაჯერებული კონკურენციის შემთხვევაში კი - საქართველოს მკვეთრი უპირატესობა ან ჩამორჩენა აქვს.



დიაგრამა N2.2.1. პოზიციების განაწილება დაშვებების გათვალისწინებით²¹

90 ინდიკატორიდან, ინდიკატორთა 30%-ის შემთხვევაში, საქართველოს პოზიციები შალედურია. აქედან 6%-ის შემთხვევაში, ქვეყნის მაჩვენებლები, კონკურენტების მაჩვენებლებს დიდად არ ჩამოუვარდება, თუმცა 24%-ის შემთხვევაში, სხვაობა ყურადსაღებია. რაც შეეხება მიმდევარ პოზიციას, რომელიც მთავარ გამოწვევებს წარმოადგენს, ინდიკატორთა 25%-ით, საქართველოს, კონკურენტებთან შედარებით, უარესი მაჩვენებლები აქვს. აქედან, მნიშვნელოვან ყურადღებას ის ინდიკატორები იმსახურებენ (19%), რომლებიც არაგააჯერებული კონკურენციით ხასიათდებიან. პოზიცია მიუთითებს იმაზე, რომ საქართველოს მაჩვენებელსა და კონკურენტი ქვეყნების მაჩვენებლებს შორის სხვაობა საკმაოდ დიდია.

ინდიკატორების ჯგუფების შესადარებლად სტატისტიკური ტესტი - ANOVA - გამოვიყენეთ. აღნიშნული ტესტი გამოავლენს ჯგუფებს შორის მნიშვნელოვან განსხვავებს, სხვა სიტყვებით, კვლევისთვის შესადარ მონაცემებს შორის არის თუ არა განსხვავება.

დანიშნულების ადგილის კონკურენტული გარემოს სხვადასხვა ინდიკატორებს შორის ურთიერთკავშირების დასადგენად ჩამოვაცალიბეთ შემდეგი ჰიპოთეზა (H_{stat}):

²¹ ავტორის ნამუშევარი.

H_{stat} : დანიშნულების ადგილის კონკურენტულ გარემოში ინდიკატორების გავლენის პოტენციალის მნიშვნელოვანი ცვალებადობაა.

ჰიპოთეზის დასადასტურებლად შემოვიღეთ შემდეგი:

H_{stat0} : ნულოვანი ჰიპოთეზა: ყველა ინდიკატორის საშუალო ტოლია.

H_{stat1} : ალტერნატიული ჰიპოთეზა: მინიმუმ ერთ წყვილ ინდიკატორს აქვს მნიშვნელოვნად განსხვავებული საშუალოები. ან

$$H_0: \mu_1 = \mu_2 = \dots = \mu_k$$

$$H_1: \mu_i \neq \mu_j \text{ ერთი მაინც } i \neq j$$

სხვა სიტყვებით, ჩვენ მიზნად დავისახეთ განგვესაზღვრა, აქვს თუ არა გარკვეულ ინდიკატორებს უფრო გამოხატული გავლენა დანიშნულების ადგილის კონკურენტუნარიანობაზე, ვიდრე სხვებს. ამ ტესტის შედეგებმა მოგვცა მნიშვნელოვანი ინფორმაცია ამ ინდიკატორების დინამიკისა და მათი პოტენციური შედეგების შესახებ დანიშნულების ადგილის კონკურენტუნარიანობაზე.

ზემოაღნიშნული ჰიპოთეზის შესამოწმებლად, ჩვენ შემოვიღეთ შემდეგი აღნიშვნები:

$$\bar{Y}_{i*} = \frac{1}{n_i} \sum_{j=1}^{n_i} y_{ij}, i = 1, \dots, k$$

იყოს i^{th} ჯგუფის საშუალო მნიშვნელობა და

$$\bar{Y}_{**} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^k \sum_{j=1}^{n_i} n_i \bar{Y}_{i*}$$

იყოს ყველა დაკვირვების ქვეშ მყოფი მონაცემის საშუალო მნიშვნელობა.

ასევე, განვსაზღვროთ თითოეული ჯგუფის საშუალოების გადახრები მთლიანი საშუალო მნიშვნელობიდან:

$$SSB = \sum_{i=1}^k n_i (\bar{Y}_{i*} - \bar{Y}_{**})^2$$

ჯგუფებში კვადრატების ჯამი მოცემულია, როგორც:

$$SSW = \sum_{i=1}^k \sum_{j=1}^{n_i} (Y_{ij} - \bar{Y}_{i*})^2$$

და კვადრატების საერთო ჯამი, რომელიც წარმოადგენს ყველა დაკვირვებული მნიშვნელობის ჯამურ კვადრატულ გადახრას საშუალოდან, გამოითვლება როგორც:

$$SST = \sum_{i=1}^k \sum_{j=1}^{n_i} (Y_{ij} - \bar{Y}_{**})^2$$

ჰიპოთეზის შესამოწმებლად f სტატისტიკა გამოითვლება შემდეგი კოეფიციენტით:

$$f = \frac{\frac{SSB}{k-1}}{\frac{SSW}{n-k}}$$

რაც, თავის მხრივ, შევადარეთ α მნიშვნელობის დონის შესაბამისი F კრიტიკული მნიშვნელობის განაწილებას.

$$f > F_{k-1, n-k, \alpha}$$

მონაცემებზე დაყრდნობით, $k = 5$; $n_j = 111, j = 1, \dots, 5$.

$$\bar{Y}_{1*} = 3.83, \bar{Y}_{2*} = 3.94, \bar{Y}_{3*} = 4.04, \bar{Y}_{4*} = 4.18, \bar{Y}_{5*} = 4.28$$

$$\bar{Y}_{**} = 4.05$$

$$SST = 724.57, SSB = 14.33, SSW = 710.24$$

f -ტესტის სტატისტიკამ გადააჭარბა კრიტიკულ მნიშვნელობას (როცა $\alpha = 0.05$)

$$f = 2.77 > 2.46 = F_{4, 106, 0.05}$$

ANOVA-ს ტესტის გამოყენების შემდეგ ჩვენ (f) სტატისტიკა შევადარეთ კრიტიკულ მნიშვნელობასთან. ჩვენს შემთხვევაში, f -სტატისტიკა კრიტიკულ მნიშვნელობაზე მეტი იყო, ამიტომ უარვყავით აზრი, რომ ყველა ჯგუფური საშუალო მნიშვნელობა ტოლია.

კონკრეტულ მაჩვენებლებს შორის განსხვავებების გამოსავლენად გამოვიყენეთ საშუალო მნიშვნელობების წყვილების პოპულაციის შედარების ჰიპოთეზა:

$$H_0: \mu_1 - \mu_2 = 0$$

$$H_1: \mu_1 - \mu_2 > 0$$

სადაც μ_1 და μ_2 აღნიშნავს თითოეული ჯგუფის საშუალო მნიშვნელობას. ეს იქნება ინტერპრეტირებული, როგორც პირველი ქვეყანა შედარებაში, რასაც მივყავართ მეორე ქვეყანამდე ტურიზმის მაჩვენებლის თვალსაზრისით. ამასთან, შებრუნებული ჰიპოთეზის ფორმულირება ასე შეიძლება:

$$H_0: \mu_1 - \mu_2 = 0$$

$$H_1: \mu_1 - \mu_2 < 0$$

რასაც ანალოგიურად შეგვიძლია მივცეთ ინტერპრეტაცია, რომ მეორე ქვეყნის საშუალო მაჩვენებლები პირველი ქვეყნის საშუალო მაჩვენებლებთან შედარებით უკეთესია.

შერეული დისპერსია გამოითვლება ფორმულით:

$$S'_{n,m}{}^2 = \frac{1}{n+m-2} \sum_{i=1}^n (X_i - \bar{X}_n)^2 + \sum_{i=1}^m (Y_i - \bar{Y}_m)^2.$$

ამ მნიშვნელობიდან კვადრატულ ფესვს თუ მნიშვნელში ჩავწერთ:

$$T_{n,m} = \frac{(\bar{X}_n - \bar{Y}_m)}{S'_{n,m} \sqrt{\frac{1}{n} + \frac{1}{m}}} \sim t(n+m-2)$$

მოგვცემს შემთხვევით სიდიდე $T_{n,m}$ -ს, რომელიც თვითონ წარმოადგენს სტიუდენტის (Student's) t -ს, განაწილებულს თავისუფლების ხარისხში $n+m-2$ და წინასწარ განსაზღვრულ α მნიშვნელობის დონესთან. პირველი ჰიპოთეზის გადახრის კრიტერიუმები ქვემოთაა მოცემული:

$$t_{n,m} = \frac{\bar{x}_n - \bar{y}_m}{s_{n,m} \sqrt{\frac{1}{n} + \frac{1}{m}}} > t_{n+m-2, \alpha}$$

ამავე დროს, მისი შებრუნებული ჰიპოთეზა მეორე ნულოვან ჰიპოთეზას უარყოფს.

$$t_{n,m} = \frac{\bar{x}_n - \bar{y}_m}{s_{n,m} \sqrt{\frac{1}{n} + \frac{1}{m}}} < -t_{n+m-2, \alpha}$$

კვლევის შემდეგ ეტაპზე, გამოვიყენეთ IQR ანალიზი. IQR-ის მეთოდის გამოყენებით წლების მიხედვით სვეტებისა და ინდიკატორების განსაკუთრებული მნიშვნელობები (გამოკვეთილი გადახრები) გამოვავლინეთ.

IQR-ის მეთოდი, რომელიც ყველა სვეტისა და ინდიკატორისთვის გამოვიყენეთ, 5 სვეტში განსაკუთრებული მნიშვნელობები (გადახრები) გამოვლინა (იხ. ცხრილი N2.2.29). შემდგომი ანალიზი ჩატარდა განცალკევებულად ერთის მხრივ, გამოვლენილი გადახრების მიმართ და, მეორეს მხრივ, იმ მაჩვენებლების მიმართ, სადაც გადახრები არ გამოვლენილა.

IQR-ის მეთოდით გამოვლენილი შედეგები ითვალისწინებს იმ წლებისა და სექტების დადგენას, სადაც ცვლილებები მოხდა. შემდეგ აღვნიშნავთ, პოზიტიური თუ ნეგატიურია ეს ცვლილება. დასკვნების ფორმულირებისთვის მიღებული შედეგები ორგვარად დაჯგუფდა: წლებისა და სექტების მიხედვით. წლების მიხედვით დალაგება გარდამტეხი წლების გამოვლენაში დაგვეხმარა; სექტების მიხედვით კი - სექტებში მომხდარი ცვლილებების რაოდენობის დასათვლელად.

სექტებში განსაკუთრებული მაჩვენებლები წლების მიხედვით ასე გამოიყურება:

ცხრილი N2.2.29. სექტებში წლების მიხედვით გამოვლენილი განსაკუთრებული მნიშვნელობები IQR-ის მეთოდის გამოყენებით (ავტორის ნამუშევარი)			
წელი	ცვლილ.-თა რაოდ.	სექტი	ხასიათი
2007	1	14 - კულტურული რესურსები და ბიზნესმოგზაურობა	ნეგატიური
2008	1	9 - გარემოს მდგრადობა	პოზიტიური
2011	2	6 - მოგზაურობისა და ტურიზმის პრიორიტეტულობა	პოზიტიური
		9 - გარემოს მდგრადობა	პოზიტიური
2013	2	6 - მოგზაურობისა და ტურიზმის პრიორიტეტულობა	პოზიტიური
		8 - ფასის კონკურენტუნარიანობა	პოზიტიური
2015	2	1 - ბიზნესგარემო	პოზიტიური
		9 - გარემოს მდგრადობა	პოზიტიური

ხოლო ცვლილებები სექტების მიხედვით (იხ. ცხრილი N2.2.30), ამგვარად:

ცხრილი N2.2.30. სექტებში სექტების მიხედვით გამოვლენილი განსაკუთრებული მნიშვნელობები IQR-ის მეთოდის გამოყენებით (ავტორის ნამუშევარი)	
სექტი	ცვლილ.-თა რაოდ.
1 - ბიზნესგარემო	1
6 - მოგზაურობისა და ტურიზმის პრიორიტეტულობა	2
8 - ფასის კონკურენტუნარიანობა	1
9 - გარემოს მდგრადობა	3
14 - კულტურული რესურსები და ბიზნესმოგზაურობა	1

ამასთან, იმ სექტების შემთხვევაში, სადაც თავად სექტში განსაკუთრებული მნიშვნელობები არ გამოვლენილა, მათი შემადგენელი ზოგიერთი ინდიკატორი, IQR-ით განსაკუთრებულ მნიშვნელობებს ავლენს, რაც სექტის შესაფასებლად დამხმარე საშუალებაა.

ინდიკატორების შემთხვევაშიც, სექტების მსგავსად, ეს მაჩვენებლებიც ორგვარად დაჯგუფდა: წლებისა და იმ ინდიკატორების მიხედვით, სადაც გადახრები

გამოვლინდა. თავდაპირველად, განვსაზღვრეთ წლები, სადაც ცვლილებები მოხდა და აღვნიშნეთ, პოზიტიური თუ ნეგატიურია ეს ცვლილება (იხ. ცხრილი N2.2.31).

ცხრილი N2.2.31. ინდიკატორებში წლების მიხედვით გამოვლენილი განსაკუთრებული მნიშვნელობები (გადახრები) IQR-ის მეთოდის გამოყენებით (ავტორის ნამუშევარი)			
წელი	ცვლილ.- თა რაოდ.	ინდიკატორი	ხასიათი
2006	1	5.08 - ელექტროენერჯის მიწოდების ხარისხი	პოზიტიური
2008	1	9.05 - ეკოლოგიური რატიფიცირებული შეთანხმებების რაოდენობა	პოზიტიური
2010	7	1.10 - მუშაობის სტიმულებზე მოქმედი გადასახადების მოცულობა და გავლენა	ნეგატიური
		1.11 - ინვესტირების სტიმულებზე მოქმედი გადასახადების მოცულობა და გავლენა	ნეგატიური
		1.12 - საერთო გადასახადების მოცულობა	პოზიტიური
		2.02 - პოლიციის საიმედოობა	ნეგატიური
		5.03 - ინტერნეტით მოსარგებლე ფიზიკური პირები	ნეგატიური
		5.05 - მობილური სერვისების მომხმარებელთა რაოდენობა	პოზიტიური
2011	3	1.12 - საერთო გადასახადების მოცულობა	პოზიტიური
		2.02 - პოლიციის საიმედოობა	პოზიტიური
		5.08 - ელექტროენერჯის მიწოდების ხარისხი	პოზიტიური
2012	4	1.08 - დრო, რომელიც ბიზნესის წამოწყებას სჭირდება	პოზიტიური
		1.12 - საერთო გადასახადების მოცულობა	პოზიტიური
		2.02 - პოლიციის საიმედოობა	პოზიტიური
2013	4	5.08 - ელექტროენერჯის მიწოდების ხარისხი	პოზიტიური
		1.08 - დრო, რომელიც ბიზნესის წამოწყებას სჭირდება	პოზიტიური
		1.11 - ინვესტირების სტიმულებზე მოქმედი გადასახადების მოცულობა და გავლენა	პოზიტიური
		1.12 - საერთო გადასახადების მოცულობა	პოზიტიური
2014	6	2.02 - პოლიციის საიმედოობა	პოზიტიური
		1.10 - მუშაობის სტიმულებზე მოქმედი გადასახადების მოცულობა და გავლენა	პოზიტიური
		1.11 - ინვესტირების სტიმულებზე მოქმედი გადასახადების მოცულობა და გავლენა	პოზიტიური
		1.12 - საერთო გადასახადების მოცულობა	პოზიტიური
		4.04 - მომხმარებლებთან მოპყრობა	ნეგატიური
		7.01 - სავიზო მოთხოვნები	ნეგატიური

2015	3	1.10 - მუშაობის სტიმულებზე მოქმედი გადასახადების მოცულობა და გავლენა	პოზიტიური
		1.11 - ინვესტირების სტიმულებზე მოქმედი გადასახადების მოცულობა და გავლენა	პოზიტიური
		2.02 - პოლიციის საიმედოობა	პოზიტიური
2016	5	1.01 - საკუთრების უფლება	პოზიტიური
		1.10 - მუშაობის სტიმულებზე მოქმედი გადასახადების მოცულობა და გავლენა	პოზიტიური
		1.11 - ინვესტირების სტიმულებზე მოქმედი გადასახადების მოცულობა და გავლენა	პოზიტიური
		2.02 - პოლიციის საიმედოობა	პოზიტიური
		4.01 - მოსახლეობაში დაწყებითი განათლების მაჩვენებელი	პოზიტიური
2017	1	13.05 - ბუნებრივი აქტივების მიმზიდველობა	პოზიტიური
2019	4	1.05 - დრო, რომელიც მშენებლობის ნებართვის მოპოვებას ესაჭიროება	პოზიტიური
		9.01 - გარემოს რეგულაციის სიმკაცრე	ნეგატიური
		12.01 - სასტუმროს ნომრები	პოზიტიური
		13.05 - ბუნებრივი აქტივების მიმზიდველობა	პოზიტიური

შემდეგ ინდიკატორებში ცვლილებათა რაოდენობა გამოვავლინეთ (იხ. ცხრილი N2.2.32):

<u>ცხრილი N2.2.32. ინდიკატორებში წლების მიხედვით გამოვლენილი განსაკუთრებული მნიშვნელობები (გადახრები) IQR-ის მეთოდის გამოყენებით (ავტორის ნამუშევარი)</u>		
ინდიკატორი		რაოდ.
1.01 - საკუთრების უფლება	პოზიტიური (2016)	1
1.05 - დრო, რომელიც მშენებლობის ნებართვის მოპოვებას ესაჭიროება	პოზიტიური (2019)	1
1.08 - დრო, რომელიც ბიზნესის წამოწყებას სჭირდება	პოზიტიური (2012) (2013)	2
1.10 - მუშაობის სტიმულებზე მოქმედი გადასახადების მოცულობა და გავლენა	ნეგატიური (2010), პოზიტიური (2014) (2015) (2016)	4
1.11 - ინვესტირების სტიმულებზე მოქმედი გადასახადების მოცულობა და გავლენა	ნეგატიური (2010), პოზიტიური (2013) (2014) (2015) (2016)	5
1.12 - საერთო გადასახადების მოცულობა	პოზიტიური (2010) (2011) (2012) (2013) (2014)	5
2.02 - პოლიციის საიმედოობა	ნეგატიური (2010), პოზიტიური (2011) (2012) (2013) (2014) (2015) (2016)	7
4.01 - მოსახლეობაში დაწყებითი განათლების მაჩვენებელი	პოზიტიური (2016)	1

4.04 - მომხმარებლებთან მოპყრობა	ნეგატიური (2014)	1
5.03 - ინტერნეტით მოსარგებლე ფიზიკური პირები	ნეგატიური (2010)	1
5.05 - მობილური სერვისების მომხმარებელთა რაოდენობა	პოზიტიური (2010)	1
5.08 - ელექტროენერჯის მიწოდების ხარისხი	ყველა პოზიტიურია	4
7.01 - სავიზო მოთხოვნები	ნეგატიური (2014)	1
9.01 - გარემოს რეგულაციის სიმკაცრე	ნეგატიური (2019)	1
9.05 - ეკოლოგიური რატიფიცირებული შეთანხმებების რაოდენობა	ყველა პოზიტიურია	1
12.01 - სასტუმროს ნომრები	პოზიტიური (2019)	1
13.05 - ბუნებრივი აქტივების მიმზიდველობა	პოზიტიური (2017) (2019)	2

შედეგად მოცემულმა მეთოდმა რამდენიმე ტენდენცია გამოავლინა:

- განსაკუთრებული მნიშვნელობა ყველა სვეტში არ გამოვლინდა (14-დან მხოლოდ 5-ში);
- კონკრეტული წლისთვის რაც უფრო მეტი ინდიკატორი იზრდება ერთდროულად, სვეტის საერთო მაჩვენებელიც უმჯობესდება;
- განსაკუთრებული მნიშვნელობების უმეტესობა (8-დან 7) პოზიტიურ ცვლილებას ავლენს;
- აღსანიშნავია, რომ ნეგატიური ცვლილებების რაოდენობას, წლების მიხედვით, წლებთან ერთად, ახასიათებს შემცირების ტენდენცია.

ჩვენ მიერ ჩატარებული სიღრმისეული კვლევის შედეგად გამოვლინდა ის ზოგიერთი მიზეზი, რომლებსაც ცვლილებათა გამოწვევა შეეძლოთ.

თავი III. კონკურენტული გარემოს სრულყოფის ძირითადი მიმართულებები

3.1. კონკურენტული პოზიციების კლასიფიცირება

ანალიზმა საქართველოს პოზიციები არაერთმნიშვნელოვნება გამოავლინა. ამასთან სამივე პოზიცია (ლიდერული, შუალედური და მიმდევარი) გაჯერებული ან არაგაჯერებული კონკურენციით ხასიათდება. აღსანიშნავია ისიც, რომ საკვლევი ხუთი ქვეყნიდან, ზოგიერთ შემთხვევაში, საქართველო, აზერბაიჯანი და სომხეთი ობიექტური მიზეზებით (ქვეყნის ფართობით, მოსახლეობის რაოდენობით და სხვა) ჩამორჩებიან თურქეთსა და რუსეთის ფედერაციას.

შეგვიძლია ვთქვათ, რომ მიმდევარი პოზიცია, რომელიც არაგაჯერებული კონკურენციის პირობებშია, ყველაზე საგანგაშოა, ვინაიდან ამ მოცემულობისას,

გარდა იმისა, რომ საქართველოს მაჩვენებელი ყველა კონკურენტ ქვეყანას ჩამორჩება, მაჩვენებელთა შორის სხვაობა დიდია. ამიტომ, პოზიციათა მიმოხილვა ამ ჯგუფში გაერთიანებული მაჩვენებლებით იწყება. ჩამონათვალის შემდეგ დეტალურადაა განხილული არსებული მდგომარეობა. მონაცემები დამუშავდა საჭიროებისამებრ.

საქართველოს ინდიკატორები, რომლებიც მიმდევარ პოზიციაზე არაგაჯერებული კონკურენციის პირობებში იმყოფებიან:

ცხრილი N3.1.1. საქართველოს ინდიკატორები, მიმდევარი პოზიცია, არაგაჯერებული კონკურენცია²²

- 1.03 სადავო საკითხების მოგვარებისას უფლებათა ბაზის ეფექტიანობა
- 1.07 ბაზარზე დომინირების ხარისხი
- 3.04 საავადმყოფო საწოლების რაოდენობა
- 4.03 პერსონალის ტრენინგის/გადამზადების მასშტაბები
- 4.04 მომხმარებლებთან მოპყრობა
- 4.06 გამოცდილი თანამშრომლების მოძიების სიოილე
- 5.02 ინტერნეტის გამოყენება ბიზნესი-მომხმარებლისთვის გარიგებების წარმოებისას
- 5.06 მობილური ტელეფონის ინტერნეტის მომხმარებელთა რაოდენობა
- 6.02 მთავრობის დანახარჯები მოგზაურობისა და ტურიზმის ინდუსტრიაზე
- 9.01 გარემოს რეგულაციების სიმკაცრე
- 9.02 ეკოლოგიური რეგულაციების გათვალისწინების უზრუნველყოფა
- 10.01 საჰაერო ტრანსპორტის ინფრასტრუქტურის ხარისხი
- 13.01 მსოფლიო მემკვიდრეობის ბუნებრივი ძეგლების რაოდენობა
- 13.02 ფაუნის ცნობილ სახეობათა სრული რაოდენობა

1.03 სადავო საკითხების მოგვარებისას უფლებათა ბაზის ეფექტიანობა

„სადავო საკითხების მოგვარებისას უფლებათა ბაზის ეფექტიანობის“ ინდიკატორით საქართველოს მიმდევარი პოზიციის (იხ. დანართი 9) ასახსნელად ჩატარებული ანალიზის შედეგად საქართველოში დამოუკიდებელი სასამართლო სისტემის პრობლემა გამოვლინდა (International Property Rights Index, 2023; U.S. Department of State, 2022, 2023).

ქვეყანაში მნიშვნელოვანი გამოწვევებია კერძო სექტორში კორუფციის პრევენციის მხრივ (საერთაშორისო გამჭვირვალობა - საქართველო, 2021). ეს გამოწვევები გამომდინარეობს როგორც ბიზნესის საოპერაციო გარემოსა და მისი მარეგულირებელი საჯარო ინსტიტუტების ხარვეზებიდან, ისე თავად კერძო სექტორის შიგა პრობლემებიდან (საერთაშორისო გამჭვირვალობა - საქართველო, 2021). ამასთან, ანგარიში დადებითად აფასებს საქართველოს საკანონმდებლო ბაზას

²² ავტორის ნამუშევარი წყაროზე დაფუძნებით World Economic Forum. “TTCI”, 2007-2019.

კორუფციის პრევენციისთვის, თუმცა კანონის აღსრულების ხშირ არაეფექტურობაზე მიუთითებს, განსაკუთრებით მაღალი დონის კორუფციის შემთხვევებში (კონკურენციის პოლიტიკა საქართველოში, 2012; „საერთაშორისო გამჭვირვალობა - საქართველო“, 2021).

საყურადღებოა საერთაშორისო საკუთრების უფლების ინდექსი (International Property Rights Index), რომლის ანგარიშებიც საკუთრების უფლებათა ალიანსის (Property Rights Alliance) მიერ 2007 წლიდან ყოველწლიურად ქვეყნდება. ამ ინდიკატორის გამოანგარიშება სხვადასხვა საკითხის აკუმულირებით ხდება, მათ შორის: იურიდიული დამოუკიდებლობა, კანონის უზენაესობა, კორუფციის კონტროლი, პოლიტიკური სტაბილურობა, ფიზიკური საკუთრების დაცვა, საკუთრების რეგისტრირება და სხვა (International Property Rights Index, 2019).

საქართველოს სასამართლო სისტემის დამოუკიდებლობა, მეზობელ ქვეყნებთან შედარებით შუალედურ პოზიციაზე იყო და სომხეთსა და აზერბაიჯანს ჩამორჩებოდა (International Property Rights Index, 2019) (იხ. დანართი 7).

2023 წლისთვის საქართველო კვლავ ჩამორჩება სომხეთსა და აზერბაიჯანს, აღნიშნულმა ქვეყნებმა თავისი მაჩვენებლები გააუმჯობესეს, მაშინ როცა საქართველომ, აღნიშნული მაჩვენებელი დააქვეითა (International Property Rights Index, 2023) (იხ. დანართი 8).

1.07 ბაზარზე დომინირების ხარისხი

ბაზარზე დომინირების ხარისხის ინდიკატორი ქვეყნის ბაზრის შესახებ გვაწვდის ინფორმაციას, თუმცა აღსანიშნავია, რომ ის კონკრეტულად მოგზაურობისა და ტურიზმის ბაზარს არ აფასებს (TTCI, 2019). ამის ახსნა იმითაა შესაძლებელი, რომ მოგზაურობისა და ტურიზმის ინდუსტრია, როგორც პირდაპირ, ისე ირიბად, ქვეყნის სხვადასხვა ინდუსტრიაზეა დამოკიდებული, არ მოქმედებს იზოლირებულად, შესაბამისად ქვეყნის ბაზრის შეფასება ამ ინდიკატორით მიზანშეწონილად მიგვაჩნია.

რეკონსტრუქციისა და განვითარების ევროპული ბანკის ანგარიშში ნათქვამია, რომ ვინაიდან აზერბაიჯანი ბუნებრივ რესურსებზე, განსაკუთრებით კი ნავთობზე, დამოკიდებული ქვეყანაა, ბაზარზე სხვა პროფილის მქონე კომპანიების სიმცირეს განიცდის (EBRD Annual Review, 2019). ამის მიუხედავად, 2017 წელს, ისევე, როგორც 2019 წელს, აზერბაიჯანს საქართველოზე უკეთესი პოზიცია აქვს, რაც საქართველოს

ბაზარზე, აზერბაიჯანთან შედარებით, უარეს მდგომარეობაზე მიუთითებს (EBRD Annual Review, 2017; 2019).

ცნობილია, რომ რაც უფრო მაღალია კონკურენცია შიგა ბაზარზე, მით მეტი სტიმული და მოტივაცია აქვთ ადგილობრივ კომპანიებს გააუმჯობესონ საკუთარი შედეგები (კონკურენციის პოლიტიკა საქართველოში, 2012, 5). თუმცა, მაჩვენებლიდან გამომდინარე, საქართველოში არსებული სიტუაცია სტიმულსა და მოტივაციაზე უარყოფით ან უმნიშვნელო ზეგავლენას ახდენს და ამიტომ საქართველოს მაჩვენებელი წლების მანძილზე სტაბილურია (იხ. დანართი 10).

საქართველოში, სექტორების მიხედვით, ბაზარი გაჯერებული არ არის, რაც ნიშნავს იმას, რომ უმეტეს შემთხვევებში, ბაზრის სრული მოცულობა ათვისებული არ არის (ექსპერტი N1). მაგალითად, საბანკო სექტორის ბაზარი შეიძლება, სხვა სექტორებთან შედარებით, მეტად გაჯერებულად ჩაითვალოს, თუმცა არც ის არის მაქსიმალურად გაჯერებული (ექსპერტი N1).

ექსპერტები მიუთითებენ იმაზე, რომ მართალია საქართველოში არის სხვადასხვა სექტორი, სადაც მრავალი მოთამაშეა (ნავთობის იმპორტიორები, ფარმაცევტული კომპანიები), თუმცა მათი რაოდენობა მაინც არ არის საკმარისი იმისთვის, რომ ბაზარი გაჯერებულად ჩაითვალოს (ექსპერტი N1). მსგავსი ტიპის ბაზრებზე კონკურენცია მინიმალურია (ექსპერტი N1). აღნიშნულ გამოწვევას, ექსპერტები შემდეგ ფაქტორებს უკავშირებენ (ექსპერტი N1): სესხების გაცემის სიძვირე; შრომის ბაზარზე კვალიფიციურ კადრთა სიმცირე; შესაბამისი ინფრასტრუქტურის არარსებობა; პროცედურული სირთულეები. მაგალითად, ღვინის სექტორზე არსებულ პრობლემებს შორის გამორჩეულია ის, რომ წარმოებული, საბოლოო პროდუქტიდან, მისი შემადგენლებიდან უმეტესი ნაწილი იმპორტირებულია (ბოთლი, ეტიკეტი, საცობი, მანქანა-დანადგარები და სხვა) (ექსპერტი N1).

ექსპერტთა აზრით, მსგავსი სიტუაციაა ტურიზმის ბაზარზეც (ექსპერტი N9). მიუხედავად იმისა, რომ ბაზარზე ტურისტული პროდუქტის მწარმოებელია, ტურიზმის დინამიკა და მომსახურების სექტორის (განთავსება, კვება, ტრანსპორტი) ძირითადად იმპორტზეა აწყობილი (ექსპერტი N9). ეს გულისხმობს იმას, რომ, მაგალითად იმისთვის, რომ სასტუმრომ ოპერირება დაიწყო, მუშაობისთვის

აუცილებელი პროდუქტების უმეტესობა (მაგალითად, თეთრეული, საპონი, კომპიუტერული ტექნოლოგიები) იმპორტირებულია (ექსპერტი N9).

ექსპერტები ასკვნიან, რომ სექტორთა უმეტესობაში სისტემურობის დეფიციტია, ვინაიდან აქცენტი ხშირად, მუშაობის დაწყებაზეა გაკეთებული და არა, მთელი მუშაობის პროცესის სისტემის გამართვაზე (ექსპერტი N1). იგულისხმება: გასაღების ბაზრების საკმარისი რაოდენობის უზრუნველყოფა, რომელიც ყველა მწარმოებლისთვის იქნება საკმარისი; წარმოებული პროდუქციის დასაწყობება და სხვა (ექსპერტი N1). გამომდინარე აქედან, კლასტერულად, კონკრეტული რამდენიმე სექტორის შერჩევითა და მისი გაძლიერებით, შესაძლებელი იქნება კონკურენტუნარიანი ბაზრების შექმნა (ექსპერტი N1), რომლებიც თავის მხრივ ბაზარზე დომინირების მაღალი ხარისხის უზრუნველყოფას შეძლებენ.

3.04 საავადმყოფო საწოლების რაოდენობა

საქართველო ყოველ 1,000 მოსახლეზე სამედიცინო მუშაკთა რაოდენობით, კონკურენტ ქვეყნებთან მიმართებაში ლიდერია, თუმცა ყოველ 10,000 მოსახლეზე, საავადმყოფო საწოლების რაოდენობით, მიმდევარ პოზიციაზეა (იხ. დანართი 11).

საავადმყოფო საწოლთა რაოდენობის ინდიკატორი, რომელიც 10,000 მოსახლეზე გამოიანგარიშება, გულისხმობს იმ სტაციონარულ საწოლთა რაოდენობას, რომელიც სახელმწიფო, კერძო, საერთო ან სპეციალიზირებულ საავადმყოფოებში და სარეაბილიტაციო ცენტრებშია ხელმისაწვდომი. უმეტესწილად, აქ გადაუდებელი სამედიცინო დახმარებისა და ქრონიკული დაავადებების სამკურნალოდ აუცილებელ საწოლ ადგილებსაც გულისხმობენ. ექსპერტების შეფასებით, საავადმყოფო საწოლების მცირე რაოდენობის ძირითადი გამომწვევი მიზეზი, დაფინანსებისა და ინვესტირების სიმცირეა (ექსპერტი N2). თუ საქართველოს მიზანია, სამედიცინო და გამაჯანსაღებელი ტურისტული დანიშნულების ადგილის კუთხით ლიდერული პოზიცია დაიკავოს, ამ საკითხისთვის ყურადღების დათმობა აუცილებელია.

4.03 პერსონალის ტრენინგის/გადამზადების მასშტაბები

აღნიშნული ინდიკატორის დაბალი მაჩვენებელი იმაზე მიუთითებს, რომ კომპანიების დიდი ნაწილი თანამშრომელთა გადამზადებაზე მცირე თანხებს ხარჯავს (იხ. დანართი 12). პრაქტიკიდან ირკვევა, რომ დიდი საერთაშორისო კომპანიები თანამშრომელთა შენარჩუნებაზე მეტად ზრუნავენ, მცირე კომპანიებთან

შედარებით და თანამშრომლის გადამზადებაზე შედარებით მეტ რესურსს ხარჯავენ. ასე მაგალითად, პრაქტიკიდან შეიძლება ითქვას, რომ ბრენდულ სასტუმროებში არსებობს ბრენდის სისტემა, სადაც ხელმისაწვდომია ბიბლიოთეკა და სხვადასხვა კურსი. მცირე კომპანიებში ამის შესაძლებლობა ნაკლებია.

ამასთან, აღსანიშნავია მსოფლიო ბანკის Log-In Georgia-ს პროექტის საინფორმაციო დოკუმენტში ხაზგასმული შემდეგი საკითხები (The World Bank Group, 2019):

- შესაძლებლობები ახალგაზრდა ადამიანებისთვის, როგორც ქალაქში, ასევე სოფლად, საკმაოდ შეზღუდულია;
- ბევრი სამუშაო ადგილი დაბალი პროდუქტიულობით გამოირჩევა და დაბალ კვალიფიკაციას მოითხოვს, რაც თავისთავად, არ საჭიროებს გადამზადებას;
- ახალგაზრდებს, რომლებსაც განათლების მაღალი დონე აქვთ, უმუშევრობის პრობლემის წინაშე დგანან, ვინაიდან მათ უფრო მაღალი უნარები აქვთ, შრომის ბაზარზე მოთხოვნილ უნარებთან შედარებით.

ვინაიდან შრომის ბაზარზე კვალიფიკაციის დონესა და სამუშაოს შესასრულებლად საჭირო უნარებს შორის დისბალანსია, ვასკვნით, რომ კომპანიები თანამშრომლების გადამზადებას არ აწარმოებენ.

ტურიზმისა და მასპინძლობის ინდუსტრიის იმ თანამშრომლებს, რომლებსაც ტურისტებთან უშუალო კომუნიკაცია და კავშირი აქვთ, დაბალ პოზიციებზე მუშაობენ. შესაბამისად, თუ კომპანიები არ ცდილობენ დაბალ პოზიციებზე მომუშავე კადრების გადამზადებასა და მათი კვალიფიკაციის ამაღლებას, ეს მიწოდებულ სერვისზე პირდაპირ აისახება, რაც, თავის მხრივ ასახვას პოვებს საქართველოს „მომხმარებლებთან მოპყრობის“ მაჩვენებლის მიმდევარ პოზიციაზე ყოფნით.

4.04 მომხმარებლებთან მოპყრობა

აღსანიშნავია, რომ საქართველო, ევროკავშირთან ასოციაციის ხელშეკრულების ფარგლებში, ცვლილებებს განიცდის. მათ შორის, ქვეყანას მიღებული აქვს მთელი რიგი დირექტივების²³, რომელთა გათვალისწინება სავალდებულოა. მათ

²³ დირექტივებს შორის აღსანიშნავია (წყარო საქართველოს პარლამენტი, 2022):

- 98/6/EC დირექტივა მომხმარებელთა დაცვის შესახებ მომხმარებელთაგან შეთავაზებულ პროდუქტების ფსევდოს მითითებისას;

გასათვალისწინებლად კი, კომპანიებს კადრების გადამზადება მოუწევთ. საქართველოს პოზიცია, აღნიშნული ინდიკატორით, მიმდევარია (იხ. დანართი 13).

4.06 გამოცდილი თანამშრომლების მოძიების სიიოლე

როგორც ზემოთ აღინიშნა, საქართველოში გამოცდილი თანამშრომლების მოძიება რთული ამოცანაა (Galt & Taggart, 2018), რაც დასტურდება საქართველოს ამ ინდიკატორით მიმდევარ პოზიციაზე ყოფნით (იხ. დანართი 14).

მიუხედავად ამისა, ექსპერტთა აზრით, პოსტ-პანდემიურ პერიოდში ცვლილებებია მოსალოდნელი (ექსპერტი N3). ექსპერტები აღნიშნავენ, რომ სახელმწიფო სტრუქტურები (მ. შ. სსიპ „საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია“), სხვადასხვა არაკომერციულ ორგანიზაციებთან (დონორებთან) ერთად, კადრების გადამზადებისთვის სხვადასხვა პროექტებს ახორციელებს, რაც, სამომავლოდ, მაჩვენებელზე დადებითად აისახება (ექსპერტი N3).

5.02 ინტერნეტის გამოყენება ბიზნესი-მომხმარებლისთვის გარიგებების წარმოებისას

საქართველო ინტერნეტით მოსარგებლე ფიზიკური პირების მხრივ, თავის კონკურენტებთან ერთად, ჩვენი დაშვებების გათვალისწინებით, არაგაჯერებული კონკურენციის პირობებში მიმდევარ პოზიციაზეა (იხ. დანართი 15).

საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის მიერ ჩატარებული გამოკითხვის შედეგების თანახმად, საქართველოს ტურისტულ ბაზარზე ინტერნეტ

-
- 2009/22/EC დრექტვა მომხმარებელთა ინტერესების დაცვის უზრუნველყოფასთან დაკავშირებულ მითითებების შესახებ;
 - 2005/29/EC დრექტვა შიდა ბაზარზე კომპანიასა და მომხმარებელ შორის არასამართლანი სავაჭრო პრაქტიკის შესახებ („დრექტვა არასამართლანი სავაჭროპრაქტიკის შესახებ“);
 - 2006/2004 რეგულაცია მომხმარებელს დაცვის შესახებ კანონების აღსრულებაზე პასუხისმგებელერონულ ორგანოებს შორის თანამშრომლობის შესახებ (რეგულაცია მომხმარებელს დაცვის სფეროში თანამშრომლობის შესახებ);
 - 2006/114/EC შეცდმაში შემყვანი და შედრებით რეკლმის შესახებ;
 - 1999/44/EC დრექტვა სამომხმარებლო საქნლს გაყიდვისა და მასთან დაკავშირებულ გარნტების ზოგიერთ ასპექტს შესახებ;
 - 93/13/EEC დრექტვა მომხმარებელთა კონტრაქტებში არასამართლანი პირობების შესახებ;
 - 2011/83/EU დრექტვა მომხმარებელთა უფლებების შესახებ;
 - „ტურიზმის შესახებ“, „საქაროელს სამიქალქო კოლექსინცლოლებების შეტნის შესახებ“ კანონპრექტს განხილვა;
 - 2015/2302 დრექტვა მოზაზრობის, არდღებებისა და ტურების პაკეტების შესახებ;
 - 2008/122/EC დრექტვა მომხმარებელთა დაცვის შესახებ დროს წილბროვი განაწილების გრძეღადანი არდღების, გადყიდვისა და გაცვლს კონტრაქტების ზოგიერთასპექტან დაკავშირებით
 - „კონკურენციის შესახებ“ საქაროელს კანონში ცვლოების შეტნის თაზაზე“ საკანონმდებლო პაკეტს მიღბა: ასოვირების შესახებ შეთანხმების 203-205-ე მუქლები.
 - „მომხმარებელს უფლებების დაცვის შესახებ“ საქაროელს კანონის შემწავება და განხილვა.

საშუალებების პოტენციალის არასრულყოფილად გამოყენება და ონლაინ გაყიდვების თითქმის არარსებობა შეინიშნება (საქართველოს ტურიზმის სტატისტიკური მიმოხილვა 2019). ასევე, აღსანიშნავია სხვადასხვა მიზნობრივ ბაზრებზე გასვლის ქაოტური ხასიათი და მარკეტინგული გეგმის უქონლობა (საქართველოს ტურიზმის სტატისტიკური მიმოხილვა 2019).

სწორედ აღნიშნული ინდიკატორით მიმდევარ პოზიციაზე ყოფნა ხსნის საქართველოს ინდიკატორის „ინტერნეტის გამოყენება ბიზნესი-მომხმარებლისთვის გარიგებების წარმოებისას“ არაგაჯერებული კონკურენციის პირობებში მიმდევარ პოზიციაზე ყოფნა.

სამომავლოდ, სიტუაციის გაუმჯობესებაა მოსალოდნელი, ვინაიდან მსოფლიო ბანკის მიერ საქართველოს მთავრობასთან ერთობლივად მაღალსიჩქარიანი (ფართოზოლოვანი) ინტერნეტიზაციის და ციფრული ეკონომიკის განვითარების \$40 მლნ. პროექტის, Log-in Georgia-ის დაანონსება და შემდგომში განხორციელება იგეგმება. პროექტის ფარგლებში ქვეყნის 1,000-მდე სოფელს და 500,000 მოქალაქეს, მათ შორის, მაღალმთიანი რეგიონების მოსახლეობას შესაძლებლობას მისცემს ფართოზოლოვან, მაღალი ხარისხის და მათთვის ხელმისაწვდომ ინტერნეტს დაუკავშირდეს (The World Bank Group, 2019).

5.06. მობილური ტელეფონის ინტერნეტის მომხმარებელთა რაოდენობა

მობილური ინტერნეტის მომხმარებლების რაოდენობა ყოველ წელს მნიშვნელოვნად იზრდება, თუმცა პოზიცია მიმდევარია (იხ. დანართი 16). 2016 წლიდან 2019 წლის ბოლომდე საშუალოდ მობილური ინტერნეტ მომხმარებლების რაოდენობის წლიურმა ზრდამ 9% შეადგინა. 2019 წლის ბოლოსთვის, ინტერნეტ მომსახურებით მობილური ქსელის აბონენტების უკვე 3,2 მლნ სარგებლობს (კომუნიკაციების კომისია, 2019).

მობილური ინტერნეტის მომხმარებელთა სიმკვრივის (ფიზიკური პირი აბონენტების რაოდენობა გაყოფილი ქვეყანაში ოჯახების ან მოსახლების რაოდენობაზე) მაჩვენებელი საქართველოს მოსახლეობასთან მიმართებაში კიდევ უფრო მაღალია და 2019 წლის ბოლოსთვის 93% შეადგინა (კომუნიკაციების კომისია, 2019) (იხ. დანართი 17).

6.02. მთავრობის დანახარჯები მოგზაურობისა და ტურიზმის ინდუსტრიაზე

მიუხედავად იმისა, რომ მთავრობისთვის მოგზაურობისა და ტურიზმის ინდუსტრიის პრიორიტეტულობის ხარისხი მაღალია და რეგიონში საქართველო ლიდერია, დანახარჯები ინდუსტრიაზე - მცირეა (იხ. დანართი 18). ინდიკატორი, ქვეყნის მხრიდან სუბსიდიების ან დაფინანსების მოცულობას აფასებს, რომელიც მოგზაურობისა და ტურიზმის სერვისების გაუმჯობესებას ხმარდება. ასეთი შეიძლება იყოს კულტურული (ხელოვნების მუზეუმები), სარეკრეაციო (ეროვნული პარკები) და სხვა. მაშასადამე, დანახარჯების სიმცირეს ტურისტული მომსახურების ხარისხის დაბალ დონემდე, ასევე, კადრების დაბალკვალიფიციურობამდე და საბოლოოდ, მომხმარებლებთან მოპყრობის დაბალ მაჩვენებლებამდე მივყავართ. გამომდინარე იქიდან, რომ ტურიზმში სწორედ დაბალანაზღაურებადი და ნაკლები კვალიფიკაციის მქონე კადრებს აქვთ ტურისტებთან ურთიერთობა, შედეგი არადადამაკმაყოფილებელია.

9.01. გარემოს რეგულაციების სიმკაცრე

გარემოს რეგულაციების სიმკაცრე საქართველოში ლიდერულ პოზიციაზე იყო 2007 წელს, თუმცა ამის შემდეგ პოზიცია უარესდებოდა და 2019 წლისთვის მიმდევარ პოზიციაზე აღმოჩნდა. რეგიონში კონკურენცია არაგაჯერებულია (იხ. დანართი 19).

დღეს გარემოზე ზემოქმედების შეფასება (გზმ) კონკრეტული საქმიანობისთვის და გარემოსდაცვითი გადაწყვეტილება, საქართველოში გარემოზე უარყოფითი ზემოქმედების თავიდან აცილების ძირითადი ინსტრუმენტია (საქართველოს გარემოს დაცვის მოქმედებათა მესამე ეროვნული პროგრამა, 2018).

უფრო მცირემასშტაბიანი დაბინძურების გამომწვევი საქმიანობები რეგულირდება ტექნიკური რეგლამენტით (საქართველოს გარემოს დაცვის მოქმედებათა მესამე ეროვნული პროგრამა, 2018). არ ხორციელდება სტრატეგიული დოკუმენტებით (სტრატეგია, გეგმა, პროგრამა) გათვალისწინებული ქმედებების გარემოზე უარყოფითი ზეგავლენის შეფასება, რაც ზღუდავს გააზრებული გარემოსდაცვითი გადაწყვეტილებების მიღების შესაძლებლობას სტრატეგიებისა და გეგმების შემუშავების ადრეულ ეტაპზე (საქართველოს გარემოს დაცვის მოქმედებათა მესამე ეროვნული პროგრამა, 2018).

2007 წელს საქართველოს ლიდერულ პოზიციაზე ყოფნა, ექსპერტთა აზრით, იმით აიხსნება, რომ საქართველოს კანონმდებლობა გაცილებით მიახლოებული იყო ევროპულ კანონმდებლობასთან, ვიდრე შედარებით მოგვიანებით პერიოდებში.

მას შემდეგ, რაც 2007 წელს კანონმდებლობაში ცვლილებები იქნა შეტანილი, რეგულაციები შესუსტდა, რასაც ექსპერტები გარემოსდაცვითი შეფასების კოდექსში რიგი კანონების (მ. შ. წყლის კანონი, ტყის კოდექსი, წიაღის კანონი, ცხოველთა სამყაროს შესახებ კანონი) ცვლილებით, ლიცენზიის სახეები შემცირებით და რეგულაციების შემსუბუქებით ხსნიან (ექსპერტი N4). ექსპერტთა მტკიცებით, რეგულაციათა შესუსტება, საინვესტიციო გარემოს გასაუმჯობესებლად განხორციელდა (ექსპერტები ნ. ჩხობაძე, ი. ოქრომელიძე).

გარემოსდაცვითი რეგულაციების შესუსტებით, წყალში დამაბინძურებელი ნივთიერებების ჩაშვება, მწარმოებლისთვის (მეწარმისთვის) პასუხისმეგებლობის დაკისრების გარეშე, გახდა შესაძლებელი (ექსპერტი N10). შედეგად, გამოწვევები წარმოიშვა და ამ პროცესებით შესაძლებელია აიხსნას საქართველოს მიმდევარ პოზიციაზე აღმოჩენა (ექსპერტი N10).

ექსპერტთა ვარაუდით, საქართველოს პოზიცია უახლოეს მომავალში გაუმჯობესებას დაიწყებს, ვინაიდან, ევროკავშირთან ასოცირების შეთანხმების ფარგლებში, ქვეყანას მრავალი სხვადასხვა ვალდებულება ეკისრება, რომელთა შესრულებაც გარდაუვალი იქნება (ექსპერტი N4).

ამასთან, ეკოტურიზმის საკითხებში ექსპერტთა შეფასებით, ბუნებრივი რესურსების კონსერვაცია უკანა პლანზეა გადაწეული, რადგან ამ ეტაპზე, რესურსების დახვის ნაცვლად, მათი გამოყენება მიმდინარეობს (ექსპერტი N5).

ექსპერტები აღნიშნავენ, რომ ბიომრავალფეროვნების და ბუნებრივი ღირსშესანიშნაობებით საინტერესო სვანეთში, რაჭა-ლეჩხუმში, დაცული ტერიტორიები არ არსებობს, რაც არ ნიშნავს იმას, რომ აღნიშნული რეგიონები ნაკლები მნიშვნელობისაა იმ რეგიონებთან შედარებით სადაც დაცული ტერიტორიები არის. ეს იმას ნიშნავს, რომ რეგიონებში კომერციული ინტერესებია (ტყით სარგებლობის და ჰესების მშენებლობის კუთხით), რის გამოც, რეგულაციების გამკაცრება ფერხდება და დროში იწელება (ექსპერტი N5).

მათ შორის, დაცული ტერიტორიების სააგენტოს საქმიანობა უფრო მეტად მიმართულია, ბუნებრივი რესურსების გამოყენება სახელმწიფოსთვის ეკონომიკური სარგებლის მომტანი პროექტების განსახორციელად, ნაცვლად დაცვისა და კონსერვაციისა (ექსპერტი N5).

9.02. ეკოლოგიური რეგულაციების გათვალისწინების უზრუნველყოფა

საქართველოში, საქართველო-ევროკავშირის შორის ასოცირების შესახებ შეთანხმების თანახმად (ასოცირების შესახებ შეთანხმება), ეკოლოგიური რეგულაციების გათვალისწინების უზრუნველსაყოფად, ცვლილებები ხორციელდება (ექსპერტი N11). ექსპერტთა აზრით, მაგალითისთვის, 2007 წელს გაუქმებულმა კანონმა, რომელიც გარემოს დამაბინძურებელს ვალდებულებებს აკისრებდა, უარყოფითი ეფექტები იქონია, თუმცა ევროკავშირის რეგულაციის მიხედვით ეს ასპექტიც აღდგება (ექსპერტი N11).

მდგრადი განვითარების პრინციპის თანახმად, რესურსის მომხმარებელსა და გარემოს დამაბინძურებელს ვალდებულებები ეკისრება და აღნიშნული პრინციპების მდგრადი განვითარების პრინციპების გამკაცრებას უახლოეს მომავალშია მოსალოდნელი (ექსპერტი N4). 2013 წლიდან საქართველოში ცვლილებები ტარდება (იხ. დანართი 20), მაგალითად, ნარჩენების მართვის კოდექსი 2015 წლიდან, გარემოსდაცვითი შეფასების კოდექსი 2017 წლიდან, ახალი ტყის კოდექსი 2020 წლიდან, 2021 წელს განახლებული კანონი ატმოსფერული ჰაერის დაცვის შესახებ და სხვა (ექსპერტი N4). ექსპერტთა აზრით, მიუხედავად იმისა, რომ 2007 წლამდე არსებულ მდგომარეობას ვერ ვუბრუნდებით, სწრაფი ნაბიჯების გადადგმის შემთხვევაში შესამჩნევ ცვლილებებს მივიღებთ (ექსპერტი N4).

10.01 საჰაერო ტრანსპორტის ინფრასტრუქტურის ხარისხი

საქართველოს საჰაერო ინფრასტრუქტურა, 2024 წლის მდგომარეობით (საქართველოს აეროპორტების გაერთიანება), ადგილობრივი მნიშვნელობის 3 აეროპორტსა („ამბროლაური“, თელავის, მესტიის, „ნატახტარი“ - აეროდრომია) და 3 საერთაშორისო აეროპორტს (ბათუმის, თბილისის და ქუთაისის საერთაშორისო აეროპორტები) მოიცავს (საქართველოს სამოქალაქო ავიაციის სააგენტო, 2024) (იხ. დანართი 21).

თბილისის და ბათუმის საერთაშორისო აეროპორტებს კონცესიური (ბათუმის შემთხვევაში იჯარის და წილის მართვის) ხელშეკრულების საფუძველზე 2027 წლამდე ტავ ურბან საქართველო მართავს, ხოლო ქუთაისის აეროპორტს - შპს საქართველოს აეროპორტების გაერთიანება (საქართველოს 2021-2030 წლების ტრანსპორტისა და ლოგისტიკის ეროვნული სტრატეგია). სამივე აეროპორტი, გასული ათწლეულის განმავლობაში, მოდერნიზებულ იქნა (საქართველოს 2021-2030 წლების ტრანსპორტისა და ლოგისტიკის ეროვნული სტრატეგია).

თბილისის აეროპორტს პრაქტიკულად ნებისმიერი გაბარიტების თვითმფრინავის მიღება შეუძლია (საქართველოს 2021-2030 წლების ტრანსპორტისა და ლოგისტიკის ეროვნული სტრატეგია). 2016 წელს ძირითადი ასაფრენ-დასაფრენი ბილიკი კაპიტალურად შეკეთდა და TAV-მა ახალი, 12 000 კვადრატული მეტრი ფართობის მქონე, მოფრენის ტერმინალი ააშენა (საქართველოს 2021-2030 წლების ტრანსპორტისა და ლოგისტიკის ეროვნული სტრატეგია). 2017 წლის ივლისში ტერმინალი ექსპლუატაციაში შევიდა, შედეგად, აეროპორტის მგზავრთა გამტარუნარიანობა 2,5-ჯერ გაიზარდა (საქართველოს 2021-2030 წლების ტრანსპორტისა და ლოგისტიკის ეროვნული სტრატეგია).

საქართველოს ერთ-ერთ ძირითად ტურისტულ მიმართულებას ქალაქი ბათუმი წარმოადგენს და მისი აეროპორტი ზაფხულში მკვეთრი სეზონური პიკით ფუნქციონირებს (საქართველოს 2021-2030 წლების ტრანსპორტისა და ლოგისტიკის ეროვნული სტრატეგია).

ქუთაისის საერთაშორისო აეროპორტიდან უმეტეს ფრენებს დაბალბიუჯეტოანი ავიაკომპანიები ახორციელებენ და ძირითად მიმართულებებს ევროპის ქალაქები წარმოადგენენ (საქართველოს 2021-2030 წლების ტრანსპორტისა და ლოგისტიკის ეროვნული სტრატეგია).

საქართველოს საჰაერო ტრანსპორტის ინფრასტრუქტურის ხარისხით მიმდევარი პოზიციის (იხ. დანართი 21) გაუმჯობესებაა მოსალოდნელი, ვინაიდან ზემოთხსენებული პროექტების გარდა, მრავალი სხვაც ხორციელდება, მათ შორის, 2021 წლის ივნისში გაიხსნა ქუთაისის საერთაშორისო აეროპორტის ახალი ტერმინალი. შედეგად, ქუთაისის აეროპორტს წელიწადში 2,5 მლნ მოგზაურის

მიღება შეუძლია (საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო, 2021).

ამასთან, ბათუმის საერთაშორისო აეროპორტის გაფართოების სამუშაოებიც მიმდინარეობს, რის შედეგადაც, სამგზავრო ტერმინალი წლიურად 1,2 მლნ მგზავრის მომსახურებას შეძლებს (საქართველოს 2021-2030 წლების ტრანსპორტისა და ლოგისტიკის ეროვნული სტრატეგია).

13.01 მსოფლიო მემკვიდრეობის ბუნებრივი ძეგლების რაოდენობა

2021 წლამდე, სომხეთს, აზერბაიჯანსა და საქართველოს UNESCO-ს ბუნებრივი მემკვიდრეობის ნუსხაში არცერთი ძეგლი არ ჰქონდათ, თუმცა ამავე წელს საქართველოს ერთ-ერთი ძეგლი მსოფლიო მემკვიდრეობის ბუნებრივი ძეგლების სიაში მოექცა (UNESCO). 2019 წელს „საქართველომ კოლხური ტყეები და ჭარბტენიანი ტერიტორიები“ UNESCO-ს ბუნებრივი მსოფლიო მემკვიდრეობის უზნად წარადგინა. ეს არის პირველი შემთხვევა, როდესაც საქართველომ ბუნებრივი მემკვიდრეობის კატეგორიაში მოახდინა არეალების ნომინირება“ (UNESCO Georgia, 2021). აღნიშნული მოვლენა, დადებითად უნდა აისახოს, საქართველოს პოზიციაზე და ის, მიმდევარ პოზიციაზე მყოფ (სომხეთი და აზერბაიჯანი) ქვეყნებს შორის, ჩვენი ვარაუდით, ლიდერულ პოზიციას დაიკავებს (იხ. დანართი 22).

რუსეთის ფედერაციის ბუნებრივი რესურსებით სიმდიდრე UNESCO მსოფლიო ბუნებრივი მემკვიდრეობის ნუსხით დასტურდება, მას თერთმეტი ძეგლი აქვს (UNESCO); თურქეთს - ორი შერეული (ბუნებრივ-კულტურული) ხასიათის ძეგლი.

ექსპერტების თანახმად, საბჭოთა პერიოდში, საქართველოს წითელ წიგნში შეტანილი ცოცხალი ბუნებისა და არაორგანული ძეგლების (ტბები, ჩანჩქერები, მღვიმეები და სხვა) დაცვა მეტ-ნაკლებად მიმდინარეობდა (ექსპერტი N5). წითელ წიგნში, რომელიმე ძეგლის შესატანად ერთ-ერთი პირობის დაკმაყოფილება იყო საჭირო, ძეგლი ან მეცნიერული მნიშვნელობის მქონე ან განსაკუთრებული ესთეტიური სილამაზის უნდა ყოფილიყო (ექსპერტი N5).

საბჭოთა კავშირის დაშლის შემდეგ, წიგნმა ძალა დაკარგა და ეს ძეგლები დაცვისა და სტატუსის გარეშე დარჩნენ (ექსპერტი N12). ექსპერტები მიიჩნევენ, რომ საუბარია არა მხოლოდ მსოფლიო მემკვიდრეობის ბუნებრივი ძეგლების სიაზე, არამედ გამოწვევაზე: საქართველოს არცერთი დაცული ტერიტორია, ამჟამად, არ არის

დაცვის კატეგორიაში მოხვედრილი, მათ შორის ის გამორჩეული ობიექტებიც, რომლებიც ადრე დიდი მნიშვნელობის მქონენი იყვნენ (ექსპერტი N12).

ექსპერტები აღნიშნავენ, რომ წითელ წიგნში შეტანილი ძეგლების გარდა, არსებობდა კიდევ მრავალი, მნიშვნელოვანი ძეგლი, რომლებიც არ იყვნენ დაცვის ქვეშ, თუმცა ის ძეგლებიც კი, რომლებიც წიგნში შეტანილი იყვნენ, დღეს, მათაც ყოველგვარი სტატუსი დაკარგეს (მაგალითად, ბატეთის ტბა). ექსპერტთა ინფორმაციით ზოგიერთი ღრეიბული ტერიტორია, კერძო პირებზეც კია გაცემული იჯარით (ექსპერტი N5).

ექსპერტები მიუთითებენ საქართველოს ბუნებრივი ძეგლები არასათანადო შესწავლაზე, რასაც მოძველებული კვლევებით ხსნიან (70-იან წლებში), თანამედროვე კვლევების ნაკლებობა (თანამედროვე ფოტომასალა, ზუსტი კოორდინატები), რაც საქართველოს ტურისტული პოტენციალისთვის გამოუყენებელია. მაგალითად, კულტურული მემკვიდრეობის სააგენტოს ძეგლების დიდი ბაზა აქვს, თუმცა მსგავსი საინფორმაციო ბაზა, ბუნებრივი მემკვიდრეობის ძეგლების შემთხვევაში, არ არის (ექსპერტი N5). არსებობს ინვენტარიზაციის პრობლემა, რისი აღმოფხვრაც (შესაბამისი კვლევების ჩატარება) ეკო-ტურისტული პროდუქტების შექმნას უზრუნველყოფდა (ექსპერტი N5).

ექსპერტები ასკვნიან, რომ ბუნებრივი ძეგლების რაოდენობა მხოლოდ UNESCO-ს სიით შეფასება არაობიექტურია, ვინაიდან ეს შესაძლოა ერთ-ერთ და არა ერთდერთ კრიტერიუმად ჩაითვალოს (ექსპერტი N5). ექსპერტთათვის სასურველია, რომ მიდგომა უფრო მრავალმხრივი იყოს და ამა თუ იმ ბუნებრივი ძეგლის ღირებულებას ობიექტურად აფასებდეს (ექსპერტი N5).

13.02 ფაუნის ცნობილ სახეობათა სრული რაოდენობა

ფაუნის სახეობათა შორის იგულისხმებიან: ძუძუმწოვრები, ფრინველები და ამფიბიები. ცნობილ სახეობათა სრული რაოდენობით საქართველოს მიმდევარი პოზიცია უკავია. პოზიციის გაუმჯობესების (იხ. დანართი 23) შესაძლებლობა დარგის ექსპერტებს მოკლე პერიოდში ნაკლებად შესაძლებლად ესახებათ.

* * *

ტურისტულ ბაზარზე არაგაჯერებული კონკურენციის პირობებში მიმდევარი პოზიციის სიღრმისეულმა ანალიზმა, შემდეგი გამოწვევები გამოავლინა:

I. სასამართლო სისტემის დამოუკიდებლობა

ერთ-ერთ მწვავე გამოწვევად სასამართლო სისტემის დამოუკიდებულებაა, ვინაიდან ის ბევრ მაჩვენებელზე ახდენს გავლენას, მათ შორის სადავო საკითხების მოგვარებისას უფლებათა ბაზის ეფექტიანობაზე (სვეტი 1, ინდიკატორი 3).

II. ადამიანისეული რესურსები

ხუთი მაჩვენებელი, რომელიც ერთმანეთზე ახდენს გავლენას და ამით მაჩვენებელთა გაუმჯობესებას ხელს უშლის, შემდეგია:

- პერსონალის ტრეინინგის/გადამზადების მასშტაბები (სვეტი 4, ინდიკატორი 3);
- მომხმარებლებთან მოპყრობა (სვეტი 4, ინდიკატორი 4);
- გამოცდილი თანამშრომლების მოძიების სიიოლე (სვეტი 4, ინდიკატორი 6);
- ინტერნეტის გამოყენება ბიზნესი-მომხმარებლისთვის გარიგებების წარმოებისას (სვეტი 5, ინდიკატორი 2);
- მობილური ტელეფონის ინტერნეტის მომხმარებელთა რაოდენობა (სვეტი 5, ინდიკატორი 6).

პერსონალის ტრეინინგის/გადამზადების მასშტაბები პირდაპირ გავლენას ახდენს 3 მაჩვენებელზე:

- მომხმარებლებთან მოპყრობა (სვეტი 4, ინდიკატორი 4);
- გამოცდილი თანამშრომლების მოძიების სიიოლე (სვეტი 4, ინდიკატორი 6);
- ინტერნეტის გამოყენება ბიზნესი-მომხმარებლისთვის გარიგებების წარმოებისას (სვეტი 5, ინდიკატორი 2).

ხოლო, მობილური ტელეფონის ინტერნეტის მომხმარებელთა რაოდენობა (სვეტი 5, ინდიკატორი 6) გავლენას ახდენს ინტერნეტის გამოყენებაზე ბიზნესი-მომხმარებლისთვის გარიგებების წარმოებაზე (სვეტი 5, ინდიკატორი 2).

* * *

საქართველოს ინდიკატორები, რომლებიც მიმდევარ პოზიციაზეა გაჯერებული კონკურენციის პირობებში, შემდეგია:

ცხრილი N3.1.2. საქართველოს ინდიკატორები, მიმდევარი პოზიცია გაჯერებული კონკურენციის პირობებში²⁴

²⁴ ავტორის ნამუშევარი წყაროზე დაფუძნებით World Economic Forum. "TTCI", 2007-2019.

-
- 3.02 ძირითადი სანიტარული საშუალებების გამოყენება
 - 5.01 ინფორმაციული და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების გამოყენება ბიზნესი-ბიზნესისთვის გარიგებების წარმოებისას
 - 5.03 ინტერნეტით მოსარგებლე ფიზიკური პირები
 - 8.02 სასტუმროს ფასების ინდექსი
 - 8.03 მყიდველობითი უნარიანობის პარიტეტი
 - 10.06 მოქმედი ავიაკომპანიების რაოდენობა
-

3.02 ძირითადი სანიტარული საშუალებების გამოყენება

მსოფლიო ჯანდაცვის ორგანიზაცია ხაზს უსვამს ფაქტს, რომ ცუდი სანიტარული პირობები ისეთი დაავადებების გავრცელებას უწყობს ხელს, როგორებიცაა ქოლერა, დიარეა, დიზენტერია, A ჰეპატიტი და სხვა (WHO, 2021). აგრეთვე მიჩნეულია, რომ ადამიანთა კეთილდღეობას ამცირებს, სოციალურ და ეკონომიკურ განვითარებას კი - ანელებს. 2012 წელს სანიტარული ნორმების გასაუმჯობესებლად ინვესტირებული ყოველი 1 აშშ დოლარი, სამუალოდ 5,5 აშშ დოლარის მოგებას იწვევდა ჯანმრთელობაზე დახარჯული თანხის, პროდუქტიულობის ზრდისა და ნაადრევი სიკვდილის რაოდენობათა შემცირების ხარჯზე (WHO, 2021).

ყურადსადება, რომ საკვლევ ქვეყნებს შორის, ერთადერთი ქვეყანა, რომლის მაჩვენებელიც უარესდება საქართველოა (იხ. დანართი 24), რაც გასათვალისწინებელ საკითხს წარმოადგენს. გარდა ამისა, 2019 წლის მონაცემებით, საქართველო მიმდევარ პოზიციაზეა. თუმცა საქართველოს პარლამენტის ევროპასთან ინტეგრაციის კომიტეტის სამოქმედო გეგმის მიხედვით, გაეროს გლობალური მდგრადი განვითარების და საქართველოსთვის მისადაგებული ამოცანის თანახმად, 2030 წლისთვის იგეგმება ყველასთვის თანაბარ და ადეკვატურ სანიტარიულ და ჰიგიენურ პირობებზე წვდომის მიღწევა (საქართველოს პარლამენტი, 2022).

აღნიშნული ინიციატივა არსებულ ვითარებას და, შესაბამისად, ინდიკატორის მაჩვენებელსაც გააუმჯობესებს.

5.01 ინფორმაციული და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების გამოყენება ბიზნესი-ბიზნესისთვის გარიგებების წარმოებისას

ინფორმაციული და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების გამოყენება, უმეტესწილად, ინტერნეტის (ტექნიკურ და ფინანსურ) ხელმისაწვდომობაზეა დამოკიდებული. საქართველოში, სადაც მოსახლეობის უმეტესი ნაწილი თბილისში (საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სააგენტოს 2021 წლის მონაცემებით 1,172 ათასი) და ბათუმში (საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სააგენტოს 2021 წლის

მონაცემებით 172 ათასი) ცხოვრობს, სოფლის მოსახლეობისთვის, ქალაქის მოსახლეობისგან განსხვავებით, ინტერნეტი ხელმისაწვდომი არ არის (საქსტატი, 2024). აღსანიშნავია მსოფლიო ბანკის მიერ საქართველოს მთავრობასთან ერთობლივად მაღალსიჩქარიანი (ფართოზოლოვანი) ინტერნეტიზაციის და ციფრული ეკონომიკის განვითარების \$40 მლნ. პროექტის, Log-in Georgia-ის დაანონსება, რომელიც ქვეყნის 1,000-მდე სოფელს და 500,000 მოქალაქეს, მათ შორის, მაღალმთიანი რეგიონების მოსახლეობას შესაძლებლობას მისცემს ფართოზოლოვან, მაღალი ხარისხის და მათთვის ხელმისაწვდომ ინტერნეტს დაუკავშირდეს (The World Bank Group, 2019).

აღნიშნული პროექტის განხორციელების შემდეგ, სიტუაციის გაუმჯობესებაა მოსალოდნელი (იხ. დანართი 25), როგორც ინტერნეტის მომხმარებელთა, ასევე ტექნოლოგიების ათვისებისა და, შესაბამისად, ბიზნესი-ბიზნესისთვის გარიგებების რაოდენობის ზრდის კუთხით.

5.03 ინტერნეტით მოსარგებლე ფიზიკური პირები

როგორც ზემოთ უკვე აღინიშნა, Log-In Georgia-ს პროექტი ქვეყნის 1,000-მდე სოფელს და 500,000 მოქალაქეს, მათ შორის, მაღალმთიანი რეგიონების მოსახლეობას შესაძლებლობას მისცემს ფართოზოლოვან, მაღალი ხარისხის და მათთვის ხელმისაწვდომ ინტერნეტს დაუკავშირდეს. მოსალოდნელია ინტერნეტით მოსარგებლე ფიზიკური პირების რაოდენობის ზრდა (იხ. დანართი 26) და მაჩვენებლის გაუმჯობესება (The World Bank Group, 2019).

აღსანიშნავია, რომ 2021 წლის იანვრისთვის საქართველოში 2,74 მილიონი ინტერნეტმომხმარებელი იყო, 2020 წლიდან 2021 წლამდე მომხმარებელთა რაოდენობა 9,5%-ით (239 ათასით) გაიზარდა (DataReportal, 2021). 2024 წლის მონაცემებით, ქვეყნის შინამეურნეობების 91,5%-ი ინტერნეტით უზრუნველყოფილია, აქედან, საქალაქო დასახლების 94,5%-ი და სოფლის - 87,5% (საქსტატი, 2024).

8.02 სასტუმროს ფასების ინდექსი

მართალია სხვა ქვეყნებთან შედარებით საქართველოს ორ- და სამვარსკვლავიან სასტუმროებში უფრო მაღალი ფასებია, თუმცა პრემიუმ კლასის სასტუმროების შემთხვევაში - უფრო დაბალი (ექსპერტი N6). ექსპერტები, საქართველოში

სასტუმროს ფასების ინდექსის (იხ. დანართი 27) აღნიშნულ მაჩვენებელს, მიწოდებასთან შედარებით, მოთხოვნის სიჭარბეს, ასევე, ტურისტული ნაკადის სწრაფ ზრდას უკავშირებენ (ექსპერტი N1). მოთხოვნის სიჭარბის გამო, სასტუმროებს უფრო მაღალ ფასებში ოპერირების შესაძლებლობა ეძლევათ (ექსპერტი N1).

8.03 მყიდველობითი უნარიანობის პარიტეტი

მსოფლიო ბანკის მიერ მყიდველობითი უნარიანობის პარიტეტის კოეფიციენტი გამოითვლება შიგა ბაზარზე ერთი და იგივე საქონლისა და მომსახურების შესაძენად საჭირო ქვეყნის ვალუტის ერთეულთა რაოდენობისა და ამერიკის შეერთებულ შტატებში, იგივე საქონლისა და მომსახურების საყიდლად საჭირო ამერიკული დოლარის რაოდენობის შედარებით.

ექსპერტები მიიჩნევენ, რომ შესაძლოა, საქართველოში მყიდველობითი უნარიანობის პარიტეტის დაბალი მაჩვენებელი, ტურისტებისთვის, მოგზაურობის შესახებ გადაწყვეტილების მიღებისას, მიმზიდველი ფაქტორი აღმოჩნდეს (ექსპერტი N1), თუმცა გასათვალისწინებელია ისიც, რომ მნიშვნელოვანია, რამდენად შეესაბამება დაბალბიუჯეტური ტურისტების მოზიდვა ქვეყნის სტრატეგიას.

ვინაიდან საქართველოსთვის სამიზნეა მაღალგადახდისუნარიანი ტურისტული ბაზრები, საჭიროა, ქვეყანაში ცხოვრების დონის სტანდარტები გაიზარდოს, რაც თავის მხრივ, გავლენას მყიდველობითი უნარიანობის პარიტეტზე იქონიებს და განვითარებული ქვეყნებიდან ტურისტულ ნაკადებსაც გაზრდის.

მოგზაურობისა და ტურიზმის კონკურენტუნარიანობის ინდექსის რეიტინგების მიხედვით (იხ. დანართი 28), რაც მეტად დაბალია მყიდველობითი უნარიანობის პარიტეტი, მით უფრო მოწინავეა ქვეყნის რეიტინგი. ეს იმით აიხსნება, რომ რაც უფრო დაბალხარჯიანია ქვეყანაში ცხოვრება, მით კონკურენტუნარიანია ის. თუმცა ექსპერტებთან აზრით, ამ ფაქტორის მხოლოდ ერთი მიმართულებით დანახვა, არასწორია (ექსპერტი N1). მათი შეხედულებით, არამიზანშეწონილია ქვეყნის ცხოვრების დონის ამ („სიიაფის“) თვალსაზრისით შეფასება, ვინაიდან, რაც უფრო განვითარებულია ქვეყანა, მით მაღალია ცხოვრების სტანდარტი და მისი ფასი (ექსპერტი N1).

საქართველომ, როგორც სახელმწიფომ, ცხოვრების გაიაფება (სუბსიდირებისა და სხვა დახმარებების გზით) არ უნდა დაისახოს მიზნად, არამედ, პირიქით, ცხოვრების

სტანდარტების გაუმჯობესება (ექსპერტი N1), ვინაიდან, თუ ქვეყანა ვითარდება, მყიდველობითი უნარიანობის პარიტეტის უცვლელ მაჩვენებელზე შენარჩუნება, შეუძლებელია. შესაბამისად მიგვაჩნია, რომ ქვეყანამ, მისი, უპირველესად ეკონომიკური განვითარებისა და, შემდგომ ეტაპზე, მაღალგადახდისუნარიანი მოგზაურების მოსაზიდად, ხანგრძლივი გზა უნდა განვლოს. მას შემდეგ რაც, საქართველოში ცხოვრების სტანდარტი ამაღლდება, მაღალგადახდისუნარიანი ტურისტული ბაზრების მოზიდვა შესაძლებელი გახდება.

10.06 მოქმედი ავიაკომპანიების რაოდენობა

მოქმედი ავიაკომპანიების რაოდენობით, რეგიონში კვლავ გამოიყოფა ორი ჯგუფი: საქართველო, სომხეთი და აზერბაიჯანი - სტაბილურად ჩამორჩენილი, და რუსეთის ფედერაცია და თურქეთი - სტაბილურად დაწინაურებული. თუმცა, მიმდევართა შორის, საქართველომ წინსვლა განიცადა (იხ. დანართი 29) და საუკეთესო მაჩვენებელი აქვს. 2024 წლის 1 დეკემბრის მდგომარეობით, საქართველოში 13 რეგისტრირებული ავიაკომპანიაა, ხოლო უცხოური ავიაკომპანიების რიცხვი, რომლებიც ოპერირებენ საქართველოს საავიაციო ბაზარზე - 39-ია (საქართველოს სამოქალაქო ავიაციის სააგენტო, 2024).

გაჯერებული კონკურენციის პირობებში არსებული მიმდევარ პოზიციაზე მყოფი ინდიკატორების ანალიზმა გამოავლინა ერთ-ერთი მწვავე გამოწვევა, რომელიც ინტერნეტისა და ტექნოლოგიების გამოყენების უნარებთანაა დაკავშირებული:

- ინფორმაციული და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების გამოყენება ბიზნესი-ბიზნესისთვის გარიგებების წარმოებისას (სვეტი 5, ინდიკატორი 1);
- ინტერნეტით მოსარგებლე ფიზიკური პირები (სვეტი 5, ინდიკატორი 3).

ამ ორ ინდიკატორს შორის აშკარა კავშირი ვლინდება. მაღალი ფასი გამოწვევაა, მაგრამ მისი დაძლევა წარმოგვიდგენია ხარისხის გაუმჯობესების გზით.

საქართველოს ინდიკატორები, რომლებიც არაგაჯერებული კონკურენციის პირობებში შუალედურ პოზიციაზე არიან:

**ცხრილი N3.1.3. საქართველოს ინდიკატორები, შუალედური პოზიცია
არაგაჯერებული კონკურენციის პირობებში²⁵**

- 3.05 შიდსის გავრცელების მოცულობა
- 4.08 ანაზღაურება და პროდუქტიულობა
- 6.04 მოგზაურობისა და ტურიზმის წლიური მონაცემების ყოვლისმომცველობა
- 7.02 საჰაერო მომსახურების ორმხრივი შეთანხმებების ხელმისაწვდომობა
- 7.03 მოქმედი რეგიონული სავაჭრო ხელშეკრულებების რაოდენობა
- 9.06 წყლის სიმძლავრის საბაზისო დონე (ზედაპირული წყლის დეფიციტი)
- 9.08 ტყის საფარის ცვლილება
- 9.09 ჩამდინარე წყლების გაწმენდა
- 11.01 გზების ხარისხი
- 11.02 გზების სიმჭიდროვე
- 11.03 ასფალტირებული გზის სიმჭიდროვე
- 11.04 სარკინიგზო გზის ინფრასტრუქტურის ხარისხი
- 11.05 რკინიგზის სიმჭიდროვე
- 11.06 საპორტო ინფრასტრუქტურის ხარისხი
- 12.04 ბანკომატა რაოდენობა თითოეულ ზრდასრულ ადამიანზე
- 13.03 დაცულ ტერიტორიათა სრული ფართობი
- 13.04 ციფრული მოთხოვნა ბუნებრივ ტურიზმზე
- 14.01 მსოფლიო მემკვიდრეობის კულტურული ძეგლების რაოდენობა
- 14.02 კულტურული მემკვიდრეობის ზეპირსიტყვიერი და არამატერიალური ძეგლების რაოდენობა
- 14.04 საერთაშორისო ასოციაციათა შეხვედრების რაოდენობა
- 14.05 ციფრული მოთხოვნა კულტურულ და გასართობ ტურიზმზე

3.05 შიდსის გავრცელების მოცულობა

მართალია, მსოფლიო სტატისტიკით საქართველო მიეკუთვნება აივ ინფექცია/შიდსის დაბალი პრევალენტობის ქვეყნებს და, რაც კიდევ უფრო საინტერესოა, ამ ქვეყნებს შორისაც ერთ-ერთი ყველაზე ბოლო ადგილი უკავია, მაგრამ, მეორეს მხრივ, შიდსის ეპიდემიის კანონზომიერებიდან გამომდინარე, აივ ინფიცირებულების სავარაუდო რიცხვი საქართველოში (2024 წლის 1 დეკემბრის მონაცემებით) 10,950-ს უტოლდება (ინფექციური პათოლოგიის, შიდსისა და კლინიკური იმუნოლოგიის სამეცნიერო-პრაქტიკული ცენტრი). ეს კი ისეთი მცირერიცხოვანი ქვეყნისათვის, როგორც საქართველოა, საკმაოდ სოლიდური რიცხვია (ინფექციური პათოლოგიის, შიდსისა და კლინიკური იმუნოლოგიის სამეცნიერო-პრაქტიკული ცენტრი) (იხ. დანართი 30).

დანაშნულების ადგილი, სადაც საშიში დაავადების გავრცელების მაღალი მაჩვენებელია, ტურისტების მხრიდან, შესაძლოა გასამგზავრებლად მისაღებ

²⁵ ავტორის ნამუშევარი წყაროზე დაფუძნებით World Economic Forum. "TCI", 2007-2019.

ადგილებს შორის არ იქნას განხილული. ამავე დროს, ტურიზმი იმ სექტორთაგანია, რომელზეც შიდა შესაძლოა დიდი გავლენა იქონიოს ტურიზმში დასაქმებულთა მობილურობის, ინდუსტრიის ბუნების გამო (Forsythe, 1999).

გამომდინარე იქიდან, რომ ტურისტული ვიზიტების დაგეგმვისას ტურისტები ეცნობიან ადგილზე დაავადებათა გავრცელების არეალს, განსაკუთრებით თანამედროვე პანდემიურ პირობებში, შიდა და მალარიის გავრცელების გარდა, მნიშვნელოვანი ამოცანა ხდება კოვიდ-ვაქცინაცია. ეს დასტურდება მსოფლიოში ელექტრონული, ვაქცინაციის დამადასტურებელი საბუთების შემოღება (დეტალური ინფორმაცია მოცემულია ქვემოთ, 3.06 ინდიკატორში) და ასევე, IATA-სა და მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციის მიერ, პორტალის გამოქვეყნება. პორტალზე შესაძლებელია ქვეყნებში, მოგზაურობასთან დაკავშირებული შეზღუდვების, წესების, კარანტინის პირობების, ადგილობრივ მოსახლეობაში ვაქცინაციის მაჩვენებლის ან სხვა საკითხების შესახებ ინფორმაციის მოძიება.

4.08 ანაზღაურება და პროდუქტიულობა

მსოფლიო ბანკის 2020 წლის მონაცემებით (The World Bank Group, 2019), „საქართველოს საოჯახო მეურნეობა საშუალოდ წლიურად USD 5,328 (GEL 13,328) გამოიმუშავებს, თუმცა, ქალაქის მოსახლეობისგან განსხვავებით, ქალაქგარეთ (სოფლებში) მცხოვრები საოჯახო მეურნეობების საშუალო შემოსავალი 20%-ით ნაკლებია (ჯეოქეისი, 2021).

დაბალი ანაზღაურების ერთ-ერთი განმაპირობებელი მიზეზი კადრების კვალიფიკაციის დაბალი დონეა, კვალიფიკაციის ასამაღლებლად, შესაძლოა ტრენინგების ჩატარება. ვინაიდან საქართველოში ტრენინგებზე საკმაოდ ცოტა იხარჯება, წამყვან პოზიციებზე ხშირად ქირობენ არარეზიდენტებს, რომლებიც შესაძლოა მცირე დროით იყვნენ დაქირავებულნი, კადრების კვალიფიკაცია არ იზრდება, შესაბამისად ანაზღაურებისა და პროდუქტიულობის დონე იკლებს (იხ. დანართი 31). დაბალი ანაზღაურების კიდევ ერთ მიზეზად ის შეიძლება დასახელდეს, რომ, ზოგჯერ, ადგილობრივ მოსახლეობას, შესაძლოა, ალტერნატიული სამუშაოს მოძიების რესურსი არ გააჩნდეს, მაგალითად, არასაკმარისი სამუშაო ადგილების გამო. ეს კი, დამსაქმებლებს აძლევს საშუალებას,

კადრების მაღალი მიწოდების პირობებში, დასაქმებულებს შედარებით დაბალი ანაზღაურება შესთავაზოს.

6.04 მოგზაურობისა და ტურიზმის წლიური მონაცემების ყოვლისმომცველობა

საქართველო აქტიურად მუშაობს სატელიტური ანგარიშის დანერგვაზე და რამდენიმე ცხრილი 2022 წელსაც გამოქვეყნდა, რაც დადებითად უნდა შეფასდეს (იხ. დანართი 32).

7.02 საჰაერო მომსახურების ორმხრივი შეთანხმებების ხელმისაწვდომობა

საავიაციო უსაფრთხოებისა და უშიშროების მიმართულებით, საქართველოში საერთაშორისო სამოქალაქო ავიაციის ორგანიზაციის (ICAO) კონვენციის დანართებითა და რეკომენდაციებით გაწერილი სტანდარტების ასახვა და მუდმივი განახლება უწყვეტად მიმდინარეობს (საქართველოს 2021-2030 წლების ტრანსპორტისა და ლოგისტიკის ეროვნული სტრატეგია).

საქართველოს საჰაერო ტრანსპორტის სფეროში ორმხრივი ხელშეკრულებები გაფორმებული 38 ქვეყანასთან, ევროკავშირთან და მის წევრ სახელმწიფოებთან აქვს, რამაც საქართველოს საჰაერო კავშირების განვითარების თვალსაზრისით, მნიშვნელოვანი როლი შეასრულეს, რაც ტურიზმის ინდუსტრიის მხარდასაჭერად აუცილებელია (საქართველოს 2021-2030 წლების ტრანსპორტისა და ლოგისტიკის ეროვნული სტრატეგია).

მოსალოდნელია, რომ საჰაერო მგზავრთნაკადი 2030 წლამდე სტაბილურად გაიზრდება, რაც სამგზავრო ტერმინალების გამტარუნარიანობის გაზრდის საჭიროებას გააჩენს (საქართველოს 2021-2030 წლების ტრანსპორტისა და ლოგისტიკის ეროვნული სტრატეგია) (იხ. დანართი 33).

7.03 მოქმედი რეგიონული სავაჭრო ხელშეკრულებების რაოდენობა

რეგიონული სავაჭრო ხელშეკრულებები მრავალი პოლიტიკური დებატის საბაზია და მომავალში მოსალოდნელია, რომ აღნიშნულმა ხელშეკრულებებმა სავაჭრო და ეკონომიკური ურთიერთობები შეცვალონ (World Bank Group, 2018).

საერთაშორისო სავაჭრო ადმინისტრაციის 2020 წლის აგვისტოს მონაცემებით, საქართველო, როგორც მსოფლიო სავაჭრო ორგანიზაციის წევრს, დანარჩენ წევრებთან შედარებით ერთ-ერთი გამორჩეული სავაჭრო ურთიერთობები აქვს, რაც ქვეყნისთვის კონკურენტულ უპირატესობას წარმოადგენს (იხ. დანართი 34).

საქართველოს თავისუფალი ვაჭრობის რეჟიმი აქვს დამოუკიდებელ სახელმწიფოთა თანამეგობრობასა (გარდა რუსეთის ფედერაციისა) და თურქეთთან. 2014 წლის 27 ივნისს საქართველომ ევროკავშირთან ასოცირების ხელშეკრულებას მოაწერა ხელი, ხოლო შეთანხმების რატიფიცირება საქართველოს პარლამენტმა 18 ივლისს მოახდინა (European Commission, ასოცირების შესახებ შეთანხმება). 2017 წელს საქართველოს მთავრობასა და ჩინეთის სახალხო რესპუბლიკის მთავრობას შორის თავისუფალი ვაჭრობის შესახებ შეთანხმება დაიდო (საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო).

ამ თვალსაზრისით, საქართველო განსაკუთრებულ ყურადღებას იმსახურებს, ვინაიდან, მას ამ ორი ხელშეკრულების გარდა, რეგიონულ ეკონომიკურ ჰაზად ქვეყნის გამოყენებას გეოგრაფიული მდებარეობაც ხელს უწყობს (პაპავა, 2020, 410). ასევე, 2018 წელს საქართველოსა და ჰონგ კონგთან თავისუფალი ვაჭრობის შესახებ შეთანხმება დაიდო (International Trade Administration, 2023).

ინვესტიციების ლიბერალიზების, წახალისებისა და დაცვის მიზნით ორმხრივ ხელშეკრულებას (UNCTAD, 2021) იაპონიამ და საქართველომ 2021 წლის 29 იანვარს მოაწერეს ხელი (ძალაში შევიდა იმავე წლის 23 ივლისს) (პაპავა, ჭარაია, 2022, 4). 2021 წელსვე მოეწერა ხელი „საქართველოსა და იაპონიას შორის შემოსავლებზე ორმაგი დაბეგვრის თავიდან აცილებისა და გადასახადების გადაუხდელობისა და გადასახადებისთვის თავის არიდების აღკვეთის შესახებ“ კონვენციას, რომელიც ქართველი და იაპონელი ინვესტორებისთვის ეკონომიკურ საქმიანობას კიდევ უფრო მეტად ამარტივებს (MoFAoJ, 2021). ის უმთავრესად უცხოური პირდაპირი ინვესტიციების წახალისებას შეუწყობს ხელს. ამ ეტაპზე საქართველოს მსგავსი ხელშეკრულება მსოფლიოს 57 ქვეყანასთან აქვს ხელმოწერილი (Agenda, 2021).

9.06 წყლის სიმძლავრის საბაზისო დონე (ზედაპირული წყლის დეფიციტი)

საქართველოში, საქართველო-ევროკავშირს შორის ასოცირების შესახებ შეთანხმების თანახმად, ნაკისრი ვალდებულებებიდან აღსანიშნავია: დირექტივა წყლის პოლიტიკის სფეროში საზოგადოებრივი მოქმედებისათვის ჩარჩოს შემუშავების შესახებ, დირექტივა ურბანული ჩამდინარე წყლის გაწმენდის შესახებ, დირექტივა ადამიანის მოხმარებისათვის განკუთვნილი წყლის ხარისხის შესახებ,

დირექტივა სასოფლო-სამეურნეო საქმიანობაში გამოყენებული ნიტრატებით წყლების დაბინძურებისგან დაცვის შესახებ (საქართველოს პარლამენტი, 2022).

ექსპერტებთან საუბრის დროს, აღინიშნა, რომ ქვეყანაში ევროკავშირის 2000 წლის დირექტივის ნაცვლად, წყლის შესახებ 1998 წლის „გამომიგნული კანონი“ მოქმედებს, რომელსაც გარემოსდაცვითი ფუნქციები დაკარგული აქვს (ექსპერტი N4). ლიცენზიების გაუქმებისა და რეგულაციების შესუსტების ფონზე, ქვეყანაში წყლის კადასტრის აღმრიცხავი სტატიკა არადაამაკმაყოფილებელია (ექსპერტი N4). წყლის ახალი კანონპროექტი მომზადებულია ევროკავშირთან ასოცირების ხელშეკრულების ფარგლებში, რომელიც 2019 წელს უნდა მიგვედო, თუმცა ჯერ მისი მიღება (დავის გამოა) შეჩერებული (ექსპერტი N4).

ახალი კანონით, პრაქტიკაში ახალი სააუზო მართვის სისტემა შემოვა, რომელიც კადასტრის შესახებ უფრო ზუსტ მონაცემებს მოგვცემს, ამჟამად ჩვენ წყლის კადასტრი არ გავქვს (ექსპერტი N4). პრობლემა არის ინტერსექტორული, მათ შორის არის პრეტენზიები მოხმარებასთან დაკავშირებითაც, იმიტომ რომ მოხმარების შესაბამისად აღრიცხვა არ ხდება (ექსპერტი N4). განსაკუთრებით ეს პრობლემა მწვავეა მელიორაციისა და სასმელი წყლის კუთხით (ექსპერტი N4).

მიუხედავად იმისა, რომ ორივე სისტემაში არსებობს შესაბამისი აღმასრულებელი სტრუქტურები, პრობლემა გადაჭრილი ამ დრომდე არ არის (ექსპერტი N4). რამდენიმე წლის წინ გაერთიანებული წყალმომარაგების კომპანია შეიქმნა, თუმცა ის მხოლოდ მსხვილ დაბეზსა და ქალაქებს აკონტროლებს (ექსპერტი N4). დანარჩენი წყალმომარების სისტემების ინსტიტუციონალური მართვა გადაცემულია მუნიციპალიტეტებში, რომლებიც, ექსპერტთა შეფასებით, ამ კუთხით არადაამაკმაყოფილებლად მუშაობენ (ექსპერტი N4).

ამასთან, შეიქმნა პრობლემა ჰიდროენერგეტიკასთან მიმართებაშიც, ვინაიდან სადგურების მშენებლობა შესაბამისი სწორი გაზომვების ჩატარების გარეშე ხორციელდება (ექსპერტი N4). საქართველოში სულ 50 სადგურია ხარჯთაღრიცხვაში (დაკვირვების ქვეშაა) შეტანილი, თუმცა ექსპერტთა აზრით, კადასტრი 50 სადგურით ვერ დადგინდება, ამისთვის საჭიროა მეტ სადგურზე დაკვირვება (ექსპერტი N4). ექსპერტები მიიჩნევენ, რომ დაკვირვების სისტემაც კი მოსაწესრიგებელია (ექსპერტი

N4). ექსპერტთა აზრით, სიტუაცია ახალი რეგულაციების შემოღებით გამოსწორდება (ექსპერტი N4) (იხ. დანართი 35).

9.08 ტყის საფარის ცვლილება

ტყის საფარის ცვლილებით, რეგიონში ქვეყნების პოზიცია 2006 წლიდან პრაქტიკულად არ იცვლება, საქართველო შუალედურ პოზიციაზეა (იხ. დანართი 36). აღნიშნული მიუთითებს იმაზე, რომ ქვეყნები უცვლელად ერთი და იმავე რაოდენობის ხე-ტყეს კარგავდნენ. ინდიკატორი 2000 წლიდან 30%-ზე მეტი ხე-ტყის განადგურებაზე ამახვილებს ყურადღებას. მიუხედავად ამისა, გაეროს გლობალური მდგრადი განვითარების და საქართველოსთვის მისადაგებული ამოცანის თანახმად, 2030 წლისთვის დაგეგმილია სახმელეთო და შიგა წყალსატევების ეკოსისტემების, აგრეთვე მათი სერვისების, კერძოდ ტყეების, ჭარბტენიანი ტერიტორიების, მთებისა და გამომშრალი მიწების კონსერვაციის, აღდგენისა და მდგრადი გამოყენების უზრუნველყოფა საერთაშორისო შეთანხმებებით აღებული ვალდებულებების შესრულება (საქართველოს პარლამენტი, 2022).

საქართველოს პარლამენტის ევროპასთან ინტეგრაციის კომიტეტის სამოქმედო გეგმით აღნიშნულ ინდიკატორთან დაკავშირებით ამ ეტაპზე სამიზნეს განსაზღვრა არ არის მიზანშეწონილი, ვინაიდან არსებული საბაზისო მონაცემი (40%) ქვეყნისთვის დამაკმაყოფილებელი მაჩვენებელია (საქართველოს პარლამენტი, 2022; ArcGis, 2016).

ექსპერტთა თქმით, საქართველოს ტყეები რესურსის მომტანი, კომერციული დანიშნულების არ არის, ისინი დაცვითი, წყალწარმომქმნელი ტყეებია და მათი გაჩეხვის შემთხვევაში, როდესაც ფერდობებზე ტყის საფარი აღარ დარჩება, ქვეყანა შესაძლოა წყლის სიმცირის პრობლემების წინაშე აღმოჩნდეს (ექსპერტი N4).

90-იან წლებში, საქართველოში ტყეები დიდი მოცულობით იჩეხებოდა (ექსპერტი N4). საქართველოს მდგომარეობის გათვალისწინებით, ექსპერტული აზრით, 30%-იანი ზღვარი უფრო მისაღებია, 40%-იანთან შედარებით, ვინაიდან საჭიროა უფრო მკაცრი ზომების მიღება (ექსპერტი N4).

გლობალური დათბობისა და კლიმატის ცვლილება საქართველოშიც შესამჩნევი ხდება, ექსპერტთა თქმით, საქართველოს ტყეებში თვითაალების გახშირებული შემთხვევები ამაზე მიუთითებენ (ექსპერტი N4). საქართველო, ტავისი ზონირებიდან

გამომდინარე, არ მიეკუთვნება იმ ზონას, სადაც თვითაალების პრობლემა შესაძლოა გაჩნდეს, მაგრამ თანამედროვე გლობალური სიტუაციიდან გამომდინარე, ექსტრემალური ტემპერატურების ხანგრძლივობა, ზაფხულში, გაიზარდა, ზამთარში კი, ნალექების სიმცირის გამო, განსაკუთრებით 2020 წლის ზამთარში, ნიადაგი გამომშრალია (ექსპერტი N4). აღნიშნული მოვლენების გათვალისწინებით, აალება უფრო მარტივდება (ექსპერტი N4).

ექსპერტთა აზრით, საქართველოშიც, გლობალური კლიმატური ცვლილებების კონტექსტში, მეტი ხანძარია მოსალოდნელი (ექსპერტი N4). სამწუხაროდ, ამ ეტაპზე, პრევენციისთვის სისტემა მზად არ არის, თუმცა ბოლო დროს მრავალი ღონისძიება ტარდება, მაგალითად, მინერალიზებული ზონების შექმნა, საგუშაგოების აშენება (ექსპერტი N4).

9.09 ჩამდინარე წყლების გაწმენდა

საქართველოში სულ რამდენიმე გამწმენდი ნაგებობაა (ექსპერტი N4). საბჭოთა პერიოდში 45 მუშაობდა, უფრო მოგვიანებით მათი რაოდენობა მკვეთრად შემცირდა (ექსპერტი N4). ექსპერტთა თქმით, დღეს შემდეგი გამწმენდი ნაგებობები მოქმედებენ: თბილისში (რომელსაც ბოლო პერიოდში რეკონსტრუქცია გაუკეთდა), საჩხერეში, ბათუმში, ურეკში ლაგუნური ტიპის, ახალი სისტემა ჯერ ქსელთან დაკავშირებული არ არის, ქუთაისში (მექანიკურად), რაც ექსპერტთა აზრით საკმარისი არ არის (ექსპერტი N4).

აღსანიშნავია, რომ თბილისი-რუსთავის ერთი გამწმენდი ნაგებობა ემსახურება, ამასთან, ბოლო დროს თბილისის მიერ ახალი მიერთებული უბნები ამ ნაგებობის მომსახურების ქვეშ არ ექცვიან (ექსპერტი N4). ექსპერტთა შეფასებით, გამოწვევები სერიოზულია (ექსპერტი N4).

2024 წელს, ასოცირების ხელშეკრულებით გათვალისწინებული ვალდებულებების შესაბამისად, საქართველოს ყველა მოსახლეს სუფთა სასმელი წყალი უნდა მიეწოდებოდეს (ექსპერტი N4). ამ ეტაპზე, შესაბამისი კანონი მიღებული არ არის, რაც პრობლემატურია (ექსპერტი N4). სამომავლოდ, საქართველოს 4 000 დასახლებული პუნქტიდან, სასურველია 50-ს მაინც ჰქონდეს გამწმენდი ნაგებობა იმისთვის, რომ შესაძლებელი გახდეს სწრაფი ნაბიჯების გადადგმა (ექსპერტი N4).

საქართველოში, წყალმომარაგების კომპანიამ, ბოლო დროს, წყალარინების გამწმენდი ნაგებობების მშენებლობა დაიწყო (2020 წელს: აბასთუმანი, ზუგდიდი, თელავი, ბიოლოგიურად გამწმენდი ნაგებობა წყალტუბოში; 2021 წელს: ფოთში, გურჯაანში) (თვითმმართველობის პორტალი; საქართველოს გაერთიანებული წყალმომარაგების კომპანია).

2018 წლის 1 სექტემბრიდან საქართველოში „წყალარინების (საკანალიზაციო) სისტემაში ჩამდინარე წყლის ჩაშვებისა და მიღების პირობებისა და დამაბინძურებელ ნივთიერებათა ზღვრულად დასაშვები ნორმები“ დამტკიცდა (საქართველოს საკანონმდებლო მაცნე), რამაც 2017-დან 2019 წლებამდე საქართველოს მაჩვენებლის გაუმჯობესება განაპირობა (იხ. დანართი 37).

11.01 გზების ხარისხი

ექსპერტთა შეფასებით, დასავლეთ-აღმოსავლეთის სამარშრუტო გზები კონკურენტუნარიანია და მათ ყველა ის წინაპირობა გააჩნიათ, რომ საერთაშორისო სტანდარტით გათვალისწინებული მოთხოვნები დააკმაყოფილონ (ექსპერტი N7). მათივე თქმით, საქართველოს შუალედური პოზიცია საგზაო გადაზიდვების სიძვირითა და საზღვრისკვეთის პროცედურების მიმართ ტექნიკური ბარიერების არსებობით შეიძლება აიხსნას (ექსპერტი N7).

აღსანიშნავია, რომ რეკონსტრუქციისა და განვითარების ევროპული ბანკის 2019 წლის ანგარიშის თანახმად, 2004-2013 წლებში აზერბაიჯანის მთავრობამ საგზაო ინფრასტრუქტურის მოდერნიზებისა და მართვისთვის 10 მილიარდი დოლარის ინვესტირება მოახდინა. 2017 წლის მსოფლიო ეკონომიკური ფორუმის გლობალური კონკურენტუნარიანობის ინდექსში აზერბაიჯანი 36 ადგილზეა გზების ხარისხის ინდიკატორის მიხედვით და ყოფილი საბჭოთა კავშირის ქვეყნებს შორის მოწინავეა. ჩვენი საკვლევი დანარჩენი 4 ქვეყნის მაჩვენებლებთან შედარებითაც, შესაბამისად, აზერბაიჯანი მოწინავეა.

საქართველოს საავტომობილო გზების დეპარტამენტის ბოლო, 2021 წლის 25 მარტის ანგარიშში (საქართველოს საავტომობილო გზების დეპარტამენტი, 2021) ინფორმაცია სხვადასხვა მიმდინარე, დასრულებული და დაგეგმილი პროექტების შესახებაა მოცემული. ანგარიშის თანახმად, ძირითადი დონორები არიან: ევროპის საინვესტიციო ბანკი (EIB), მსოფლიო ბანკი (WB), აზიის განვითარების ბანკი (ADB),

აზიის ინფრასტრუქტურის საინვესტიციო ბანკი (AIIB), არაბული ეკონომიკის განვითარების ქუვეითის ფონდი (Kuwait Fund for Arab Economic Development), ევროპის რეკონსტრუქციისა და განვითარების ბანკი (EBRD).

ამ ეტაპისთვის, 23 სამშენებლო პროექტს მიმდინარე სტატუსი აქვს, 4-ს დასრულებული. დაგეგმილია 10-მდე სამშენებლო პროექტი (საქართველოს საავტომობილო გზების დეპარტამენტი, 2021).

აღსანიშნავია, რომ საქართველოს საგზაო ქსელის განვითარების უმთავრესი პროექტია E-60 ოთხზოლიანი ავტომაგისტრალის წითელი ხიდი-თბილისი-ხაშური-სამტრედია-გრიგოლეთის მონაკვეთების მშენებლობის პროექტი. მიმდინარე სამუშაოების დასრულება 2020-2023 წლებშია დაგეგმილი (საქართველოს 2021-2030 წლების ტრანსპორტისა და ლოგისტიკის ეროვნული სტრატეგია). ამასთან, საქართველოს რელიეფური თავისებურებებიდან გამომდინარე, გზების მშენებლობა ხიდების აგებასა და გვირაბების მშენებლობას გულისხმობს, რაც საკმაოდ დიდ ხარჯებთანაა დაკავშირებული, თუმცა მოლოდინები პოზიტიურია (EBRD, 2019).

საავტომობილო გზების დეპარტამენტის ოპერირებაშია 31 გვირაბი, 1320 ხიდი (აქედან, საერთაშორისო მნიშვნელობის 458 და შიგასახელმწიფოებრივი მნიშვნელობის 862 ხიდია) და 6,900 კმ.-მდე გზა.

ადგილობრივი მნიშვნელობის საავტომობილო გზების ქსელი ადგილობრივი ტრანსპორტის მცირე ნაკადის მქონე გზებისგან შედგება, რომლებიც ქალაქებს, სოფლებს და სასოფლო რაიონებს ემსახურებიან (საქართველოს 2021-2030 წლების ტრანსპორტისა და ლოგისტიკის ეროვნული სტრატეგია). მიუხედავად მრავალი წარმატებით განხორციელებული პროექტისა, გამოწვევები რჩება და აღნიშნული გზების მდგომარეობა გაუმჯობესებას საჭიროებენ (საქართველოს 2021-2030 წლების ტრანსპორტისა და ლოგისტიკის ეროვნული სტრატეგია) (იხ. დანართი 38).

ტურისტული თვალსაზრისით, ქვეყნის შიგა საქალაქთაშორისო მგზავრთა გადაყვანების მიმართულებები მნიშვნელოვანი საკითხია. ამ მხრივ, არსებული მდგომარეობა გამოწვევას წარმოადგენს, რაც უმეტესწილად, ავტოსადგურებისა და მგზავრთა გადამყვანი ოპერატორების მხრიდან მომსახურებისა და უსაფრთხოების დაბალ სტანდარტებთან, ბაზარზე კონკურენტუნარიანი გარემოს არარსებობასთან, სუსტ და ლიბერალურ მარეგულირებელ კანონმდებლობასთან და სხვა

საკიტხებთანაა დაკავშირებული (საქართველოს 2021-2030 წლების ტრანსპორტისა და ლოგისტიკის ეროვნული სტრატეგია).

11.04 სარკინიგზო გზის ინფრასტრუქტურის ხარისხი

ექსპერტების შეფასებით, საქართველოს სარკინიგზო ინფრასტრუქტურული მაჩვენებლები (იხ. დანართი 39) და შემადგენლობების გამტარუნარიანობა მნიშვნელოვან განახლებასა და დამატებით კაპიტალდაბანდებას საჭიროებენ (ექსპერტი N7). არსებული ინფრასტრუქტურული შესაძლებლობები შეუფერხებლად ვერ მოახერხებს ტვირთშიდვის პროცესის იმპლემენტაციას (ექსპერტი N7).

მათი ხედვით, მოძველებული შემადგენლობებისა და სატვირთო პლატფორმების ახალი ტექნოლოგიებით ჩანაცვლებითა და, ამავდროულად, გამტარუნარიანობისა და სიჩქარის გაზრდის გზით, მნიშვნელოვანი პროგრესის მიღწევა შესაძლებელი (ექსპერტი N7).

საქართველოს რკინიგზის ლიანდაგების მთლიანი სიგრძე 1,992 კმ.-ია, ინფრასტრუქტურა 32 გვირაბსა და 1,298 სარკინიგზო ხიდს (საქართველოს რკინიგზა), 259 სამგზავრო და 109 სატვირთო დანიშნულების პუნქტს მოიცავს (საქართველოს 2021-2030 წლების ტრანსპორტისა და ლოგისტიკის ეროვნული სტრატეგია).

პროექტებს შორის აღსანიშნავია ანაკლიის პორტთან დამაკავშირებელი სარკინიგზო ხაზის და პორტის წინა სარკინიგზო სადგურის მშენებლობა და თბილისი-მახინჯაურის მთავარი სარკინიგზო მაგისტრალის მოდერნიზაციის პროექტი.

ასევე, ბაქო-თბილისი-ყარსის ახალი რკინიგზა, რომელმაც, საქართველოს გავლით, თურქეთი და აზერბაიჯანი უნდა დააკავშიროს (საქართველოს 2021-2030 წლების ტრანსპორტისა და ლოგისტიკის ეროვნული სტრატეგია). აღნიშნული რკინიგზის გრძელვადიანი პერეპექტივის შეფასებით, ნავარაუდევია, რომ ის, ევროპა-აზიის დამაკავშირებელი დერეფნის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი მარშრუტი გახდება (საქართველოს 2021-2030 წლების ტრანსპორტისა და ლოგისტიკის ეროვნული სტრატეგია).

საქართველოს რკინიგზამ, ერთ წელიწადში, ტვირთბრუნვის მოცულობა 3,5%-ით გაზარდა. რკინიგზის საერთო შემოსავლები წინა წელთან კი 10,9%-ით გაიზარდა (TBC Capital, 2022).

ამასთან, საქართველოს რკინიგზამ 2021 წლის მაისში რამდენიმე ტენდერი გამოაცხადა, სხვადასხვა სარემონტო სამუშაოებისა და მატარებელთა გასახლებელი აღჭურვილობის შეძენისთვის (საქართველოს რკინიგზა).

მნიშვნელოვანია, რომ ქუთაისის საერთაშორისო აეროპორტი, რომელიც, ძირითადად, დაბალბიუჯეტის ავიაკომპანიების მომსახურებას აწარმოებს, 2021 წლისთვის განახლდა და ამავე წლის შემოდგომაზე, ის კოპიტნარის რკინიგზის სადგურსაც დაუკავშირდება. მიუხედავად იმისა, რომ აღნიშნულმა, შესაძლოა, უფრო სასიკეთო გავლენა „საგარეო ტურიზმზე“ იქონიოს, ავიაკომპანიებისგან მოსალოდნელია, „საშინაო ტურიზმის“ ხელშესაწყობადაც სტრატეგიული ნაბიჯების გადადგმა.

11.05 რკინიგზის სიმჭიდროვე

სარკინიგზო გზის ინფრასტრუქტურისთვის მაგისტრალზე განშტოებების დამატება, მთიანი რელიეფების გამო, დაკავშირებულია ფინანსურ და სამშენებლო სირთულეებთან. განსაკუთრებით საქართველოში (იხ. დანართი 40), რომელიც რელიეფური ქვეყანაა. სარკინიგზო ინფრასტრუქტურის მშენებლობა დიდ ფინანსურ ხარჯებთანაა დაკავშირებული, რელიეფური თავისებურებებიდან გამომდინარე, საქართველოს რკინიგზისთვის საჭიროა მრავალი ხიდისა და გვირაბის მშენებლობა.

11.06 საპორტო ინფრასტრუქტურის ხარისხი

ფოთის პორტის გაღრმავლოვნების პროცესი შეუფერხებლად მიმდინარეობდა, ის გრაფიკის თანახმად, 2022 წლისთვის, გაზრდილი ტვირთნაკადების მომსახურებას შეძლებდა, თუმცა ვადამ გადაიწია 2026 წლამდე (იხ. დანართი 41). 2021 წლისთვის მართლაც, ბათუმისა და ფოთის პორტებს განახლებული ტერმინალები დაემატა (U.S. Department of State, 2022).

ექსპერტთა ინფორმაციით, ვინაიდან ახალი ტერმინალები ტვირთბრუნვის მკვეთრ ზრდას განაპირობებენ, ეკონომიკური ზრდის პარალელურად, ფოთისა და ბათუმის პორტების უფრო აქტიური განვითარება გარდაუვალი იქნება (ექსპერტი N7).

ტურისტული თვალსაზრისით, აღსანიშნავია საქართველოს ნავსადგურების მიერ მგზავრთა მიღების შესაძლებლობები. ბათუმის სამგზავრო ტერმინალი 180 000 მგზავრის მიღებაზეა გათვლილი, ფოთის პორტი კი - სატვირთო დანიშნულებისაა

(საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო, საქართველოს 2021-2030 წლების ტრანსპორტისა და ლოგისტიკის ეროვნული სტრატეგია).

პროექტებს შორის აღსანიშნავია ანაკლიის ღრმაწყლოვანი პორტის მშენებლობის პროექტი, რომელიც 2016 წელს ხელშეკრულების გაფორმებით დადასტურდა. აღნიშნულ პროექტს შეექმნა გარკვეული პრობლემები, რომლებიც ჯერ კიდევ არაა გადაჭრილი და განმეორებითი ტენდერი მთავრობის მიერ არ გამოცხადებულა (U.S. Department of State, 2022).

12.04 ბანკომატა რაოდენობა თითოეულ ზრდასრულ ადამიანზე

ბანკომატა რაოდენობით ლიდერი რუსეთის ფედერაციაა, მას მოჰყვებიან თურქეთი, სომხეთი და საქართველო, რომლებსაც მსგავსი პოზიციები აქვთ და მიმდევარია აზერბაიჯანი (იხ. დანართი 42).

ზოგიერთი, მსხვილი ქალაქიდან მოშორებული, დაბებისა და სოფლების ბანკომატებით მომარაგება, ლოჯისტიკური თვალსაზრისით, რთული და ძვირადღირებულია. საქართველოს ტურისტულად აქტიური ქალაქები ბანკომატებით მომარაგებულნი არიან.

გარდა ამისა აღსანიშნავია ბოლო დროის ტენდენცია - ადამიანები სულ უფრო ნაკლებად იყენებენ ნაღდ ფულს (Krugman, 2021).

13.03 დაცულ ტერიტორიათა სრული ფართობი

საკვლევ რეგიონში ძირითად დაცულ ტერიტორიებად მიიჩნევა: საქართველოში - ბორჯომი-ხარაგაულის ეროვნული პარკი, ლაგოდეხისა და თუშეთის სახელმწიფო ნაკრძალები, რუსეთის ფედერაციაში - კავკასიის ბიოსფეროს ნაკრძალი და აზერბაიჯანში ზაქათალის ნაკრძალი (World Wild life). საკვლევნი ქვეყნების მიხედვით, საქართველოს შუალედური მაჩვენებელი აქვს, თუმცა ის გააუმჯობესა 2017-დან 2022 წლამდე (იხ. დანართი 43).

საქართველოს პარლამენტის ევროპასთან ინტეგრაციის კომიტეტის სამოქმედო გეგმის მიხედვით, გაეროს გლობალური მდგრადი განვითარების და საქართველოსთვის მისადაგებული ამოცანაა 2030 წლისთვის მთის ეკოსისტემების, მათ შორის ბიომრავალფეროვნების, კონსერვაციის უზრუნველყოფა, რათა გაძლიერდეს მათი შესაძლებლობები მდგრადი განვითარებისთვის აუცილებელი სარგებლის მოსატანად (საქართველოს პარლამენტი, 2022).

ექსპერტები თანხმდებიან, რომ აღნიშნული ინდიკატორი ობიექტურ სურათს არ წარმოადგენს (ექსპერტი N5). ამ აზრს იმით ხსნიან, რომ ბორჯომ-ხარაგაული ერთ-ერთი ყველაზე დიდი დაცული ტერიტორიაა მთელს ევროპაში და მოსალოდნელია, რომ ის World Wild Life-ის კვლევებში დიდი მნიშვნელობის მატარებელია, თუმცა დაცული ტერიტორიების ღირებულებაზე საუბრისას, მნიშვნელოვანია, აგრეთვე ბიომრავალფეროვნების გათვალისწინება (ექსპერტი N5).

ექსპერტები მიიჩნევენ, რომ ზოგადად, ერთადერთი კრიტერიუმით (დაცული ტერიტორიის საერთო ფართობი) დაცული ტერიტორიების შედარება არასწორია, თითოეულ დაცულ ტერიტორიას საკუთარი ღირებულება და მნიშვნელობა გააჩნია, რაც ვერ იქნება ასახული მხოლოდ ერთი საზომი ერთეულით - ფართობით (ექსპერტი N5). საქართველოში ბევრია ისეთი ტერიტორია, რომელსაც ამ ეტაპზე, სახელმწიფოსგან, სტატუსი არ აქვს მინიჭებული (ერუშეთის ეროვნული პარკი).

ექსპერტები, აღნიშნულ გამოწვევას, რეგულაციების დაუცველობის საკითხს უკავშირებენ და ასკვნიან, რომ როდესაც რეგულაციების დაცვა გამკაცრდება, საქართველოში მეტი დაცული ტერიტორია იქნება (ექსპერტი N5) (იხ. დანართი 44).

14.01 მსოფლიო მემკვიდრეობის კულტურული ძეგლების რაოდენობა

უნდა აღინიშნოს, რომ ქვეყნის პოზიციას UNESCO-ს მსოფლიო მემკვიდრეობის ნუსხაში შეტანილ ღირსშენასშნაობათა რაოდენობა მნიშვნელოვნად განსაზღვრავს (იხ. დანართი 45).

მსოფლიო მემკვიდრეობის ნუსხის მიხედვით, სომხეთს სამი კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლი გააჩნია და ოთხი ძეგლია იმ სიაში, რომელიც ქვეყანამ ნუსხაში შესატანად 1995 წელს წარადგინა, თუმცა მათი შეტანა ამ დრომდე არ მომხდარა (UNESCO). ასევე, აღსანიშნავია სომხეთის არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლები, რომელთა რაოდენობაც შვიდია (UNESCO).

აზერბაიჯანის შემთხვევაშიც, ნუსხაში სამი კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლი აქვს და ათი ძეგლი, რომლებიც (1998, 2001 და 2020 წლებში) წარედგინა, თუმცა მათი შეტანა არ განხორციელებულა. ქვეყანას თხუთმეტი არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლი გააჩნია (UNESCO).

საქართველოს მდგომარეობა მსგავსია, სახელმწიფოს სამი მსოფლიო მემკვიდრეობის ძეგლი გააჩნია (UNESCO). 2007 წელს ქვეყანამ ნუსხაში

დასამატებლად თხუტმეტი ძეგლი წარადგინა, თუმცა ნუსხაში ისინი არ მოხვედრილან (UNESCO). არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლი - ოთხია (UNESCO).

კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლებით რუსეთის ფედერაცია მეზობლებიდან ყველაზე მდიდარია, მას თვრამეტი ძეგლი აქვს, ამასთან, როგორც ზემოთ აღინიშნა კიდევ თერთმეტი - ბუნებრივი მემკვიდრეობის ძეგლია (UNESCO). ქვეყანას წარდგენილი ჰქონდა კიდევ ოცდაშვიდი ძეგლი (1996, 1998, 2000, 2003, 2005, 2007, 2008, 2009, 2012, 2014, 2016, 2017, 2018, 2019, 2020 წლებში), თუმცა ნუსხაში მათი შეტანა არ მომხდარა (UNESCO). ქვეყნის არამატერიალური მემკვიდრეობის ნუსხა მხოლოდ ორ ძეგლს მოიცავს (UNESCO).

თურქეთს თექვსმეტი კულტურული მემკვიდრეობის და ორი შერეული (ბუნებრივ-კულტურული) ხასიათის ძეგლი აქვს (UNESCO). ოთხმოცდასამი ძეგლი წარდგენილია დადასტურებაზე, თუმცა ამ ეტაპამდე უშედეგოდ (UNESCO). ქვეყანას ოცი არამატერიალური კულტურის ძეგლი აქვს (UNESCO).

14.02 კულტურული მემკვიდრეობის ზეპირსიტყვიერი და არამატერიალური ძეგლების რაოდენობა

საქართველოს სულ 4 კულტურული მემკვიდრეობის ზეპირსიტყვიერი და არამატერიალური ძეგლი აქვს (იხ. დანართი 46), სომხეთს - 7 (მ. შ. დუდუკი და მისი მუსიკა 2008 წელს); აზერბაიჯანს - 15 (მ. შ. აზერბაიჯანული „მულამი“ (ტრადიციული მუსიკალური ფორმა) 2008 წელს; რუსეთის ფედერაციას - მხოლოდ 2 ძეგლი; თურქეთს - 19 ძეგლი (UNESCO).

14.04 საერთაშორისო ასოციაციათა შეხვედრების რაოდენობა

საქართველოში არაერთი საერთაშორისო შეხვედრა იმართება, მათ შორის აღსანიშნავია 2015, 2017, 2019 და 2023 წლებში გამართული თბილისის აბრეშუმის გზის ფორუმები (Tbilisi Silk Road Forum) (იხ. დანართი 47). აზიის განვითარების ბანკის (ADB-ს) შეხვედრა 2024 წლის 2-5 მაისს თბილისში ასევე, მასშტაბური ღონისძიება იყო.

* * *

საქართველოს ინდიკატორები, რომლებიც გაჯერებული კონკურენციის პირობებში, შუალედური პოზიციაზე არიან:

**ცხრილი N3.1.4. საქართველოს ინდიკატორები, შუალედური პოზიცია
გაჯერებული კონკურენციის პირობებში²⁶**

- 1.04 გამოწვევათა რეგულირებისას საკანონმდებლო ჩარჩოების ეფექტიანობა
- 8.01 ბილეთისა და აეროპორტის მოსაკრებლები
- 8.04 საწვავის ფასის დონე
- 9.03 მოგზაურობისა და ტურიზმის ინდუსტრიის მდგრადობა
- 9.07 საფრთხის ქვეშ მყოფი სახეობები
- 10.05 აეროპორტის სიმჭიდროვე
- 11.07 სახმელეთო ტრანსპორტის ეფექტიანობა

1.04 გამოწვევათა რეგულირებისას საკანონმდებლო ჩარჩოების ეფექტიანობა

საქართველოს მაჩვენებლები ნელ, თუმცა სტაბილური ტემპით ზრდას აჩვენებენ, აზერბაიჯანი შესწავლილი წლების მანძილზე ჯობნიდა საქართველოს მაჩვენებლებს, მას გაუსწრო სომხეთმაც. თუმცა საქართველომ, თავის მხრივ, უკეთესი მაჩვენებლები აჩვენა თურქეთთან და რუსეთის ფედერაციასთან შედარებით (იხ. დანართი 48).

ძირითადი გამოწვევაა, საქართველოს სასამართლო სისტემის დახვეწა და დამოუკიდებლობის მიღწევა. ამ ინდიკატორის შემთხვევაში პრობლემები მსგავსია სვეტი 1, ინდიკატორი 3-ში მოცემული პრობლემებისა, რომლებზეც ზემოთაა განხილული.

8.01 ბილეთისა და აეროპორტის მოსაკრებლები

ექსპერტების აზრით, საქართველოს აეროპორტებში მოსაკრებელი მაღალი არ არის და მისი უმეტესი წილი საწვავზე მიდის (ექსპერტი N8) (იხ. დანართი 49). ნებისმიერი სახის ავია ტრანსპორტის ფასებისთვის ნავთობის ფასს გლობალურ ბაზრებზე აქვს გადამწყვეტი როლი (Middleton, Fyall, Morgan, Ranchhod, 2009, 62).

8.04 საწვავის ფასის დონე

„საერთაშორისო გამჭვირვალობა - საქართველო“ საავტომობილო საწვავის ბაზარზე 2014-2018 წლებში არსებული ტენდენციები შეისწავლა და დაადგინა, რომ საწვავზე ფასის ცვლილება ძირითადად ნავთობის მსოფლიო ფასზე, ლარის გაცვლით კურსსა და აქციზის გადასახადის ცვლილებაზე იყო დამოკიდებული (საქართველოს საავტომობილო საწვავის ბაზარი 2014-2018 წლებში, 2019). 2019 წლისთვის, ნავთობის მსოფლიო ფასი 48%-ით შემცირდა, თუმცა საწვავი არ გაიფდა იმის გამო, რომ ლარი დოლარის მიმართ 53%-ით გაუფასურდა და საწვავზე აქციზის გადასახადი გაიზარდა (2017 წლის პირველი იანვრიდან ერთ ტონა ბენზინზე

²⁶ ავტორის ნამუშევარი წყაროზე დაფუძნებით World Economic Forum. “TCI”, 2007-2019.

აქციზის გადასახადი 250 ლარიდან 500 ლარამდე, ხოლო ერთ ტონა დიზელზე 150 ლარიდან 400 ლარამდე გაიზარდა) (საქართველოს საავტომობილო საწვავის ბაზარი 2014-2018 წლებში, 2019).

გარდა ამისა, საქართველო მთლიანად იმპორტირებულ საწვავზე დამოკიდებული და საწვავად მხოლოდ იმპორტირებული ნავთობპროდუქტები გამოიყენება. საქართველო ნავთობს, ძირითადად, შემდეგი სახელმწიფოებისგან იძენს: აზერბაიჯანი, რუსეთის ფედერაცია, თურქმენეთი, რუმინეთი და ბულგარეთი (IEA, 2021) (იხ. დანართი 50).

აზერბაიჯანის ექსპორტის 90% ნავთობია (IEA, 2021). სომხეთი ნავთობის იმპორტიორია, მაგრამ მისი მთავარი პარტნიორი რუსეთის ფედერაციაა. რუსეთის ფედერაცია ნავთობის ექსპორტიორია, თურქეთიც ექსპორტიორია.

აღნიშნული ფაქტორები საქართველოს საწვავის, სხვა საკვლევ ქვეყნებთან შედარებით, მაღალი ფასის განმაპირობებლები არიან.

9.03 მოგზაურობისა და ტურიზმის ინდუსტრიის მდგრადობა

საქართველოს პარლამენტის ევროპასთან ინტეგრაციის კომიტეტის სამოქმედო გეგმის მიხედვით, გაეროს გლობალური მდგრადი განვითარების და საქართველოსთვის მისადაგებული ამოცანის თანახმად, 2025 წლისთვის ცვლილებებია მოსალოდნელი (საქართველოს პარლამენტი, 2022). იგულისხმება პოლიტიკის შემუშავება და განხორციელება მდგრადი ტურიზმის მხარდასაჭერად, რომლის შედეგად სამუშაო ადგილები შეიქმნება და ხორციელდება ადგილობრივი კულტურისა და პროდუქტების პოპულარიზაცია (საქართველოს პარლამენტი, 2022). მიზანია 2025 წლისთვის ტურიზმიდან გამომდინარე მშპ-ს წილი მთლიან მშპ-ში 7,9%-ს შეადგენდეს. შევნიშნავთ, რომ 2015 წელს აღნიშნული მაჩვენებელი 6,7%-ს შეადგენდა, 2019 წელს კი 8,1%-ს (საქართველოს ტურიზმის სტატისტიკური მიმოხილვა 2015, 2019) (იხ. დანართი 51).

11.07 სახმელეთო ტრანსპორტის ეფექტიანობა

ექსპერტთა შეფასებით, საქართველოს სატრანსპორტო საშუალებებს შორის, სახმელეთო ტრანსპორტი საუკეთესო პოზიციას იკავებს (ექსპერტი N7).

მსოფლიო ბანკის Log-In Georgia-ს პროექტის დოკუმენტის თანახმად, საქართველოს მსოფლიო ბაზარზე ინტეგრირების მცდელობა, რომელიც მდგრადი

განვითარებისთვისაა მნიშვნელოვანი, ფერხდება კავშირგაბმულობის პრობლემის გამო, რაც მდგრადი ეკონომიკური განვითარების გზაზე დამატებით პრობლემას ქმნის (The World Bank Group, 2019). ქვეყნის სტრატეგიული მდებარეობა და ბიზნესის წარმოების სიმარტივე ლოჯისტიკისა და საერთაშორისო ვაჭრობის განვითარებისთვის კარგი წინაპირობაა. თუმცა, ქვეყანას ესაჭიროება სატრანსპორტო, ლოჯისტიკური და ციფრული კავშირგაბმულობის განვითარება, რაც ვაჭრობის ღირებულებას შეამცირებს და ხელს შეუწყობს ინტეგრაციის პროცესს. ვაჭრობის განვითარებაზე, უცხოური პირდაპირი ინვესტიციების მოზიდვასა და ტურიზმის პოტენციალზე დახარჯული ძალისხმევა, განსაკუთრებით ძირითადი ქალაქების ფარგლებს მიღმა, სწორედ კავშირგაბმულობის ზემოთ ჩამოთვლილი სახეების ნაკლებად განვითარებულობის მიზეზით, შესაძლოა გართულდეს.

ციფრული განვითარება საქართველოს გლობალურ ეკონომიკაში სამომავლოდ უკეთ ინტეგრირებაში, მოქალაქეთა, ტურისტების სოციალური და ეკონომიკური ჩართულობის გზით, დაეხმარება (იხ. დანართი 52).

აღსანიშნავია, რომ 2019 წლის 15 იანვარს, ევროკომისიამ გამოაქვეყნა ტრანსევროპული სატრანსპორტო ქსელის (TEN-T) საინვესტიციო გეგმა, რომელიც მიზნად ისახავს „აღმოსავლეთ პარტნიორობის“ ქვეყნებში ურთიერთკავშირების გაძლიერებას, ეკონომიკური ზრდის წახალისებას და 2030 წლისთვის ტრანსევროპული სატრანსპორტო ქსელის (TEN-T) ფარგლებში სატრანსპორტო კავშირების გაუმჯობესებას (European Investment Bank, 2019).

საინვესტიციო გეგმის ფარგლებში იდენტიფიცირებული ინფრასტრუქტურული პროექტების განხორციელებაზე საქართველოსა და „აღმოსავლეთ პარტნიორობის“ დანარჩენ ქვეყნებში, ჯამში 12.8 მილიარდი ევრო დაიხარჯება (European Investment Bank, 2019). აღნიშნული რესურსი, როგორც ევროკავშირის, ასევე სხვა საერთაშორისო ფინანსური ინსტიტუტების და თვითონ პარტნიორი ქვეყნების ბიუჯეტებიდან იქნება გამოყოფილი (European Investment Bank, 2019). საინვესტიციო გეგმაში გათვალისწინებული პროექტების იდენტიფიცირება „აღმოსავლეთ პარტნიორობის“ ქვეყნების მონაწილეობითა და საერთაშორისო საფინანსო ინსტიტუტების დახმარებით განხორციელდა (European Investment Bank, 2019). აღნიშნული პროექტებით შესაძლებელი გახდება ახალი და უკვე არსებული გზების, რკინიგზის,

პორტების, აეროპორტების, ისევე როგორც, ლოჯისტიკური ცენტრებისა და სასაზღვრო გამტარი პუნქტების მშენებლობა და რეაბილიტაცია (European Investment Bank, 2019).

მიუხედავად იმისა, რომ მონაცემები მეტყველებენ იმაზე, რომ საქართველოს პოზიცია არ არის მოწინავე, ქვეყნის ეკონომიკურ სტრატეგიაში გათვალისწინებულია სხვადასხვა მსხვილი ინფრასტრუქტურული პროექტების განხორციელება: მათ შორის აზიის განვითარების ბანკის მიერ უკვე დაფინანსებული (მაგალითად, მწვანე ენერჯისთან დაკავშირებული) პროექტები; ასევე, განსახილველად შეთავაზებული (რკინიგზის სექტორის რეფორმა, ჯანდაცვის სექტორის განვითარება, კლიმატთან დაკავშირებული პროგრამა, ბათუმი-სარფის გზაგამტარის პროექტი და სხვა) პროექტები.

* * *

საქართველოს ინდიკატორები, რომლებიც გაჯერებული კონკურენციის პირობებში, ლიდერული პოზიციას იკავებენ:

ცხრილი N3.1.5. საქართველოს ინდიკატორები, ლიდერული პოზიცია გაჯერებული კონკურენციის პირობებში²⁷

- 1.01 საკუთრების უფლება
- 1.02 კანონების ზეგავლენა უცხოურ პირდაპირ ინვესტიციებზე
- 1.05 დრო, რომელიც მშენებლობის ნებართვის მოპოვებას სჭირდება
- 1.06 ღირებულება, რომელიც მშენებლობის წესების დაცვას ესაჭიროება
- 1.08 დრო, რომელიც ბიზნესის წამოწყებას ესაჭიროება
- 1.09 ღირებულება, რომელიც ბიზნესის წამოწყებას სჭირდება
- 1.10 მუშაობის სტიმულებზე მოქმედი გადასახადების მოცულობა და გავლენა
- 1.11 ინვესტირების სტიმულებზე მოქმედი გადასახადების მოცულობა და გავლენა
- 1.12 საერთო გადასახადების მოცულობა
- 2.01 ბიზნესის ხარჯები დანაშაულსა და ძალადობაზე
- 2.02 პოლიციის საიმედოობა
- 2.03 ტერორიზმის ფასი ბიზნესისთვის
- 2.04 ტერორიზმის გავრცელების ინდექსი
- 2.05 მკვლელობათა რაოდენობა
- 3.03 სასმელი წყლის გამოყენება
- 3.06 დაავადება მალარიის გავრცელების დონე
- 4.01 მოსახლეობაში დაწყებითი განათლების მაჩვენებელი
- 4.02 მოსახლეობაში საშუალო განათლების მაჩვენებელი
- 4.05 სამსახურში დაქირავებისა და სამსახურიდან დათხოვნის პრაქტიკა
- 4.07 არარეზიდენტი თანამშრომლების სამსახურში დაქირავების სიმარტივე

²⁷ ავტორის ნამუშევარი წყაროზე დაფუძნებით World Economic Forum. "TTCI", 2007-2019.

-
- 4.09 სამუშაო ძალაში ქალთა ხვედრითი წილი და ქალების დასაქმება
 - 5.04 ფართოზოლოვანი ინტერნეტის აბონენტთა რაოდენობა
 - 5.05 მობილური სერვისების მომხმარებელთა რაოდენობა
 - 5.07 მობილური ქსელების დაფარვის ხარისხი
 - 5.08 ელექტროენერჯის მიწოდების ხარისხი
 - 6.01 მოგზაურობისა და ტურიზმის ინდუსტრიის პრიორიტეტულობის ხარისხი მთავრობისთვის
 - 6.03 ტურისტთა მოზიდვაზე მიმართული მარკეტინგული საქმიანობის ეფექტიანობა
 - 6.05 მოგზაურობისა და ტურიზმის ყოველთვიური/ყოველკვარტალური მონაცემების მიწოდების დროულობა
 - 6.06 ქვეყნის ბრენდის სტრატეგიის რეიტინგი
 - 7.01 სავიზო მოთხოვნები
 - 9.04 ჰაერში მტვრის მყარ ნაწილაკთა (2,5) კონცენტრაცია
 - 9.05 რატიფიცირებული ეკოლოგიური შეთანხმებების რაოდენობა
 - 12.02 ტურიზმის ინფრასტრუქტურის ხარისხი
 - 12.03 მანქანების გამქირავებელი მსხვილი კომპანიების რაოდენობა
 - 13.05 ბუნებრივი აქტივების მიმზიდველობა
-

1.01 საკუთრების უფლება

საქართველოში, საკუთრების უფლების თვალსაზრისით, ერთ-ერთ პრობლემურ საკითხად სასამართლო სისტემა სახელდება, თუმცა უფრო სიღრმისეულმა კვლევამ სხვა საკითხებიც გამოავლინა.

საკუთრების უფლება აბსოლუტურ უფლებათა რიცხვს არ განეკუთვნება (საქართველოს ახალგაზრდა იურისტთა ასოციაცია, 2007). საქართველოს კონსტიტუციის 19-ე მუხლის მე-2 პუნქტის თანახმად, „აუცილებელი საზოგადოებრივი საჭიროებისთვის დასაშვებია პირველ პუნქტში (1 პუნქტი: საკუთრებისა და მემკვიდრეობის უფლება აღიარებული და უზრუნველყოფილია) აღნიშნულ უფლებათა შეზღუდვა კანონით განსაზღვრულ შემთხვევებში და დადგენილი წესით“ (საქართველოს კონსტიტუცია).

აღნიშნული ინდექსი სხვადასხვა მაჩვენებელთა ერთობლიობას წარმოადგენს, მათ შორის: იურიდიული დამოუკიდებლობა, კანონის უზენაესობა, კორუფციის კონტროლი, პოლიტიკური სტაბილურობა, ფიზიკური საკუთრების დაცვა, საკუთრების რეგისტრირება და სხვა.

აღნიშნულ ინდექსზე დაყრდნობით, მეზობელ ქვეყნებთან შედარებით, საქართველოში, რამდენიმე განსაკუთრებულად პრობლემური საკითხია: სასამართლო სისტემის დამოუკიდებლობა, საკუთრების უფლების დაცვა,

ინტელექტუალური საკუთრების უფლებებთა ინდექსი და ინტელექტუალური საკუთრების დაცვა, პლაგიატი ან ასლის (დაკოპირების) პრობლემა (copyright piracy) (იხ. დანართი 53).

ყურადსაღებია მსოფლიო ინტელექტუალური საკუთრების ორგანიზაციის (World Intellectual Property Organization – WIPO) და მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციის მიერ 2021 წლის მაისში ერთობლივად გამოქვეყნებული ანგარიში, სადაც ხაზგასმულია, რომ ინტელექტუალური საკუთრების ღირებულება მაღალია ტურიზმის განვითარებისთვის, ქმნის რა ხელშემწყობ ეკოსისტემას ინოვაციის, წარმოებისა და სექტორში ინვესტირებისთვის (WIPO, 2021).

ამერიკის შეერთებული შტატების დეპარტამენტის ანგარიშში, ერთ-ერთ პრობლემად საკუთრების უფლებებთან დაკავშირებული სადავო საკითხების მოგვარება სახელდება (U.S. Department of State, 2022). მიუხედავად ამისა, საქართველოში ბიზნესის კეთების გარემო, ერთ-ერთი საუკეთესოა (მსოფლიო ბანკის Doing Business-ის 2020 წლის ანგარიშით, საქართველო მსოფლიოში 7-ე ადგილს იკავებს).

1.02 კანონების ზეგავლენა უცხოურ პირდაპირ ინვესტიციებზე

ამერიკის შეერთებული შტატების დეპარტამენტი 170-ზე მეტი ქვეყნისა და ეკონომიკის საინვესტიციო კლიმატს აფასებს. მისი 2020 წლის შეფასების (U.S. Department of State, 2020) თანახმად, საქართველო, რომელიც დასავლეთ აზიისა და აღმოსავლეთ ევროპის გზაგასაყარზე მდებარეობს, მცირე, მაგრამ გახსნილი ბაზრის მქონე ქვეყანაა, რომელიც შემოსავლის უმეტეს წილს საერთაშორისო ვაჭრობიდან, ტურიზმიდან და სატრანსპორტო სექტორებიდან იღებს.

საქართველო გახსნილია ინვესტიციებისთვის (გამონაკლისია, აგროკულტურის სექტორი - OECD Investment Policy Reviews: Georgia, 2020) და კარგ გარემოს ქმნის, თუმცა უცხოურ ინვესტორებს, ადგილობრივ ინვესტორებთან შედარებით, უპირატესად არ განიხილავს (U.S. Department of State, 2020).

ინვესტორებთან ურთიერთობათა გასაძლიერებლად, საქართველოს პრემიერ-მინისტრმა 2015 წელს ინვესტორთა საბჭო შექმნა, რომელიც დამოუკიდებელ მხარეს წარმოადგენს და კერძო სექტორს, დონორებს, საერთაშორისო ორგანიზაციებსა და

საქართველოს მთავრობას შორის დიალოგის წარმართვას ახორციელებს (U.S. Department of State, 2020; Investors Council, 2024).

ნიშანდობლივია, რომ საქართველოში კონკრეტული უწყება, რომელიც უცხოური ინვესტიციების შემოწმებას განახორციელებდა, არ არსებობს, ამგვარი შემოწმების უფლება სხვადასხვა სამინისტროს ან უწყებას აქვს (U.S. Department of State, 2020). გარდა ამისა, ბევრი სახელმწიფო საკუთრების პრივატიზაციის პროცესში უცხოელი ინვესტორები იღებდნენ მონაწილეობას (U.S. Department of State, 2020). ზოგიერთ შემთხვევაში პროცესის გამჭვირვალობა პრობლემას წარმოადგენდა (U.S. Department of State, 2020). საქართველოს კანონმდებლობა ქართულ ადგილობრივ კომპანიებს სხვა, უცხოური კომპანიების მხრიდან, შთანთქმისგან არ იცავს (U.S. Department of State, 2020).

საქართველოს ინვესტიციათა ხელშეწყობის დაცვის ორმხრივი ხელშეკრულებები 32 ქვეყანასთან აქვს, ეს ქვეყნებია (U.S. Department of State, 2022): ავსტრია, აზერბაიჯანი, ამერიკის შეერთებული შტატები, ბელარუსი, ბელგია-ლუქსემბურგის ეკონომიკური კავშირი, ბულგარეთი, გერმანია, გაერთიანებული სამეფო, ესპანეთი, ესტონეთი, თურქმენეთი, ირანი, ისრაელი, ლატვია, ლიეტუვა, მოლდოვა, ნიდერლანდი, რუმინეთი, საბერძნეთი, საფრანგეთი, სომხეთი, უზბეკეთი, უკრაინა, ფინეთი, ქუვეითი, ყაზახეთი, ყირგიზეთი, შვეიცარია, შვედეთი, ჩეხეთის რესპუბლიკა და ჩინეთი.

საქართველო ეგვიპტესთან, თურქეთთან და არაბეთის გაერთიანებულ საამიროებთან ხელშეკრულებების ხელმოწერას ელოდება (U.S. Department of State, 2020). გარდა ამისა, კანადის, უნგრეთის, ისლანდიის, იტალიის, იაპონიის, ყატარისა და სლოვენის მთავრობებთან მოლაპარაკებები მიმდინარეობს (U.S. Department of State, 2020). აღსანიშნავია ასევე, 2007 წელს საქართველოსა და ამერიკის შეერთებულ შტატებს შორის ხელმოწერილი ჩარჩო შეთანხმება ვაჭრობისა და ინვესტიციების შესახებ (Trade and Investment Framework Agreement (TIFA)).

ამასთან, ყურადსადღებია Fitch-ის, Moody's-ისა და S&P-ს საკრედიტო რეიტინგები.

Fitch-ის მიერ, 2024 წელს გამოქვეყნებული ანგარიშის თანახმად საქართველოს BB ნეგატიური რეიტინგი აქვს მინიჭებული, რაც იმას ნიშნავს, რომ ქვეყანა დეფოლტის მნიშვნელოვანი საფრთხის წინაშეა, განსაკუთრებით იმ შემთხვევაში, თუ

სამომავლოდ, ბიზნესში ან ეკონომიკურ პირობებში არასასიკეთო ცვლილებები მოხდება (Fitch Ratings, 2024). თუმცა, ამასთან, ფინანსური მოქნილობაც შეინიშნება, რომელიც ფინანსური ვალდებულებების მომსახურების ხელშემწყობი ფაქტორია (Fitch Ratings, 2024) (იხ. დანართი 54). მაგრამ აღნიშნული მოსაზრება საქართველოსთვის განსაკუთრებულ ნაკლოვანებად ვერ ჩაითვლება, ვინაიდან განვითარებად ქვეყნებს (მათ შორის, აღმოსავლეთ ევროპის ქვეყნების) ანალოგიური რეიტინგი ენიჭებათ (Fitch Ratings, 2024).

ამასთან, საქართველოს რეიტინგი დაკავშირებულია ძლიერ სტრუქტურულ ინდიკატორებთან (მ. შ. მართვა მთავრობის მხრიდან და ბიზნესგარემო) (Fitch Ratings, 2024). განსაკუთრებით ყურადსაღებია ქვეყნის ეკონომიკაზე კორონავირუსის ეფექტები, ვინაიდან ის, უმეტესწილად, ტურიზმზეა დამოკიდებული, ასევე პანდემიასთან საბრძოლველად მთავრობის მხრიდან აღებული სახელმწიფო ვალი (Fitch Ratings, 2024). ანგარიშის თანახმად, ქვეყნის ეკონომიკის გამოცოცხლება ტურიზმთან იქნება დაკავშირებული (Fitch Ratings, 2024).

Moody's ბოლო კვლევით, რომელიც 2024 წელს გამოქვეყნდა, საქართველოს სტაბილური (Moody's, 2024), ასევე სტაბილურია რეიტინგი S&P-ის (Standard & Poor's) 2022 წლის კვლევის მიხედვით (Trading Economics).

აღსანიშნავია ისიც, რომ ეკონომიკური თანამშრომლობისა და განვითარების ორგანიზაციის (Organization for Economic Co-operation and Development — OECD) 2020 წლის 15 დეკემბერს გამოქვეყნებული საინვესტიციო პოლიტიკის მიმოხილვაში, საუბარია იმაზე, რომ საქართველო, მისი ეკონომიკის მოცულობის გათვალისწინებით, ინვესტიციების ძლიერი მიმზიდველობით გამოირჩევა. ნათქვამია ისიც, რომ უცხოური პირდაპირი ინვესტიციების დიდი წილი არასავაჭრო სექტორებშია, როგორებიცაა სატრანსპორტო ინფრასტრუქტურა, უძრავი ქონება, მშენებლობა და ფინანსური სერვისები (OECD, 2020). ამავე ანგარიშში ნათქვამია, რომ მთავრობის მხრიდან ბიზნესის კეთების გასამარტივებლად გადადგმული ნაბიჯები შთამბეჭდავია, თუმცა რეფორმები თავისთავად არ განაპირობებენ არც ინვესტიციების შემოდინებას და არც პოტენციური მოგების მიღებას (OECD, 2020).

ანგარიშში რეკომენდაციის სახით ნახსენებია ის პრობლემები, რომლებიც გამოსასწორებელია, ესენია: ინფრასტრუქტურა და, ქვეყნის მასშტაბით,

კავშირგაბმულობა (connectivity), აგრეთვე, სამუშაო ძალის უნარები (OECD, 2020). ამასთან, კანონმდებლობაში საინვესტიციო კლიმატთან დაკავშირებული სხვადასხვა ასპექტის დამატება, ინვესტირების სტრატეგიისა და ინსტიტუციების წინ წაწევა, პასუხისმგებლიანი საქმის წარმოება და პრიორიტეტული სექტორების ზრდის შემაფერხებელი ფაქტორების განეიტრალება, საქართველოში უცხოური პირდაპირი ინვესტიციების შემოდინებას უზრუნველყოფს (OECD, 2020).

ზოგიერთი კვლევით დგინდება საქართველოს ნაკლოვანებები მეტი მდგრადი უცხოური ინვესტიციის მოზიდვის გზაზე, მათ შორისაა: კვალიფიციური კადრების ნაკლებობა, სამუშაო ძალის ღირებულების დაბალი კონკურენტუნარიანობა, ბაზრის სიმცირე და ლოგისტიკური სირთულეები, სასამართლო სისტემის შემდგომი განვითარების საჭიროება, ცალკეული კომპანიების მხრიდან შემოტევების და, შედეგად, საერთაშორისო რეპუტაციის დაზიანებისგან თავის არიდება (ჯეოქეისი, 2021).

მიუხედავად ზემოთ ჩამოთვლილი სირთულეებისა, საქართველოს მხარეს მთელი რიგი მნიშვნელოვანი უპირატესობებიც სახელდება, როგორცაა: დაბალი გადასახადები, ბაზრის სიცარიელე, თავისუფალი ვაჭრობის რეჟიმები, ბიზნესის კეთების სიმარტივე, მეგობრული ბიზნესგარემო და სხვა (ჯეოქეისი, 2021). ანგარიშში ნათქვამია, რომ 2019 წელს რეინვესტირების მაჩვენებელი 48%-ს შეადგენდა (ჯეოქეისი, 2021).

საერთაშორისო სავალუტო ფონდის მიხედვით, საკვლევ ხუთ ქვეყანაში ინვესტიციათა პროცენტული წილით (იხ. დანართი 55) საქართველოს მთლიან სამამულო პროდუქტში 2016 და 2019 წლებში ინვესტიციათა პროცენტული წილი ყველაზე მაღალი იყო. დადებითად შეგვიძლია შევაფასოთ 2016 წლიდან 2019 წლამდე საქართველოსა და თურქეთის ლიდერობა (IMF).

უცხოური პირდაპირი ინვესტიციების დარგობრივი ჩაშლა ცხადყოფს, რომ უცხოელი ინვესტორები ყველაზე ნაკლებად სოფლისმეურნეობით ინტერესდებიან (1%), იგივე ბედს იზიარებს ჯანდაცვაც (3%), ხოლო ყველაზე მეტად კი ტრანსპორტის დარგი (25%); პოპულარულია საფინანსო სექტორი (15%) და ენერჯეტიკაც (11%) (ჯეოქეისი, 2021).

არ არის სახარბიელო უცხოური ინვესტიციების რეგიონული განაწილებაც, სადაც თბილისსა (78%) და აჭარის რეგიონზე (10%), ჯამში - 88% მოდის. მთელ რიგ

რეგიონებში კი FDI-ს, პრაქტიკულად, არც კი ჩაუღწევია. შესაბამისად, მაღალია დედაქალაქისკენ მიგრაციის მაჩვენებელი, ხოლო, მეორე მხრივ, კი რეგიონების დაცლის ტენდენცია (ჯეოქეისი, 2021).

პანდემიურ და განსაკუთრებით (გაურკვეველ) პოსტპანდემიურ პერიოდში, უცხოური ინვესტიციების მოსაზიდად, გასათვალისწინებელია არა მხოლოდ ის თუ რა სჭირდება საქართველოს, არამედ ისიც თუ რა სჭირდება ინვესტორს, რომელიც თავისი ბედის საქართველოსთან დაკავშირებას გადაწყვეტს (ჯეოქეისი, 2021). მრავალწლიანი დაკვირვების შედეგად გამოვლენილი ნაკლოვანებები, შემდეგნაირად შეიძლება დაჯგუფდეს (ჯეოქეისი, 2021):

1. ინსტიტუციური მხარე: ქვეყნის საშუალო და გრძელვადიანი სტრატეგიული ხედვის არარსებობა ან მისი ნაკლებობა; სასამართლო სისტემისადმი სისტემატური უნდობლობის ფაქტების გამოვლენა; სკოლის, უმაღლესი სასწავლებლებისა და პროფესიული სასწავლებლების სისუსტე; კვლევებისა და განვითარების კუთხით არსებული სირთულეები.
2. ბიზნესის მოქნილობა: კვალიფიცირებული კადრების ნაკლებობა და მისი სიმცირე; ფინანსურ რესურსებზე წვდომასთან დაკავშირებული სირთულეები და მისი სიმცირე; ლოგისტიკური სირთულეები და მისი სიმცირე; ეროვნული ვალუტის არასტაბილურობა; პოლიტიკური რისკების სიჭარბე.
3. სხვა ფაქტორები, რომელიც ქვეყნის დაბალ კონკურენტუნარიანობას განაპირობებს: დაბალი კუნკურენცია ან მისი არარსებობა დარგების უმრავლესობაში; დაფინანსების ალტერნატიული წყაროების არარსებობა (ქრაუდფანდინგი, კაპიტალის ბაზარი და სხვა); ინოვაციური ან/და ტექნოლოგიური კომპანიებისთვის არახელსაყრელი გარემო; კვლევითი ინსტიტუტების სისუსტე და R&D-ში რესურსების მიმართვის ინტერესის ნაკლებობა; დაბალი ინკლუზიურობა და რეგიონებს შორის დისბალანსი; ბაზრის სიმცირე, რომლის დასაძლევად თავისუფალი ვაჭრობის რეჟიმები არ არის საკმარისი და, საერთოდ, საკითხავია ეფექტიანია თუ არა ამ რეჟიმების არსებობა ქვეყნის ეკონომიკური განვითარების თვალსაზრისით.

ამასთან, პროფესორ ვლადიმერ პაპავას მოსაზრების თანახმად, დღეისთვის სერიოზული უცხოელი ინვესტორებისათვის საგადასახადო და ადმინისტრაციული

შედავათები სულაც არ წარმოადგენს ინვესტიციების ჩადების მიმზიდველობის ერთადერთ ფაქტორს (პაპავა, 2020, 220). ინვესტორებისთვის თავისუფალ ეკონომიკურ ზონაში განვითარებული ინფრასტრუქტურის (ტრანსპორტი, წარმოებრივი და სასაწყობო შენობა-ნაგებობები, წყალმომარაგება, ენერგომომარაგება და სხვა), ხოლო მის გარშემო შედარებით მსხვილი მასშტაბის მქონე გასაღების ბაზრის არსებობა ძალზე მნიშვნელოვანია (პაპავა, 2020, 220).

გარდა ამისა, აკადემიკოსი პაპავა წერს, რომ საქართველო, სამწუხაროდ, ინვესტიციური შიშხილის მქონე ქვეყნების ჯგუფს განეკუთვნება (პაპავა, 2020, 225).

1.05 დრო, რომელიც მშენებლობის უფლების მოპოვებას სჭირდება

მსოფლიო ბანკი 2019 წლისთვის 185 ეკონომიკის შეფასებას აწარმოებდა. მონაცემების თანახმად, საქართველოს საუკეთესო მაჩვენებელი აქვს, ვინაიდან მშენებლობის უფლების მოპოვებისთვის საჭირო პროცედურებისა და პროცესის დასასრულებლად აუცილებელი დღეთა რაოდენობით ლიდერია (Doing Business, 2019) (იხ. დანართი 56).

- საქართველო - 21 ადგილზეა, გასავლელია 11 პროცედურა და 63 დღეა ამისთვის საჭირო;
- რუსეთის ფედერაცია - 26 ადგილზეა, 13 პროცედურაა გასავლელი 165 დღეში;
- თურქეთი - 53 ადგილზეა, 18 პროცედურაა გასავლელი 100 დღეში;
- აზერბაიჯანი - 59 ადგილზე, 18 პროცედურაა გასავლელი და ამისთვის საშუალოდ 116 დღეა საჭირო;
- სომხეთი - 62 ადგილზეა, 20 პროცედურაა გასავლელი და ამისთვის საშუალოდ 99 დღეა საჭირო.

1.06 ღირებულება, რომელიც მშენებლობის წესების დაცვას ესაჭიროება

მშენებლობის წესების დაცვის ღირებულება საქართველოში ყველაზე დაბალია (საქართველო (0.3), რუსეთის ფედერაცია (1.1), სომხეთი (1.3), აზერბაიჯანი (1.7), თურქეთი (3.7)) (Doing Business, 2019) (იხ. დანართი 57).

გამოწვევად შეგვიძლია ჩავთვალოთ, მშენებლობისას წამოჭრილი სხვადასხვა პრობლემა, რომელიც სამუშაო ადგილზე უსაფრთხოების ნორმების დაცვასთან, ან

მშენებლობისთვის საჭირო კვლევების ჩატარებასთანაა დაკავშირებული (Doing Business, 2019).

1.08 დრო, რომელიც ბიზნესის წამოწყებას ესაჭიროება

ბიზნესის წამოწყების თვალსაზრისით, საქართველო რეგიონში ლიდერია (Global Competitiveness Index 2019, Doing Business, 2019, U.S. Department of State, 2022) (იხ. დანართი 58). ლიდერული პოზიციის შენარჩუნება გამოწვევაა.

1.09 ღირებულება, რომელიც ბიზნესის წამოწყებას სჭირდება

საქართველოში ბიზნესის წამოწყების ღირებულება მხოლოდ თურქეთზეა დაბალი, თუმცა მაინც საკმაოდ დაბალია, რასაც ბიზნესგარემოს ერთ-ერთ დადებით მხარედ ავასებენ (Doing Business, 2019; U.S. Department of State, 2022) (იხ. დანართი 59).

1.10 მუშაობის სტიმულებზე მოქმედი გადასახადების მოცულობა და გავლენა

საქართველო რეგიონში ლიდერია მუშაობის სტიმულებზე მოქმედი გადასახადების მოცულობისა და გავლენის თვალსაზრისით, რაც გადასახადების მოცულობის სიმცირესა და გავლენის სისუსტეზე მიუთითებს (რაც უფრო მაღალია შეფასების ქულა, მით ნაკლებია გავლენა) (იხ. დანართი 60).

გადასახადები გავლენას ახდენენ როგორც მოთხოვნაზე, ისე მიწოდებაზე (Tax Policy Center, 2024). თავის მხრივ, მუშაობის სტიმულებზე მოქმედი გადასახადების მოცულობისა და გავლენის სიმცირე მუშაობის სტიმულად განიხილება, რადგან რაც ნაკლებია გადასახადი, მით მეტია მუშაობის სტიმული (Tax Policy Center, 2024).

1.11 ინვესტირების სტიმულებზე მოქმედი გადასახადების მოცულობა და გავლენა

იგივე შეიძლება ითქვას ინვესტირების სტიმულებზეც. როგორც ზემოთ აღინიშნა, საქართველო გახსნილია ინვესტიციებისთვის (U.S. Department of State, 2022). თანაც, სასიკეთოა ის, რომ საქართველო რეგიონში ლიდერია ინვესტირების სტიმულებზე მოქმედი გადასახადების მოცულობისა და გავლენის თვალსაზრისით, რაც გადასახადების მოცულობის სიმცირეზე და ამასთან, გავლენის სისუსტეზე მიუთითებს (იხ. დანართი 61).

1.12 საერთო გადასახადების მოცულობა

საერთო გადასახადების მოცულობა იმ გადასახადებს გულისხმობს, რომლებიც ბიზნესს ეკისრება (Doing Business, 2019). გადასახადები სახელმწიფოს შემოსავლების

დიდ ნაწილს შეადგენს (Doing Business, 2019). საქართველოში, სადაც რეგიონში ყველაზე დაბალია აღნიშნული გადასახადები, ბიზნესის წარმოებისთვის, მათი სიმცირე მეტად კომფორტულ გარემოს ქმნის. აღსანიშნავია, რომ გადასახადების მიღებული, ერთიანი ან საუკეთესო დონე მიღებული არ არის, თუმცა დიდ გავლენას ახდენენ სტიმულებზე და ეკონომიკაში მონაწილეთა ქცევაზე (Doing Business, 2019) (იხ. დანართი 62).

2.01 ბიზნესის ხარჯები დანაშაულსა და ძალადობაზე

საქართველოს პოზიციის შესაფასებლად განვიხილეთ საქართველოს სისხლის სამართლის სტატისტიკა, რომელსაც საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური აქვეყნებს (იხ. დანართი 63). 2018 წლამდე რეგისტრირებული დანაშაული 40 000-ს არ აღემატებოდა, შემდეგ წლებში კი მაჩვენებელი - გაზრდილია. ამის მიუხედავად, პატიმართა რიცხვი 2015 წლიდან 10 000-ს არ აღემატება (საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური, 2022) (იხ. დანართი 64).

საქართველოს ლიდერული მაჩვენებელი იმით აიხსნება, რომ ქვეყანაში სისხლის სამართლის დანაშაული მნიშვნელოვან ფაქტორს წარმოადგენს.

2.02 პოლიციის საიმედოობა

საქართველოში პოლიციის საიმედოობა წლების მანძილზე საკმაოდ მაღალ შეფასებას იმსახურებს, თუმცა აზერბაიჯანის ლიდერის პოზიციაზე გადანაცვლებამ, საქართველოს მეორე პოზიციაზე გადასვლა გამოიწვია. შესაბამისად ვასკვნით, რომ საქართველოში პოლიციის საიმედოობა არ გაუარესდა, თუმცა მიზანია ლიდერული პოზიციის დაბრუნება (იხ. დანართი 65).

2.03 ტერორიზმის ფასი ბიზნესისთვის

ვინაიდან, საქართველოში ტერორიზმის გავრცელების ინდექსი საუკეთესოა (აზერბაიჯანთან და სომხეთთან ერთად) (Global Terrorism Index, 2022), ტერორიზმის ფასიც, შესაბამისად, დაბალია ამ სამ ქვეყანაში (იხ. დანართი 66).

3.03 სასმელი წყლის გამოყენება

საქართველო მდიდარია წყლის რესურსებით და მისი ჩამორჩენა აღნიშნული მაჩვენებლით გამოუყენებელ პოტენციალზე მიუთითებს (იხ. დანართი 67). აქვე შევნიშნავთ, რომ საქართველოს პარლამენტის ევროპასთან ინტეგრაციის კომიტეტის სამოქმედო გეგმის მიხედვით, გაეროს გლობალური მდგრადი განვითარების და

საქართველოსთვის მისადაგებული ამოცანის თანახმად, 2030 წლისთვის საქართველოში ყველა ადამიანისთვის უსაფრთხო და ხელმისაწვდომ სასმელ წყალზე საყოველთაო და თანაბარი წვდომის უზრუნველყოფა განხორციელდება (საქართველოს პარლამენტი, 2022).

3.06 დაავადება მალარიის გავრცელების დონე

ჯანმრთელობისა ჰიგიენის განსაზღვრისას, სამომავლოდ, მნიშვნელოვანი საკითხი ვაქცინაცია იქნება, რაც IATA-სა და მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციის საერთო პროექტის, Destination Tracker-ის წამოწყებით. ის მოგზაურობისას სხვადასხვა შეზღუდვების, მოთხოვნების საინფორმაციო პანელია (Destination Tracker) (იხ. დანართი 68).

COVID-19 პანდემიის გამოცხადების შემდეგ, მოგზაურობისთვის სავალდებულო იყო ვაქცინაციის საბუთის წარდგენა, თუმცა ამჟამად, რაიმე სახის სავალდებულო ვაქცინაცია შესასწავლ რეგიონში აღარაა.

4.01 მოსახლეობაში დაწყებითი განათლების მაჩვენებელი

საქართველოში დაწყებითი განათლების მაჩვენებელი ერთ-ერთი ლიდერულია რეგიონში (იხ. დანართი 69). გარდა ამისა, ფიქსირდება მოსწავლეთა ზრდა (იხ. დანართი 70).

დაწყებითი განათლების მაღალი მაჩვენებელი ქვეყანაში მიუთითებს იმაზე, რომ ბავშვების დიდი ნაწილი კითხვას, წერას, ასევე მათემატიკის, ისტორიის, გეოგრაფიის, ბუნებრივი და სოციალური მეცნიერებების, ხელოვნებისა და მუსიკის საფუძვლებს სწავლობს.

საშუალო ზოგადი განათლების დაბალი მაჩვენებელი (თითქმის განახევრებული, დაწყებით ზოგადთან შედარებით) შესაძლოა, ქვეყანაში დაბალკვალიფიციური კადრების პრობლემასთანაც დაკავშირდეს, ვინაიდან, რაც უფრო ნაკლებია საშუალო ზოგადი განათლების მქონე პირთა რაოდენობა, მით ნაკლებია სამუშაო ძალაში იმ პირთა წილი, რომლებსაც უმაღლესი განათლების მიღების შანსი აქვთ.

4.02 მოსახლეობაში საშუალო განათლების მაჩვენებელი

მიუხედავად იმისა, რომ ქვეყანაში დაწყებითი განათლების მაჩვენებელი საკმაოდ მაღალია, საბაზო ზოგადისა და საშუალო ზოგადის შემთხვევაში, მაჩვენებელი თითქმის განახევრებული და, წლებთან ერთად, კლებადია (იხ. დანართები 71 და 72).

აღნიშნული მაჩვენებლები მიუთითებენ სოციალურ საკითხებთან დაკავშირებულ საკითხებს, რომლებიც პოტენციურად პრობლემატური ხასიათისაა, რადგან სამუშაო ძალის განათლებასა და კვალიფიკაციის დონესთან პირდაპირ კავშირშია.

4.05 სამსახურში დაქირავებისა და სამსახურიდან დათხოვნის პრაქტიკა

აღსანიშნავია, რომ საქართველოს პარლამენტის ევროპასთან ინტეგრაციის კომიტეტის სამოქმედო გეგმის მიხედვით, გაეროს გლობალური მდგრადი განვითარების და საქართველოსთვის მისადაგებული ამოცანის თანახმად, ქვეყანაში ყველა მომუშავე პირისთვის (მათ შორის მიგრანტი მუშაკებისთვის, განსაკუთრებით კი მიგრანტი ქალებისა და არასაიმედოდ დასაქმებულებისათვის) შრომითი უფლებების დაცვისა და უსაფრთხო და დაცული შრომითი გარემოს შესაქმნელად სხვადასხვა ღონისძიება განხორციელდება (თუმცა არ არის მითითებული რომელ ვადამდე) (საქართველოს პარლამენტი, 2022) (იხ. დანართი 73).

4.07 არარეზიდენტი თანამშრომლების სამსახურში დაქირავების სიმარტივე

საქართველოში არარეზიდენტი თანამშრომლების სამსახურში დაქირავების მაჩვენებელი დაკავშირებულია ანაზღაურებისა და პროდუქტიულობის დაბალ მაჩვენებელთან (იხ. დანართი 74).

საქართველოს საოჯახო მეურნეობა საშუალოდ წლიურად USD 5,328 (GEL 13,328) გამოიმუშავეს, თუმცა, ქალაქის მოსახლეობისგან განსხვავებით, ქალაქგარეთ (სოფლებში) მცხოვრები საოჯახო მეურნეობების საშუალო შემოსავალი 20%-ით ნაკლებია (The World Bank Group, 2019).

არარეზიდენტი თანამშრომლებისთვის ანალოგიური ანაზღაურება, სავარაუდოდ, არ იქნება მისაღები. მიუხედავად ამისა, პრაქტიკაში არის შემთხვევები, როდესაც კომპანია მაღალანაზღაურებად პოზიციაზე არარეზიდენტ კადრს ქირაობს, რაც თავის მხრივ, შესაძლოა დაუკავშიროთ ადგილობრივი მოსახლეობის კვალიფიკაციის დაბალ დონეს. ხშირ შემთხვევებში, არარეზიდენტის დაქირავება დაკავშირებულია კომპანიის მიზანთან, უფრო მაღალ პროდუქტიულობას მიაღწიოს.

არარეზიდენტი თანამშრომლების მოძიების სირთულე მრავალ ფაქტორთანაა დაკავშირებული, მათ შორის, ქვეყნის ტერიტორიაზე არარეზიდენტისთვის მკვეთრად განსხვავებული გარემო (ექსპერტი N1). მისთვის და მისი ოჯახის

წევრებისთვის აუცილებელია არსებობდეს განათლების მიღების (შვილებისთვის), ჯანდაცვის (მთელი ოჯახისთვის), გართობის და სხვა დამაკმაყოფილებელი პირობები (ექსპერტი N1). თუ ცხოვრების სტანდარტები დიდად განსხვავებულია მისი სამშობლოსგან, შესაძლოა, სასურველი ანაზღაურების მიღების მიუხედავად, თანამშრომლისთვის საქართველოში ცხოვრების პირობები მისაღები არ აღმოჩნდეს (ექსპერტი N1).

ექსპერტები მიუთითებენ იმაზეც, რომ არარეზიდენტი თანამშრომლების დაქირავება, ძირითადად, ბრენდირებული სასტუმროების მხრიდან ხორციელდება (ექსპერტი N3).

ამასთან, ჩვენი ვარაუდით, იმ დროს, როდესაც წამყვან პოზიციაზე, კომპანია არარეზიდენტ, მაღალი ანაზღაურების მქონე თანამშრომელს ქირაობს, როგორც წესი, დანარჩენი თანამშრომლები მეტი წნეხის ქვეშ აღმოჩნდებიან, ვინაიდან შესასრულებელი სამუშაოს სტანდარტები იზრდება. სამუშაო ადგილზე მათი სამუშაო ან/და ანაზღაურების დონის პირობები არ იცვლება. რის გამოც, პროდუქტიულობა მაინც არ არის დამაკმაყოფილებელი.

ზემოთ თქმულის გარდა, საქართველოში დეფიციტურ მაღალანაზღაურებად პოზიციებზე არარეზიდენტების დაქირავება, ადგილობრივი თანამშრომლების გადამზადების საჭიროებას ამცირებს, რაც გრძელვადიან პერსპექტივაში უარყოფითი შედეგების მომტანია.

4.09 სამუშაო ძალაში ქალთა ხვედრითი წილი და ქალების დასაქმება

მიუხედავად იმისა, რომ საქართველოს მაჩვენებელი მხოლოდ რუსეთის ფედერაციის მაჩვენებელს ჩამოუვარდება, აღსანიშნავია საქართველოს პარლამენტის ევროპასთან ინტეგრაციის კომიტეტის სამოქმედო გეგმის მიხედვით, გაეროს გლობალური მდგრადი განვითარების და საქართველოსთვის მისადაგებული ამოცანების დანიშნულება დასაქმების, სოციალური პოლიტიკისა და თანაბარი შესაძლებლობების მხრივ (საქართველოს პარლამენტი, 2022). აღნიშნული ამოცანები ითვალისწინებენ დირექტივას, რომელიც დასაქმებისა და საქმიანობის საკითხებთან მიმართებით მამაკაცისა და ქალის თანაბარი შესაძლებლობებისა და თანაბარი მოპყრობის პრინციპის განხორციელებას უზრუნველყოფს (საქართველოს პარლამენტი, 2022).

აღნიშნული დირექტივის განხორციელების შედეგად, სიტუაციის გაუმჯობესებაა მოსალოდნელი (იხ. დანართი 75).

5.04 ინტერნეტაბონენტების რაოდენობა

მნიშვნელოვანი ინიციატივაა მსოფლიო ბანკის მიერ საქართველოს მთავრობასთან ერთობლივად მაღალსიჩქარიანი (ფართოზოლოვანი) ინტერნეტიზაციის და ციფრული ეკონომიკის განვითარების \$40 მლნ. პროექტის, Log-in Georgia-ის დაანონსება, რომელიც ქვეყნის 1,000-მდე სოფელს და 500,000 მოქალაქეს, მათ შორის, მაღალმთიანი რეგიონების მოსახლეობას შესაძლებლობას მისცემს ფართოზოლოვან, მაღალი ხარისხის და მათთვის ხელმისაწვდომ ინტერნეტს დაუკავშირდეს (The World Bank Group, 2019).

აღსანიშნავია, რომ ამავე ანგარიშში საქართველო, მოსახლეობის შემოსავლების გათვალისწინებით, საკმაოდ დაწინაურებულ პოზიციაზეა მსგავსი შემოსავლების მქონე ქვეყნებთან შედარებით, თუმცა ნათქვამია, რომ საქართველოს დიდი სამუშაო აქვს გასაწევი ევროკავშირის წევრი ქვეყნების მსგავსი მაჩვენებლების მისაღწევად (იხ. დანართი 76).

აგრეთვე ნათქვამია, რომ საქართველოს სამომავლო ამბიცია აქვს, გახდეს მიმზიდველი სატრანზიტო ინტერნეტ-კვანძი და მისი ტერიტორიის გავლით, მოხდება კავშირების დადგენა ევროპასთან, აზიისკენ (კასპიის ზღვის გავლით) ცენტრალური აზიისა და ჩინეთისკენ, ასევე, სომხეთის გავლით შუა აღმოსავლეთსა და სამხრეთ აზიაში.

2015 წელს მთავრობამ ფართოზოლოვანი ინტერნეტის ინფრასტრუქტურის განვითარების ეროვნული პროგრამა დაიწყო და შექმნა ორგანიზაცია - Open net (The State Program on Broadband Infrastructure Development).

5.05 მობილური სერვისების მომხმარებელთა რაოდენობა

TTCI-ის მიხედვით, საქართველოს მობილური ქსელების დაფარვის 100%-იანი ხარისხი აქვს, მიუხედავად ამისა, მობილური სერვისების ყოველ 100 მოსახლეზე მომხმარებელთა რაოდენობით რეგიონში, რუსეთის ფედერაციის შემდეგი, პოზიცია გვაქვს. ეს შესაძლოა დაკავშირებული იყოს ახალი ტექნოლოგიების ათვისების სირთულესთან ან სოციალურ პრობლემებთან (იხ. დანართი 77).

5.07 მობილური ქსელების დაფარვის ხარისხი

საქართველოს მობილური ქსელების დაფარვის 100%-იანი ხარისხი აქვს, რაც დადებითად ფასდება (იხ. დანართი 78).

5.08 ელექტროენერჯის მიწოდების ხარისხი

2021 წლისთვის, გასულ წლებთან შედარებით საქართველოში გაიზარდა როგორც ელექტროენერჯის მოხმარების, ასევე მეზობელი ქვეყნებიდან ელექტროენერჯის იმპორტის მაჩვენებლები, რამაც, ბოლო 4 წელიწადში, საშუალოდ, ზრდის 73%-ი შეადგინა (ჯეოქეისი, 2021) (იხ. დანართი 79).

იმპორტირებული ელექტროენერჯის ესოდენ გაზრდილი მოცულობა სიმძლავრის საკუთარი გენერირების წყაროების მომრავლების აუცილებლობას უსვამს ხაზს, რაც გრძელ ვადაში, საქართველოს ენერგეტიკული დამოუკიდებლობის ხარისხს მნიშვნელოვნად აამაღლებს და საქართველოდან ელექტროენერჯის ექსპორტის შესაძლებლობებს გაზრდის.

ელექტროენერჯის გენერაციისთვის საქართველოში არსებული ჰიდრო-რესურსის, დაახლოებით, 20%-ია ათვისებული. თანდათან, ჩნდება ინტერესი საქართველოში არსებული სხვა მწვანე, განახლებადი ენერჯის წყაროების ათვისების მიმართ (ჯეოქეისი, 2021)

ამასთან აღსანიშნავია 2021 წლის 20 იანვარს ენგურჰესის მუშაობის შეჩერება, რომლის მუშაობაც, ამავე წლის 27 აპრილს, აღდგა. „სადერივაციო გვირაბის სარეაბილიტაციო სამუშაოების წარმატებით დასრულების შემდეგ, ქვეყნის უდიდესი ჰიდროელექტროსადგურის ჰიდროაგრეგატები ამუშავდა“ (ენგურჰესი).

საქართველოს პარლამენტის ევროპასთან ინტეგრაციის კომიტეტის სამოქმედო გეგმის მიხედვით, გაეროს გლობალური მდგრადი განვითარების და საქართველოსთვის მისადაგებული ამოცანის თანახმად, 2030 წლისთვის საქართველოში ენერგოეფექტურობის გაუმჯობესების მაჩვენებლის მნიშვნელოვნად გაზრდა იგეგმება (საქართველოს პარლამენტი, 2022).

2023 წელს ელექტროენერჯის გამომუშავება წლიურად 1.1%-ით გაიზარდა და 14.4 ტვტ. სთ-ს მიაღწია (TBC Capital, 2024). ჯამური გამომუშავებიდან, ჰიდროსადგურების წილმა 75.5% შეადგინა, თბოსადგურებმა 23.9% დაიკავა, ხოლო ქარის სადგურის გამომუშავება 0.6% იყო (TBC Capital, 2024). 2023 წელს

ელექტროენერჯის ექსპორტმა 1.5 ტვტ. სთ-ს მიაღწია, ხოლო საქართველომ 103.3 მილიონი აშშ დოლარის შემოსავალი მიიღო (TBC Capital, 2024).

შედარებისთვის, 2024 წლის ელექტროენერჯის გამომუშავების მაჩვენებელი წინა წელთან შედარებით 13.1%-ითაა შემცირებული (TBC Capital, 2024). ამასთან, 2024 წელს საქართველომ ელექტროენერჯის ექსპორტი დაიწყო და საზღვარგარეთ (ძირითადად თურქეთში) 58 გვტ. სთ ელექტროენერჯია გაყიდა (TBC Capital, 2024).

6.01 მოგზაურობისა და ტურიზმის ინდუსტრიის პრიორიტეტულობის ხარისხი მთავრობისთვის

საქართველოს მთავრობისთვის, მოგზაურობისა და ტურიზმის ინდუსტრია ერთ-ერთი ყველაზე პრიორიტეტული დარგია. ამასთან, აღსანიშნავია, აკადემიკოს ვლადიმერ პაპავას მოსაზრება, რომელიც აღნიშნავს: „ტურიზმი ეკონომიკის რეალური სექტორის მამოძრავებელი ძალაა. ეს დებულება საქართველოს შემთხვევაში დაზუსტებას მოითხოვს, რადგანაც ტურიზმი საქართველოში ვერ არის მისი თითქმის განუვითარებელი ეკონომიკის რეალური სექტორის განმავითარებელი. სინამდვილეში ტურიზმი საქართველოში ავითარებს იმ ქვეყნების ეკონომიკის რეალურ სექტორებს, საიდანაც ძირითადად ხორციელდება იმპორტი საქართველოში. და ეს სულაც არ არის გასაკვირი, თუკი გავიხსენებთ, რომ ჩვენი სამომხმარებლო კალათის არა უმეტეს 20 პროცენტია საქართველოში წარმოებული, ხოლო დანარჩენი 80 პროცენტი კი იმპორტირებულია. საქართველოში ჩამოსულ ტურისტსაც ხომ იგივე სამომხმარებლო კალათა ხვდება? მაშასადამე, რაც უფრო მეტი ტურისტი ჩამოდის ქვეყანაში, მით უფრო მეტი იმპორტია (აბსოლუტურ განზომილებაში) განსახორციელებელი“ (პაპავა, 2018) (იხ. დანართი 80).

პროფესორი პაპავა დასძენს, რომ „ტურიზმი ეკონომიკის ძალზე მნიშვნელოვანი დარგია იმ ქვეყნებში, სადაც ეკონომიკის რეალური სექტორის დარგებია განვითარებული და ამის საუკეთესო მაგალითებს იძლევა ისეთი ქვეყნები, როგორცაა შვეიცარია, საფრანგეთი, დიდი ბრიტანეთი თუ აშშ, რომლებიც არა უბრალოდ ტურისტული ქვეყნებია, არამედ ეკონომიკის სექტორული განვითარების მრავალფეროვნებითაც გამოირჩევა“ (პაპავა, 2018).

კერძოდ ტურიზმის განვითარების ეკონომიკის უმთავრეს პრიორიტეტად აღიარების შესახებ კი წერს, რომ ეს „...ქმნის ილუზიას, რომ ეკონომიკა იზრდება,

მაგრამ მოსახლეობის ეკონომიკური და სოციალური მდგომარეობა მაინც ვერ უმჯობესდება (პაპავა, 2018). საქართველოს ამგვარად მზარდი ეკონომიკა სინამდვილეში არა თუ ვერ განვითარდება, არამედ, გარკვეული აზრით, დეგრადირებასაც კი განიცდის, რადგანაც ამ ტიპის ეკონომიკაში სულაც არ არის საჭირო მაღალკვალიფიციური, ინტელექტუალური შრომით დაკავებული, შემოქმედებითი ნიჭის მქონე ადამიანები“ (პაპავა, 2018).

ავტორის დასკვნით, „საქართველო უკვე არაერთი წელია იმყოფება „ტურისტულ ხაფანგში“ - ეკონომიკა იზრდება, მაგრამ არ ვითარდება“ (პაპავა, 2018).

ამასთან, საქართველოს მთავრობამ 2015 წელს „საქართველოს ტურიზმის სტრატეგია 2025“ გამოაქვეყნა, სადაც საქართველოსთვის ტურიზმის პრიორიტეტულობაა ხაზგასმული (საქართველოს ტურიზმის სტრატეგია 2025).

სტრატეგიის მიზნებია (საქართველოს ტურიზმის სტრატეგია 2025):

- მაღალგადახდისუნარიანი ტურისტული ბაზრებიდან საკაერო მგზავრობის გამარტივება. ასევე, შიგა სატრანსპორტო ქსელების გაუმჯობესება, ქვეყანაში ვიზიტორთა ნაკადების თავისუფალი გადაადგილების უზრუნველყოფისათვის;
- ქვეყნის კულტურული და ბუნებრივი სიმდიდრის გამოყენებით ვიზიტორებისთვის უნიკალური და ამაღლებული შთაბეჭდილებების მიღების შესაძლებლობის შექმნა, რაზეც მზარდი მოთხოვნაა მსოფლიოს ყველაზე მაღალგადახდისუნარიან ტურისტულ ბაზრებზე;
- ვიზიტორთა მომსახურების გაუმჯობესება (ტრანსპორტირების, განთავსების საშუალებებისა და უცხო ენის ფლობის თვალსაზრისით), რათა ქვეყნის შესახებ მიზნობრივი მარკეტინგული აქტივობების შედეგად ჩამოყალიბებული წარმოდგენა გამართლდეს, ხოლო, ჩამოსულმა ვიზიტორებმა პოზიტიური გზავნილები გაავრცელონ საქართველოზე და განმეორებით ესტუმრონ ქვეყანას;
- მონაცემთა შეგროვებისა და ბაზრის კვლევის შესაძლებლობების გაუმჯობესება, უფრო მეტად მაღალგადახდისუნარიანი ტურისტული ბაზრების მოთხოვნებისა და თავისებურებების უკეთ შესწავლის მიზნით;
- ხსენებული კვლევებისა და დამატებითი მარკეტინგული რესურსების გამოყენება მაღალგადახდისუნარიანი ბაზრების უფრო ეფექტურად ასათვისებლად, მათთან

კავშირების დასამყარებლად და საქართველოს, როგორც მსოფლიო დონის ტურისტული დანიშნულების ქვეყნის ცნობადობის ასამაღლებლად.

ტურიზმის სექტორის გასავითარებლად აღნიშნული ღონისძიებები მკირადღირებულია, რაც წინააღმდეგობაშია იმ დანახარჯებთან (სვეტი 6, ინდიკატორი 2), რომელსაც ქვეყნის მთავრობა წევს. რეგიონში, საქართველოს მთავრობის დანახარჯები მოგზაურობისა და ტურიზმის ინდუსტრიაზე (სომხეთთან ერთად) ყველაზე დაბალია.

6.03 ტურისტთა მოზიდვაზე მიმართული მარკეტინგული საქმიანობის ეფექტიანობა

ტურისტთა მოზიდვაზე მიმართული მარკეტინგული საქმიანობის ეფექტიანობის შეფასება შესაძლებელია საერთაშორისო ტურისტული ვიზიტების რაოდენობის სტაბილური ზრდით (იხ. დანართი 81). ამასთან შევნიშნავთ, რომ საქართველოში იზრდება როგორც საერთაშორისო მოგზაურების ვიზიტები, ასევე საერთაშორისო ტურისტული ვიზიტების რაოდენობა (იხ. დანართი 82). საშუალოდ, წლიურად, საერთაშორისო მოგზაურებიდან 48% საერთაშორისო ტურისტია.

აღსანიშნავია, რომ 2021 წლის ივნისში, საქართველოს, 4 წლის ვადით, გაეროს მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციის აღმასრულებელი საბჭოს წევრად არჩევა (საქართველოს ტურიზმის სტატისტიკური მიმოხილვა 2021). ამ დროის პერიოდში ქვეყანას, ორგანიზაციის მიზნების დასახვასა და შემდგომ წარმატებით განხორციელებაში ჩართვის შესაძლებლობა მიეცემა. აღნიშნული მოვლენა, ქვეყნისთვის სხვადასხვა მიზეზით, დადებითად ფასდება. მიზეზებს შორის შეგვიძლია დავასახელოთ, ქვეყნის ტურიზმის ადმინისტრაციისადმი ნდობა, მისი ფუნქციონირების დადებითად შეფასება, ახალი გამოცდილების დაგროვება.

აგრეთვე, 2021 წლის გაზაფხულის ბოლოს, მსოფლიოში ცნობილმა ბლოგერებმა საქართველოში, საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის ხელშეწყობით, ათდღიანი ტური დაიწყეს. პროექტ „ციფრული დღეები საქართველოში“ ფარგლებში, ამერიკული პლატფორმა Steller-ის საშუალებით, Facebook-ის, Instagram-ის, Youtube-ისა და სხვა სოციალური ქსელების პოპულარულმა 18 ბლოგერმა და ინფლუენსერმა ქვეყნის სხვადასხვა ტურისტულად მიმზიდველი დანიშნულების ადგილი მოინახულეს (GNAT).

6.05 მოგზაურობისა და ტურიზმის ყოველთვიური/ყოველკვარტალური მონაცემების მიწოდების დროულობა

მოგზაურობისა და ტურიზმის ყოველთვიური/ყოველკვარტალური მონაცემების დროულობა საქართველოსა და თურქეთს მოწინავე აქვს, შესაბამისად, საქართველოს მიზანი საუკეთესო პოზიციის დაკავება და შენარჩუნება უნდა იყოს (იხ. დანართი 83).

6.06 ქვეყნის ბრენდის სტრატეგიის რეიტინგი

ქვეყნის ბრენდის სტრატეგიის რეიტინგის მხრივ, საქართველოს, აზერბაიჯანსა და რუსეთის ფედერაციას საუკეთესო მაჩვენებლები აქვს, კონკურენცია - გაჯერებულია. საქართველოსთვის სასურველია აღნიშნული პოზიციის გაუმჯობესება ან უკიდურეს შემთხვევაში, შენარჩუნება (იხ. დანართი 84).

7.01 სავიზო მოთხოვნები

საქართველოში სამოგზაუროდ საზღვრის გადაკვეთის შესახებ ინფორმაციის მოძიება საქართველოს საგარეო საქმეთა სამინისტროს ვებ-გვერდზეა შესაძლებელი. მასზე დაფუძნებით შეგვიძლია ვთქვათ, რომ საქართველოში უვიზოდ შემოსვლა და სრული ერთ წლის ვადით ყოფნის უფლება მრავალი ქვეყნის მოქალაქეს აქვს, რაც საგრძნობლად აუმჯობესებს საქართველოს კონკურენტუნარიანობას (საქართველოს საგარეო საქმეთა სამინისტრო) (იხ. დანართი 85).

ჩვენი კვლევის მიზნებიდან გამომდინარე აღვნიშნავთ, რომ საქართველოში უვიზოდ შემოსვლა ევროკავშირის წევრი 27 ქვეყნისა (2024 წლის მონაცემებით) და ყველა ჩვენი მეზობელი სახელმწიფოს მოქალაქეს შეუძლია (საქართველოს საგარეო საქმეთა სამინისტრო), თუმცა საქართველოს საზღვრების გადმოკვეთა ვიზის გარეშე მსოფლიოს ბევრი სხვა სახელმწიფოს მოქალაქესაც შეუძლია.

საქართველოში უვიზოდ შემოსვლა და სრული ერთ წლის ვადით ყოფნის უფლება აქვთ: ევროკავშირის წევრ 27 ქვეყანას (2024 წლის მონაცემებით), ასევე ავსტრალიას, აზერბაიჯანს, ალბანეთს, ანდორას, ანტიგუა და ბარბუდას, არგენტინას, ახალ ზელანდიას, ბარბადოსს, ბაჰამას, ბაჰრეინს, ბელარუსს, ბელიზს, ამერიკის შეერთებულ შტატებს, იორდანიას, ბოსნია და ჰერცეგოვინას, ბოტსვანას, ბრაზილიას, ბრუნეი-დარუსალამს, მოლდოვას, იაპონიას, დანიის ტერიტორიებს, დომინიკს, ეკვადორს, ელ-სალვადორს, თურქეთს, თურქმენეთს, ირანს (45 დღე), ბრიტანეთის საზღვარგარეთის ტერიტორიებს, ისლანდიას, ისრაელს, კანადას,

კატარს, კოლუმბიას, კოსტა-რიკას, კორეის რესპუბლიკას, ლიბანს, ლიხტენშტეინს, მავრიკს, მალაიზიას, მექსიკას, მონაკოს, ბრიტანეთის დამოუკიდებელ ტერიტორიებს, მონტენეგროს, ჰონდურასს, ნორვეგიას, ომანს, პანამას, რუსეთის ფედერაციას, საფრანგეთის ტერიტორიებს, სან-მარინოს, საუდის არაბეთს, სამხრეთ აფრიკას, სერბეთს, სეიშელს, სენტ-ვინსენტსა და გრენადინებს, არაბთა გაერთიანებულ საამიროებს, სინგაპურს, სომხეთს, ტაილანდს, ტაჯიკეთს, უზბეკეთს, უკრაინას (3 წელი), ურუგვაის (90 დღე), ქუვეითს, ყაზახეთს, ყირგიზეთს, შვეიცარიას, ჩილეს (90/180 დღე), წმინდა საყდარს, ნიდერლანდის სამეფო ტერიტორიებს, ჩინეთს (30 დღე ტურისტული მიზნებისთვის), პერუს რესპუბლიკას (90/180 დღე), ჩინეთის სახალხო რესპუბლიკა (საქართველოს საგარეო საქმეთა სამინისტრო).

9.04. ჰაერში მტვრის მყარ ნაწილაკთა (2,5) კონცენტრაცია

მტვრის მყარი ნაწილაკები არის ჰაერში არსებული მცირე ნაწილაკები, მტვერი ან სხვა მყარი ნაწილაკები, უმცირესი ზომის წვეთების ჩათვლით (ატმოსფერული ჰაერის ხარისხის პორტალი). მყარი ნაწილაკები ზომის მიხედვით ძირითადად ორი ჯგუფად იყოფა PM10 და PM2.5. ჩვენთვის საინტერესოა მეორე - PM2.5 (ატმოსფერული ჰაერის ხარისხის პორტალი). მიუხედავად იმისა, რომ ჰაერში მტვრის მყარი ნაწილაკების დანახვა შეუიარაღებელი თვალით შეუძლებელია, ჰაერში აღნიშნული ნაწილაკების დიდი რაოდენობა ხილვადობის გაუარესებას იწვევს.

საქართველოში ატმოსფერული ჰაერის ხარისხის პორტალი მოქმედებს, რომელიც გარემოსდაცვითი ინფორმაციისა და განათლების ცენტრსა და საქართველოს გარემოს დაცვისა და სოფლის მეურნეობის სამინისტროსთან ერთად მუშაობს. ვებ-გვერდზე ინფორმაციის მიღება ქვეყნის მასშტაბით სხვადასხვა ტერიტორიაზე განთავსებული სადგურების მიერ შეფასებული ჰაერის მდგომარეობის შესახებაა შესაძლებელი (ატმოსფერული ჰაერის ხარისხის პორტალი) (იხ. დანართი 86).

ვებ-გვერდზე ინფორმაციის მოძიება ჰაერის სხვადასხვა დამბინძურებლის შესახებაა შესაძლებელი. მათ შორის, ჩვენთვის საინტერესო - მტვრის მყარი ნაწილაკების შესახებ (ატმოსფერული ჰაერის ხარისხის პორტალი).

დაბინძურების წყაროებია: სამშენებლო პროცესები, ღია გრუნტი, შეშის ღუმელები, დიზელის ძრავები, ქვანახშირზე მომუშავე თბოელექტრო სადგურები,

მრეწველობის სექტორი, ქარის მიერ მიმოფანტული მტვერი (ატმოსფერული ჰაერის ხარისხის პორტალი). ასევე, ე.წ. მეორადი მყარი ნაწილაკები წარმოიქმნება სხვადასხვა დამბინძურებლების ფოტოქიმიური რეაქციის შედეგად (ატმოსფერული ჰაერის ხარისხის პორტალი). საქართველოსთვის მყარი ნაწილაკების მნიშვნელოვან წყაროს წარმოადგენს ტრანსსასაზღვრო დაბინძურება (ატმოსფერული ჰაერის ხარისხის პორტალი). კერძოდ, ე. წ. აფრიკის მტვერი, რომელიც ძირითადად საჰარის უდაბნოს მტვრის, ევრაზიის კონტინენტზე გავრცელებას უკავშირდება (ატმოსფერული ჰაერის ხარისხის პორტალი). მსგავსი მტვრის შტორმი ხშირად ვრცელდება საქართველოს ტერიტორიაზე ძირითადად სამხრეთ, სამხრეთ-აღმოსავლეთის მხრიდან.

ჯანმრთელობაზე აღნიშნულ ნაწილაკებს შემდეგი ზეგავლენა აქვს: თვალის გაღიზიანება, ასთმა, ბრონქიტი, ფილტვის დაზიანება, სიმსივნე, მძიმე ლითონებით მოწამლვა, უარყოფით ზემოქმედება გულსისხლძარღვთა სისტემაზე (ატმოსფერული ჰაერის ხარისხის პორტალი).

ამის საპასუხოდ, საქართველოს პარლამენტის ევროპასთან ინტეგრაციის კომიტეტის სამოქმედო გეგმის მიხედვით, გაეროს გლობალური მდგრადი განვითარების და საქართველოსთვის მისადაგებული ამოცანის თანახმად, 2030 წლისთვის დიდ ქალაქებში მოსახლეობის ერთ სულზე გარემოზე უარყოფითი ზემოქმედების შემცირება, მათ შორის, ჰაერის ხარისხისთვის და მუნიციპალური და სხვა ნარჩენების მართვის საკითხებზე განსაკუთრებული ყურადღების დათმობით (საქართველოს პარლამენტი, 2022). PM2.5- ის საშუალო წლიური დონე არ უნდა აჭარბებდეს 20 მკგ/მ³- ს (2020- 2030 წწ) (საქართველოს პარლამენტი, 2022).

9.05 რატიფიცირებული ეკოლოგიური შეთანხმებების რაოდენობა

ქვეყნის ლიდერული პოზიცია სომხეთთან და რუსეთთან ერთად, აზერბაიჯანსა და თურქეთთან შედარებით იმით აიხსნება, რომ საქართველო უმეტესი ეკოლოგიური შეთანხმებებისა და ოქმების მონაწილეა (ექსპერტი N4) (იხ. დანართი 87). ექსპერტთა შეფასებით, საქართველოს არ აქვს რატიფიცირებული „ტრანსსასაზღვრო კონტექსტში გარემოზე ზემოქმედების შეფასების შესახებ“ (ესპოს) კონვენცია, თუმცა ევროკავშირთან ასოცირების ხელშეკრულების ვალდებულების თანახმად, სამომავლოდ, მოსალოდნელია, მასთან შეერთება (ექსპერტი N4).

12.02 ტურიზმის ინფრასტრუქტურის ხარისხი

საქართველო ტურიზმის ინფრასტრუქტურის ხარისხის მაჩვენებლით სომხეთს, აზერბაიჯანსა და თურქეთს ჩამორჩება, თუმცა ჩამორჩენა მცირეა და კონკურენცია ბაზარზე - გაჯერებული (იხ. დანართი 88). მიუხედავად ამისა, გასათვალისწინებელია საქართველოს ტურიზმის სტრატეგია 2025-ის ერთ-ერთი მიზანი, ქვეყანამ მაღალი გადახდისუნარიანი ტურისტები მოიზიდოს.

საქართველოში მრავალია მაღალი კლასის სასტუმრო (ძირითადად თბილისსა და ბათუმში), რაც მიმზიდველია მათთვის, ვისაც სურს მაღალი ფასის მაღალ ხარისხში გადახდა, თუმცა თუ ინფრასტრუქტურა შეუსაბამოა, მხოლოდ მაღალი კლასის სასტუმროს შეთავაზება საკმარისი არ არის, ვინაიდან ტურისტს, მოსალოდნელია, სასტუმროს ტერიტორიის გარეთაც შესაბამისი ხარისხის მოლოდინი ჰქონდეს.

12.03 მანქანების გამქირავებელი მსხვილი კომპანიების რაოდენობა

მანქანების გამქირავებელი მსხვილი კომპანიების რაოდენობით, საქართველო, თურქეთთან და სომხეთთან ერთად ლიდერია. ინდიკატორი ქვეყანაში მანქანათა გამქირავებელი ძირითადი შვიდი კომპანიის არსებობას აფასებს: Avis, Budget, Europcar, Hertz, National Car Rental, Sixt და Thrifty (Avis; Budget; Europcar; Hertz; National Car Rental; Sixt; Thrift). ჩამოთვლილი კომპანიებიდან შვიდივე კომპანია წარმოდგენილია სომხეთში, თურქეთსა და საქართველოში. აზერბაიჯანში - 5 და რუსეთის ფედერაციაში - არცერთი (იხ. დანართი 89). ლიდერული პოზიციის შენარჩუნება ხელს შეუწყობს ქვეყანაში არსებული ტურისტული რესურსების გამოყენების გააქტიურებას.

13.05 ბუნებრივი აქტივების მიმზიდველობა

აღნიშნული ინდიკატორის მაჩვენებელთა ცვლილება წლებთან ერთად საკმაოდ მცირეა (იხ. დანართი 90). საზოგადოდ, კავკასიის რეგიონი მრავალფეროვანი ბუნებრივი რესურსებითა და მახასიათებლებით გამოირჩევა (Zazanashvili, Garforth, Bitsadze, 2020), თუმცა როგორც მაჩვენებლები გვიჩვენებენ, საქართველო გამორჩეულია ამ კუთხით და ლიდერული პოზიცია აქვს.

* * *

საქართველოს ინდიკატორები, რომლებსაც არაგაჯერებული კონკურენციის პირობებში ლიდერული პოზიცია აქვთ:

ცხრილი N3.1.6. საქართველოს ინდიკატორები, ლიდერული პოზიცია არაგაჯერებული კონკურენციის პირობებში²⁸

3.01 სამედიცინო მუშაკთა რაოდენობა

12.01 სასტუმროს ნომრები

3.01 სამედიცინო მუშაკთა რაოდენობა

საქართველოს მაჩვენებელი სამედიცინო მუშაკთა რაოდენობის მხრივ რეგიონში საუკეთესოა, სასურველია ლიდერობის შენარჩუნება (იხ. დანართი 91).

12.01 სასტუმროს ნომრები

სასტუმროს ნომრების, ყოველ 100 მოსახლეზე, რაოდენობით, რეგიონში საქართველო ლიდერობს, კონკურენცია არ არის გაჯერებული (იხ. დანართი 92).

საქართველოსთვის, ობიექტური მიზეზებიდან გამომდინარე, შეუძლებელი იქნება თურქეთისა და რუსეთის ფედერაციის სასტუმრო ნომრების რაოდენობის მიღწევა, თუმცა შეუძლია, სომხეთთან და აზერბაიჯანთან შედარებით, ლიდერობის შენარჩუნება.

* * *

არაგაჯერებული კონკურენციის პირობებში საქართველოს მიმდევარი პოზიციების მიმოხილვის შემდეგ, ის ინდიკატორები განვიხილოთ, სადაც საქართველოს მიმდევარი პოზიცია ობიექტური მიზეზებითაა განპირობებული (ტერიტორიის ფართობი, მოსახლეობის რაოდენობა). ამ მიზეზთა ხასიათის გამო ნაკლებსავარაუდო ან შეუძლებელია პოზიციის გაუმჯობესება.

ცხრილი N3.1.7. ინდიკატორები, სადაც საქართველოს მიმდევარი პოზიცია ობიექტური მიზეზებითაა (ტერიტორიის, მოსახლეობის სიმცირე) განპირობებული²⁹

10.02 ადგილობრივი ხელმისაწვდომი ადგილ-კილომეტრი

10.03 საერთაშორისო ხელმისაწვდომი ადგილ-კილომეტრი

10.04 თვითმფრინავთა გაფრენა

14.03 სპორტული სტადიონების რაოდენობა

10.02. ადგილობრივი ხელმისაწვდომი ადგილ-კილომეტრი

ინდიკატორი ავიახაზთა მიერ ადგილობრივ ფრენათა შესრულებისას ხელმისაწვდომ ადგილების რაოდენობას ზომავს, რაც ბუნებრივია, საქართველოს, აზერბაიჯანსა და სომხეთს, თურქეთთან და რუსეთის ფედერაციასთან შედარებით, მიმდევარ პოზიციაზე აყენებს. ტერიტორიის სიმცირიდან გამომდინარე, ლიდერული

²⁸ ავტორის ნამუშევარი წყაროზე დაფუძნებით World Economic Forum. "TTCI", 2007-2019.

²⁹ ავტორის ნამუშევარი წყაროზე დაფუძნებით World Economic Forum. "TTCI", 2007-2019.

პოზიციის მოპოვება არარეალისტურ მიზანს წარმოადგენს, ამიტომ ამ შემთხვევაში, სასურველია საქართველომ სომხეთთან და აზერბაიჯანთან მიმართებით, ლიდერული პოზიცია მოიპოვოს და შეინარჩუნოს (საქართველო მიმდევარია მათთან მიმართებითაც) (იხ. დანართი 93).

10.03. საერთაშორისო ხელმისაწვდომი ადგილ-კილომეტრი

ვინაიდან საქართველო მცირე მიწიანი და მცირე მოსახლეობის მქონე ქვეყანაა, საკმაოდ რთული ამოცანაა საერთაშორისო ხელმისაწვდომი ადგილ-კილომეტრის მხრივ, ლიდერული პოზიციის დაკავება. ამ შემთხვევაშიც, სასურველია საქართველომ სომხეთთან და აზერბაიჯანთან მიმართებით, ლიდერული პოზიცია (საქართველო ლიდერობს აზერბაიჯანსა და სომხეთთან შედარებით) (იხ. დანართი 94).

10.04 თვითმფრინავთა გაფრენა

ამ ინდიკატორით საქართველოს მიმდევარი პოზიცია წინა ორი ინდიკატორის გამოწვევებით აიხსნება, კერძოდ, ვინაიდან საქართველოს მცირერიცხოვანი მოსახლეობა და მცირე მიწა გააჩნია, ქვეყნისთვის წამყვანი პოზიციის დაკავება შეუძლებელი იქნება. მითუმეტეს, რომ ლიდერია თურქეთი, რომელსაც სტამბულის ათათურქის აეროპორტის ინტერკონტინენტალური მნიშვნელობის ჰაბის სტატუსი გააჩნია (იხ. დანართი 95).

14.03 სპორტული სტადიონების რაოდენობა

სომხეთში - 1 სტადიონი; საქართველოში - 3 სტადიონი; აზერბაიჯანში - 5 სტადიონი; თურქეთში - 43 სტადიონი; რუსეთის ფედერაციაში - 46 სტადიონი (Worldstadiums.com) (იხ. დანართი 96).

* * *

მას შემდეგ, რაც განვიხილეთ არაგაჯერებული კონკურენციის პირობებში საქართველოს მიმდევარ პოზიციაზე არსებული მაჩვენებლები, გაჯერებული კონკურენციის პირობებში არსებულ მიმდევარ პოზიციაზე მყოფი მაჩვენებლები განვიხილოთ. ამ მდგომარეობაში მყოფი მაჩვენებლების გაუმჯობესებით შუალედურ და შემდეგ ლიდერულ პოზიციებზე გადანაცვლება, შედარებით, უფრო მარტივია.

3.2. სვეტების შეფასება

საქართველოს, მოგზაურობისა და ტურიზმის კონკურენტუნარიანობის ანგარიშში (TTCI), საკვლევ ქვეყნებთან მიმართებაში, შუალედური პოზიცია უკავია. ინდექსის სვეტებისა და ინდიკატორების ანალიზის შედეგად გამოვლინდა გამოწვევები, რომლებიც შუალედურ პოზიციაზე ყოფნას ხსნიან.

„ბიზნესგარემო“

IQR-ის მეთოდმა „ბიზნესგარემოს“ სვეტში 2015-2017 წლებში განსაკუთრებულად პოზიტიური მაჩვენებელი გამოავლინა (იხ. გრაფიკი N2.2.1). სვეტის შემადგენელ ინდიკატორთა უმეტესობა (7 ინდიკატორი 12-დან) ჩვენთვის საინტერესო, 2015-2017 წლებში, პოზიტიური მაჩვენებლებით ხასიათდება:

- (1) *საკუთრების უფლება*. მაჩვენებელი ზრდადია 2012 წლიდან და განსაკუთრებულად მაღალია 2016 წელს;
- (2) *კანონების ზეგავლენა უცხოურ პირდაპირ ინვესტიციებზე*. მაჩვენებელი 2014 წლიდანაა ზრდადი;
- (3) *სადავო საკითხების მოგვარებისას უფლებათა ბაზის ეფექტიანობა*. ზრდადია 2013-დან 2017 წლამდე;
- (4) *გამოწვევათა რეგულირებისას საკანონმდებლო ჩარჩოების ეფექტიანობა*. ზრდადია 2014 წლიდან 2016 წლამდე;
- (7) *ბაზარზე დომინირების ხარისხი*. ზრდადია 2013-დან 2018 წლამდე;
- (10) *მუშაობის სტიმულებზე მოქმედი გადასახადების მოცულობა და გავლენა*. ზრდადია 2012 წლიდან 2017 წლამდე. განსაკუთრებულად პოზიტიურია: 2010, 2014, 2015 და 2016 წლებში;
- (11) *ინვესტირების სტიმულებზე მოქმედი გადასახადების მოცულობა და გავლენა*. ზრდადია 2014 წლიდან 2017 წლამდე. განსაკუთრებული მნიშვნელობები: 2010, 2013, 2014, 2015 და 2016 წლებში ფიქსირდება.

პოზიტიური მაჩვენებლის 2015 წლისთვის გამოვლენა აიხსნება ამ ინდიკატორთა მაჩვენებლებით.

დანარჩენი ხუთი ინდიკატორი კი სტაბილურია:

- (5) *დრო, რომელიც მშენებლობის უფლების მოპოვებას სჭირდება*;

- (6) ღირებულება, რომელიც მშენებლობის წესების დაცვას ესაჭიროება;
- (8) დრო, რომელიც ბიზნესის წამოწყებას სჭირდება;
- (9) ღირებულება, რომელიც ბიზნესის წამოწყებას სჭირდება;
- (12) საერთო გადასახადების მოცულობა.

ამგვარად, მეთოდმა საშუალება მოგვცა იმ ინდიკატორების გამოვლენა, რომლებიც სვეტის მნიშვნელობაზე განსაკუთრებულ გავლენას ახდენენ. ინდიკატორებს შორის ურთიერთგავლენის დადგენის გზით კი - საყურადღებო საკითხები წარმოჩნდება.

როგორც ანალიზმა გვიჩვენა, მიუხედავად იმისა, რომ საქართველო, საკვლევ ქვეყნებს შორის, „ბიზნესგარემოს“ სვეტის მიხედვით, გაჯერებული კონკურენციის პირობებში, ლიდერულ პოზიციაზეა, ცალკეული ინდიკატორის შემთხვევაში, გამოწვევები ვლინდება, რისთვისაც აღნიშნულ საკითხებთან დაკავშირებული სხვადასხვა ავტორიტეტული გამოცემების ანგარიშები (კერძოდ: „საერთაშორისო გამჭვირვალობა - საქართველო“, 2021; U.S. Department of State 2022, 2023; International Property Rights Index 2023)

შედეგად, გამოვლინდა ცვლილებათა განმსაზღვრელი მთავარი გარემოებები:

- ხარვეზები სასამართლო სისტემაში (უფლებათა და კანონთა ბაზა) („საერთაშორისო გამჭვირვალობა - საქართველო“, 2021; ჯეოქეისი, 2021; U.S. Department of State 2022, 2023; International Property Rights Index 2023);
- ბაზარზე დომინირების ხარისხი („საერთაშორისო გამჭვირვალობა - საქართველო“, 2021).

სასამართლო სისტემასა და უფლებათა ბაზაში არსებული პრობლემები განსაკუთრებულად უარყოფით გავლენას შემდეგ ინდიკატორებზე ახდენენ:

- საკუთრების უფლება (სვეტი 1, ინდიკატორი 1);
- სადავო საკითხების მოგვარებისას უფლებათა ბაზის ეფექტიანობა (სვეტი 1, ინდიკატორი 3);
- გამოწვევათა რეგულირებისას საკანონმდებლო ბაზის ეფექტიანობა (სვეტი 1, ინდიკატორი 4).

საქართველოს პოზიცია „საკუთრების უფლების“ (სვეტი 1, ინდიკატორი 1) ინდიკატორით შუალედურია, თუმცა გაჯერებული კონკურენციის პირობებში, ლიდერობს. სასამართლო სისტემის (მ. შ. უფლებათა და კანონთა ბაზის) გამოწვევების აღმოფხვრა, საქართველოს პოზიციებს გააუმჯობესებდა.

სასამართლო სისტემაში არსებული პრობლემური საკითხების მოგვარებით, სადავო საკითხების მოგვარებისას უფლებათა ბაზის ეფექტიანობისა (სვეტი 1, ინდიკატორი 3) და გამოწვევათა რეგულირებისას საკანონმდებლო ბაზის ეფექტიანობის (სვეტი 1, ინდიკატორი 4) მაჩვენებელთა ლიდერულ პოზიციებში გადანაცვლება შესაძლებელი გახდება.

უფლებათა და კანონთა ბაზასთან დაკავშირებული საკითხები, გავლენას, ბაზარზე დომინირების ხარისხზეც (სვეტი 1, ინდიკატორი 7) ახდენენ, რასაც, კონკურენციის სააგენტოს მუშაობის ხარვეზებსაც უკავშირებენ („საერთაშორისო გამჭვირვალობა - საქართველო“, 2021).

ამრიგად, ანალიზის შედეგად ვასკვნით, რომ საქართველოს „ბიზნესგარემოს“ სვეტში პოზიციის გასაუმჯობესებლად საკვანძო მნიშვნელობა ენიჭება შემდეგი ფაქტორების გაუმჯობესებას:

- სასამართლო სისტემაში არსებული გამოწვევების აღმოფხვრა;
- ბაზარზე დომინირების ხარისხის ამაღლება.

„დაცულობა და უსაფრთხოება“

IQR-ის მეთოდმა მეორე სვეტის „დაცულობისა და უსაფრთხოების“ შემთხვევაში, განსაკუთრებული მნიშვნელობები, მხოლოდ ერთ ინდიკატორზე (2 - პოლიციის საიმედოობა) გამოავლინა.

პოლიციის საიმედოობაზე განსაკუთრებული, ნეგატიური, მნიშვნელობა გამოვლინდა: 2010 წელს. პოზიტიური მნიშვნელობა კი 6 წლის მონაცემებში: 2011; 2012; 2013; 2014; 2015; 2016. აღნიშნული „პოლიციის საიმედოობის“ ინდიკატორის ზრდასა და რეგიონში ლიდერულ მაჩვენებელზე მიუთითებს.

საქართველოს პოზიცია, „დაცულობა და უსაფრთხოების“ სვეტით, გაჯერებული კონკურენციის პირობებში, ლიდერულ პოზიციაზეა. ცალკეული ინდიკატორის შემთხვევაში, განსაკუთრებული გამოწვევები არ ვლინდება.

ვინაიდან აღნიშნული სვეტის ყველა ინდიკატორის მიხედვით საქართველოს მაჩვენებლები გაჯერებულ კონკურენციაში არიან საკვლევი ქვეყნების მაჩვენებლებთან, ქვეყნის ლიდერობის შენარჩუნება ინდიკატორების სრული სპექტრით გამოწვევად გვევლინება.

„ჯანმრთელობა და ჰიგიენა“

IQR-ის მეთოდმა არც სვეტის და არც ცალკეული ინდიკატორების მაჩვენებლებში განსაკუთრებული მაჩვენებელი არ გამოავლინა.

„ჯანმრთელობისა და ჰიგიენის“ სვეტით, საქართველო, გაჯერებული კონკურენციის პირობებში, შუალედურ პოზიციაზეა. ანალიზის შედეგად, სამი ყურადსაღები ფაქტორი გამოვლინდა: ძირითადი სანიტარული საშუალებების გამოყენება (სვეტი 3, ინდიკატორი 2), საავადმყოფო საწოლების რაოდენობა (სვეტი 3, ინდიკატორი 4) და შიდსის გავრცელების მოცულობა (სვეტი 3, ინდიკატორი 5).

სამივე ინდიკატორი ჯანდაცვის სფეროს განეკუთვნება, თუმცა, თანამედროვე, პანდემიურ პირობებში, ტურიზმის ინდუსტრიაზეც განსაკუთრებული გავლენის მომხდენია. მათთვის შესაბამისი ყურადღების დათმობით, საქართველოს პოზიცია „ჯანმრთელობისა და ჰიგიენის“ სვეტით, გაუმჯობესდება.

„ადამიანისეული რესურსები და შრომის ბაზარი“

IQR-ის მეთოდმა 2 ინდიკატორის შემთხვევაში განსაკუთრებული მნიშვნელობა გამოავლინა:

- პირველი ინდიკატორი, „მოსახლეობაში დაწყებითი განათლების მაჩვენებელი“ პოზიტიურ ცვლილებას 2016 წელს ავლენს;
- მეოთხე ინდიკატორი, „მომხმარებლებთან მოპყრობა“ კი ნეგატიურ ცვლილებას - 2014 წელს.

საქართველოს შუალედური პოზიცია სვეტით „ადამიანისეული რესურსები და შრომის ბაზარი“ ექსპერტები შემდეგი ფაქტორებით ხსნიან: შრომის ბაზარზე არსებული გამოწვევები და პერსონალის ტრეინინგის/გადამზადების მასშტაბების სიმცირე. ორივე ფაქტორი, ერთმანეთთან მჭიდრო ურთიერთდამოკიდებულებაშია.

„ინფორმაციული და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების მზაობა“

IQR-ის მეთოდით განსაკუთრებული მნიშვნელობა სვეტის 3 ინდიკატორში გამოვლინდა:

- მესამე ინდიკატორი - „ინტერნეტით მოსარგებლე ფიზიკური პირები“ - ნეგატიური ცვლილება 2010 წელს;
- მეხუთე ინდიკატორი - „მობილური სერვისების მომხმარებელთა რაოდენობა“ - პოზიტიური ცვლილება 2010 წელს;
- მერვე ინდიკატორი - ელექტროენერჯის მიწოდების ხარისხი“ - ყველა საკვლევ წელს (2007, 2008, 2009, 2011, 2013, 2015, 2017, 2019) პოზიტიური ცვლილება.

„ინფორმაციული და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების მზაობის“ სვეტით, საქართველო, გაჯერებული კონკურენციის პირობებში, შუალედურ პოზიციაზეა.

ანალიზის შედეგად, შუალედური პოზიციის განმაპირობებელ ფაქტორად „ინტერნეტით მოსარგებლე ფიზიკური პირების“ (სვეტი 5, ინდიკატორი 3) რაოდენობის სიმცირე გამოვლინდა. აღნიშნული ინდიკატორით, საქართველოს გაჯერებული კონკურენციის პირობებში, მიმდევარი პოზიცია უკავია. ეს ინდიკატორი განაპირობებს სამი ინდიკატორის მიმდევარ პოზიციაზე ყოფნასაც:

- ინფორმაციული და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების გამოყენება ბიზნესი-ბიზნესისთვის გარიგებების წარმოებისას (სვეტი 5, ინდიკატორი 1);
- ინტერნეტის გამოყენება ბიზნესი-მომხმარებლისთვის გარიგებების წარმოებისას (სვეტი 5, ინდიკატორი 2);
- მობილური ტელეფონის ინტერნეტის მომხმარებელთა რაოდენობა“ (სვეტი 5, ინდიკატორი 6).

ინტერნეტით მოსარგებლე პირების რაოდენობის გაზრდით, მოსალოდნელია იმ ადამიანთა რიცხვის გაზრდა, რომელთაც ბიზნესის წარმოებისას, ინტერნეტის გამოყენების უნარები გამოუმუშავდებათ.

„მოგზაურობისა და ტურიზმის პრიორიტეტულობა“

IQR-ის მეთოდმა სვეტში 2011-დან და 2015 წლამდე განსაკუთრებული მნიშვნელობები გამოავლინა, თუმცა ინდიკატორებში - არ გამოვლენილა (იხ. გრაფიკი N2.2.6).

სვეტის შემადგენელი 6 ინდიკატორიდან, IQR-ის მეთოდის გამოყენებამ განსაკუთრებული მნიშვნელობები არ გამოავლინა, თუმცა 5 მათგანი, ჩვენი საკვლევი პერიოდისთვის, ზრდადობით ხასიათდება.

- (1) მოგზაურობისა და ტურიზმის ინდუსტრიის პრიორიტეტულობის ხარისხი მთავრობისთვის. ინდიკატორის მაჩვენებლები 2010-დან 2014 წლამდე ზრდადია;
- (3) ტურისტთა მოზიდვაზე მიმართული მარკეტინგული საქმიანობის ეფექტიანობა. მაჩვენებლები ზრდადია 2010-დან 2014 წლამდე;
- (4) მოგზაურობისა და ტურიზმის წლიური მონაცემების ყოვლისმომცველობა. მაჩვენებლები ზრდადობით 2010-დან 2017 წლამდე ხასიათდებიან;
- (5) მოგზაურობისა და ტურიზმის ყოველთვიური/ყოველკვარტალური მონაცემების მიწოდების დროულობა. მაჩვენებლები ზრდადია 2012-დან 2017 წლამდე;
- (6) ქვეყნის ბრენდის სტრატეგიის რეიტინგი. მაჩვენებლები ზრდადია 2014 წლიდან.

საქართველოს, მოგზაურობისა და ტურიზმის პრიორიტეტულობის სვეტით, საკვლევ ქვეყნებთან მიმართებაში, გაჯერებული კონკურენციის პირობებში, ლიდერული პოზიცია უკავია.

აღსანიშნავია, რომ საქართველოს მთავრობის დანახარჯები მოგზაურობისა და ტურიზმის ინდუსტრიაზე (სვეტი 6, ინდიკატორი 2), საკვლევ ქვეყნებს შორის, არაგაჯერებული კონკურენციის პირობებში, მიმდევარ პოზიციაზეა. მიუხედავად ამისა, აღნიშნული დანახარჯები დამაკმაყოფილებლად მიიჩნევა, ვინაიდან დანახარჯები, ძირითადად, მარკეტინგულ ღონისძიებებზე იწევა, რასაც, თავის მხრივ, შედეგები აქვს. პანდემიის პირობებში, საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის მხარდაჭერით, საინფორმაციო ტურებზე ქვეყნით დაინტერესებული პირები მრავალი ქვეყნიდან მოიწვიეს, რომლებიც საქართველოს ტურისტულ ღირსშესანიშნაობებზე, ტრადიციებზე, აქტივობებსა და სხვა საკითხებზე ინფორმაციას აგროვებდნენ და პოტენციურ ბაზრებზე ავრცელებდნენ.

მოგზაურობისა და ტურიზმის წლიური მონაცემების ყოვლისმომცველობით (სვეტი 6, ინდიკატორი 4), არაგაჯერებული კონკურენციის პირობებში - შუალედურ პოზიციაზეა. ამ ინდიკატორის შემთხვევაშიც აღსანიშნავია ის, რომ საქართველო აქტიურად მუშაობს სატელიტური ანგარიშის დანერგვაზე და რამდენიმე ცხრილი 2022 წელსაც გამოქვეყნდა.

„საერთაშორისო გახსნილობა“

საერთაშორისო გახსნილობის სვეტში, საკვლევ ქვეყნებთან შედარებისას, საქართველოს, გაჯერებული კონკურენციის პირობებში, ლიდერული პოზიცია აქვს.

საქართველოს სამი ინდიკატორიდან, ორი ინდიკატორი (საჰაერო მომსახურების ორმხრივი შეთანხმებების ხელმისაწვდომობა (სვეტი 7, ინდიკატორი, 2) და მოქმედი რეგიონული სავაჭრო ხელშეკრულებების რაოდენობა (სვეტი 7, ინდიკატორი 3)) არაგაჯერებული კონკურენციის პირობებში, შუალედურ პოზიციაზეა.

ლიდერული პოზიციის შენარჩუნებისთვის შემდეგი ფაქტორების გაუმჯობესებას ენიჭება მნიშვნელობა:

- საჰაერო მომსახურების ორმხრივი შეთანხმებების ხელმისაწვდომობა;
- მოქმედი რეგიონული სავაჭრო ხელშეკრულებების რაოდენობა.

„ფასის კონკურენტუნარიანობა“

IQR-ის მეთოდით „ფასის კონკურენტუნარიანობის“ სვეტში განსაკუთრებული მნიშვნელობა 2013 წელს გამოვლინდა (იხ. გრაფიკი N2.2.8).

სვეტის შემადგენელი 4 ინდიკატორიდან ზრდადი მაჩვენებლით მხოლოდ ერთი ხასიათდება:

- *(3) მყიდველობითი უნარიანობის პარიტეტი.* ზრდადია 2011-დან 2015 წლამდე.

მიუხედავად იმისა, რომ სვეტის განსაკუთრებული მნიშვნელობის გამოვლენას ინდიკატორები განსაზღვრავენ, მერვე სვეტის შემთხვევაში სხვაგვარი დამოკიდებულება TICI-ს მეთოდოლოგიის ცვლილებით აიხსნება.

აღსანიშნავია, რომ 2013 წელს ინდექსში მხოლოდ სამი ინდიკატორი განიხილებოდა:

- (1) სასტუმრო ნომრების რაოდენობა ყოველ 100 მოსახლეზე;
- (2) მანქანების გამქირავებელი მსხვილი კომპანიების რაოდენობა;
- (3) ბანკომატთა რაოდენობა თითოეულ ზრდასრულ ადამიანზე.

ეს სამი ინდიკატორი განსხვავდება ინდექსის ბოლო ანგარიშისგან და მეთორმეტე სვეტის ინდიკატორებს მოიცავს. ჩვენ, მონაცემთა ანალიზისას აღნიშნული გავითვალისწინეთ და ინდიკატორთა მაჩვენებლები სწორად შევავსოვეთ, თუმცა სვეტების გამოვლენის მეთოდოლოგიაში არსებულ ცვლილებებს ვერ შევცვლიდით.

ფასის კონკურენტუნარიანობის სვეტში, საკვლევ ქვეყნებთან მიმართებით, საქართველოს გაჯერებული კონკურენციის პირობებში, შუალედურ პოზიციაზეა.

როგორც აღინიშნა, საქართველოს ტურიზმის ინდუსტრიის სტრატეგია მაღალგადახდისუნარიანი სეგმენტების გაზრდაზეა მიმართული. შესაბამისად, ტურისტული პროდუქტის ფასებთან მომსახურების ხარისხის თავსებადობა, გამოწვევად უნდა ჩაითვალოს. ამასთან მომსახურების ხარისხის ამაღლების შედეგად ფასების ზრდაა მოსალოდნელი.

მოცემულ სვეტში, საქართველოს შემთხვევაში გამოწვევათა დასახელება რთულია, ვინაიდან სირთულეები არაერთმნიშვნელოვანია. მაგალითად, საქართველოში, სადაც საწვავი თითქმის სრულადაა იმპორტირებული, მიზანს საწვავის ფასის დონის (სვეტი 8, ინდიკატორი 4) შენარჩუნება წარმოადგენს, ვინაიდან გაჯერებული კონკურენციის პირობებში შუალედური პოზიციიდან ლიდერულ პოზიციაზე გადანაცვლება ქვეყანას გაუჭირდება. საწვავის ფასის დონესთანაა კავშირში ბილეთისა და აეროპორტის მოსაკრებლები (სვეტი 8, ინდიკატორი 1), რადგან მოსაკრებელთა ნახევარი საწვავის ფასს შესადგენს (ექსპერტი N8).

ორი ინდიკატორით (სასტუმროს ფასების ინდექსი (სვეტი 8, ინდიკატორი 2) და მყიდველობითი უნარიანობის პარიტეტი (სვეტი 8, ინდიკატორი 3)) საქართველოს, გაჯერებული კონკურენციის პირობებში, მიმდევარი პოზიცია უკავია, თუმცა სიღრმისეული ანალიზით დგინდება, რომ მიმდევარი პოზიცია არც თუ კრიტიკული მნიშვნელობისაა.

სასტუმროს ფასების ინდექსით (სვეტი 8, ინდიკატორი 2) საქართველოს მიმდევარი პოზიცია იმით აიხსნება, რომ ბაზარზე სასტუმროებზე მაღალი მოთხოვნა შეინიშნება, რაც მაღალ ფასებს იწვევს და, თავის მხრივ, ინდიკატორის მიმდევარ პოზიციას განაპირობებს.

მყიდველობითი უნარიანობის პარიტეტით, საქართველოს მიმდევარი პოზიცია, გრძელვადიან პერსპექტივაში, გამოწვევად არ მიგვაჩნია, ვინაიდან საკვლევ ქვეყნების მყიდველობითი უნარიანობის პარიტეტის დაახლოებით მსგავსი დონე, მოგზაურობაზე გადაწყვეტილების მიღებისას მნიშვნელობას კარგავს.

მოგზაურობისა და ტურიზმის კონკურენტუნარიანობის ინდექსის რეიტინგებით, დაბალი მყიდველობითი უნარიანობის პარიტეტით მოწინავე ქვეყნებს აქვთ და

რეიტინგშიც უფრო ზევით არიან, რაც აიხსნება იმით, რომ უფრო დაბალხარჯიანი ქვეყანაში ცხოვრება უფრო მიმზიდველია და ის მეტად კონკურენტუნარიანია. ტურიზმის კონკურენტუნარიანობის კუთხით, მყიდველობითი უნარიანობის პარიტეტით კონკურენტულ უპირატესობას აწერბაიჯანი ფლობს.

გრძელვადიანი ხედვით, საქართველოში ცხოვრების დონის სტანდარტების გაზრდა ქვეყნის პოზიციას აღნიშნული მაჩვენებელი სავარაუდოდ გააუარესებს, მაგრამ, რადგანაც საქართველოს სამიზნე მაღალგადახდისუნარიანი ტურისტული სემენტებია, ამ მაჩვენებლით ჩამორჩენა ნეგატიურ მოვლენად არ უნდა განიხილებოდეს. შესაბამისად ვთვლით, რომ ქვეყანამ, უპირველესად ეკონომიკური განვითარებისა და, შემდგომ ეტაპზე, მაღალგადახდისუნარიანი მოგზაურების მოსაზიდად, გრძელი გზა უნდა განვლოს.

კვლევის შედეგებით საქართველოსთვის შემდეგი გამოწვევები დგინდება:

- „სასტუმროს ფასების ინდექსთან“ მიმართებით - გაჯერებული კონკურენციის პირობებში, შუალედური პოზიციის მოპოვება;
- „მყიდველობითი უნარიანობის პარიტეტთან“ მიმართებით - გაჯერებული კონკურენციის პირობებში, არსებული პოზიციის შენარჩუნება;
- ორ ინდიკატორთან - „ბილეთისა და აეროპორტის მოსაკრებლების“ და „საწვავის ფასის დონესთან“ - მიმართებით - გაჯერებული კონკურენციის პირობებში, მიმდევარ კონკურენტებს შორის, შუალედური პოზიციის შენარჩუნება.

სამომავლოდ, კონკურენტუნარიანობა სასურველია გამოიხატოს არა ფასში, არამედ ხარისხში.

„გარემოს მდგრადობა“

სვეტში, IQR-ის მეთოდმა, პოზიტიური მაჩვენებლები 2008, 2011 და 2015 წლებში გამოავლინა (იხ. გრაფიკი N2.2.9).

- 2 ინდიკატორი („გარემოს რეგულაციების სიმკაცრე“ და „ეკოლოგიური რეგულაციების გათვალისწინების უზრუნველყოფა“), არაგაჯერებული კონკურენციის პირობებში, მიმდევარი პოზიციაზეა.
- 3 ინდიკატორი, არაგაჯერებული კონკურენციის პირობებში, შუალედურ პოზიციაზეა. ეს ინდიკატორებია: „წყლის სიმძლავრის საბაზისო დონე

(ზედაპირული წყლის დეფიციტი)“, „ტყის საფარის ცვლილება“ და „ჩამდინარე წყლების გაწმენდა“.

- 2 ინდიკატორი („მოგზაურობისა და ტურიზმის ინდუსტრიის მდგრადობა“ და „საფრთხის ქვეშ მყოფი სახეობები“), გაჯერებული კონკურენციის პირობებში, შუალედურ პოზიციაზეა.
- 2 ინდიკატორი („ჰაერში მტვრის მყარ ნაწილაკთა (2,5) კონცენტრაცია“ და „რატიფიცირებული ეკოლოგიური შეთანხმებების რაოდენობა“), გაჯერებული კონკურენციის პირობებში, ლიდერულ პოზიციაზეა.

შესაძლო გამომწვევი მიზეზ(ებ)ი:

ექსპერტთა მოსაზრებები: 2007 წელს საქართველოს ლიდერულ პოზიციაზე ყოფნა, ექსპერტთა აზრით, იმით აიხსნება, რომ საქართველოს კანონდებლობა გაცილებით მიახლოებული იყო ევროპულ კანონმდებლობასთან, ვიდრე შედარებით მოგვიანებით პერიოდებში.

მას შემდეგ, რაც 2007 წელს კანონმდებლობაში ცვლილებები იქნა შეტანილი, რეგულაციები შესუსტდა (ექსპერტი N4). გარემოსდაცვითი შეფასების კოდექსში რიგი კანონების (მ. შ. წყლის კანონი, ტყის კოდექსი, წიაღის კანონი, ცხოველთა სამყაროს შესახებ კანონი) ცვლილებით, ლიცენზიის სახეები შემცირდა და რეგულაციები შესუსტდა (ექსპერტი N4). ექსპერტთა მტკიცებით, რეგულაციათა შესუსტება, საინვესტიციო გარემოს გასაუმჯობესებლად განხორციელდა (ექსპერტები N4, N5).

გარემოსდაცვითი რეგულაციების შესუსტებით, წყალში დამაბინძურებელი ნივთიერებების ჩაშვება, მწარმოებლისთვის (მეწარმისთვის) პასუხისმეგებლობის დაკისრების გარეშე, გახდა შესაძლებელი (ექსპერტი N4). შედეგად, გამოწვევები წარმოიშვა და ამ პროცესებით შესაძლებელია აიხსნას საქართველოს მიმდევარ პოზიციაზე აღმოჩენა (ექსპერტი N4). ექსპერტთა ვარაუდით, ქვეყნის პორიზიცია უახლოეს მომავალში გაუმჯობესებას დაიწყებს, ვინაიდან, ევროკავშირთან ასოცირების შეთანხმების ფარგლებში, მრავალი სხვადასხვა გარდაუვალი ვალდებულება დაეკისრება (ექსპერტი N4).

ამასთან, ეკოტურიზმის საკითხებში ექსპერტთა შეფასებით, ბუნებრივი რესურსების კონსერვაცია უკანა პლანზეა გადაწეული, რადგან ამ ეტაპზე, რესურსების დაცვის ნაცვლად, მათი გამოყენება მიმდინარეობს (ექსპერტი N5).

ექსპერტები აღნიშნავენ, რომ ბიომრავალფეროვნების და ბუნებრივი ღირსშესანიშნაობებით საინტერესო სვანეთში, რაჭა-ლეჩხუმში, დაცული ტერიტორიები არ არსებობს, რაც არ ნიშნავს იმას, რომ აღნიშნული რეგიონები ნაკლები მნიშვნელობისაა იმ რეგიონებთან შედარებით სადაც დაცული ტერიტორიები არის. ეს იმას ნიშნავს, რომ რეგიონებში კომერციული ინტერესებია (ტყით სარგებლობის და ჰესების მშენებლობის კუთხით), რის გამოც, რეგულაციების გამკაცრება ფერხდება და დროში იწელება (ექსპერტი N5).

მათ შორის, დაცული ტერიტორიების სააგენტოს საქმიანობა უფრო მეტად მიმართულია, ბუნებრივი რესურსების გამოყენება სახელმწიფოსთვის ეკონომიკური სარგებლის მომტანი პროექტების განსახორციელებლად, ნაცვლად დაცვისა და კონსერვაციისა (ექსპერტი N5).

სვეტის შემადგენელი 10 მაჩვენებლიდან 4 ინდიკატორის მაჩვენებლის ზრდადობა IQR-ით გამოვლენილ განსაკუთრებულ მნიშვნელობას ხსნის.

- (1) გარემოს რეგულაციების სიმკაცრე. ზრდადია 2019 წელს;
- (3) მოგზაურობისა და ტურიზმის ინდუსტრიის მდგრადობა. ზრდადია 2010-დან 2012 წლამდე;
- (4) მკვრივ ნაწილაკთა (2.5) კონცენტრაცია. ზრდადია 2009-დან 2012 წლამდე;
- (5) რატიფიცირებული ეკოლოგიური შეთანხმებების რაოდენობა. IQR-ის მეთოდმა 2008 წელს განსაკუთრებული მნიშვნელობა გამოავლინა, მაჩვენებელი 2014 წლიდან ზრდადია.

„გარემოს მდგრადობის“ სვეტით, საქართველოს, საკვლევი ქვეყნების მხრიდან გაჯერებული კონკურენციის პირობებში, ლიდერული პოზიცია უკავია.

მიუხედავად ამისა, გამოიკვეთა განსაკუთრებული გამოწვევები:

- გარემოსთან დაკავშირებული საკითხები;
- ეკოლოგიასთან დაკავშირებული საკითხები.

გარემოს რეგულაციების სიმკაცრე (სვეტი 9, ინდიკატორი 1) ფაქტორია, რომელიც მოქმედებს შემდეგ ინდიკატორებზე:

- ზედაპირული წყლის დეფიციტი (სვეტი 9, ინდიკატორი 6);
- საფრთხის ქვეშ მყოფი სახეობები (სვეტი 9, ინდიკატორი 7);
- ტყის საფარის ცვლილება (სვეტი 9, ინდიკატორი 8);
- ჩამდინარე წყლების წმენდა (სვეტი 9, ინდიკატორი 9).

საქართველო-ევროკავშირის ასოცირების შეთანხმების ფარგლებში, საქართველოს ვალდებულებების შესრულების შემდეგ, მოსალოდნელია აღნიშნული ინდიკატორების მაჩვენებლების გაუმჯობესება.

რაც შეეხება ეკოლოგიასთან დაკავშირებულ საკითხებს, მათი გავლენა მოგზაურობისა და ტურიზმის ინდუსტრიის მდგრადობაზეა (სვეტი 9, ინდიკატორი 3) აისახება, სადაც საქართველო, გაჯერებული კონკურენციის პირობებში, შუალედურ პოზიციაზეა. ეკოლოგიური რეგულაციების გათვალისწინების უზრუნველყოფამ (სვეტი 9, ინდიკატორი 2), მოსალოდნელია მოგზაურობისა და ტურიზმის ინდუსტრიის მდგრადობის (სვეტი 9, ინდიკატორი 3) მაჩვენებლის გაუმჯობესება გამოიწვიოს.

„საჰაერო ტრანსპორტის ინფრასტრუქტურა“

საჰაერო ტრანსპორტის ინფრასტრუქტურის სვეტის შემთხვევაში, ორი ჯგუფი გამოიყოფა: დაწინაურებულთა (რუსეთის ფედერაცია და თურქეთი) და მიმდევართა (საქართველო, სომხეთი, აზერბაიჯანი). ამის ახსნა ისეთი ობიექტური ფაქტორებითაა შესაძლებელი, როგორებიცაა: ტერიტორიის ფართობი, მოსახლეობის რიცხოვნობა.

დაწინაურებულთა ჯგუფში, საქართველოს მოხვედრა, ობიექტურ მიზეზთა გამო ნაკლებმოსალოდნელია. ამიტომ ყურადღებას იმ ფაქტორების გაუმჯობესებაზე გავამახვილებთ, სადაც შედეგების მიღება შესაძლებელია:

- საჰაერო ინფრასტრუქტურის ხარისხის გაუმჯობესება;
- მოქმედი ავიაკომპანიების რაოდენობა.

აღნიშნული ორი ფაქტორის გაუმჯობესებით, საქართველოს მიზანია, სამ სახელმწიფოს შორის (საქართველო, სომხეთი, აზერბაიჯანი), ლიდერული პოზიცია მოიპოვოს (ამ ეტაპზე აზერბაიჯანი ლიდერობს).

„სახმელეთო და საპორტო ტრანსპორტის ინფრასტრუქტურა“

სახმელეთო და საპორტო ტრანსპორტის ინფრასტრუქტურის სვეტში, საქართველოს შუალედური პოზიცია უკავია.

აღნიშნული სვეტის ინდიკატორთა ანალიზმა შემდეგი გამოწვევები გამოავლინა:

- საგზაო ინფრასტრუქტურა;
- სარკინიგზო ინფრასტრუქტურა;
- საპორტო ინფრასტრუქტურა.

ვინაიდან, ექსპერტთა აზრით, საქართველოს სატრანსპორტო ინფრასტრუქტურებს შორის, უკეთესი მდგომარეობა სახმელეთო ტრანსპორტის მხრივია, ამასთან, უახლოეს მომავალში, რამდენიმე მნიშვნელოვანი პროექტის დასრულება იგეგმება, მოსალოდნელია, რომ საქართველოს მაჩვენებლები გაუმჯობესდება შემდეგ ინდიკატორებში:

- გზების ხარისხი (სვეტი 11, ინდიკატორი 1);
- გზების სიმჭიდროვე (სვეტი 11, ინდიკატორი 2);
- ასფალტირებული გზის სიმჭიდროვე (სვეტი 11, ინდიკატორი 3).

გზების ინფრასტრუქტურის გარდა, სარკინიგზო და საპორტო ინფრასტრუქტურის ხარისხის გაუმჯობესება გაცილებით დიდ თანხებთანაა დაკავშირებული. სარკინიგზო ინფრასტრუქტურის შემთხვევაში, გამოწვევად გვევლინება, ქვეყნის რელიეფი, რომელიც ართულებს პროექტების დაგეგმვა/განხორციელებას.

„ტურისტთა მომსახურების ინფრასტრუქტურა“

საქართველო ლიდერობს ტურისტთა მომსახურების ინფრასტრუქტურის სვეტში, თუმცა კონკურენცია გააქვრებულია. საქართველოს მიზანია ლიდერული პოზიციის შენარჩუნება, რისთვისაც ინდიკატორთა მაჩვენებლების უწყვეტი გაუმჯობესებაა საჭირო.

ამასთან, გამოვლინდა გამოწვევა: ბანკომატთა რაოდენობა თითოეულ ზრდასრულ ადამიანზე (სვეტი 12, ინდიკატორი 4), თუმცა აღსანიშნავია ბოლო დროის, უნაღლო ანგარიშსწორების, ტენდენცია, რომელიც ნაკლებად მნიშვნელოვნად წარმოაჩენს აღნიშნული ინდიკატორით საქართველოს შუალედურ პოზიციას.

„ბუნებრივი რესურსები“

ბუნებრივი რესურსების სვეტში, საქართველო არაგაჯერებული კონკურენციის პირობებში, შუალედურ პოზიციაზეა.

აღნიშნული სვეტის ინდიკატორების მაჩვენებელთა გასაუმჯობესებლად, შემდეგი ფაქტორების გაუმჯობესებაა საჭირო:

- საქართველოს ბუნებრივი ძეგლების შესწავლა;
- დაცულ ტერიტორიათა შესაბამისი სტატუსების მინიჭება და, სტატუსების შესაბამისად, დაცვა/კონსერვაცია.

საქართველოს ბუნებრივი ძეგლების შესახებ ინფორმაციის მოძიება და კვლევების ჩატარება, ექსპერტთა აზრით, ამ ეტაპზე, ყველაზე დიდ გამოწვევას წარმოადგენს.

„კულტურული რესურსები და ბიზნესმოგზაურობა“

სვეტის ყველა ინდიკატორი (5) არაგაჯერებული კონკურენციის პირობებში შუალედურ პოზიციაზეა. ნეგატიური ცვლილება 2007 წელს, რაც შესაძლოა განპირობებული იყო მეთოდოლოგიის ცვლილებით, ვინაიდან, ინდექსი მრავალი სვეტისა და ინდიკატორისგან შედგება, ცვლილებები ზოგჯერ განპირობებულია მათი გამოთვლის მეთოდიკის შეცვლა-განახლებით (TTCI, 2019). თანაც, საქართველოში ნეგატიური მოვლენები, ამ მხრივ, არ მომხდარა.

ცნობისთვის: საქართველოს მდგომარეობა მსგავსია, სახელმწიფოს სამი მსოფლიო მემკვიდრეობის ძეგლი გააჩნია. 2007 წელს ქვეყანამ ნუსხაში დასამატებლად თხუთმეტი ძეგლი წარადგინა, თუმცა ნუსხაში ისინი არ მოხვდნენ. არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლი მხოლოდ ოთხია (იხ. გრაფიკი N2.2.14).

საქართველო კულტურული რესურსებისა და ბიზნესმოგზაურობის სვეტში, არაგაჯერებული კონკურენციის პირობებში, შუალედურ პოზიციაზეა, თუმცა (საკაერო ტრანსპორტის ინფრასტრუქტურის სვეტის მსგავსად) ორი ჯგუფი გამოიყოფა: დაწინაურებულთა (რუსეთის ფედერაცია და თურქეთი) და მიმდევართა (საქართველო, სომხეთი, აზერბაიჯანი).

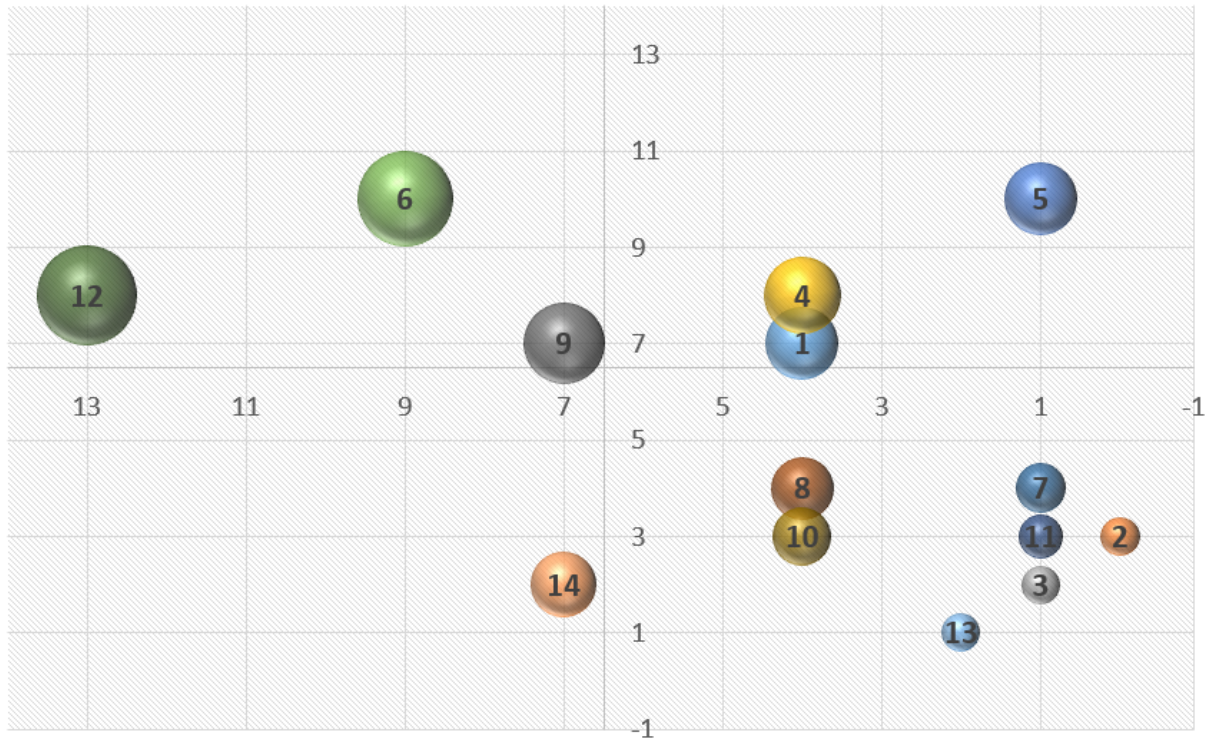
ამ სვეტის შემთხვევაშიც, მსგავსად საჰაერო ტრანსპორტის ინფრასტრუქტურის სვეტისა, საქართველოს მიზანი მიმდევართა ჯგუფში, ლიდერული პოზიციის დამკვიდრებაა.

3.3. გავლენათა მატრიცა

კვლევის ფარგლებში, სვეტებს შორის ურთიერთკავშირების დასადგენად, დავეყრდნით Freyer-ის მიერ შეთავაზებულ ტერმინოლოგიასა და კლასიფიკაციას (Freyer et. al., 2017), რომელიც საქართველოს ტურიზმის მიმართებაშიც იქნა გამოყენებული (Khelashvili, Khartishvili, Khokhobaia, 2019, 87).

აღნიშნული კონცეფციის თანახმად, კლასიფიკაციისთვის გამოყენებულია ოთხი ძირითადი კატეგორია: ლევერეჯული, კრიტიკული, შეზღუდული ზეგავლენის და ბუფერული პრობლემები (Freyer et. al., 2017; Khelashvili, Khartishvili, Khokhobaia, 2019, 87). სვეტებს შორის ურთიერთკავშირები დაყოფილია ორ კატეგორიად: „შემავალი“ (incoming) და „გამავალი“ (outgoing) ეფექტები (Freyer et. al., 2017; Khelashvili, Khartishvili, Khokhobaia, 2019, 87).

ანალიზის შედეგად უნდა გამოვლენილიყო ყველაზე ნაკლები „შემავალი“ და ყველაზე მეტი „გამავალი“ (პოზიტიური) გავლენის მქონე სვეტები, რადგან მთავარ გამოწვევებად სწორედ ისინი ჩაითვლებიან (Khelashvili, Khartishvili, Khokhobaia, 2019, 87). ამ გავლენების ასახვა „გავლენათა მატრიცაზე“ (Freyer et. al., 2017) შედგა (იხ. გრაფიკი N3.4.1).



შეზღუდული ზეგავლენის პრობლემები

ბუფერული პრობლემები

აღნიშვნები:

- | | |
|--|---|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. ბიზნესგარემო; 2. დაცულობა და უსაფრთხოება; 3. ჯანმრთელობა და ჰიგიენა; 4. ადამიანისეული რესურსები და შრომის ბაზარი; 5. ინფორმაციული და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების მზაობა (ICT); 6. მოგზაურობისა და ტურიზმის პრიორიტეტულობა; 7. საერთაშორისო გახსნილობა | <ol style="list-style-type: none"> 8. ფასის კონკურენტუნარიანობა; 9. გარემოს მდგრადობა; 10. საჰაერო ტრანსპორტის ინფრასტრუქტურა; 11. სახმელეთო და საჰაერო ტრანსპორტის ინფრასტრუქტურა; 12. ტურისტთა მომსახურების ინფრასტრუქტურა; 13. ბუნებრივი რესურსები; 14. კულტურული რესურსები და ბიზნესგარემო |
|--|---|

გრაფიკი N3.4.1. სვეტების გავლენათა მატრიცა³⁰

ლევერეჯული პრობლემები

განხილვას ე. წ. „ლევერეჯული“ კატეგორიით დავიწყებთ, რომელიც იმ გამოწვევებს გულისხმობს, რომელთა დაძლევა, სხვა „პრობლემებთან“ შედარებით, წინაპირობებზე ნაკლებადაა დამოკიდებული და ამასთან ფართო დადებითი შედეგების მოტანის პოტენციალი გააჩნია.

„ლევერეჯული პრობლემები“ ის პრობლემებია, რომლებსაც საშუალოზე ნაკლები „შემავალი“ გავლენები (ანუ სხვა სვეტებისგან გავლენას ნაკლებად

³⁰ ავტორის ნამუშევარი.

განიცდიან) და საშუალოზე მეტი „გამავალი“ ეფექტები აქვთ (მეტი ზეგავლენა სხვა სვეტებზე) (Khelashvili, Khartishvili, Khokhobaia, 2019, 92). აღნიშნული პრობლემები, Freyer-ის თანახმად, ჩრდილო-აღმოსავლეთ კვადრანტში არიან მოქცეული (Freyer et al., 2017, 35; Meadows, 1999, 6; Wirth et al., 2014, 122; Khelashvili, Khartishvili, Khokhobaia, 2019, 92).

ჩატარებული ანალიზის შედეგად, აღნიშნულ („ლევერეჯულ“) კატეგორიაში მოხვდნენ შემდეგი „პრობლემები“:

- „ბიზნესგარემო“ (სვეტი 1);
- „ადამიანისეული რესურსები და შრომის ბაზარი“ (სვეტი 4);
- „ინფორმაციული და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების მზაობა (ICT)“ (სვეტი 5).

სვეტების და ინდიკატორების დონეზე, თითოეული გამოვლენილი „პრობლემის“ კავშირების სიღრმისეულმა გაანალიზებამ შემდეგი დამოკიდებულებები და ზეგავლენები გამოავლინა:

„ბიზნეს გარემოს სვეტი“ - ბიზნეს გარემოს შემდგომი სრულყოფის წინაპირობად გამოვლინდა შემდეგი განზოგადებული გამოწვევები (სვეტები):

- „ადამიანისეული რესურსები და შრომის ბაზარი“ (სვეტი 4);
- „მოგზაურობისა და ტურიზმის პრიორიტეტულობა“ (სვეტი 6);
- „ფასის კონკურენტუნარიანობა“ (სვეტი 8);
- „გარემოს მდგრადობა“ (სვეტი 9).

აღნიშნული განზოგადებული გამოწვევების (სვეტების) შემდგომმა სიღრმისეულმა ანალიზმა ინდიკატორების დონეზე გვიჩვენა, რომ „ბიზნეს გარემოს“ შემდგომი სრულყოფის მთავარი გამოწვევებია:

- ხარვეზები სასამართლო სისტემაში (უფლებათა და კანონთა ბაზა) („საერთაშორისო გამჭვირვალობა - საქართველო“, 2021; ჯეოქეისი, 2021; U.S. Department of State, 2022, 2023; International Property Rights Index, 2023);
- ბაზარზე დომინირების ხარისხი („საერთაშორისო გამჭვირვალობა - საქართველო“, 2021).

ამრიგად, ანალიზის შედეგად ვაკვნიტ, რომ საქართველოს „ბიზნესგარემოს“ სვეტში პოზიციის გასაუმჯობესებლად საკვანძო მნიშვნელობა ენიჭება შემდეგი ფაქტორების გაუმჯობესებას სასამართლო სისტემაში არსებული გამოწვევების აღმოფხვრასა და ბაზარზე დომინირების ხარისხის ამაღლებას.

ბიზნეს გარემოს კავშირების ანალიზის მეორე ასპექტი იმის დადგენას ემსახურება, თუ რა დადებით ზეგავლენას (ე. წ. „outgoing links“) მოახდენს მისი სრულყოფა სხვა გამოწვევებზე და ფაქტორებზე (ე. წ. „სვეტებზე“ და „ინდიკატორებზე“). აღნიშნულ ფაქტორებზე მუშაობა, გააუმჯობესებს არა მხოლოდ „ბიზნესგარემოს“ სვეტის მაჩვენებლებს, არამედ იმ სვეტების მაჩვენებლებსაც, რომელზეც ის ახდენს გავლენას. ესენია:

- „ადამიანისეული რესურსები და შრომის ბაზარი“ (სვეტი 4);
- „ინფორმაციული და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების მზაობა“ (სვეტი 5);
- „ფასის კონკურენტუნარიანობა“ (სვეტი 8);
- „გარემოს მდგრადობა“ (სვეტი 9);
- „საჰაერო ტრანსპორტის ინფრასტრუქტურა“ (სვეტი 10);
- „სახმელეთო და საპორტო ტრანსპორტის ინფრასტრუქტურა“ (სვეტი 11);
- „ტურისტთა მომსახურების ინფრასტრუქტურა“ (სვეტი 12).

შემდეგ განსახილველ სვეტზე - „ადამიანისეული რესურსები და შრომის ბაზარი“ - შემდეგი სვეტები ახდენენ გავლენას:

- „ბიზნესგარემო“ (სვეტი 1);
- „მოგზაურობისა და ტურიზმის პრიორიტეტულობა“ (სვეტი 6);
- „გარემოს მდგრადობა“ (სვეტი 9);
- „ტურისტთა მომსახურების ინფრასტრუქტურა“ (სვეტი 12).

ანალიზით, შრომის ბაზარზე, შემდეგი გამოწვევები დადგინდა:

- ანაზღაურებისა და პროდუქტიულობის (სვეტი 4, ინდიკატორი 8) დაბალანსების საკითხი;
- პერსონალის ტრენინგის/გადამზადების მასშტაბები (სვეტი 4, ინდიკატორი 3);
- გამოცდილი თანამშრომლების მოძიების სირთულე (სვეტი 4, ინდიკატორი 6);

- მომხმარებლებთან მოპყრობა (სვეტი 4, ინდიკატორი 4).

მიუხედავად იმისა, რომ „ადამიანისეული რესურსებისა და შრომის ბაზრის“ სვეტით, საქართველოს პოზიცია შუალედურია, შრომის ბაზარზე არსებული გამოწვევების აღმოფხვრისა და პერსონალის ტრენინგის/გადამზადების მასშტაბების გაზრდის გზით, ახლო მომავალში, საქართველოს ამ სვეტის პოზიციის გამჯობესება შესაძლებელი გახდება.

თავის მხრივ, ეს იმ სვეტების მაჩვენებლებზეც აისახება, რომლებზეც აღნიშნული სვეტი ახდენს ზეგავლენას. ესენია:

- “დაცულობა და უსაფრთხოება” (სვეტი 2);
- “ჯანმრთელობა და ჰიგიენა” (სვეტი 3);
- „ინფორმაციული და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების მზაობა (ICT)“ (სვეტი 5);
- “მოგზაურობისა და ტურიზმის პრიორიტეტულობა” (სვეტი 6);
- „ფასის კონკურენტუნარიანობა“ (სვეტი 8);
- „საჰაერო ტრანსპორტის ინფრასტრუქტურა“ (სვეტი 10);
- „ტურისტთა მომსახურების ინფრასტრუქტურა“ (სვეტი 12);
- „კულტურული რესურსები და ბიზნესმოგზაურობა“ (სვეტი 14).

მოცემული კვადრანტის მესამე სვეტზე - „ინფორმაციული და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების მზაობაზე“ - შემდეგი სვეტი ზემოქმედებს:

- „ადამიანისეული რესურსები და შრომის ბაზარი“ (სვეტი 4).

თანამედროვე სამყაროში, ინფორმაციული და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების გარეშე ცხოვრება წარმოუდგენელია, სწორედ ამით აიხსნება ამ სვეტის მხრიდან სხვა მრავალ სვეტზე ზეგავლენა:

- “ჯანმრთელობა და ჰიგიენა” (სვეტი 3);
- „ადამიანისეული რესურსები და შრომის ბაზარი“ (სვეტი 4);
- „მოგზაურობისა და ტურიზმის პრიორიტეტულობა“ (სვეტი 6);
- “საერთაშორისო გახსნილობა” (სვეტი 7);
- “გარემოს მდგრადობა” (სვეტი 9);
- „საჰაერო ტრანსპორტის ინფრასტრუქტურა“ (სვეტი 10);

- “სახმელეთო და საჰორტო ტრანსპორტის ინფრასტრუქტურა” (სვეტი 11);
- „ტურისტთა მომსახურების ინფრასტრუქტურა“ (სვეტი 12);
- „ბუნებრივი რესურსები“ (სვეტი 13);
- „კულტურული რესურსები და ბიზნესმოგზაურობა“ (სვეტი 14).

დასკვნის სახით აღვნიშნავთ, რომ „ბიზნესგარემო“, „ადამიანისეული რესურსები და შრომის ბაზარი“ და „ინფორმაციული და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების მზაობა“, სხვა გამოწვევებთან შედარებით, ქვეყნის კონკურენტუნარიანობის შემდგომი ამაღლების ყველაზე ეფექტიან (ე. წ. „ლევერეჯულ“) და შესაბამისად პრიორიტეტულ მიმართულებებს წარმოადგენენ. მათი გაუმჯობესების მთავარ წინაპირობებს წარმოადგენს:

- ✓ ხარვეზები სასამართლო სისტემაში (უფლებათა და კანონთა ბაზა);
- ✓ ბაზარზე დომინირების ხარისხი;
- ✓ პერსონალის ტრენინგის/გადამზადების მასშტაბები;
- ✓ მომხმარებელთან მოპყრობა;
- ✓ გამოცდილი თანამშრომლების მოძიების სიიოლე;
- ✓ ინტერნეტის გამოყენება;
- ✓ მობილური ტელეფონის ინტერნეტის მომხმარებელთა რაოდენობა და სხვა.

ამასთან, აღნიშნული, შედარებით მცირერიცხოვანი გამოწვევების დაძლევა მეტი რაოდენობის სხვა „პრობლემების“ და „ფაქტორების“ შემდგომი სრულყოფისთვის ხელშემწყობია. ამ კატეგორიის გამოწვევებს (ე. წ. „სვეტებს“) ექსპერტები ე. წ. „ლევერეჯის“ კატეგორიაში აერთიანებენ, რომელიც გრაფიკულ გამოსახულებაში შესაბამის კვადრანტშია მოქცეული (იხ. ზემოთ).

სამივე სვეტის შემთხვევაში გამოვლინდა შემდეგი ტენდენცია: მოცემული სვეტები, რაოდენობრივი თვალსაზრისით, მეტ სვეტზე ახდენენ გავლენას, მათზე ზემოქმედება კი, შედარებით, ნაკლებია. აღნიშნული განაპირობებს იმას, რომ ამ გამოწვევების დაძლევა მაღალი ეფექტიანობის მომტანი იქნება.

კომპლექსურობის თვალსაზრისით გამოვარჩევდით „ინფორმაციული და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების მზაობის“ სვეტს, ვინაიდან, ის მრავალ სვეტზე ზემოქმედებს და მისი გაუმჯობესებისთვის საკვანძო საკითხი „ადამიანისეული

რესურსები და შრომის ბაზრის“ პირობებია, რომელშიც პერსონალის გადამზადების/ტრენინგის მასშტაბები იგულისხმება. შესაბამისად, შესაძლებელია ითქვას, რომ სვეტი განსაკუთრებულ ყურადღებას იმსახურებს.

სიღრმისეულმა კვლევამ გამოავლინა, რომ განხილული 3 სვეტი („ბიზნესგარემო“, „ადამიანისეული რესურსები და შრომის ბაზარი“ და „ინფორმაციული და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების მზაობა“) ლევერეჯული ზეგავლენის პრობლემების“ კვადრანტში მოექცნენ. ამ სვეტებზე სხვა სვეტებისგან მომავალი ზეგავლენა მეტია, ვიდრე ამ სვეტების მიერ მოხდენილი გავლენა. ამიტომ, ამ სვეტებში არსებული პრობლემების მოგვარება სხვა სვეტების პრობლემების მოგვარებას ნაკლებად დაეხმარება. უფრო მნიშვნელოვანია, სხვა, მათზე მომხდენი სვეტების მაჩვენებლების გაუმჯობესება.

კრიტიკული პრობლემები

შემდეგია ე. წ. კრიტიკული პრობლემების კატეგორია, რომელიც იმ გამოწვევებს მოიცავს, რომელთა დაძლევაზე მრავალი ფაქტორი მოქმედებს და, თავის მხრივ, ისიც მრავალ ფაქტორზე დადებით გავლენას ახდენს. ამ შემთხვევაში არის როგორც ბევრი „გამავალი“, ისე ბევრი „შემავალი“ ეფექტი.

აღნიშნული პრობლემები, Freyer-ის თანახმად, „ჩრდილო-დასავლეთ კვადრანტში“ არიან მოქცეული (Freyer et al., 2017, 35; Meadows, 1999, 6; Wirth et al., 2014, 122). ჩვენს მიერ ჩატარებული ანალიზის შედეგად, აღნიშნულ (ე. წ. „კრიტიკულ“) კატეგორიაში მოხვდნენ შემდეგი „პრობლემები“:

- „მოგზაურობისა და ტურიზმის პრიორიტეტულობა“ (სვეტი 6);
- „გარემოს მდგრადობა“ (სვეტი 9);
- „ტურისტთა მომსახურების ინფრასტრუქტურა“ (სვეტი 12).

სვეტების და ინდიკატორების დონეზე, თითოეული გამოვლენილი „პრობლემის“ კავშირების სიღრმისეულმა გაანალიზებამ შემდეგი დამოკიდებულებები და ზეგავლენები გამოავლინა:

„მოგზაურობისა და ტურიზმის პრიორიტეტულობის სვეტი“ - მოგზაურობისა და ტურიზმის პრიორიტეტულობის შემდგომი სრულყოფის წინაპირობად გამოვლინდა შემდეგი განზოგადებული გამოწვევები (სვეტები):

- „ბიზნესგარემო“ (სვეტი 1);
- „ადამიანისეული რესურსები და შრომის ბაზარი“ (სვეტი 4);
- „საერთაშორისო გახსნილობა“ (სვეტი 7);
- „ფასის კონკურენტუნარიანობა“ (სვეტი 8);
- „საჰაერო ტრანსპორტის ინფრასტრუქტურა“ (სვეტი 10);
- „სახმელეთო და საპორტო ტრანსპორტის ინფრასტრუქტურა“ (სვეტი 11);
- „ტურისტთა მომსახურების ინფრასტრუქტურა“ (სვეტი 12);
- „ბუნებრივი რესურსები“ (სვეტი 13);
- „კულტურული რესურსები და ბიზნესმოგზაურობა“ (სვეტი 14).

აღნიშნული განზოგადებული გამოწვევების (სვეტების) შემდგომმა სიღრმისეულმა ანალიზმა ინდიკატორების დონეზე გვიჩვენა, რომ „მოგზაურობისა და ტურიზმის პრიორიტეტულობის“ სრულყოფის მთავარი გამოწვევებია:

- ადამიანისეული რესურსების განვითარება;
- ინფრასტრუქტურა, რომელიც გულისხმობს, როგორც საჰაერო, ისე სახმელეთო და საპორტო ინფრასტრუქტურის ხარისხს, რაც თავის მხრივ, ზეგავლენას ტურისტთა მომსახურების ინფრასტრუქტურაზე ახდენს.

მოგზაურობისა და ტურიზმის პრიორიტეტულობის გამავალი კავშირები, როგორც ზემოთ აღინიშნა, მრავალ ფაქტორზე ახდენს ზეგავლენას (ე. წ. „outgoing links“). ეს კავშირებია:

- „ბიზნესგარემო“ (სვეტი 1);
- „ადამიანისეული რესურსები და შრომის ბაზარი“ (სვეტი 4);
- „საერთაშორისო გახსნილობა“ (სვეტი 7);
- „ფასის კონკურენტუნარიანობა“ (სვეტი 8);
- „გარემოს მდგრადობა“ (სვეტი 9);
- „საჰაერო ტრანსპორტის ინფრასტრუქტურა“ (სვეტი 10);
- „სახმელეთო და საპორტო ტრანსპორტის ინფრასტრუქტურა“ (სვეტი 11);
- „ტურისტთა მომსახურების ინფრასტრუქტურა“ (სვეტი 12);
- „ბუნებრივი რესურსები“ (სვეტი 13);
- „კულტურული რესურსები და ბიზნესმოგზაურობა“ (სვეტი 14).

მეორე განსახილველ სვეტზე - „გარემოს მდგრადობა“ - გავლენას ახდენენ:

- „ბიზნესგარემო“ (სვეტი 1);
- „ინფორმაციული და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების მზაობა (ICT)“ (სვეტი 5);
- „მოგზაურობისა და ტურიზმის პრიორიტეტულობა“ (სვეტი 6);
- „საჰაერო ტრანსპორტის ინფრასტრუქტურა“ (სვეტი 10);
- „სახმელეთო და საპორტო ტრანსპორტის ინფრასტრუქტურა“ (სვეტი 11);
- „ბუნებრივი რესურსები“ (სვეტი 13);
- „კულტურული რესურსები და ბიზნესმოგზაურობა“ (სვეტი 14).

ანალიზით, გარემოს მდგრადობის თვალსაზრისით, არსებული გამოწვევების ფართო სპექტრი შეიძლება განზოგადდეს ორ ძირითად მიმართულებაში:

- გარემოს რეგულაციების სიმკაცრე (სვეტი 9, ინდიკატორი 1);
- ეკოლოგიური რეგულაციების სიმკაცრის დაცვა (სვეტი 9, ინდიკატორი 2).

შევნიშნავთ, რომ ექსპერტებთან გასაუბრების შედეგად დადგინდა, რომ საქართველოში, საქართველო-ევროკავშირს შორის ასოცირების შესახებ შეთანხმების თანახმად, ეკოლოგიური რეგულაციების გათვალისწინების უზრუნველსაყოფად, ცვლილებები ხორციელდება.

აღნიშნული სვეტი ახდენს გავლენას მთელ რიგ ფაქტორებზე. ესენია:

- „ბიზნესგარემო“ (სვეტი 1);
- „ჯანმრთელობა და ჰიგიენა“ (სვეტი 3);
- „მოგზაურობისა და ტურიზმის პრიორიტეტულობა“ (სვეტი 6);
- „ფასის კონკურენტუნარიანობა“ (სვეტი 8);
- „ტურისტთა მომსახურების ინფრასტრუქტურა“ (სვეტი 12);
- „ბუნებრივი რესურსები“ (სვეტი 13);
- „კულტურული რესურსები და ბიზნესმოგზაურობა“ (სვეტი 14).

ამავე, ე. წ. „კრიტიკული“ კვადრანტის მესამე სვეტზე - „ტურისტთა მომსახურების ინფრასტრუქტურაზე“ - ასევე მრავალი ფაქტორი ახდენს გავლენას:

- „ბიზნესგარემო“ (სვეტი 1);

- „დაცულობა და უსაფრთხოება“ (სვეტი 2);
- „ჯანმრთელობა და ჰიგიენა“ (სვეტი 3);
- „ადამიანისეული რესურსები და შრომის ბაზარი“ (სვეტი 4);
- „ინფორმაციული და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების მზაობა (ICT) (სვეტი 5);
- „მოგზაურობისა და ტურიზმის პრიორიტეტულობა“ (სვეტი 6);
- „საერთაშორისო გახსნილობა“ (სვეტი 7);
- „ფასის კონკურენტუნარიანობა“ (სვეტი 8);
- „გარემოს მდგრადობა“ (სვეტი 9);
- „საჰაერო ტრანსპორტის ინფრასტრუქტურა“ (სვეტი 10);
- „სახმელეთო და საჰორტო ტრანსპორტის ინფრასტრუქტურა“ (სვეტი 11);
- „ბუნებრივი რესურსები“ (სვეტი 13);
- „კულტურული რესურსები და ბიზნესმოგზაურობა“ (სვეტი 14).

თავის მხრივ, ტურისტთა მომსახურების ინფრასტრუქტურა შემდეგ მრავალ ფაქტორზე (სვეტზე) ახდენს გავლენას:

- „ადამიანისეული რესურსები და შრომის ბაზარი“ (სვეტი 4);
- „მოგზაურობისა და ტურიზმის პრიორიტეტულობა“ (სვეტი 6);
- „ფასის კონკურენტუნარიანობა“ (სვეტი 8);
- „გარემოს მდგრადობა“ (სვეტი 9);
- „საჰაერო ტრანსპორტის ინფრასტრუქტურა“ (სვეტი 10);
- „სახმელეთო და საჰორტო ტრანსპორტის ინფრასტრუქტურა“ (სვეტი 11);
- „ბუნებრივი რესურსები“ (სვეტი 13);
- „კულტურული რესურსები და ბიზნესმოგზაურობა“ (სვეტი 14).

აღნიშნული სვეტი ყველაზე მეტი ურთიერთკავშირების მატარებელია განხილულ 14 სვეტს შორის, აქედან, მასზე ზეგავლენა უფრო დიდია, ვიდრე მისი მხრიდან მოხდენილი გავლენა.

დასკვნის სახით შეიძლება ითქვას, რომ „მოგზაურობისა და ტურიზმის პრიორიტეტულობა“, „გარემოს მდგრადობა“ და „ტურისტთა მომსახურების ინფრასტრუქტურა“ იმ ფაქტორებს განეკუთვნებიან, რომლებიც „კრიტიკულ პრობლემებს“ წარმოადგენენ და შესაბამისად, მათი გადაჭრა ეფექტიანი იქნება.

თუმცა, ამ ფაქტორებზე მუშაობაზე, მათ გამოსწორებაზე, მრავალი ფაქტორი მოქმედებს.

მთავარი გამოწვევები დაკავშირებულია გარემოს რეგულაციებსა და ინფრასტრუქტურის ხარისხთან. როგორც ზემოთ აღინიშნა, ამ კატეგორიის გამოწვევებს (ე. წ. „სვეტებს“) ექსპერტები ე. წ. „კრიტიკული პრობლემების“ კატეგორიაში აერთიანებენ, რომელიც გრაფიკულ გამოსახულებაში შესაბამის კვადრანტშია მოქცეული (იხ. ზემოთ).

შეზღუდული ზეგავლენის პრობლემები

მესამე კვადრანტში მოქცეულია შეზღუდული ზეგავლენის პრობლემები. ეს ის პრობლემებია, სადაც მათზე ზეგავლენა გაცილებით მეტია, ვიდრე ამ პრობლემების მიერ მოხდენილი გავლენა გარემოს სხვა ფაქტორებზე. ჩვენი ანალიზით, ამ კვადრანტში მოხვედრილია მხოლოდ ერთი პრობლემა (სვეტი):

- „კულტურული რესურსები და ბიზნესმოგზაურობა“ (სვეტი 14).

კავშირების სიღრმისეულმა გაანალიზებამ შემდეგი დამოკიდებულებები და ზეგავლენები გამოავლინა:

„კულტურული რესურსები და ბიზნესმოგზაურობის სვეტი“ - კულტურულ რესურსებსა და ბიზნესმოგზაურობაზე შემდეგი ფაქტორები (სვეტები) ზემოქმედებენ:

- „ბიზნესგარემო“ (სვეტი 1);
- „ადამიანისეული რესურსები და შრომის ბაზარი“ (სვეტი 4);
- „მოგზაურობისა და ტურიზმის პრიორიტეტულობა“ (სვეტი 6);
- „საერთაშორისო გახსნილობა“ (სვეტი 7);
- „საჰაერო ტრანსპორტის ინფრასტრუქტურა“ (სვეტი 10);
- „სახმელეთო და საჰაერო ტრანსპორტის ინფრასტრუქტურა“ (სვეტი 11);
- „ტურისტთა მომსახურების ინფრასტრუქტურა“ (სვეტი 12).

ამ სვეტის ინდიკატორები, უმეტესწილად, მოცემულობებს წარმოადგენენ, და საქართველოს შემთხვევაში, საკვლევ ქვეყნებთან მიმართებით, მაჩვენებლები („პოზიციები“) „შუალედურია“. შემავალი კავშირები, შესაბამისად, სუსტია.

„კულტურული რესურსები და ბიზნესმოგზაურობის“ გამავალი კავშირი (ე. წ. „outgoing links“) შემდეგია:

- „ბიზნესგარემო“ (სვეტი 1);
- „ტურისტთა მომსახურების ინფრასტრუქტურა“ (სვეტი 12).

დასკვნის სახით შეიძლება ითქვას, რომ „კულტურული რესურსები და ბიზნესმოგზაურობა“ იმ ფაქტორს მიეკუთვნება, რომელიც უმეტესწილად მოცემულობებისგან შედგება და მათზე ზეგავლენას არ აქვს ფართო ეფექტი. თავის მხრივ, ის მხოლოდ ორ სხვა ფაქტორზე იქონიებს გავლენას, ამიტომაც ის შეზღუდული ზეგავლენის პრობლემების კვადრანტშია მოქცეული (იხ. ზემოთ).

ბუფერული პრობლემები

მეოთხე კვადრანტში მოქცეულია ე. წ. „ბუფერული პრობლემები“. აქ ისეთი ფაქტორებია თავმოყრილი, რომლებიც ხასიათდება უმნიშვნელო კავშირებით გარემოს სხვა ფაქტორებთან, როგორც ზეგავლენის მიღების, ისე - გავლენის მოხდენის თვალსაზრისით. ჩვენი ანალიზით, ამ კვადრანტში მოხვედრილია შემდეგი ფაქტორები:

- „დაცულობა და უსაფრთხოება“ (სვეტი 2);
- „ჯანმრთელობა და ჰიგიენა“ (სვეტი 3);
- „საერთაშორისო გახსნილობა“ (სვეტი 7);
- „ფასის კონკურენტუნარიანობა“ (სვეტი 8);
- „საჰაერო ტრანსპორტის ინფრასტრუქტურა“ (სვეტი 10);
- „სახმელეთო და საპორტო ტრანსპორტის ინფრასტრუქტურა“ (სვეტი 11);
- „ბუნებრივი რესურსები“ (სვეტი 13).

შემდეგ ეტაპზე კავშირების სიღრმისეული ანალიზი ჩატარდა.

„დაცულობისა და უსაფრთხოების სვეტი“ - გამოყენებული მეთოდით გათვალისწინებული ფაქტორებიდან, გავლენა სხვა ფაქტორების მხრიდან არ გამოვლინდა, თუმცა ის - ზეგავლენას შემდეგ საკითხებზე ახდენს:

- „ადამიანისეული რესურსები და შრომის ბაზარი“ (სვეტი 4);
- „ინფორმაციული და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების მზაობა (ICT)“ (სვეტი 5);

- „გარემოს მდგრადობა“ (სვეტი 9).

აღნიშნული განზოგადებული გამოწვევების (სვეტების) შემდგომმა ანალიზმა ინდიკატორების დონეზე გვიჩვენა, რომ „დაცულობასა და უსაფრთხოებაზე“ გავლენას, შესაძლოა, შემდეგი ფაქტორები ახდენენ:

- ტექნოლოგიების გამოყენება დაცულობისა და უსაფრთხოების ხარისხისა და დონის გასაუმჯობესებლად.

„ჯანმრთელობისა და ჰიგიენის“ შემთხვევაში, სვეტზე შემდეგი ფაქტორი ახდენს გავლენას:

- „გარემოს მდგრადობა“ (სვეტი 9).

რაც შეეხება გამავალ კავშირებს, ესენია:

- „ფასის კონკურენტუნარიანობა“ (სვეტი 8);
- „ტურისტთა მომსახურების ინფრასტრუქტურა“ (სვეტი 12).

„საერთაშორისო გახსნილობაზე“ შემდეგი ფაქტორი ახდენს გავლენას:

- „მოგზაურობისა და ტურიზმის პრიორიტეტულობა“ (სვეტი 6).

რაც შეეხება გამავალ კავშირებს, ესენია:

- „მოგზაურობისა და ტურიზმის პრიორიტეტულობა“ (სვეტი 6);
- „ფასის კონკურენტუნარიანობა“ (სვეტი 8);
- „საკაერო ტრანსპორტის ინფრასტრუქტურა“ (სვეტი 10);
- „ტურისტთა მომსახურების ინფრასტრუქტურა“ (სვეტი 12);
- „ბუნებრივი რესურსები“ (სვეტი 13);
- „კულტურული რესურსები და ბიზნესმოგზაურობა“ (სვეტი 14).

„ფასის კონკურენტუნარიანობაზე“ შემდეგი ფაქტორები ზემოქმედებენ:

- „ბიზნესგარემო“ (სვეტი 1);
- „ადამიანისეული რესურსები და შრომის ბაზარი“ (სვეტი 4);
- „საერთაშორისო გახსნილობა“ (სვეტი 7);

- „ტურისტთა მომსახურების ინფრასტრუქტურა“ (სვეტი 12).

რაც შეეხება გამავალ კავშირებს, ესენია:

- „ბიზნესგარემო“ (სვეტი 1);
- „მოგზაურობისა და ტურიზმის პრიორიტეტულობა“ (სვეტი 6);
- „ტურისტთა მომსახურების ინფრასტრუქტურა“ (სვეტი 12).

„საჰაერო ტრანსპორტის ინფრასტრუქტურაზე“ შემდეგი ფაქტორები მოქმედებენ:

- „ბიზნესგარემო“ (სვეტი 1);
- „ადამიანისეული რესურსები და შრომის ბაზარი“ (სვეტი 4);
- „მოგზაურობისა და ტურიზმის პრიორიტეტულობა“ (სვეტი 6);
- „საერთაშორისო გახსნილობა“ (სვეტი 7).

რაც შეეხება გამავალ კავშირებს, ესენია:

- „ფასის კონკურენტუნარიანობა“ (სვეტი 8);
- „გარემოს მდგრადობა“ (სვეტი 9);
- „ტურისტთა მომსახურების ინფრასტრუქტურა“ (სვეტი 12).

„სახმელეთო და საჰაერო ტრანსპორტის ინფრასტრუქტურაზე“ მოქმედებს:

- „ტურისტთა მომსახურების ინფრასტრუქტურა“ (სვეტი 12).

რაც შეეხება გამავალ კავშირებს, ესენია:

- „მოგზაურობისა და ტურიზმის პრიორიტეტულობა“ (სვეტი 6);
- „გარემოს მდგრადობა“ (სვეტი 9);
- „ტურისტთა მომსახურების ინფრასტრუქტურა“ (სვეტი 12).

„ბუნებრივ რესურსებზე“ შემდეგი ფაქტორები მოქმედებენ:

- „მოგზაურობისა და ტურიზმის პრიორიტეტულობა“ (სვეტი 6);
- „გარემოს მდგრადობა“ (სვეტი 9).

რაც შეეხება გამავალ კავშირს, ესაა:

- „ტურისტთა მომსახურების ინფრასტრუქტურა“ (სვეტი 12).

როგორც ანალიზი გვიჩვენებს, „ბუფერულ პრობლემებზე“ ყველაზე გამოკვეთილ გავლენას შემდეგი სამი ფაქტორი ახდენს:

- ტურისტთა მომსახურების ინფრასტრუქტურის ფაქტორი (6-ჯერ) (აქედან 1 შემავალი, 5 გამავალი);
- მოგზაურობისა და ტურიზმის პრიორიტეტულობა (2 შემავალი, 3 გამავალი);
- გარემოს მდგრადობა (2 შემავალი, 3 გამავალი) (5-5-ჯერ).

* * *

ოთხივე კატეგორიის განხილვის შედეგად ვლინდება, რომ კონკურენტული გარემოს სრულყოფისათვის ყველაზე ეფექტიან მიმართულებებს მიეკუთვნებიან: „ბიზნესგარემო“, „ადამიანისეული რესურსები და შრომის ბაზარი“ და „ინფორმაციული და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების მზაობა (ICT)“.

არანაკლებ ძალისხმევას საჭიროებენ: „მოგზაურობისა და ტურიზმის პრიორიტეტულობის“, „გარემოს მდგრადობის“ და „ტურისტთა მომსახურების ინფრასტრუქტურის“ განვითარების უზრუნველყოფა, მათი გაუმჯობესება ასევე კრიტიკულად მნიშვნელოვანია.

კვლევის შეზღუდვები. კვლევისას შესასწავლი ობიექტები, ტურისტული დანიშნულების ადგილები, ქვეყნებადაა მიჩნეული, გამოყენებული მასალა ეხება ქვეყნების მოგზაურობისა და ტურიზმის კონკურენტუნარიანობის შემფასებელ ინდიკატორებს. შესაბამისად, აღნიშნული მონაცემები ვერ გამოიყენება უფრო კონკრეტული, მცირე ტერიტორიის მქონე ტურისტული დანიშნულების ადგილების (მაგალითად, ქალაქი, ნაციონალური პარკი და სხვა) კონკურენტუნარიანობის შესასწავლად.

დასკვნები და რეკომენდაციები

საწყის ეტაპზე განხილულ იქნა თემასთან დაკავშირებული კლასიკური, თანამედროვე და უახლესი ცნებები, კონცეფციები და სხვა აკადემიური დებულებები. ძირითად ამოცანას წარმოადგენდა, მათი კრიტიკული გაანალიზება იმ მიდგომებისა და კონცეფციების გამოსავლენად, რომლებზეც უნდა დაფუძნებულიყო ჩასატარებელი კვლევა, მისი მიზნის, შესწავლის ობიექტისა და ასპექტის სპეციფიკის

გათვალისწინებით. თემატიკა მოიცავდა ისეთ საკითხებს, როგორცაა: კონკურენცია, კონკურენტუნარიანობა, კონკურენტული უპირატესობა, კონკურენტული გარემო, სტრატეგიული დაგეგმვა და სხვა.

აღნიშნული მიდგომების გათვალისწინებით შესაბამისი წყაროების კრიტიკული გაანალიზების შედეგად, პრიორიტეტი მიენიჭა მსოფლიო ეკონომიკური ფორუმის მიერ აპრობირებულ მეთოდოლოგიას.

სადისერტაციო კვლევითი ნამუშევრის საწყისი ეტაპის - ლიტერატურული მიმოხილვის - შედეგად ტურიზმის კონკურენტუნარიანობის კვლევის ეტაპები და ინსტრუმენტები განისაზღვრა.

საქართველოს ტურისტული ბიზნესის სრულყოფის ძირითადი მიმართულებების გამოსავლენად შემუშავებული კვლევის დიზაინის თანახმად დადგინდა კონკურენტული ქვეყნები, განისაზღვრა და მოძიებულ იქნა მრავალწლიანი ინდიკატორები. წინამდებარე კვლევის შემთხვევაში, საქართველოს, როგორც დანიშნულების ადგილის უშუალო კონკურენტ არეალად განისაზღვრა მეზობელი ქვეყნები - სომხეთი, აზერბაიჯანი, თურქეთი და რუსეთის ფედერაცია.

შემდეგ ეტაპზე შემოღებულ იქნა კვლევითი დაშვებები და დადგინდა კონკურენტული გარემოს თავისებურებები. განხორციელდა მიღებული შედეგების კატეგორიზაცია სამი კონკურენტული პოზიციების მიხედვით და, დამატებით, მათი დაჯგუფება კონკურენტული გარემოს ხასიათის მიხედვით - გაჯერებულ და არაგაჯერებულ კატეგორიებში.

მიღებული შედეგების სანდოობა დაადასტურა ექსპერტების გამოკითხვამ. კონკურენტუნარიანობის სვეტებისა და ინდიკატორების ანალიზმა გამოავლინა მიზეზ-შედეგობრივი კავშირები. წინამდებარე ნაშრომში გამოყენებულმა დისპერსიული ანალიზისა და შემდგომმა IQR ტესტებმა დადგინდეს საკვანძო გამოწვევები და განვითარების სტრატეგიული მიმართულებები. მათი კლასიფიკაცია მოხდა პოტენციალისა და კონკურენტუნარიანობაზე გავლენის კუთხით „ურთიერთგავლენათა მატრიცაში“ ასახვით.

შემუშავდა და საქართველოს მაგალითზე აპრობირებულ იქნა კვლევის დიზაინი, რომელიც ერთობლივად ავლენს ტურისტული დანიშნულების ადგილის კონკურენტუნარიანობას, გამოწვევებს და მათი დაძლევის საკვანძო მიმართულებებს.

იგი მოიცავს: საბაზო და დამატებითი ინფორმაციის წყაროების განსაზღვრას, მიღებული შედეგების გაანალიზებას და მორგებას კონკრეტული კვლევის ობიექტზე, მნიშვნელოვანი ტენდენციების და მათი გამომწვევი მიზეზების გამოვლენას, კონკურენციაზე მოქმედი ფაქტორების ურთიერთკავშირის დადგენას, საკვანძო კავშირების იდენტიფიცირებას, გამოწვევების დაძლევისა და სტრატეგიული განვითარების მიმართულებების განსაზღვრას, რაც ასახავს შემუშავებული მეთოდის ეფექტიანობას.

შემუშავებული კვლევითი დიზაინი, შესაძლებელია გამოყენებულ იქნას, როგორც ტურისტული კონკურენტუნარიანობის შესწავლის ალტერნატიული საშუალება საკვლევი ქვეყნისთვის. ამასთან, კვლევის ობიექტი შესაძლოა იყოს სხვა ტურისტული დანიშნულების ადგილი ან/და უფრო ფართო კონკურენტული გარემო, საწყისი ინფორმაციის კვლევის ობიექტზე მორგებით.

საქართველოსთან მიმართებაში ჩატარებულმა კვლევამ გამოავლინა კონკურენტუნარიანობის ძლიერი და სუსტი მხარეები და ის ფაქტორები, რომელთა დაძლევა გააჩნიათ კონკურენტუნარიანობის ამაღლების პოტენციალი.

ანალიზით, სვეტების შემთხვევაში გამოვლინდა 7 პოზიტიური და 1 ნეგატიური გადახრა. ხოლო, სვეტების შემადგენელი ინდიკატორების ანალიზის შემთხვევაში - 32 პოზიტიური და 7 ნეგატიური გადახრა. აღნიშნულმა გაჯერებულ კონკურენტულ გარემოში, საქართველოს პოზიციის ცვალებადობა განაპირობა. მიუხედავად, უმეტესწილად, პოზიტიური ცვლილებებისა, ნეგატიური გადახრები გამოწვევებად გვევლინება.

წყაროების ანალიზმა აჩვენა, რომ დადებითი ეფექტები ევროკავშირთან ასოცირების ხელშეკრულების გაფორმებისა და ხელშეკრულების მოთხოვნების დაკმაყოფილებასთან, ასევე სხვადასხვა პოლიტიკური (სახელმწიფო მხრიდან) ცვლილებების განხორციელებით აიხსნება.

განსაკუთრებულად აღსანიშნავია შემდეგი პოზიტიური გადახრები:

- ბიზნესის რეგისტრირებისა და მშენებლობის წესების დაცვის მცირე ღირებულება;
- საკუთრების რეგისტრირების სიიოლე;
- კორუფციის დაბალი დონე;
- ელექტროენერჯის მიწოდების ხარისხი;

- კონკურენტ ქვეყნებთან შედარებით ნაკლები სავიზო მოთხოვნა;
- სასტუმრო ნომრების დიდი რაოდენობა.

ნეგატიური გადახრები კი დაკავშირებულია შემდეგ ფაქტორებთან:

- ბაზარზე დომინირების ნაკლები ხარისხი;
- სასამართლო სისტემაში არსებული გამოწვევები;
- მომხმარებლებთან მოპყრობა;
- გარემოს რეგულაციების არასკმარისად დაცვა;
- ინფრასტრუქტურის უკმარისობა.

აღსანიშნავია, რომ ნეგატიური ცვლილებების რაოდენობას, წლების მიხედვით, წლებთან ერთად, ახასიათებს შემცირების ტენდენცია.

კვლევის შედეგები, დასკვნები და რეკომენდაციები შესაძლოა გამოყენებულ იქნას სამთავრობო უწყებების მიერ, ასევე, მეცნიერების მიერ მათ კვლევებში. ამასთან, ნაშრომი შესაძლოა წარმოადგენდეს სალექციო კურსს უმაღლეს საგანმანათლებლო დაწესებულებებში.

საქართველოს ტურისტული დანიშნულების ადგილის კონკურენტუნარიანობის გამოკვლევის პროცესში, კრიტიკულად იქნა განხილული ზოგიერთი სტანდარტიზებული ე. წ. „სვეტი“ და მისი შემადგენელი ინდიკატორები, გამოვხატეთ ჩვენი მოსაზრება მათი სრულყოფის, შევსების და ფორმულირების მიმართ.

კვლევამ გამოავლინა იმ გამოწვევების დაძლევის სტრატეგიული გზები და მიმართულებები, რომლებიც საქართველოს კონკურენტუნარიანობის შემდგომი ამაღლებისათვისაა მნიშვნელოვანი. კერძოდ, კონკურენტული გარემოს სრულყოფისათვის ყველაზე ეფექტიან მიმართულებებს მიეკუთვნებიან: „ბიზნესგარემო“, „ადამიანისეული რესურსები და შრომის ბაზარი“ და „ინფორმაციული და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების მზაობა (ICT)“. კონცეპტუალურად, ისინი „ლევერეჯული“ პრობლემების კატეგორიას განეკუთვნებიან.

აღნიშნულ კატეგორიაში განსაკუთრებული მნიშვნელობაენიჭება:

- ხარვეზები სასამართლო სისტემაში (უფლებათა და კანონთა ბაზა);
- ბაზარზე დომინირების ხარისხი;
- პერსონალის ტრენინგის/გადამზადების მასშტაბები;

- მომხმარებელთან მოპყრობა;
- გამოცდილი თანამშრომლების მოძიების სიიოლე;
- ინტერნეტის გამოყენება;
- მობილური ტელეფონის ინტერნეტის მომხმარებელთა რაოდენობა და სხვა.

მეტ ძალისხმევას საჭიროებენ: „მოგზაურობისა და ტურიზმის პრიორიტეტულობის“, „გარემოს მდგრადობის“ და „ტურისტთა მომსახურების ინფრასტრუქტურის“ განვითარების უზრუნველყოფა. მათი გაუმჯობესება ასევე კრიტიკულად მნიშვნელოვანია, თუმცა წინაპირობად ვლინდება ბევრი სხვა „პრობლემების“ გამოსწორება, მათ შორის პრიორიტეტულია გარემოს რეგულაციები და ინფრასტრუქტურის ხარისხის ამაღლება. აღნიშნული გამოწვევები განეკუთვნებიან ე. წ. „კრიტიკული კატეგორიის პრობლემებს“.

დანარჩენი რვა „პრობლემა“, ე. წ. „ბუფერული“ და „შეზღუდული ზეგავლენის პრობლემები“, არ წარმოადგენენ პირველი რიგის გამოწვევებს, რადგან მათი დაძლევა იძლევა შედარებით ნაკლებ ეფექტს.

გამოყენებული ლიტერატურა

1. ატმოსფერული ჰაერის ხარისხის პორტალი, საქართველოს მთავრობის 2018 წლის 27 ივლისის დადგენილება №383
https://air.gov.ge/media/pages/ჰაერის_ხარისხის_სტანდარტები_1qVvUMS.pdf
[ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 13 იანვარი]
2. ბარათაშვილი, ევგენი, გეჩხაია, ბადრი და ლლონტი, ვლადიმერ. *საქართველოს ეკონომიკის კონკურენტუნარიანობა: თანამედროვე გამოწვევები*. თბილისი: „უნივერსალი“, 2012

3. ბრეგაძე, გიორგი. „ტურიზმის განვითარების ეკონომიკური პოლიტიკის ფორმირების პრიორიტეტები“. თბილისი: ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის გამომცემლობა, 2018 (დისერტაცია) https://press.tsu.ge/data/image_db_innova/დისერტაცია-გიორგი-ბრეგაძე.pdf [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 13 იანვარი]
4. გაერთიანებული ერების ორგანიზაცია საქართველო. კოლხურ ტყეებს UNESCO დაიცავს., 2021. <https://georgia.un.org/ka/137550-კოლხურ-ტყეებს-unesco-დაიცავს> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2024 წლის 4 დეკემბერი]
5. ენგურჰესი, https://www.engurhesi.ge/ka/news_in/80-ენგურჰესი-ერთიან-ქსელში-ჩაერთო [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 13 იანვარი]
6. თვითმმართველობის პორტალი. წყლის გამწმენდი ნაგებობა. <https://droa.ge/?tag=წყლის-გამწმენდი-ნაგებობა> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 13 იანვარი]
7. ინფექციური პათოლოგიის, შიდსისა და კლინიკური იმუნოლოგიის სამეცნიერო-პრაქტიკული ცენტრი. ეპიდსიტუაცია <https://aidscenter.ge/epidsituation.php> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 13 იანვარი]
8. ისმაილოვი, ელდარ და პაპავა, ვლადიმერ. *ცენტრალური კავკასია: გეოპოლიტიკური ეკონომიის ნარკვევები*. თბილისი: დიოგენე, 2007
9. კომუნიკაციების კომისია. "2019 წლის ანგარიში". <https://comcom.ge/uploads/other/5/5671.pdf> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 13 იანვარი]
10. კოლუაშვილი, პაატა და ოთინაშვილი, რამაზ. "კონკურენტუნარიანობის სტრატეგიის თავისებურებები". *ეკონომიკა და ბიზნესი*. XIV(1), 2022
11. მამულაძე, ნინო. „ქართული ტურისტული ფირმების კონკურენტუნარიანობის ამაღლების გზები ფასეულობების საფუძველზე“. ბათუმი: 2017 (დისერტაცია) https://bsu.ge/text_files/ge_file_8441_1.pdf [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 13 იანვარი]
12. მენქიუ, გრეგორი. *ეკონომიკის პრინციპები*. თბილისი: დიოგენე, 2000
13. მღებრიშვილი, ბაბუღია და თოდუა, ნუგზარ. *მარკეტინგის საფუძველები*. თბილისი: „უნივერსალი“, 2009
14. პაპავა, ვლადიმერ და სილაგაძე, ავთანდილ. „ერთი საკვანძო ეკონომიკური ტერმინის - “Gross Domestic Product”-ის ქართული სახელწოდების შესახებ“. *ეკონომიკა და ბიზნესი*, №1. 2019ა
15. პაპავა, ვლადიმერ და სილაგაძე, ავთანდილ. „როგორ უნდა ითარგმნოს ქართულად ტერმინი “Gross Domestic Product”“. *გლობალიზაცია და ბიზნესი*, №7. 2019ბ

16. პაპავა, ვლადიმერ და ჭარაია, ვახტანგ. „საქართველო-იაპონია: ეკონომიკური პარტნიორობის პერსპექტივები“. *საქართველოს სტრატეგიისა და საერთაშორისო ურთიერთობების კვლევის ფონდი*. თბილისი, 2022
17. პაპავა, ვლადიმერ. "საქართველოს ეკონომიკა „ტურისტულ ხაფანგში“". *რონდელის ბლოგი*. 2018. https://papava.info/publications/Papava_Rondeli-Blog_Ge.pdf [ბლოგის შესვლის თარიღი: 2025 წლის 13 იანვარი]
18. პაპავა, ვლადიმერ. *არატრადიციული ეკონომიკისი*. თბილისი: პაატა გუგუშვილის ეკონომიკის ინსტიტუტის გამომცემლობა, 2011
19. პაპავა, ვლადიმერ. *არატრადიციული ეკონომიკისი: მეთოდოლოგია და მეთოდოლოგია*. თბილისი: ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის გამომცემლობა და პაატა გუგუშვილის სახელობის ეკონომიკის ინსტიტუტი, 2020
20. საერთაშორისო გამჭვირვალობა - საქართველო. „ბიზნესის კეთილსინდისიერება საქართველოში: საოპერაციო გარემო და შიდა მექანიზმები, 2021“. <https://transparency.ge/ge/post/biznesis-ketilsindisiereba-sakartveloshi-saoperacio-garemo-da-shida-mekanizmebi> [ბლოგის შესვლის თარიღი: 2025 წლის 13 იანვარი]
21. საერთაშორისო გამჭვირვალობა - საქართველო. „კონკურენციის პოლიტიკა საქართველოში“. თბილისი, 2012. https://www.transparency.ge/sites/default/files/post_attachments/Competition%20Policy%20in%20Georgia%20%28GEO%29.pdf [ბლოგის შესვლის თარიღი: 2025 წლის 13 იანვარი]
22. საერთაშორისო გამჭვირვალობა - საქართველო. „საქართველოს საავტომობილო საწვავის ბაზარი 2014-2018 წლებში“. 2019 <https://www.transparency.ge/ge/post/sakartvelos-saavtomobilo-sacvavis-bazari-2014-2018-clebshi> [ბლოგის შესვლის თარიღი: 2025 წლის 13 იანვარი]
23. საინფორმაციო ცენტრი ნატო-სა და ევროკავშირის შესახებ. „ასოციაციის შესახებ შეთანხმება“. <https://infocenter.gov.ge/eu-georgia/association-agreement/> (გახსნილია: 2025 წლის 13 იანვარი)
24. საქართველოს ახალგაზრდა იურისტთა ასოციაცია. ცნობილადე, ირაკლი, კოჟორიძე, კახა, ფოფხაძე, ეკატერინე, ტაბატაძე, რუსუდან, მოსაშვილი, ნათია, აბაშიძე, ქეთი და რევაზიშვილი, თამარ. „საკუთრების უფლება საქართველოში“, 2007 <https://iuristebi.files.wordpress.com/2011/07/e183a1e18390e18399e183a3e18397e183a0e18394e18391e18398e183a1-e183a3e183a4e1839ae18394e18391e18390-e183a1e18390e183a5e18390e183a0e18397.pdf> [ბლოგის შესვლის თარიღი: 2025 წლის 13 იანვარი]
25. საქართველოს გაერთიანებული წყალმომარაგების კომპანია. <https://water.gov.ge/news/full/4666>

26. საქართველოს გარემოს დაცვისა და სოფლის მეურნეობის სამინისტრო. „საქართველოს გარემოს დაცვის მოქმედებათა მესამე ეროვნული პროგრამა, 2017-2021“. თბილისი, 2018. <https://mepa.gov.ge/Ge/Files/ViewFile/1604> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 13 იანვარი]
27. საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო და საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია. „საქართველოს ტურიზმის სტრატეგია 2025“. <https://www.economy.ge/uploads/ecopolitic/turizmi-sakartvelos%20turizmis%20strategia%202025.pdf> (გახსნილია: 2025 წლის 13 იანვარი)
28. საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო. „საერთაშორისო მოგზაურების ვიზიტების რაოდენობა, 2024“. <https://www.economy.ge/?page=ecoreview&s=22> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 13 იანვარი]
29. საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო. „საქართველოს 2021-2030 წლების ტრანსპორტისა და ლოგისტიკის ეროვნული სტრატეგია“. https://www.economy.ge/uploads/files/2017/transport/2023/strategy/transportisa_da_logistikis_strategia_2023_2030.pdf [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 13 იანვარი]
30. საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო. საქართველო-ჩინეთის თავისუფალი ვაჭრობის შეთანხმება. <https://www.economy.ge/?page=economy&s=87&lang=en#:~:text=Georgia%2DChina%20Free%20Trade%20Agreement&text=Free%20Trade%20Agreement%20allows%20the,market%20with%20zero%20import%20tariffs.> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 13 იანვარი]
31. საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო. ქუთაისის განახლებული საერთაშორისო აეროპორტი ოფიციალურად გაიხსნა, 2021 <https://www.economy.ge/?page=news&nw=1695> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 13 იანვარი]
32. საქართველოს საკანონმდებლო მაცნე. საქართველოს კონსტიტუცია <https://matsne.gov.ge/ka/document/view/30346?publication=36> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 23 იანვარი]
33. საქართველოს პარლამენტი. „საქართველოს პარლამენტის ევროპასთან ინტეგრაციის კომიტეტის სამოქმედო გეგმა, 2022“. <https://web-api.parliament.ge/storage/files/shares/Komitetebi/evrointegracia/samoqmg-gegma/evrointegracia-samoqmedo-gegma-22.pdf> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 13 იანვარი]

34. საქართველოს რკინიგზა. ტენდერები. <https://www.railway.ge/tenderebi/>
[ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 13 იანვარი]
35. საქართველოს საავტომობილო გზების დეპარტამენტი. „მიმდინარე, დაგეგმილი და სარულებული პროექტები, 2021.“
<http://www.georoad.ge/uploads/files/mimdinare-dagegmili-dasrulebuli25.03.21.pdf>
[ბოლოს შესვლის თარიღი: 2024 წლის 21 ნოემბერი]
36. საქართველოს საგარეო საქმეთა სამინისტრო. სავიზო ინფორმაცია.
<https://geoconsul.gov.ge/>
37. საქართველოს საკანონმდებლო მაცნე. საქართველოს კანონი კონკურენციის შესახებ. საქართველოს 2014 წლის 21 მარტის კანონი N2159
<https://matsne.gov.ge/ka/document/view/1659450?publication=6> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 13 იანვარი]
38. საქართველოს საკანონმდებლო მაცნე. წყალარინების (საკანალიზაციო) სისტემაში ჩამდინარე წყლის ჩაშვებისა და მიღების პირობებისა და დამაბინძურებელ ნივთიერებათა ზღვრულად დასაშვები ნორმების შესახებ ტექნიკური რეგლამენტის დამტკიცების თაობაზე. საქართველოს საკანონმდებლო მაცნე.
<https://matsne.gov.ge/ka/document/view/4306275?publication=0> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 13 იანვარი]
39. საქართველოს სამოქალაქო ავიაციის სააგენტო. ავიაკომპანიები.
<https://gcaa.ge/air-carriers/> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 13 იანვარი]
40. საქართველოს სამოქალაქო ავიაციის სააგენტო. საქართველოს სამოქალაქო აეროპორტები და აეროდრომები. <https://gcaa.ge/aerodromes-and-airports/>
[ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 13 იანვარი]
41. საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური. ზოგადი განათლება.
<https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/59/zogadi-ganatileba> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 25 იანვარი]
42. საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური. „საინფორმაციო და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების გამოყენება შინამეურნეობებში“
<https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/106/sainformatsio-da-sakomunikatsio-teknologiebis-gamoqeneba-shinameurneobebshi> (გახსნილია: 2025 წლის 13 იანვარი)
43. საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური. „საინფორმაციო-საკომუნიკაციო ტექნოლოგიები“.
<https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/534/metadata-sainformatsio-sakomunikatsio-teknologiebi> (გახსნილია: 2025 წლის 13 იანვარი)
44. საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური. „ტურიზმის სატელიტური ანგარიშები“.

- <https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/720/turizmis-satelituri-angarishebi>
(გახსნილია: 2025 წლის 13 იანვარი)
45. საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური. „უცხოელ ვიზიტორთა სტატისტიკა“. <https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/102/utskhoel-vizitorta-statistika> (გახსნილია: 2025 წლის 13 იანვარი)
46. საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური. სისხლის სამართლის სტატისტიკის ერთიანი ანგარიში 2022. https://www.geostat.ge/media/60508/Report_dekemberi_2023.pdf [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 13 იანვარი]
47. საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია. „საქართველოს ტურიზმის სტატისტიკური მიმოხილვა 2013“. <https://gnta.ge/კვლევები/საქართველოს-ტურიზმის-სტატისტიკური-მიმოხილვა-2013-წელი> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 13 იანვარი]
48. საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია. „საქართველოს ტურიზმის სტატისტიკური მიმოხილვა 2014“. <https://gnta.ge/კვლევები/საქართველოს-ტურიზმის-სტატისტიკური-მიმოხილვა-2014-წელი> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 13 იანვარი]
49. საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია. „საქართველოს ტურიზმის სტატისტიკური მიმოხილვა 2015“. <https://gnta.ge/კვლევები/საქართველოს-ტურიზმის-სტატისტიკური-მიმოხილვა-2015-წელი> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 13 იანვარი]
50. საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია. „საქართველოს ტურიზმის სტატისტიკური მიმოხილვა 2016“. <https://gnta.ge/კვლევები/საქართველოს-ტურიზმის-სტატისტიკური-მიმოხილვა-2016-წელი> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 13 იანვარი]
51. საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია. „საქართველოს ტურიზმის სტატისტიკური მიმოხილვა 2017“. <https://gnta.ge/კვლევები/საქართველოს-ტურიზმის-სტატისტიკური-მიმოხილვა-2017-წელი> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 13 იანვარი]
52. საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია. „საქართველოს ტურიზმის სტატისტიკური მიმოხილვა 2018“. <https://gnta.ge/კვლევები/საქართველოს-ტურიზმის-სტატისტიკური-მიმოხილვა-2018-წელი> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 13 იანვარი]
53. საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია. „საქართველოს ტურიზმის სტატისტიკური მიმოხილვა 2019“. <https://gnta.ge/კვლევები/საქართველოს-ტურიზმის-სტატისტიკური-მიმოხილვა-2019-წელი> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 13 იანვარი]
54. საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია. „საქართველოს ტურიზმის სტატისტიკური მიმოხილვა 2020“.

- <https://gnta.ge/კვლევები/საქართველოს-ტურიზმის-სტატისტიკური-მიმოხილვა-2020-წელი> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 13 იანვარი]
55. საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია. „საქართველოს ტურიზმის სტატისტიკური მიმოხილვა 2021“.
- <https://gnta.ge/კვლევები/საქართველოს-ტურიზმის-სტატისტიკური-მიმოხილვა-2021-წელი> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 13 იანვარი]
56. საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია. „საქართველოს ტურიზმის სტატისტიკური მიმოხილვა 2022“.
- <https://gnta.ge/კვლევები/საქართველოს-ტურიზმის-სტატისტიკური-მიმოხილვა-2022-წელი> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 13 იანვარი]
57. საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია. „საქართველოს ტურიზმის სტატისტიკური მიმოხილვა 2023“.
- <https://gnta.ge/კვლევები/საქართველოს-ტურიზმის-სტატისტიკური-მიმოხილვა-2023-წელი> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 13 იანვარი]
58. საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია. „ციფრული დღეები საქართველოში-ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია საერთაშორისო ბლოგერებს მასპინძლობს., 2021“. <https://gnta.ge/მედია-ცენტრი/ციფრული-დღეები-საქართვე> (გახსნილია: 2025 წლის 13 იანვარი)
59. სიხარულიძე, დავით და ჭარაია, ვახტანგ. *უცხოური პირდაპირი ინვესტიციები: თეორია და საქართველოს გამოცდილება*. თბილისი: უნივერსალი, 2018.
60. ლაღანიძე, გიორგი. „ქვეყნის კონკურენტუნარიანობის შეფასების საექსპორტო ასპექტები.“ *საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული ჟურნალი. გლობალიზაცია და ბიზნესი*, 6. 2018
61. შარაშენიძე, ალექსანდრე. „ეროვნული ეკონომიკის კონკურენტუნარიანობის ამაღლების სტრატეგია.“ თბილისი, 2018 (დისერტაცია)
62. ხადური, ნოდარ, და ფეტელავა, სლავა. „ეკონომიკური კონკურენციის პოლიტიკის იმპლემენტაცია საქართველოში.“ *კონკურენციის პოლიტიკა: თანამედროვე ტენდენციები და გამოწვევები. პირველი საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენცია. შრომების კრებული*. თბილისი. (2017).
63. ხელაშვილი, იოსებ. „საქართველოში ტურიზმის ზეგავლენა ქვეყნის დარგობრივ ეკონომიკაზე (კვებისა და სასმელების ინდუსტრიის მაგალითზე).“ *ეკონომიკა და ბიზნესი*, 2020, ტომი XII, 152-175
64. ხელაშვილი, იოსებ. *ინვესტირების საფუძვლები სასტუმრო ინდუსტრიაში*. თბილისი: „მერიდიანი“, 2016
65. ხელაშვილი, იოსებ. *ტურიზმის მარკეტინგის საფუძვლები*. თბილისი: საბა, 1992

66. ხოხოზია, მერაბ. „ტურიზმის განვითარების პოლიტიკა საქართველოში“. თბილისი: უნივერსიტეტის გამომცემლობა, 2016 (დისერტაცია)
67. ჯეოქეისი. “ჯეოქეისის 4-ნაწილიანი რეკომენდაციათა პაკეტი: ჯანდაცვა, ეკონომიკა, განათლება, ეროვნული თავდაცვა და უსაფრთხოება 2021”. <https://geocase.ge/ka/publications/366/jeoqseis-4-natsiliani-rekomendaciata-paketi-jandacva-ekonomika-ganatileba-erovnuli-tavdacva-da-usaftrkhoeba> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 13 იანვარი]
68. Ansoff, Harry Igor. *Corporate Strategy: an Analytic Approach to Business Policy for Growth and Expansion*. New York: McGraw-Hill, 1965.
69. Avis. Browse Avis Car Rental Locations <https://www.avis.com/en/locations/avisworldwide> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 13 იანვარი]
70. Bagheri, Moslem, Shojaei, Payam and Kiani, Mehrdad. “Explanation an inter-pretive structural model of travel and tourism competitive-ness indicators (Case study: Fars province).” *Tourism Planning and Development*, (2016), 5 (18): 137–157
71. Bahar, Ozan and Kozak, Metin. “Advancing Destination Competitiveness Research”. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 2007, 22(2), 61-71. DOI:10.1300/J073v22n02_05
72. Barney, Jay. “Firm Resources and Sustained Competitive Advantage.” *Journal of Management*, 1991 Volume 17, Issue 1 <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
73. Bobirca, Ana. “Assessing the international competitiveness of tourism services trade.” *Romanian Economic Journal*, 2007 Vol. 10(23): 29-43
74. Botti, Laurent and Peypoch, Nicolas. “Multi-criteria ELECTRE method and destination competitiveness.” *Tourism Management Perspectives*, 2013 6, 108-113. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2013.01.001>
75. Budget. Browse Budget Car Rental Locations <https://www.budget.com/en/locations/budgetworldwide> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 13 იანვარი]
76. Buhalis, Dimitrios. “Marketing the competitive destination of the future.” *Tourism Management*, 2000, 21, 97-116. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00095-3](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00095-3)
77. Butler, Warren Richard. “The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources”. *University of Western Ontario, Canadian Geographer*, 1980, XXIV (1) <https://doi.org/10.1111/j.1541-0064.1980.tb00970.x>
78. Butler, Warren Richard. *The Tourism Area Life Cycle, Vol. 1. Applications and Modifications*. Channel View Publications, 2005 <https://books.google.ge/books?id=XHTxrqnn9sMC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>

79. Calligaris, Sara, Criscuolo, Chiara, De Lyon, Josj, Greppi, Andrea and Pallanch, Oliviero. "Defining the geographical level of competition: A taxonomy of industries", *OECD Science, Technology and Industry Working Papers*, No. 2024/05. Paris: OECD Publishing, 2024. <https://doi.org/10.1787/273475aa-en>.
80. Campbell, C. K. "An Approach to Recreational Geography." *B.C. Occasional Papers*, 1966, No. 7
81. Cann, Oliver. "What is competitiveness?" World Economic Forum, 2016 <https://www.weforum.org/agenda/2016/09/what-is-competitiveness/>
82. Cho, Dong-Sung, Moon, Hwy-Chang and Kim, Min-Young. "Does one size fit all? A dual double diamond approach to country-specific advantages." *Asian Business & Management*, 2009, Vol 8: 83-102. <https://doi.org/10.1057/abm.2008.27>
83. Codreanu Ion, Hussein, Muawya Ahmed and Min, Ho, Soon. *Recent Research and Innovation: An Integrated Approach*. New Delhi: Bharti Publications, 2021
84. Cohen, Erik. "Authenticity and commoditization in tourism." *Annals of Tourism Research*, 1988, Volume 15, Issue 3: 371-386
85. Cracolici, M., F., and Nijkamp, P.. "The attractiveness and competitiveness of tourist destinations: A study of Southern Italian regions." *Tourism Management*, 2009, 336 - 344
86. Croes, Robertico and Kubickova, Marketa. "From potential to ability to compete: Towards a performance-based tourism competitiveness index." *Journal of Destination Marketing & Management*, 2013-October, 2(3): 146-154. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2013.07.002>
87. Crofts J. C.. "Theoretical Perspectives on Tourist Criminal Victimization." *The Journal of Tourism Studies*, 1996-May, Vol. 7, No. 1
88. Crouch, Geoffrey I.. "Destination Competitiveness – Insights into Attribute Importance". *International Conference of Trends, Impacts and Policies on Tourism Development*, 2006-June: 15-18. Hellenic Open University, Crete
89. Crouch, Geoffrey I., Ritchie, J. R. Brent. "Tourism, competitiveness, and societal prosperity." *Journal of Business Research*, 1999, 44(3), 137–152. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(97\)00196-3](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(97)00196-3)
90. Crouch, Geoffrey I., Ritchie, J. R. Brent. "Destination competitiveness and the role of the tourism enterprise". *International Handbook on the Economics of Tourism*, 2006-January: 43-48.
91. Cvelbar, Ljubica Knežević, Dwyer, Larry, Koman, Matjaž and Mihalič, Tanja. "Drivers of Destination Competitiveness in Tourism: A Global Investigation." *Journal of Travel Research*, 2015, 55(8). <https://doi.org/10.1177/0047287515617299>
92. d'Hartesse, Anne-Marie. "Lessons in Managed Destination Competitiveness in the Case of Foxwoods Casino Resort." *Tourism Management*, 2000, 21(1): 23-32 [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00097-7](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00097-7)

93. Dälken, Fabian. “ Are Porter’s Five Competitive Forces still Applicable? A Critical Examination concerning the Relevance for Today’s Business.” *3rd IBA Bachelor Thesis Conference*, 2014. Enschede, The Netherlands: University of Twente, Faculty of Management and Governance
94. Dann, Graham, Nash, Dennison and Pearce, Philip. “Methodology in tourism research.” *Annals of Tourism Research*, 1988, 15(1): 1-28
[https://doi.org/10.1016/0160-7383\(88\)90068-0](https://doi.org/10.1016/0160-7383(88)90068-0)
95. DataReportal. “Digital 2021: Georgia”. <https://datareportal.com/reports/digital-2021-georgia?rq=georgia> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 13 იანვარი]
96. Dupeyras, Alain and MacCallum, Neil. “Indicators for Measuring Competitiveness in Tourism: A Guidance Document.” OECD Tourism Papers, 2013.
<http://dx.doi.org/10.1787/5k47t9q2t923-en>
97. Dwyer, Larry, Cvelbar, Ljubica, Edwards, Deborah and Mihalic, Tanja. “Fashioning a destination tourism future: The case of Slovenia.’ *Tourism Management*, 2012, 33(2), 305-316. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.03.010>
98. Dwyer, Larry, Kim, Chulwon. “Destination competitiveness: Determinants and Indicators.” *Current Issues in Tourism*, 2003, 6(5): 369–413
<http://dx.doi.org/10.1080/13683500308667962>
99. Dwyer, Larry, Livaic, Zelko and Mellor, Robert. “Competitiveness of Australia as a Tourist Destination”. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 2003-January, 10(1): 60–78
100. Dwyer, Larry, Mellor, Robert, Mistilis, Nina and Mules, Trevor. “A Framework for Assessing “tangible” and “intangible” Impacts of Events and Conventions.” *Event Management*, 2000, 6(3):175-189 DOI:10.0000/096020197390257
101. Enright, Michael, J. and Newton, James. “Tourism Destination Competitiveness: A Quantitative Approach”. *Tourism Management*, 2004-December, 25 (6): 777-788
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.06.008>
102. Europcar. Europcar Car and Van Rental Locations Worldwide
<https://www.europcar.com/en-us/places/car-rental-worldwide>
103. European Bank for Reconstruction and Development. “North-South Corridor (Kvesheti-Kobi) Road Project, 2019.” <https://www.ebrd.com/work-with-us/projects/psd/50271.html> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 13 იანვარი]
104. European Bank for Reconstruction and Development. “The Annual Review 2017”.
<https://www.ebrd.com/documents/comms-and-bis/pdf-annual-report-2017-english.pdf> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 13 იანვარი]
105. European Bank for Reconstruction and Development. “The Annual Review 2019”. EBRD. <https://www.ebrd.com/annual-review-2019-english.pdf> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 13 იანვარი]

106. European Commission. "Commission Staff Working Document, Georgia 2023 Report." https://neighbourhood-enlargement.ec.europa.eu/system/files/2023-11/SWD_2023_697%20Georgia%20report.pdf [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 13 იანვარი]
107. European Commission. "EU Regional Competitiveness Index 2.0 - 2022 edition." https://ec.europa.eu/regional_policy/assets/regional-competitiveness/index.html#/ [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 13 იანვარი]
108. European Commission. "European Neighbourhood Policy and Enlargement Negotiations (DG NEAR)." https://neighbourhood-enlargement.ec.europa.eu/european-neighbourhood-policy/countries-region/georgia_en [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 13 იანვარი]
109. European Investment Bank. საქართველოს სატრანსპორტო კომუნიკაციის მხარდაჭერის ახალი ინიციატივა ევროპის საინვესტიციო ბანკის მხრიდან, 2019. <https://www.eib.org/en/press/all/2019-052-new-eib-support-for-georgias-transport-infrastructure-and-connectivity?lang=ka> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 13 იანვარი]
110. Faur, Monica, Ban, Olimpia. "Theoretical Framework about Tourism Destination Competitiveness." *The Annals of the University of Oradea*. Faculty of Economic Sciences. Oradea University Publishing House, Oradea, Romania, 2020-July, XXIX (1). <https://anale.steconomieuoradea.ro/volume/2020/n1/003.pdf> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 13 იანვარი]
111. Fitch Ratings. Georgia , 2024. <https://www.fitchratings.com/entity/georgia-85877873> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 13 იანვარი]
112. Forsythe, Stephen. "HIV / AIDS and tourism." *AIDS Anal Afr* 1999 Apr-May;9(6):4-6. https://www.researchgate.net/publication/11107184_HIV_AIDS_and_tourism/stats [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2024 წლის 11 აგვისტო]
113. Franke, Richard H., Hofstede Geert and Bond, Michael H.. "Cultural roots of economic performance: A research note." *Strategic Management Journal*, 1991, Vol. 12, Issue 1, Special Issue, 165-173. <https://doi.org/10.1002/smj.4250120912> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 13 იანვარი]
114. Freyer, Bernard, Fiala, V., Paxton, R., Dorninger, M., Zangerle, K.. System Development. System Analysis and Scenario Technique - Methods and Practises. Division of Organic Farming, Vienna, 2017
115. Galt & Taggart. „Galt & Taggart Presented Report about Tourism Sector in Georgia, 2018”. <https://api.galtandtaggart.com/sites/default/files/2021-05/18188.pdf> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 13 იანვარი]
116. Gao, Junli, Shao, Chaofeng, Chen, Sihan and Wei, Zizhang. "Evaluation of sustainable development of tourism cities based on SDGs and tourism

- competitiveness index: analysis of 221 prefecture-level cities in China.” *Sustainability*, 2021, 13(22), 12338; <https://doi.org/10.3390/su132212338> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 13 იანვარი]
117. Gilligan, Colin, Wilson, Richard. M. S.. *Strategic Marketing Planning*. Butterworth-Heinemann, 2003
<http://repo.darmajaya.ac.id/4061/1/Colin%20Gilligan%2C%20Richard%20M.S.%20Wilson%20-%20Strategic%20Marketing%20Planning%20%28CIM%20Student%29-Butterworth-Heinemann%20%282003%29.pdf> (გახსნილია: 2025 წლის 13 იანვარი)
118. Global Forest Watch. “Baseline water stress, 2016.“
<https://www.arcgis.com/home/item.html?id=0eb02ab01ca04bffd1901a33722eefe>
[ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 13 იანვარი]
119. Goeldner, Charles R., Ritchie, J. R. Brent. *Tourism Principles, Practices, Philosophies*. Ninth edition. JOHN WILEY & SONS, INC., 2003
120. Goffi, Gianluca, Cucculelli, Marco and Masiero, Lorenzo. “Fostering tourism destination Competitiveness in Developing Countries: The Role of Sustainability.” *Journal of Cleaner Production*, 2019, 209: 101-115.
<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.10.208> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 13 იანვარი]
121. Gomezelj Omerzel, Doris and Mihalič, Tanja. “Destination Competitiveness - Applying different models, the case of Slovenia.” *Tourism Management*, 2008, 29 (6): 294-307. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.03.009>
122. Gooroochurn, Nashaal and Sugiyarto, Guntur. “Competitiveness indicators in the travel and tourism industry.” *Tourism Economics*, 2005, 11(1): 25-43.
<https://doi.org/10.5367/0000000053297130>
123. Govers, Robert and Go, Frank M. “Achieving Service Quality through the Application of Importance-Performance Analysis.” *Service Quality and Management*, 1999: 161-185
124. Gray, Peter H. *International Travel - International Trade*. Lexington: Heath Lexington Books, 1970
125. Greer, T. and Wall, Geoffrey. “Recreational Hinterlands: A Theoretical and Empirical Analysis.” *Recreational Land Use in Southern Ontario*. Department of Geography Publication series, 1979, vol. 14: 227-246. Waterloo: Waterloo University.
126. Gugushvili, Temur, Salukvadze, Gvantsa, Leonhäuser, Ingrid-Ute, Durglishvili, Nino, Pavliashvili, Nino, Khelashvili, Joseph, Salukvadze, Joseph, Khartishvili, Lela. “Participatory policy review: “Supportive Tourism” concept for hand-in-hand rural and mountain development.” *Annals of Agrarian Science*, 2020, 18: 269–281

127. Hassan, Salah S.. “Determinants of Market Competitiveness in an Environmentally Sustainable Tourism Industry”. *Journal of Travel Research*, 2000-February, 38(3): 239-245. <https://doi.org/10.1177/004728750003800305>
128. Heath, Ernie. “Towards a Model to Enhance Destination Competitiveness: A Southern African Perspective.” *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 2002, 10 (2): 124-141. [https://repository.up.ac.za/bitstream/handle/2263/6058/Heath_Towards\(2003\).pdf?sequence=1](https://repository.up.ac.za/bitstream/handle/2263/6058/Heath_Towards(2003).pdf?sequence=1) (გახსნილია: 2025 წლის 14 იანვარი)
129. Hertz. Hertz Car Hire Locations <https://www.hertz.com/rentacar/location> (გახსნილია: 2025 წლის 14 იანვარი)
130. IMD. “Will the most competitive countries in 2018 rank highest in talent?, 2018”. <https://www.imd.org/research-knowledge/articles/will-the-most-competitive-countries-in-2018-rank-highest-in-talent/> (გახსნილია: 2025 წლის 14 იანვარი)
131. Institute for Economics & Peace. „Global Terrorism Index 2022: Measuring the Impact of Terrorism“. Sydney, March-2022. <https://www.visionofhumanity.org/wp-content/uploads/2022/03/GTI-2022-web-09062022.pdf> (გახსნილია: 2025 წლის 13 იანვარი)
132. International Finance Corporation. Tourism for Development: Tourism Diagnostic Toolkit. Tourism for Development knowledge series;. © International Finance Corporation, Washington, DC., 2019. License: CC BY-NC-ND 3.0 IGO <https://hdl.handle.net/10986/32194> (გახსნილია: 2025 წლის 14 იანვარი)
133. International Monetary Fund. “Georgia: 2018 Article IV Consultation, Second Review under the Extended Fund Facility Arrangement, and Request for Modification of a Quantitative Performance Criterion – Press Releases; Staff Report; and Statement by the Executive Director for Georgia”. http://www.economy.ge/uploads/files/2017/imf_monetary_found/cr18198_3.pdf (გახსნილია: 2025 წლის 14 იანვარი)
134. International Monetary Fund. Total investment, Percent of GDP. https://prosperitydata360.worldbank.org/en/indicator/IMF+WEO+NID_NGDP [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 24 იანვარი]
135. International Trade Administration. Georgia - Country Commercial Guide, 2023. <https://www.trade.gov/country-commercial-guides/georgia-trade-agreements#:~:text=Georgia%20has%20free%20trade%20regimes,an%20FTA%20with%20Hong%20Kong>. [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 13 იანვარი]
136. Investors Council, 2024. <https://investorscouncil.ge/> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 13 იანვარი]
137. Jogaratham, Giri and Law, Rob. “Environmental Scanning and Information Source Utilization: Exploring the Behavior of Hong Kong Hotel and Tourism Executives.” *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 2006, 30(2): 170-190.

- <https://doi.org/10.1177/1096348005284488> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 14 იანვარი]
138. Jovanović, Sonja, Krstić, Bojan and Janković-Milić, Vesna. “Identifying the Factors of Tourism Competitiveness Level in the Southeastern European Countries.” *Economics and Organization*, 2013, Vol. 10, No 2: 117–127
<http://facta.junis.ni.ac.rs/eao/eao201302/eao201302-03.pdf> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 14 იანვარი]
 139. Jurowski, Claudis and Olsen, Michael D.. “Scanning the environment of tourism attractions: A content analysis approach.” *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 1995, Vol. 4: 71-96 https://doi.org/10.1300/J073v04n01_05 [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 14 იანვარი]
 140. Keyser, Robert, Vanhove, N. “The competitive situation of tourism in the Caribbean area—Methodological approach.” *The Tourist Review*, 1994, Vol. 49 (3): 19–22.
<https://doi.org/10.1108/eb058160> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 14 იანვარი]
 141. Khelashvili, Ioseb, Khartishvili Lela and Khokhobaia, Merab. “Clustering the Problems of Sustainable Tourism Development in a Destination: Tsaghveri Resort as A Case.” *Ankara Üniversitesi Çevre Bilimleri Dergisi*, 2019, 7(2): 83-97.
<https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/901017> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 14 იანვარი]
 142. Khelashvili, Ioseb. “Segment-Centric Geo-Competitive Environment of a Tourism Destination (A Case of Georgia).” *Journal of Tourism and Hospitality Management*, 2023-Jan.-Feb., Vol. 11, No. 1: 19-30 <https://doi.org/10.17265/2328-2169/2023.01.002> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 14 იანვარი]
 143. Kim, Yoo Ri, Liu Anyu and Williams Allan M. “Competitiveness in the visitor economy: A systematic literature review.” *Tourism Economics*, 2021-August, Vol. 28(3): 817-842 <https://doi.org/10.1177/13548166211034437> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 14 იანვარი]
 144. Komšić, Jelena and Dorčić, Jelena. „Tourism Destination Competitiveness and Online Reputation: Conceptualization and Literature Framework Analysis.“ *Tourism & Hospitality Industry* 2016, Congress Proceedings: 144-157
 145. Kotler, Philip and Armstrong, Gary. *Principles of Marketing*. 7th Edition, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, 1996
 146. Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. *Marketing Management*. Pearson, 2012
 147. Kotler, Philip, Bowen, John T., Makens, James C.. *Marketing for Hospitality and Tourism*. Pearson New International Edition, 2014
 148. Kotler, Philip. *Kotler on Marketing*. Free Press, 1999
 149. Kozak, Metin and Rimmington, Mike. “Measuring tourist destination competitiveness: conceptual considerations and empirical findings.” *International*

- Journal of Hospitality Management*, 1999-September, Vol. 18, Issue 3: 273-283
[https://doi.org/10.1016/S0278-4319\(99\)00034-1](https://doi.org/10.1016/S0278-4319(99)00034-1) [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 14 იანვარი]
150. Kozak, Metin. “Comparative Analysis of Tourist Motivations by Nationality and Destinations.” *Tourism Management*, 2002-June, 23 (3): 221-232.
[https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(01\)00090-5](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(01)00090-5) [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 14 იანვარი]
151. Krugman, Paul R. “Competitiveness: A Dangersome Obsession.” *Foreign Affairs Magazine*, 1994, March/April. <http://gesd.free.fr/krugman94.pdf> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 14 იანვარი]
152. Krugman, Paul R. “Making Sense of the Competitiveness Debate.” *Oxford Review of Economic Policy*, 1996, Vol. 12, NO. 3. <https://www.jstor.org/stable/23606438>
[ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 14 იანვარი]
153. Krugman, Paul R. “Scale Economies, Product Differentiation and the Pattern of Trade.” *The American Economic Review*, 1980, Vol. 70, N5: 950-959.
<https://www.aeaweb.org/aer/top20/70.5.950-959.pdf> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 14 იანვარი]
154. Krugman, Paul R. The New York Times, Opinion, 2020. https://messaging-custom-newsletters.nytimes.com/template/oakv2?campaign_id=116&emc=edit_pk_20200825&instance_id=21590&nl=paul-krugman&productCode=PK®i_id=104605021&segment_id=36891&te=1&uri=nyt%3A%2F%2Fnewsletter%2F3919b3b0-93aa-5035-a68b-7b5dc278cd46&user_id=ac2fa6bf74ad4d515809f38545532236 [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2020 წლის 27 აგვისტო]
155. Krugman, Paul R. The New York Times, Opinion, 2021.
<https://www.nytimes.com/2021/05/28/opinion/us-dollars-currency.html> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2021 წლის 30 მაისი]
156. Li, Shaowen and Du, Shuyun. „An Empirical Study on the Coupling Coordination Relationship between Cultural Tourism Industry Competitiveness and Tourism Flow.“ *Sustainability*, 2021, 13(10). <https://doi.org/10.3390/su13105525> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 14 იანვარი]
157. Liu, Haijun, Hasan, Mihray, Cui, Dong, Yan, Junjie and Sun, Guojun. “Evaluation of tourism competitiveness and mechanisms of spatial differentiation in Xinjiang, China.” *PLOS One*, 2022-February, 17(2).
<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0263229> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 14 იანვარი]
158. Mankiw, Gregory N.. *Principles of Microeconomics*. Boston: South-Western Cengage Learning, 2008

159. Mankiw, Gregory N.. *Principles of Microeconomics*. Boston: Cengage Learning, 2018
160. Martínez, Ruben Molina, Galván, Melissa Ochoa and Lafuente, Ana Maria Gil. “Public Policies and Tourism Marketing. An analysis of the competitiveness on tourism in Morelia, Mexico and Alcala de Henares, Spain.” *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 2014-August, 148, 146-152.
<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.07.028>
161. Mckercher, Bob. “The Effect of Market Access on Destination Choice.” *Journal of Travel Research*, 1998, Volume 37, Issue 1
<https://doi.org/10.1177/004728759803700105> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 14 იანვარი]
162. McNulty, Paul J.. “Economic Theory and the Meaning of Competition.” *The Quarterly Journal of Economics*, 1968-November, Vol. 82, No. 4: 639-656.
<https://doi.org/10.2307/1879604> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 14 იანვარი]
163. Meadows, Donella H.. *Leverage points: Places to intervene in a system*. The Sustainability Institute, 1999. https://donellameadows.org/wp-content/userfiles/Leverage_Points.pdf [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 14 იანვარი]
164. Middleton, Victor. T. C., Fyall, Alan, Morgan, Mike and Ranchhod, Ashok. *Marketing in Travel and Tourism*. Routledge, 2009
165. Mill, John Stuart. *Principles of Political Economy*. Fairfield New Jersey: Augustus M. Kelley, 1976 (1848)
166. Ministry of Foreign Affairs of Japan. “Entry into Force of the Japan-Georgia Investment Agreement, 2021.”
https://www.mofa.go.jp/press/release/press4e_003014.html#:~:text=Accordingly%2C%20this%20Agreement%20will%20enter,investment%20between%20Japan%20and%20Georgia. [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 15 იანვარი]
167. Ministry of Foreign Affairs of Japan. “Signing of the Tax Convention between Japan and Georgia.” January 29, 2021.
https://www.mofa.go.jp/press/release/press4e_002968.html [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 14 იანვარი]
168. Mo, Chul-min, Howard, Dennis R. and Havitz, Mark E. “Testing an international tourist role typology.” *Annals of Tourism Research*, 1993, 20(2): 319-335.
[https://doi.org/10.1016/0160-7383\(93\)90058-B](https://doi.org/10.1016/0160-7383(93)90058-B) [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 14 იანვარი]
169. Moody's. Georgia, 2024.
<https://www.moody's.com/researchandratings/region/europe/georgia/042075>
[ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 14 იანვარი]

170. Moore, M. A. (2015). "Using Porter's five forces model to evaluate the competitive environment of any segment of tourism and hospitality in Ghana." Mphil document, University of Cape Coast, Ghana.
171. Murphy, Peter, Pritchard, Mark P. and Smith, J. Brock. "The destination product and its impact on traveller perceptions." *Tourism Management*, 2000-February, 21(1) [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00080-1](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00080-1) [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 14 იანვარი]
172. National Car Rental. Global Car Rental Locations <https://www.nationalcar.com/en/car-rental/locations.html> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 14 იანვარი]
173. National Geographic. "Destinations on the rise for 2021." https://www.nationalgeographic.com/travel/article/best-of-the-world-2021?fbclid=IwAR35BoBkPByfAloQgm3buD5EBx7Gp7VcVmbYxM-6uwJzsyOyWhwNwRmO7_E [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 14 იანვარი]
174. Nazmfar, Hossein, Eshghei, Ali, Alavi Sarideh and Pourmoradian, Samereh. "Analysis of travel and tourism competitiveness index in middle-east countries." *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 2019-March, 24(6): 501-513. <https://doi.org/10.1080/10941665.2019.1590428> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 14 იანვარი]
175. Obloj, Krzysztof. "Footnotes to organizational competitiveness." *Economics and Business Review*, 2019, 5(19), No. 3: 35-49. <https://doi.org/10.18559/ebr.2019.3.3> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 14 იანვარი]
176. OECD. "OECD Investment Policy Reviews: Georgia, 2020." https://www.oecd.org/en/publications/oecd-investment-policy-reviews-georgia_0d33d7b7-en.html [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 14 იანვარი]
177. OECD. "OECD Regions at a Glance 2013: Report" https://www.oecd.org/en/publications/oecd-regions-at-a-glance-2013_reg_glance-2013-en.html [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 14 იანვარი]
178. OECD. "OECD Tourism Committee, 2017." <https://web-archive.oecd.org/temp/2017-07-31/446807-oecd-tourism-committee.htm> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 14 იანვარი]
179. OECD. "OECD Tourism Trends and Policies 2024: Report." <https://doi.org/10.1787/80885d8b-en>. [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 14 იანვარი]
180. Office of the United States Trade Representative. "Trade & Investment Framework Agreements." <https://ustr.gov/trade-agreements/trade-investment-framework-agreements> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 15 იანვარი]
181. Okroshidze, Lali, Meyer, Daniel F. and Khelashvili, Ioseb. "An assessment of tourism competitiveness: A comparative analysis of Georgia and neighboring countries."

- Journal of Eastern European and Central Asian Research (JEECAR)*, 2024-June, 11(2): 377–393. <https://doi.org/10.15549/jeecar.v11i2.1536> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 14 იანვარი]
182. Oliveira, Caryle Tadey Falcão, Zouain, Deborah Moraes, Souza, Luiz Alexandre Valadão and Duarte, André Luís Faria. “Competitiveness of tourist destinations: demand and performance factors.” *Tourism & Management Studies*, 2019, 15(4): 17-26. <https://doi.org/10.18089/tms.2019.150402> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 14 იანვარი]
183. Open Net. “The State Program on Broadband Infrastructure Development.” <https://opennet.ge/eng> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 15 იანვარი]
184. Our World in Data. “International tourist trips, 2022” <https://ourworldindata.org/grapher/international-tourist-trips> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 14 იანვარი]
185. Our World in Data. “Share of land area that is protected, 2022” <https://ourworldindata.org/grapher/terrestrial-protected-areas?time=latest> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 25 იანვარი]
186. Papava, Vladimer. “Frontier Growth, Catching Up, Falling Behind and Extremely Falling Behind.” *The Market Oracle*, 2018, May 21, <http://www.marketoracle.co.uk/Article62332.html> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 14 იანვარი]
187. Pearce, Douglas G. and Butler, Warren Richard. (1993). *International Academy for the Study of Tourism. Tourism research: critiques and challenges*. London, New York: Routledge.
188. Pechlaner, Herald and Jager, Barbara. “Cultural Tourism as Competitive Factor in Mediterranean Tourism – A comparative study of the Japanese and the German source markets for the Italian cultural heritage.” *Tourism Hospitality Management*, 1999, Vol. 5, No. 1-2, 229-242. <https://doi.org/10.20867/thm.5.1-2.16> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 14 იანვარი]
189. Peteraf, Margaret A. “The cornerstones of competitive advantage: A resource-based view.” *Strategic Management Journal*, 1993-May, 14: 179-191. <https://www.jstor.org/stable/2486921> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 14 იანვარი]
190. Piuchan, Manisa. “Plog’s and Butler’s Models: a critical review of Psychographic Tourist Typology and the Tourist Area Life Cycle”. *Turizam*, 2018-October, 22(3). <https://doi.org/10.5937/turizam22-18835> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 14 იანვარი]
191. Plog, Stanley C. “Why Destination areas rise and fall in popularity.” *Cornell Hospitality Quarterly*, 1974-February, Vol. 14, Issue 4.

- <https://doi.org/10.1177/001088047401400409> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 14 იანვარი]
192. Poon, Auliana. *Tourism, Technology, and Competitive Strategies*. CAB International, Wallingford, 1993 ISBN : 978-0-85198-950-1
 193. Popesku, Jovan and Pavlović, Danijel. “Tourist Destination Competitiveness: Case Study of Serbia”, presented at 4th Asia-Euro Conference 2012 in Tourism, Hospitality & Gastronomy, Subang Jaya, Malaysia.
https://www.researchgate.net/publication/259781395_Tourist_Destination_Competitiveness_Case_Study_of_Serbia [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 14 იანვარი]
 194. Porter, Michael E. “How Competitive Forces Shape Strategy.” *Harvard Business Magazine*, 1979-March-April. <https://hbr.org/1979/03/how-competitive-forces-shape-strategy> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 14 იანვარი]
 195. Porter, Michael E. “The Competitive Advantage of Nations.” *Harvard Business Review*, 1990 http://www.economie.ens.fr/IMG/pdf/porter_1990_-_the_competitive_advantage_of_nations.pdf [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 14 იანვარი]
 196. Porter, Michael E. *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance; and Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. Free Press, New York, 1980
 197. Porter, Michael E. *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: The Free Press, 1998
 198. Porter, Michael E. *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*. New York: Simon and Schuster, 2000
 199. Porter, Michael E. *On Competition*. Boston: Harvard Business School, 1998
 200. Powell, Thomas C. “Organizational alignment as competitive advantage.” *Strategic Management Journal*, 1992, 13, 119-134. <https://doi.org/10.1002/smj.4250130204> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 14 იანვარი]
 201. Prahalad, C. K., Hamel, Gary. “The Core Competence of the Corporation.” *Harvard Business Review*, 1990-May-June. <https://hbr.org/1990/05/the-core-competence-of-the-corporation> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 14 იანვარი]
 202. Prentice, Richard. “Community-driven tourism planning and residents' preferences”. *Tourism Management*, 1993, 14, 218–227.
[https://doi.org/10.1016/0261-5177\(93\)90023-E](https://doi.org/10.1016/0261-5177(93)90023-E) [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 14 იანვარი]
 203. Prideaux, Bruce. “The Role of the Transport System in Destination Development.” *Tourism Management*, 2000, 21, 53-63. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00079-5](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00079-5) [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 14 იანვარი]

204. Property Right Alliance. "International Property Right Index 2019". https://atr-ipri.s3.amazonaws.com/uploads/IPRI_2019_FullReport.pdf [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 13 იანვარი]
205. Property Right Alliance. "International Property Right Index 2023". https://atr-ipri.s3.amazonaws.com/ipri23_fullreport.pdf [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 13 იანვარი]
206. Pulido-Fernandez, Juan Ignacio, Andrades-Caltido, Lidia and Sánchez-Rivero, Marcelino. "Is sustainable tourism an obstacle to the economic performance of the tourism industry? Evidence from an international empirical study." *Journal of Sustainable Tourism*, 2015, 23(1): 47-64
<https://doi.org/10.1080/09669582.2014.909447> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 14 იანვარი]
207. Rajotte, F Jean-Francois. (1975). "The different travel patterns and special framework of recreation and tourism". *Tourism as a Factor of National and Regional Development*, 1975, Trent University Occasional Paper 4: 43-52.
208. Risteskia, Michael, Kocevskia, Jordan, Arnaudov, Kliment. "Spatial planning and sustainable tourism as basis for developing competitive tourist destinations." *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 2012, 44: 375-386.
<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.05.042> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 14 იანვარი]
209. Ritchie, J. R. Brent and Crouch, Geoffrey I.. "The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective". *Tourism Management*, 2000, Vol. 21, No. 1: 1–7
210. Ritchie, J. R. Brent and Crouch, Geoffrey I.. *The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective*. Cromwell Press, Trowbridge, UK, 2003. ISBN 0-85199-664-7. <http://dx.doi.org/10.1079/9780851996646.0000> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 14 იანვარი]
211. Ritchie, J. R. Brent. *Competitiveness in international tourism: a framework for understanding and analysis*, World Tourism Education and Research Centre, University of Calgary, 1993
212. Santos Estevão, Christina, Maria, Baptita Garcia, Ana Rita and De Brito Filipe, S. M. (2015). "What are the Most Critical Factors for Competitiveness of a Tourism Destination?" *Handbook of Research on Global Competitive Advantage through Innovation and Entrepreneurship* (pp. 261 - 288). Hershey PA, USA: IGI Global.
213. Schumpeter, Joseph A.. *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest and the Business Cycle*. New Brunswick: Transaction Publishers, 1934 (2008).
214. Schwaag-Serger, Sylvia and Wise, Emily. "Competing in the Single Market – SMEs and Innovation in the Baltic Countries and Poland." International Organisation for Knowledge Economy and Enterprise Development, 2004.

- <https://lucris.lub.lu.se/ws/portalfiles/portal/5801952/1304070.pdf> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 14 იანვარი]
215. Scott, Noel, Parfitt, Nick and Laws, Eric. “Destination Management: Co-operative Marketing, a Case Study of the Port Douglas Brand. *Tourism in the twenty-first century*, 2001: 198-221. <https://eprints.qut.edu.au/21383/> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 14 იანვარი]
216. Seguí-Amortegui, Luis, Clemente-Almendros, Seguí-Amortegui, Medina, Rubí and Gala, Melanie Grueso. “Sustainability and Competitiveness in the Tourism Industry and Tourist Destinations: A Bibliometric Study.” *Sustainability*, 2019, 11(22). <https://doi.org/10.3390/su11226351> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 14 იანვარი]
217. Sirše, Janez, Mihalič, Tanja, “Slovenian tourism and tourism policy: A case study.” *Tourism Review*, 1999, 54(3), 34-47. <https://doi.org/10.1108/eb058313> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 14 იანვარი]
218. Sixt. Sixt Rent the Car <https://www.sixt.com/car-rental/> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 14 იანვარი]
219. Smith, Adam. *The Wealth of Nations*. New York: The Modern Library, 1976 (1776)
220. SolAbility. Global Sustainable Competitiveness Index <https://solability.com/the-global-sustainable-competitiveness-index> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 14 იანვარი]
221. Song, Hailyan, Li Gang and Cao, Zheng. “Tourism and Economic Globalization: An Emerging Research Agenda.” *Journal of Travel Research*, 2017, 57(8): 999-1011. <https://doi.org/10.1177/0047287517734943> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 14 იანვარი]
222. Stalk, George Jr. “Time: The Next Source of Competitive Advantage.” *Harvard Business Review*, 1988, 66, 41-51. <https://hbr.org/1988/07/time-the-next-source-of-competitive-advantage> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 14 იანვარი]
223. Stankova, Mariya and Vasenska, Ivanka. “Tourism destination competitiveness models.” *Tourism and Travelling*, 2017, 1(1): 58-64. [http://dx.doi.org/10.21511/tt.1\(1\).2017.06](http://dx.doi.org/10.21511/tt.1(1).2017.06) [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 15 იანვარი]
224. Stigler, George J.. “Perfect Competition, Historically Contemplated.” *The Journal of Political Economy*, 1957-February, Vol. 65, No. 1: 1-17. <https://msuweb.montclair.edu/~lebelp/stiglerperfcompjpe1957.pdf> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 15 იანვარი]
225. Sustainable Development UN. “Agenda 21.” <https://sustainabledevelopment.un.org/outcomedocuments/agenda21> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 13 იანვარი]

226. Tax Policy Center, Briefing Book. “How do taxes affect the economy in the long run?” <https://www.taxpolicycenter.org/briefing-book/how-do-taxes-affect-economy-long-run> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 15 იანვარი]
227. TBC Capital. “Electricity Market 2023 Overview, January 2024” <https://tbccapital.ge/static/file/202401222928-tbc-capital-electricity-market-2023-overview-full-report-eng.pdf> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 15 იანვარი]
228. TBC Capital. “Georgian Railway, September 2022.” <https://tbccapital.ge/static/file/202209283348-tbc-capital-georgian-railway-fy21-1h22-28.09.22.pdf> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 15 იანვარი]
229. TBC Capital. “Tourism Industry Overview: The Next Destination, 2019.” https://tbccapital.ge/static/reports/uploads/files/files_e0fab430_October22,2019-TourismIndustryOverviewreport.pdf [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 15 იანვარი]
230. Tbilisi Silk Road Forum <https://www.tbilisisrf.gov.ge/> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 15 იანვარი]
231. The International Energy Agency. “Azerbaijan 2021. Energy Policy Review”. <https://iea.blob.core.windows.net/assets/49662c46-575f-4561-a541-5541f5342b07/Azerbaijan2021EnergyPolicyReview.pdf> (გახსნილია: 2025 წლის 14 იანვარი)
232. The World Bank. Project Information Document (PID), Log-In Georgia (P169698). <https://documents1.worldbank.org/curated/en/902091595517787639/pdf/Project-Information-Document-Log-In-Georgia-P169698.pdf> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 15 იანვარი]
233. Thrifty. Thrifty Car Rental <https://www.thrifty.com/us/en/location?> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 13 იანვარი]
234. Trading Economics. Georgia - Credit Rating. <https://tradingeconomics.com/georgia/rating> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 14 იანვარი]
235. Tsai, Henry, Song, Haiyan and Wong, Kevin K. F. “Tourism and Hotel Competitiveness Research.” *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 2009-September, Vol. 26(5). <https://doi.org/10.1080/10548400903163079> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 15 იანვარი]
236. Tsoulfidis, Llefteris. „Classical vs. Neoclassical Conceptions of Competition.” *MPRA Paper*, 2011, No. 43999 https://mpra.ub.uni-muenchen.de/43999/3/MPRA_paper_43999.pdf [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 15 იანვარი]
237. U.S. Department of State. “2020 Investment Climate Statements: Georgia.” <https://www.state.gov/reports/2020-investment-climate-statements/georgia/> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 15 იანვარი]

238. U.S. Department of State. “2022 Country Reports on Human Rights Practices: Georgia.” <https://www.state.gov/reports/2022-country-reports-on-human-rights-practices/georgia/> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 15 იანვარი]
239. U.S. Department of State. “2022 Investment Climate Statements: Georgia.” <https://www.state.gov/reports/2022-investment-climate-statements/georgia/> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 15 იანვარი]
240. U.S. Department of State. “2023 Country Reports on Human Rights Practices: Georgia” <https://www.state.gov/reports/2023-country-reports-on-human-rights-practices/georgia/> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 14 იანვარი]
241. UN Tourism. “Tourism and COVID-19 – unprecedented economic impacts, 2019.” <https://www.unwto.org/tourism-and-covid-19-unprecedented-economic-impacts> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 15 იანვარი]
242. UN Tourism. “2020: Worst Year in Tourism History with 1 Billion Fewer International Arrivals 2021.” <https://www.unwto.org/news/2020-worst-year-in-tourism-history-with-1-billion-fewer-international-arrivals> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 15 იანვარი]
243. UN Tourism. “COVID-19 Response: 96% Of Global Destinations Impose Travel Restrictions, UNWTO Reports, 2020.” <https://www.unwto.org/news/covid-19-response-travel-restrictions#:~:text=article%20on%20facebook-.COVID%2D19%20Response%3A%2096%25%20Of%20Global%20Destinations,Impose%20Travel%20Restrictions%2C%20UNWTO%20Reports&text=The%20scale%20of%20disruption%20caused> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 15 იანვარი]
244. UN Tourism. “Global tourism set for full recovery by end of the year with spending growing faster than arrivals, 2024.” <https://www.unwto.org/news/global-tourism-set-for-full-recovery-by-end-of-the-year-with-spending-growing-faster-than-arrivals#:~:text=article%20on%20facebook-.Global%20tourism%20set%20for%20full%20recovery%20by%20end%20of%20the,spending%20growing%20faster> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 15 იანვარი]
245. UN Tourism. “Glossary of tourism terms.” <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms#:~:text=Competitiveness%20of%20a%20tourism%20destination,in%20order%20to%20achieve%20a> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 15 იანვარი]
246. UN Tourism. “International Tourism to End 2023 Close to 90% of Pre-Pandemic Levels, 2023” <https://www.unwto.org/news/international-tourism-to-end-2023-close-to-90-of-pre-pandemic-levels> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 15 იანვარი]
247. UN Tourism. “UNWTO World Tourism Barometer and Statistical Annex, September 2022.” <https://www.e->

- unwto.org/doi/abs/10.18111/wtobarometereng.2022.20.1.5?role=tab [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 15 იანვარი]
248. UN Tourism. UN Tourism/IATA Destination Tracker – Easy Travel. <https://www.unwto.org/tourism-data/un-tourism-iata-destination-tracker-easy-travel> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 13 იანვარი]
249. UNESCO, Intangible Cultural Heritage. <http://www.unesco.org/culture/ich/en/lists> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 15 იანვარი]
250. United Nations. “Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework, 2008.” https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesf/seriesf_80rev1e.pdf [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 15 იანვარი]
251. Vodeb, Ksenija. “Competition in Tourism in Terms of Changing Environment.” *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 2012, Vol. 44: 273–278. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.05.030> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 15 იანვარი]
252. Wirth, Timo, Hayek, Ulrike Wissen, Kunze, Antje, Neuenschwander, Noemi, Stauffacher, Michael and Scholz, Ronald W.. “Identifying urban transformation dynamics: Functional use of scenario techniques to integrate knowledge from science and practice.” *Technological Forecasting and Social Change*, 2014, Vol. 89: 115–130. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2013.08.030> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 14 იანვარი]
253. World Bank Group. “Doing Business 2019. Training for Reform.” A World Bank Group Flagship Report, 16th edition. https://www.doingbusiness.org/content/dam/doingBusiness/media/Annual-Reports/English/DB2019-report_web-version.pdf [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 13 იანვარი]
254. World Bank Group. “Regional Trade Agreements, 2018.” <https://www.worldbank.org/en/topic/regional-integration/brief/regional-trade-agreements> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 15 იანვარი]
255. World Economic Forum “Travel & Tourism Development Index. Insight Report, 2024.” https://www3.weforum.org/docs/WEF_Travel_and_Tourism_Development_Index_2024.pdf [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 15 იანვარი]
256. World Economic Forum “Travel & Tourism Development Index. Rebuilding for a Sustainable and Resilient Future. Insight Report, 2021.” https://www3.weforum.org/docs/WEF_Travel_Tourism_Development_2021.pdf [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 15 იანვარი]

257. World Economic Forum. “The Travel & Tourism Competitiveness Report 2007.” https://sete.gr/fileuploads/entries/Online%20library/EN/WEF_Part1.pdf [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 15 იანვარი]
258. World Economic Forum. “The Travel & Tourism Competitiveness Report 2008.” https://cncpanama.org/phocadownload/Biblioteca%20Digital%20CNC/Indicadores%20de%20Competitividad/1_Foro%20Economico%20Mundial/Informe%20Global%20de%20Viajes%20y%20Turismo/Travel%20&%20Tourism_2008.pdf [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 15 იანვარი]
259. World Economic Forum. “The Travel & Tourism Competitiveness Report 2009.” <https://www.hospitalitynet.org/file/152003764.pdf> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 15 იანვარი]
260. World Economic Forum. “The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011.” <https://www.globalwellnesssummit.com/wp-content/uploads/Industry-Research/Global/2011-WEF-Travel-Tourism-Competitiveness-Report.pdf> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 15 იანვარი]
261. World Economic Forum. “The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013.” https://www3.weforum.org/docs/WEF_TT_Competitiveness_Report_2013.pdf [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 14 იანვარი]
262. World Economic Forum. “The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015.” https://www3.weforum.org/docs/TT15/WEF_Global_Travel&Tourism_Report_2015.pdf [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 15 იანვარი]
263. World Economic Forum. “The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017.” https://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2017_web_0401.pdf [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 15 იანვარი]
264. World Economic Forum. “The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019.” https://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 15 იანვარი]
265. World Economic Forum. Porter, Michael E., Schwab, Klaus and Sachs, Jeffrey D.. “The Global Competitiveness Report 2001-2002.” <https://citeseerx.ist.psu.edu/document?repid=rep1&type=pdf&doi=fee0516424fa3a2f492b5775edaa9e0ed9856176> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 14 იანვარი]
266. World Economic Forum. Schwab, Klaus, Porter, Michael E., Sachs, Jeffrey D.. “The Global Competitiveness Report 2001-2002.” Oxford University Press, Inc. <https://citeseerx.ist.psu.edu/document?repid=rep1&type=pdf&doi=fee0516424fa3a2f492b5775edaa9e0ed9856176> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 13 იანვარი]
267. World Health Organization. “Coronavirus disease (COVID-19) pandemic.” <https://www.who.int/europe/emergencies/situations/covid-19> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 15 იანვარი]

268. World Health Organization. “Sanitation, 2024” <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/sanitation#:~:text=Poor%20sanitation%20is%20linked%20to,assault%2C%20and%20lost%20educational%20opportunities> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 15 იანვარი]
269. World Intellectual Property Organization. “Boosting Tourism Development through Intellectual Property, 2021”. https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_1054.pdf [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 14 იანვარი]
270. World of Stadiums <https://worldofstadiums.com/> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2024 წლის 17 დეკემბერი]
271. World Wild Life. „Western Asia: Georgia, Russia, Azerbaijan, Turkey, Armenia., 2018“ <https://www.worldwildlife.org/ecoregions/pa0408> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 14 იანვარი]
272. Wu, Wei-Wen, Lan, Laurence, W., Lee, Yu-Ting. “Critiquing the World Economic Forum's concept of destination competitiveness: A further analysis.” *Tourism Management Perspectives*, 2012 4, 198-206. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2012.08.008> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 13 იანვარი]
273. Yokeno, N.. “The general equilibrium system of „space economics” for tourism.” *Report for the Japan Academic Society of Tourism*, 1974, 8, 38-44.
274. Zazanashvili, Nugzar, Garforth, Mike, Jungius, Hartmut, Gamkrelidze, Tamaz and Montalvo, Christian. “Ecoregional Conservation Plan for the Caucasus, 2020 Edition: Supplementary Reports”. WWF, KfW, Tbilisi. ISBN 978-9941-8-2374-9
275. Zekan, Bozana, Weismayer, Christian, Gunter, Uulrich, Schuh, Bernd and Sedlacek, Sabine. “Regional sustainability and tourism carrying capacities.” *Journal of Cleaner Production*, 2022 339:130624. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.130624> [ბოლოს შესვლის თარიღი: 2025 წლის 14 იანვარი]
276. Папава, Владимир и Тапладзе, Тамара. „თანამედროვე ეკონომიკა, ეკონომიკური მეცნიერება და ეკონომიკის პანდემიური პრობლემები: გამოწვევები, გადაჭრის გზები“. *აკადემიკოს პაატა გუგუშვილის დაბადებიდან 115-ე წლისთავისადმი მიძღვნილი საერთაშორისო სამეცნიერო კონფერენციის მასალების კრებული*, (98-101). თბილისი, 2020

დოქტორანტის მიერ გამოქვეყნებული სამეცნიერო ნაშრომები

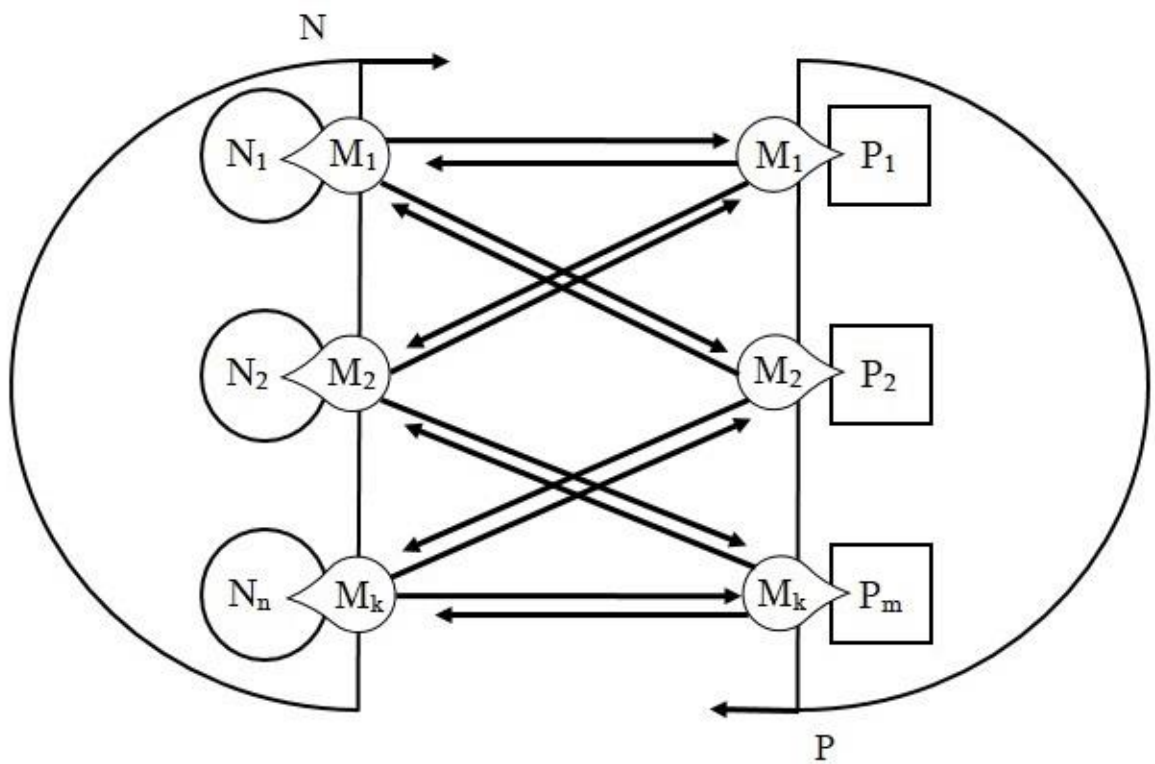
1. კვლევის შედეგები თემაზე „საქართველოს ტურისტული პროდუქტის ფასის კონკურენტუნარიანობის შესახებ COVID-19 პანდემიის პირობებში“
წარდგენილ იქნა საუნივერსიტეტო კონფერენციაზე „COVID-19 პანდემია: ეკონომიკური შედეგები მსოფლიოსა და საქართველოსთვის“, 2021 წელი, 30 ივლისი
2. Okroshidze, Lali, Meyer, Daniel F. and Khelashvili, Ioseb. “An assessment of tourism competitiveness: A comparative analysis of Georgia and neighboring countries.”

Journal of Eastern European and Central Asian Research (JEECAR), 2024-June, 11(2): 377–393. <https://doi.org/10.15549/jeecar.v11i2.1536>

3. Okroshidze, Lali. “Price Competitiveness of Georgia as a Tourist Destination During and Post-COVID-19 Pandemic”. *Economics and Business*, 2024, №3, pp. 184-201 <https://doi.org/10.52340/eab.2024.16.03.11>

ცხრილების და დიაგრამების დანართი

დანართი 1. ნახაზი N1.3.1. ტურიზმის მარკეტინგის კონცეფციის კვლევის ტერიტორიული მოდელი.



ნახაზი N1.3.1. წყარო: ხელაშვილი, იოსებ. *ტურიზმის მარკეტინგის საფუძვლები*. თბილისი: საბა, 1992

N - მოთხოვნები

M - ბაზარი

P - წარმოება

დანართი 2.

ცხრილი N1.3.1. კონცეფციებისა და ავტორების საძიებელი, სფეროებისა და წლების მითითებით.

<i>(ავტორის ნამუშევარი)</i>			
<u>კონცეფცია</u>	<u>სფერო</u>	<u>ავტორი</u>	<u>წელი</u>
კონკურენტუნარიანობის შეფასების მოდელი (ეროვნულ, პროვინციულ და საქალაქო ტურიზმში)	ტურიზმი - დანიშნულების ადგილის კონკურენტუნარიანობა	Zekan et al.	2022
კონკურენტუნარიანობა მდგრადობის შეფასების ინდექსით	ტურიზმი - დანიშნულების ადგილის კონკურენტუნარიანობა	Gao et al.	2021
კონკურენტუნარიანობის შეფასება კულტურისა და ტურისტული ნაკადების კოორდინაციის საშუალებით	ტურიზმი - დანიშნულების ადგილის კონკურენტუნარიანობა	Li, Du	2021
ტურისტული მიმართულებების კონკურენტუნარიანობის თეორიული საფუძვლები	ტურიზმი - დანიშნულების ადგილის კონკურენტუნარიანობა	Faur, Ban	2020
ტურისტული დანიშნულების ადგილის კონკურენტუნარიანობის მრავალმხრივობის კონცეფცია მდგრადობის პრინციპების გათვალისწინებით	ტურიზმი - დანიშნულების ადგილის კონკურენტუნარიანობა	Goffi, Cucculelli	2018
კონკურენტუნარიანობის განსაზღვრა მთლიან სამამულო პროდუქტში ტურიზმის საერთო კონტრიბუციის მიხედვით	ტურიზმი - დანიშნულების ადგილის კონკურენტუნარიანობა	Cvelbar et al.	2015
“ტურიზმში კონკურენტუნარიანობის	ტურიზმი - ეროვნული კონკურენტუნარიანობა	OECD	2013

გაზომვის ინდიკატორები: სახელმძღვანელო დოკუმენტი”			
ტურისტულ დანიშნულების ადგილზე კონკურენტუნარიანობის მიღწევის 3 კონცეფცია: მდგრადი ტურისტული დანიშნულების ადგილების განვითარება, დანიშნულების ადგილის მართვის დაგეგმვა, ხარისხის კომპლექსური მართვის დანერგვა	ტურიზმი - დანიშნულების ადგილის კონკურენტუნარიანობა	Risteskia, Kocevskia, Arnaudov	2012
ორმაგი ალმასის მოდელი - Dual Double Diamond – DDD	ზოგადი - საერთაშორისო კონკურენტუნარიანობა	Cho, Moon, Kim	2009
მდგრადი კონკურენტუნარიანობის ინდექსი SolAbility	ზოგადი - ეროვნული კონკურენტუნარიანობა	SolAbility	2005
ტურისტული მიმართულების კონკურენტუნარიანობის შემფასებელი მოდელი: ფასი, ეკონომიკური გახსნილობა, ტექნოლოგია, ინფრასტრუქტურა, ადამიანისეული ტურიზმი, სოციალური განვითარება, გარემო, ადამიანისეული რესურსები	ტურიზმი - დანიშნულების ადგილის კონკურენტუნარიანობა	Gooroochurn, Sugiyarto	2005
მოგზაურობისა და ტურიზმის კონკურენტუნარიანობის	ტურიზმი - ეროვნული კონკურენტუნარიანობა	World Economic	2004

ინდექსი		Forum	
გლობალური კონკურენტუნარიანობის ინდექსი	ზოგადი - ეროვნული კონკურენტუნარიანობა	World Economic Forum	2004
დანიშნულების ადგილის კონკურენტუნარიანობის ინტეგრირებული მოდელი	ტურიზმი - დანიშნულების ადგილის კონკურენტუნარიანობა	Dwyer, Kim	2003
"კონკურენტუნარიანობის მოდელი": 36 ელემენტი	ტურიზმი - დანიშნულების ადგილის კონკურენტუნარიანობა	Ritchie, Crouch	2003
ტურისტული დანიშნულების ადგილის კონკურენტუნარიანობის მოდელი, „სახლის მოდელი“: საკვანძო ფაქტორები, სტრატეგიულ ჩარჩოები, მდგრადი განვითარება, მარკეტინგული სტრატეგია, კვლევა, მონიტორინგი	ტურიზმი - დანიშნულების ადგილის კონკურენტუნარიანობა	Heath	2002
დანიშნულების ადგილზე გარემოს მდგრადობის მოდელი: მოთხოვნის ორიენტირება, შედარებითი უპირატესობა, ინდუსტრიის სტრუქტურა და გარემო ვალდებულება	ტურიზმი - დანიშნულების ადგილის კონკურენტუნარიანობა	Hassan	2000
კონკურენტუნარიანობის მოდელი, იგივე „კალგარის მოდელი“: მიკრო და მაკრო გარემო	ტურიზმი - დანიშნულების ადგილის კონკურენტუნარიანობა	Crouch, Ritchie	1999

<p>კონკურენტუნარიანობის გაზომვის მოდელი 7 მახასიათებლის გამოყენებით: ადგილის ხელმისაწვდომობა; მომსახურების ხარისხი; საერთო ხელმისაწვდომობა (ფასის კუთხით); ადგილის იმიჯი; კლიმატი და გარემო; მიმზიდველობა</p>	<p>ტურიზმი - დანიშნულების ადგილის კონკურენტუნარიანობა</p>	<p>Govers, Go</p>	<p>1999</p>
<p>დანიშნულების ადგილის კონკურენტუნარიანობის მოდელი: მაკროეკონომიკური ინდიკატორები; მიწოდება; მოთხოვნა; ტრანსპორტი; პოლიტიკა</p>	<p>ტურიზმი - დანიშნულების ადგილის კონკურენტუნარიანობა</p>	<p>Keyser, Vanhove</p>	<p>1994</p>
<p>დანიშნულების ადგილზე კონკურენციაში წარმატების მიღწევის 4 პრინციპი: გარემო - წინა პლანზე; ტურიზმი - ლიდერი სექტორი; ბაზარზე სადისტრიბუციო არხების გამლიერება; დინამიური კერძო სექტორი</p>	<p>ტურიზმი - დანიშნულების ადგილის კონკურენტუნარიანობა</p>	<p>Poon</p>	<p>1993</p>
<p>ალმასის მოდელი</p>	<p>ზოგადი - ეროვნული კონკურენტუნარიანობა</p>	<p>Porter</p>	<p>1990</p>
<p>მსოფლიო კონკურენტუნარიანობის რეიტინგი</p>	<p>ზოგადი - ეროვნული კონკურენტუნარიანობა</p>	<p>International Institute for Management Development (IMD)</p>	<p>1989</p>

<p>ხუთი ძალა: ბაზარზე შესვლის ბარიერები, შემცვლელების საფრთხე, კონკურენცია, მყიდველების ძალაუფლება, გამყიდველების ძალაუფლება</p>	<p>ზოგადი - ბიზნესის კონკურენტუნარიანობა</p>	<p>Porter</p>	<p>1979</p>
<p>თარგმნილია ავტორის მიერ</p>			

დანართი 3.

<p>ცხრილი N1.3.2. Dwyer-სა და Kim-ის დანიშნულების ადგილის კონკურენტუნარიანობის ინტეგრირებული მოდელი (Dwyer, Kim, 2003, 400-405)</p>
<p>Endowed Resources - არსებული რესურსები</p>

<u>ბუნებრივი მემკვიდრეობა</u>
➤ კომფორტული კლიმატი ტურიზმისთვის
➤ სისუფთავე/სანიტარული ნორმები
➤ ბუნებრივი ღირსშესანიშნაობები/ხედები
➤ ფლორა და ფაუნა
➤ ხელშეუხებელი ბუნება
➤ ეროვნული პარკები/ბუნებრივი რეზერვაციები/დაცული ტერიტორიები
<u>კულტურული მემკვიდრეობა</u>
➤ ისტორიული/მემკვიდრეობა/ძეგლები და მუზეუმები
➤ ხელოვნება/არქიტექტურა
➤ ტრადიციული ხელოვნება
➤ მრავალფეროვანი სამზარეულო
➤ კულტურული ნაკვეთები (precincts) და (ფოლკლორული) სოფლები
<u>შექმნილი რესურსები</u>
<u>ტურისტული ინფრასტრუქტურა</u>
➤ განთავსების საშუალებების ხარისხი და მრავალფეროვნება
➤ აეროპორტ(ებ)ის ეფექტიანობა/ხარისხი
➤ ტურისტთა საინფორმაციო ცენტრები
➤ ადგილობრივი ტრანსპორტის ეფექტიანობა/ხარისხი
➤ ბუნებრივ ტერიტორიებამდე ტურისტთა მისვლის სიოლღე (accessibility)
➤ საკონვენციო/საგამოფენო სიმძლავრეები (ტევადობა/ხარისხი)
➤ კვების სერვისის ხარისხი/მრავალფეროვნება
<u>აქტივობათა ნაირსახეობა</u>
➤ საწყლოსნო
➤ სათავგადასავლო
➤ ბუნებრივი
➤ სარეკრეაციო
➤ სპორტული

<u>შოპინგი</u>
➤ საშოპინგე ნივთების მრავალფეროვნება
➤ საშოპინგე სიმძლავრეთა ხარისხი
➤ შესაძენი ნივთების ხარისხი
➤ ფულის ღირებულება შოპინგის ნივთებზე დახარჯვისას (Value for money of shopping items)
➤ საშოპინგო გამოცდილების მრავალფეროვნება
<u>გართობა</u>
➤ თემატური/გასართობი პარკები
➤ გართობის ხარისხი/ნაირსახეობა
➤ ღამის ცხოვრება
<u>განსაკუთრებული ღონისძიებები (ფესტივალები)</u>
<u>დამხმარე ფაქტორები</u>
<u>ძირითადი ინფრასტრუქტურა</u>
➤ ვიზიტორთა საჭიროებების (needs) ადექვატური ინფრასტრუქტურა
➤ ტურისტთა მოსამსახურებლად ჯანდაცვის/სამედიცინო სიმძლავრეები
➤ ფინანსური ინსტიტუტები და ვალუტის გადამცვლელი პუნქტები
➤ სატელეკომუნიკაციო სისტემები ტურისტებისთვის
➤ ვიზიტორთა დაცულობა/უსაფრთხოება
➤ ადგილობრივი სატრანსპორტო სისტემები
➤ ნარჩენების მართვა
➤ ელექტროენერგიით მომარაგება
<u>სერვისის ხარისხი</u>
➤ ტურისტული/მასპინძლობის კომპანიები, რომელთაც მომსახურების მიწოდების განმსაზღვრელი სტანდარტები აქვთ
➤ კომპანიებს აქვთ პროგრამები ვიზიტორთა კმაყოფილების მონიტორინგისთვის
➤ ვიზიტორთა კმაყოფილება მომსახურების სერვისით
➤ ინდუსტრიისთვის მომსახურების ხარისხის მნიშვნელობა
➤ სატრეინინგო პროგრამების განვითარება სერვისის ხარისხის

გასაუმჯობესებლად
➤ სისწრაფე/დაყოვნება საბაჟო/საიმიგრაციო სამსახურების მხრიდან
➤ საბაჟო/საიმიგრაციო სამსახურების ოფიციალური წარმომადგენლების განწყობა
<u>დანიშნულების ადგილამდე მიღწევადობა</u>
➤ მანძილი/ფრენის დრო დანიშნულების ადგილამდე
➤ პირდაპირი/არაპირდაპირი ფრენები დანიშნულების ადგილამდე
➤ ვიზის მოპოვების ფასი და სიიოლე
➤ დანიშნულების ადგილის სხვა დანიშნულების ადგილებთან კომბინირების სიიოლე
➤ დანიშნულების ადგილზე ტრანსპორტის მოძრაობის სიხშირე/ტევადობა
<u>მასპინძლობა</u>
➤ ტურისტების მიმართ ადგილობრივთა კეთილგანწყობა
➤ ადგილობრივი მასპინძლობის განვითარების პროგრამების არსებობა
➤ ადგილობრივი მასპინძლობის ინდუსტრიის მხარდაჭერა
➤ ტურისტებსა და ადგილობრივებს შორის კომუნიკაციის სიიოლე
<u>საბაზრო კავშირები (Market ties)</u>
➤ ბიზნეს კავშირები/სავაჭრო კავშირები ძირითად ტურისტულ ბაზრებთან
➤ სპორტული კავშირები ძირითად ტურისტულ ბაზრებთან
➤ ეთნიკური კავშირები ძირითად ტურისტულ ბაზრებთან
➤ რელიგიური კავშირები ძირითად ტურისტულ ბაზრებთან
➤ ადგილობრივ ტურისტულ ინდუსტრიაში უცხოური ინვესტიციების მოცულობა
<u>დანიშნულების ადგილის მენეჯმენტი</u>
<u>დანიშნულების ადგილის მენეჯმენტის ორგანიზაცია</u>
➤ ეროვნული ტურისტული ორგანიზაციის (NTO) ქმედებები ტურიზმის კერძო და საჯარო სექტორის ტურისტული ორგანიზაციების კოორდინირებისთვის
➤ ეროვნული ტურისტული ორგანიზაციის (NTO) მიერ ტურისტულ განვითარებაში, აქციონერთა (ტურიზმით დაინტერესებული ყველა პირის) ინტერესების ეფექტიანი წარმოდგენა
➤ ეროვნული ტურისტული ორგანიზაციის (NTO) ტურიზმის პოლიტიკის,

დაგეგმვისა და განვითარების საკითხებში, კერძო სექტორთან, ეფექტიანი მუშაობა/ურთიერთქმედება
➤ ეროვნული ტურისტული ორგანიზაცია (NTO) სტატისტიკურ ინფორმაციას ტურიზმის პოლიტიკის, დაგეგმვისა და განვითარებისთვის წარმოადგენს
➤ ეროვნული ტურისტული ორგანიზაცია (NTO) მონიტორინგს სტრატეგიულად ახორციელებს და განვითარების ბუნებასა და ტიპს აფასებს
<u>დანიშნულების ადგილის მარკეტინგის მენეჯმენტი</u>
➤ ეროვნული ტურისტული ორგანიზაციის (NTO) რეპუტაცია
➤ დანიშნულების ადგილის პოზიციონირების ეფექტიანობა
➤ დანიშნულების ადგილის იმიჯის სიძლიერე/მკაფიურობა
➤ დანიშნულების ადგილის მარკეტინგის აქტივობათა ეფექტიანი მონიტორინგი
➤ დანიშნულების ადგილის გამოცდილებათა ეფექტიანი შეფუთვა/დაპაკეტება
➤ დანიშნულების ადგილის ტურისტულ ორგანიზაციებსა და მოგზაურობის ვაჭრობის (travel trade) კავშირები
➤ ეროვნული ტურისტული ორგანიზაციის (NTO) მიერ მიზნობრივი ბაზრების იდენტიფიცირება
➤ ეროვნული ტურისტული ორგანიზაციის (NTO) მიერ სხვა ეროვნული ტურისტულ ორგანიზაციებთან სტრატეგიული ალიანსები
➤ დანიშნულების ადგილის მარკეტინგი კონკურენტთა პროდუქტების ცოდნას ეფუძნება
➤ მოცემულ პერიოდში ვიზიტორთა უპირატესობებსა და დანიშნულების ადგილის პროდუქტებს შორის შესაბამისობა
<u>დანიშნულების ადგილის პოლიტიკა, დაგეგმვა, განვითარება</u>
➤ ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარების გრძელვადიანი „ხედვა“
➤ „ხედვა“ ადგილობრივთა ღირებულებებს ასახავს
➤ „ხედვა“ ტურიზმის ინდუსტრიის აქციონერთა ღირებულებებს ასახავს
➤ ტურიზმის პოლიტიკა შეესაბამება ფორმალურ „ხედვას“
➤ ტურიზმის დაგეგმვა და განვითარება შეესაბამება დანიშნულების ადგილის ფორმალურ „ხედვას“
➤ ტურიზმის განვითარება ინტეგრირებულია ზოგადად ინდუსტრიულ

განვითარებასთან
➤ ტურიზმის მუდმივი განვითარება პასუხობს ვიზიტორთა მოთხოვნებს
➤ ტურიზმის დაგეგმვასა და განვითარებაში კვლევათა შედეგების ინტეგრაციის ხარისხი
➤ დანიშნულების ადგილზე შესათავაზებელი ყველა მნიშვნელოვანი მიმზიდველობის, შესაძლებლობის, მომსახურებისა და შთაბეჭდილების არსებობა (inventory)
➤ ძირითადი კონკურენტებისა და მათი შეთავაზებების იდენტიფიცირება
➤ განსაკუთრებული ღონისძიებების საზოგადოების მხრიდან მხარდაჭერა
<u>ადამიანისეული რესურსების განვითარება</u>
➤ სახელმწიფო სექტორის ვალდებულება (commitment) ტურიზმში/მასპინძლობაში განათლებასა და ტრეინინგში
➤ კერძო სექტორის ვალდებულება (commitment) ტურიზმში/მასპინძლობაში განათლებასა და ტრეინინგში
➤ ტრეინინგისა და განათლების პროგრამათა სწრაფი რეაგირება ვიზიტორთა მოთხოვნების ცვლილებებზე
➤ ტურიზმის/მასპინძლობის სატრეინინგო პროგრამების მრავალფეროვნება/ხარისხი
<u>გარემოს მართვა (მენეჯმენტი)</u>
➤ სახელმწიფო სექტორის მიერ „მდგრადი“ განვითარების მნიშვნელობის აღიარება
➤ კერძო სექტორის მიერ ტურიზმის „მდგრადი“ განვითარების მნიშვნელობის აღიარება
➤ კანონები და რეგულაციები, რომლებიც გარემოსა და მემკვიდრეობას იცავენ
➤ ტურიზმის მხირდან ბუნებაზე გავლენების კვლევა და მონიტორინგი
<u>სიტუაციური პირობები (situational conditions)</u>
<u>კონკურენტული (მიკრო) გარემო</u>
➤ ადგილობრივი ბიზნესს გარემო დანიშნულების ადგილზე
➤ ტურისტული ფირმებისა და ორგანიზაციების მართვის შესაძლებლობები
➤ ადგილობრივ ტურისტულ ინდუსტრიაში კონკურენტული შეჯიბრის ხარისხი
➤ ტურისტულ ინდუსტრიაში ფირმებს შორის კოოპერაციის, თანამშრომლობის

დონე
➤ კავშირები ტურიზმის/მასპინძლობის ფირმებსა და სხვა ინდუსტრიების ფირმებს შორის
➤ ადგილობრივი ტურიზმით დაინტერესებული მხარეების სამეწარმეო თვისებები
➤ წვდომა სარისკო კაპიტალზე
➤ ტურიზმის/მასპინძლობის კომპანიები ეთიკური ნორმების დაცვით მუშაობენ
➤ კომპანიები, კონკურენტული უპირატესობის მისაღწევად, კომპიუტერულ ტექნოლოგიებს/კომერციას იყენებენ
<u>დანიშნულების ადგილის ადგილმდებარეობა</u>
➤ განლაგების „ეგზოტიკურად“ აღქმა
➤ სიახლოვე სხვა დანიშნულების ადგილამდე
➤ მანძილი წარმოშობის ძირითად ბაზრებამდე (Major origin markets)
➤ წარმოშობის ძირითად ბაზრებამდე მოგზაურობის დრო
<u>გლობალური (მაკრო) გარემო</u>
➤ გლობალური ბიზნეს კონტექსტი
➤ პოლიტიკური სტაბილურობა
➤ საკანონმდებლო/მარეგულირებელი გარემო
➤ ტურიზმის განვითარების სამთავრობო პოლიტიკა
➤ წარმოშობის ბაზრებზე (origin markets) არსებული ეკონომიკური მდგომარეობა
➤ სოციო-კულტურული გარემო
➤ ტურიზმის განვითარებისთვის საინვესტიციო გარემო
➤ ტექნოლოგიური ცვლილებები
<u>ფასის კონკურენტუნარიანობა</u>
➤ დანიშნულების ადგილზე ტურიზმზე დახარჯული ფულის ღირებულება
➤ გაცვლითი კურსი
➤ ავიაბილეთების ფასები ძირითადი წარმოშობის ბაზრებიდან
➤ განთავსების ფასები
➤ დანიშნულების ადგილზე პაკეტური ტურების ფასები
➤ დანიშნულების ადგილზე ვიზიტის ფასი კონკურენტულ დანიშნულების

ადგილთან შედარებით
დაცულობა/უსაფრთხოება
➤ დანიშნულების ადგილზე ვიზიტორთა დაცულობის ხარისხი
➤ დანიშნულების ადგილზე ტურისტებთან მიმართებით ჩადენილ დანაშაულთა რაოდენობა
მოთხოვნის ფაქტორები
➤ დანიშნულების ადგილის ცნობადობა
➤ დანიშნულების ადგილის აღქმა
➤ დანიშნულების ადგილის მახასიათებლები
ბაზრის ეფექტიანობის ინდიკატორები
ვიზიტორთა სტატისტიკა (რიცხოვნობა)
➤ უცხოელ ვიზიტორთა რაოდენობა
➤ უცხოელ ვიზიტორთა რაოდენობის ზრდის ტემპი
➤ დანიშნულების ადგილის ბაზრის წილი - მსოფლიოში, რეგიონში
➤ ბაზრის წილის ცვლილებები
➤ დარჩენის საშუალო ხანგრძლივობა
➤ განმეორებითი სტუმრობა
ვიზიტორთა სტატისტიკა (დანახარჯები)
➤ უცხოელ ვიზიტორთა დანახარჯები
➤ უცხოელ ვიზიტორთა დანახარჯების ზრდის ტემპი
➤ ტურიზმზე მთლიან დანახარჯებში დანიშნულების წილი - მსოფლიოში, რეგიონში
➤ დანახარჯების წილის ცვლილება
➤ ექსპორტში ტურიზმის პროცენტული წილი უცხოური ვალურის შემოდინებისას
ტურიზმის წვლილი (კონტრიბუცია) ეკონომიკაში
➤ ტურიზმის წვლილი დამატებით ღირებულებაში (აბსოლუტური მნიშვნელობა და პროცენტები, ზრდის ტემპი):
➤ ადგილობრივი ტურიზმი
➤ საერთაშორისო ტურიზმი

➤ დასაქმებაში ტურიზმის წვლილი (აბსოლუტური რიცხვები; პროცენტული მნიშვნელობა სრულდასაქმებაში და ზრდის ტემპი):
➤ ადგილობრივი ტურიზმი
➤ საერთაშორისო ტურიზმი
➤ ტურიზმის ინდუსტრიის სექტორების პროდუქტიულობა
<u>ეკონომიკური კეთილდღეობის ინდიკატორები (მაჩვენებლები)</u>
➤ დასაქმების საერთო დონე
➤ ეკონომიკური ზრდის ტემპი
➤ შემოსავალი მოსახლეობის ერთ სულზე
<u>ინვესტიციები ტურიზმში</u>
➤ ინვესტირება ტურიზმის ინდუსტრიაში ადგილობრივი წყაროებიდან
➤ უცხოური პირდაპირი ინვესტიციები ტურიზმის ინდუსტრიაში
➤ ინდუსტრიაში საერთო ინვესტიციაში ტურიზმში ინვესტიციის პროცენტი (და ტრენდი)
<u>საფასო კონკურენტუნარიანობის ინდექსი</u>
➤ საფასო კონკურენტუნარიანობის საერთო მაჩვენებლები:
➤ მოგზაურობის მიზნის მიხედვით
➤ ტურიზმის სექტორის მიხედვით
<u>ტურიზმის სამთავრობო მხარდაჭერა</u>
➤ ბიუჯეტი ტურიზმის სამინისტროსთვის
➤ ბიუჯეტი ეროვნული ტურისტული ორგანიზაციისთვის
➤ ეროვნული ტურისტული ორგანიზაციის დანახარჯები დანიშნულების ადგილის მარკეტინგზე (კონკურენტებთან შედარებით)
➤ სატრანსპორტო ინფრასტრუქტურის მხარდაჭერა
➤ ტურიზმის ინდუსტრიისთვის ხელმისაწვდომი დარგობრივი პროგრამები
➤ საგადასახადო შეღავათები
➤ სუბსიდიები ინდუსტრიისთვის
➤ საექსპორტო მარკეტინგის ხელშეწყობა (Export marketing assistance)
➤ პროფესიული განათლებისა და სწავლების უზრუნველყოფა ტურიზმის

ინდუსტრიისთვის
თარგმნილია ავტორის მიერ

დანართი 4. ცხრილი N2.2.1. სექტორებისა და მათი შემადგენელი ინდიკატორების სია (TTCI). წყარო: World Economic Forum. “The Travel & Tourism Competitiveness Index”, 2007-2019.

სვეტი 1. „ბიზნესგარემო“		
1.01	საკუთრების უფლება	Property rights
1.02	კანონების ზეგავლენა უცხოურ პირდაპირ ინვესტიციებზე	Impact of rules on FDI

<u>1.03</u>	სადაო საკითხების მოგვარებისას უფლებათა ბაზის ეფექტიანობა	Efficiency of legal framework in settling disputes
<u>1.04</u>	გამოწვევათა რეგულირებისას საკანონმდებლო ჩარჩოების ეფექტიანობა	Efficiency of legal framework in challenging regulations
<u>1.05</u>	დრო, რომელიც მშენებლობის ნებართვის მოპოვებას ესაჭიროება	Time required to deal with construction permits
<u>1.06</u>	ღირებულება, რომელიც მშენებლობის წესების დაცვას ესაჭიროება	Cost to deal with construction permits
<u>1.07</u>	ბაზარზე დომინირების ხარისხი	Extent of market dominance
<u>1.08</u>	დრო, რომელიც ბიზნესის წამოწყებას სჭირდება	Time required to start a business
<u>1.09</u>	ღირებულება, რომელიც ბიზნესის წამოწყებას სჭირდება	Cost to start a business
<u>1.10</u>	მუშაობის სტიმულებზე მოქმედი გადასახადების მოცულობა და გავლენა	Extent and effect of taxation on incentives to work
<u>1.11</u>	ინვესტირების სტიმულებზე მოქმედი გადასახადების მოცულობა და გავლენა	Extent and effect of taxation on actives to invest
<u>1.12</u>	საერთო გადასახადების მოცულობა	Total tax rate

სვეტი 2. „დაცულობა და უსაფრთხოება“

<u>2.01</u>	ბიზნესის ხარჯები დანაშაულსა და ძალადობაზე	Business costs of crime and violence
<u>2.02</u>	პოლიციის საიმედოობა	Reliability of police services
<u>2.03</u>	ტერორიზმის ფასი ბიზნესისთვის	Business costs of terrorism
<u>2.04</u>	ტერორიზმის გავრცელების ინდექსი	Index of terrorism incidence
<u>2.05</u>	მკვლელობათა რაოდენობა	Homicide rate

სვეტი 3. „ჯანმრთელობა და ჰიგიენა“

<u>3.01</u>	სამედიცინო მუშაკთა რაოდენობა	Physician density
<u>3.02</u>	ძირითადი სანიტარული საშუალებების გამოყენება	Use of basic sanitation
<u>3.03</u>	სასმელი წყლის გამოყენება	Use of basic drinking water
<u>3.04</u>	საავადმყოფო საწოლების რაოდენობა	Hospital beds
<u>3.05</u>	შიდსის გავრცელების მოცულობა	HIV prevalence
<u>3.06</u>	დაავადება მალარიის გავრცელების დონე	Malaria incidence

სვეტი 4. „ადამიანისეული რესურსები და შრომის ბაზარი“

<u>4.01</u>	მოსახლეობაში დაწყებითი განათლების მაჩვენებელი	Primary education enrollment rate
<u>4.02</u>	მოსახლეობაში საშუალო განათლების მაჩვენებელი	Secondary education enrollment rate
<u>4.03</u>	პერსონალის	Extent of staff training

	ტრენინგის/გადამზადების მასშტაბები	
<u>4.04</u>	მომხმარებლებთან მოპყრობა	Treatment of customers
<u>4.05</u>	სამსახურში დაქირავებისა და სამსახურიდან დათხოვნის პრაქტიკა	Hiring and firing practices
<u>4.06</u>	გამოცდილი თანამშრომლების მოძიების სიოლვე	Ease of finding skilled employees
<u>4.07</u>	არარეზიდენტი თანამშრომლების სამსახურში დაქირავების სიმარტივე	Ease of hiring foreign labour
<u>4.08</u>	ანაზღაურება და პროდუქტიულობა	Pay and productivity
<u>4.09</u>	სამუშაო ძალაში ქალთა ხვედრითი წილი და ქალების დასაქმება	Female labour force participation

სვეტი 5. “ინფორმაციული და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების მზაობა (ICT)”

<u>5.01</u>	ინფორმაციული და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების გამოყენება ბიზნესი-ბიზნესისთვის გარიგებების წარმოებისას	ICT use for business-to-business transactions
<u>5.02</u>	ინტერნეტის გამოყენება ბიზნესი-მომხმარებლისთვის გარიგებების წარმოებისას	Internet use for business-to-consumer transactions
<u>5.03</u>	ინტერნეტით მოსარგებლე ფიზიკური პირები	Individuals using the internet
<u>5.04</u>	ფართოზოლოვანი ინტერნეტის აბონენტთა რაოდენობა	Broadband internet subscribers
<u>5.05</u>	მობილური სერვისების მომხმარებელთა რაოდენობა	Mobile telephone subscriptions
<u>5.06</u>	მობილური ტელეფონის ინტერნეტის მომხმარებელთა რაოდენობა	Mobile broadband subscriptions
<u>5.07</u>	მობილური ქსელების დაფარვის ხარისხი	Mobile network coverage
<u>5.08</u>	ელექტროენერჯის მიწოდების ხარისხი	Quality of electricity supply

სვეტი 6. “მოგზაურობისა და ტურიზმის პრიორიტეტულობა”

<u>6.01</u>	მოგზაურობისა და ტურიზმის ინდუსტრიის პრიორიტეტულობის ხარისხი მთავრობისთვის	Government prioritization of the T&T industry
<u>6.02</u>	მთავრობის დანახარჯები მოგზაურობისა და ტურიზმის ინდუსტრიაზე	T&T government expenditure
<u>6.03</u>	ტურისტთა მოზიდვაზე მიმართული მარკეტინგული საქმიანობის ეფექტიანობა	Effectiveness of marketing to attract tourists
<u>6.04</u>	მოგზაურობისა და ტურიზმის წლიური მონაცემების ყოვლისმომცველობა	Competitiveness of annual T&T data

<u>6.05</u>	მოგზაურობისა და ტურიზმის ყოველთვიური/ყოველკვარტალური მონაცემების მიწოდების დროულობა	Timeliness of providing monthly/quarterly T&T data
<u>6.06</u>	ქვეყნის ბრენდის სტრატეგიის რეიტინგი	Country Brand strategy rating

სვეტი 7. “საერთაშორისო გახსნილობა”

<u>7.01</u>	სავიზო მოთხოვნები	Visa requirements
<u>7.02</u>	საჰაერო მომსახურების ორმხრივი შეთანხმებების ხელმისაწვდომობა	Openness of bilateral Air service Agreement
<u>7.03</u>	მოქმედი რეგიონული სავაჭრო ხელშეკრულებების რაოდენობა	Number of regional trade agreements in force

სვეტი 8. “ფასის კონკურენტუნარიანობა”

<u>8.01</u>	ბილეთისა და აეროპორტის მოსაკრებლები	Ticket taxes and airport charges
<u>8.02</u>	სასტუმროს ფასების ინდექსი	Hotel price index
<u>8.03</u>	მყიდველობითი უნარიანობის პარიტეტი	Purchasing power parity
<u>8.04</u>	საწვავის ფასის დონე	Fuel price levels

სვეტი 9. “გარემოს მდგრადობა”

<u>9.01</u>	გარემოს რეგულაციების სიმკაცრე	Stringency of environmental regulations
<u>9.02</u>	ეკოლოგიური რეგულაციების გათვალისწინების უზრუნველყოფა	Enforcement of environmental regulations
<u>9.03</u>	მოგზაურობისა და ტურიზმის ინდუსტრიის მდგრადობა	Sustainability of travel and tourism industry development
<u>9.04</u>	ჰაერში მტვრის მყარ ნაწილაკთა (2.5) კონცენტრაცია	Particulate matter (2.5) concentration
<u>9.05</u>	რატიფიცირებული ეკოლოგიური შეთანხმებების რაოდენობა	Number of environmental treaty ratifications
<u>9.06</u>	წყლის სიმძლავრის საბაზისო დონე	Baseline water stress
<u>9.07</u>	საფრთხის ქვეშ მყოფი სახეობები	Threatened species
<u>9.08</u>	ტყის საფარის ცვლილება	Forest cover change
<u>9.09</u>	ჩამდინარე წყლების გაწმენდა	Wastewater treatments
<u>9.10</u>	თევზის მარაგის მდგომარეობა	Fish stock status

სვეტი 10. “საჰაერო ტრანსპორტის ინფრასტრუქტურა”

<u>10.01</u>	საჰაერო ტრანსპორტის ინფრასტრუქტურის ხარისხი	Quality of air transport infrastructure
<u>10.02</u>	ადგილობრივი ხელმისაწვდომი ადგილ-კილომეტრი	Available seat kilometres, domestic
<u>10.03</u>	საერთაშორისო ხელმისაწვდომი ადგილ-კილომეტრი	Available seat kilometres, international
<u>10.04</u>	თვითმფრინავთა გაფრენა	Aircraft departures
<u>10.05</u>	აეროპორტის სიმჭიდროვე	Airport density
<u>10.06</u>	მოქმედი ავიაკომპანიების რაოდენობა	Number of operating airlines

სვეტი 11. “სახმელეთო და საჰაერო ტრანსპორტის ინფრასტრუქტურა”

<u>11.01</u>	გზების ხარისხი	Quality of roads
<u>11.02</u>	გზების სიმჭიდროვე	Road density
<u>11.03</u>	ასფალტირებული გზის სიმჭიდროვე	Paved road density
<u>11.04</u>	სარკინიგზო გზის ინფრასტრუქტურის ხარისხი	Quality of railroad infrastructure
<u>11.05</u>	რკინიგზის სიმჭიდროვე	Railroad density
<u>11.06</u>	საპორტო ინფრასტრუქტურის ხარისხი	Quality of port infrastructure
<u>11.07</u>	სახმელეთო ტრანსპორტის ეფექტიანობა	Ground transport efficiency

სვეტი 12. “ტურისტთა მომსახურების ინფრასტრუქტურა”

<u>12.01</u>	სასტუმროს ნომრები	Hotel rooms
<u>12.02</u>	ტურიზმის ინფრასტრუქტურის ხარისხი	Quality of tourism infrastructure
<u>12.03</u>	მანქანების გამქირავებელი მსხვილი კომპანიების რაოდენობა	Presence of major car rental companies
<u>12.04</u>	ბანკომატთა რაოდენობა თითოეულ ზრდასრულ ადამიანზე	Automated teller machines per adult population

სვეტი 13. “ბუნებრივი რესურსები”

<u>13.01</u>	მსოფლიო მემკვიდრეობის ბუნებრივი ძეგლების რაოდენობა	Number of World Heritage natural sites
<u>13.02</u>	ფაუნის ცნობილ სახეობათა სრული რაოდენობა	Total known species
<u>13.03</u>	დაცულ ტერიტორიათა სრული ფართობი	Total protected areas
<u>13.04</u>	ციფრული მოთხოვნა ბუნებრივ ტურიზმზე	Natural tourism digital demand
<u>13.05</u>	ბუნებრივი აქტივების მიმზიდველობა	Attractiveness of natural assets

სვეტი 14. “კულტურული რესურსები და ბიზნესმოგზაურობა”

<u>14.01</u>	მსოფლიო მემკვიდრეობის კულტურული ძეგლების რაოდენობა	Number of World Heritage cultural sites
<u>14.02</u>	კულტურული მემკვიდრეობის ზეპირსიტყვიერი და არამატერიალური ძეგლების რაოდენობა	Number of oral and intangible cultural heritage expressions
<u>14.03</u>	სპორტული სტადიონების რაოდენობა	Number of sports stadiums
<u>14.04</u>	საერთაშორისო ასოციაციათა შეხვედრების რაოდენობა	Number of international association meetings
<u>14.05</u>	ციფრული მოთხოვნა კულტურულ და გასართობ ტურიზმზე	Cultural and entertainment tourism digital demand

თარგმნილია ავტორის მიერ

დანართი 5. კითხვარი N2.1.1. ინტერვიუს კითხვები (კითხვები მოცემულია ინდიკატორების თანმიმდევრობის მიხედვით):

კითხვა 1:

ინდიკატორი 1.07 - ბაზარზე დომინირების ხარისხი.

საქართველო, ბაზარზე დომინირების ხარისხით, წლების მანძილზე სტაბილურ მაჩვენებელს ინარჩუნებს და 2019 წლის მონაცემებით, მიმდევარ პოზიციაზეა. რამდენად პრობლემატურია აღნიშნული საკითხი ტურიზმის ბაზრისთვის?

კითხვები 2 და 3:

ინდიკატორი 3.02 - ძირითადი სანიტარული საშუალებების გამოყენება.

თქვენი აზრით, რითია გამოწვეული საქართველოს მაჩვენებლის, წლების მანძილზე, სტაბილური შემცირება?

პრაქტიკიდან, რამდენად ხელისშემშლელია აღნიშნული საკითხი ტურისტებისთვის ტურისტული მომსახურების გაწევისას?

კითხვა 4:

ინდიკატორი 3.04 - საავადმყოფო საწოლების რაოდენობა.

რაში მდგომარეობს საავადმყოფო საწოლთა მცირე რაოდენობის ძირითადი გამომწვევი მიზეზი?

კითხვა 5:

ინდიკატორი 4.03 - პერსონალის ტრენინგის/გადამზადების მასშტაბები.

თქვენი აზრით, რით არის განპირობებული პერსონალის ტრენინგის/გადამზადების შედარებით მცირე მასშტაბები?

კითხვა 6:

ინდიკატორი 4.04 - მომხმარებლებთან მოპყრობა.

როგორ ფიქრობთ, არის თუ არა მომხმარებლებთან ურთიერთობის ეთიკისა და სტანდარტების დაბალი დონე და ხარისხი საქართველოში ის ფაქტორები, რომლებიც მომხმარებლებთან მოპყრობის მაჩვენებლის მიმდევარ პოზიციაზე ყოფნას განსაზღვრავს?

კითხვები 7, 8 და 9:

ინდიკატორი 4.06 - გამოცდილი თანამშრომლების მოძიების სიოილე.

რამდენად მარტივია გამოცდილი თანამშრომლების მოძიების საკითხი საქართველოს ტურიზმის ინდუსტრიაში?

ხომ არ შეიმჩნევა მაღალ პოზიციებზე არარეზიდენტების დაქირავების ტენდენცია?

რა არის მთავარი გამოწვევა, რომელიც კომპანიებს პერსონალის გადამზადებაზე თანხების დახარჯვის სტიმულს უკარგავს?

კითხვა 10:

ინდიკატორი 4.07 - არარეზიდენტი თანამშრომლების მოძიების სიმარტივე.

რომელ ფაქტორებს დაუკავშირებდით არარეზიდენტი თანამშრომლების მოძიების სირთულეს?

კითხვა 11:

ინდიკატორი 4.08 - ანაზღაურება და პროდუქტიულობა.

მიუხედავად იმისა, რომ ანაზღაურებასა და პროდუქტიულობას შორის კავშირი ცალსახაა, მაჩვენებელი, წლების მანძილზე, კლებით ხასიათდება. რითია განპირობებული ის, რომ რეგიონში, ერთ-ერთი დაბალი გადასახედების მქონე ქვეყანაში ოპერირებადი კომპანიები თანახმა არიან დაბალ პროდუქტიულობაზე და არ აქვთ სტიმული გაზარდონ მუშა-ხელის ანაზღაურება და შესაბამისად, გაზარდონ პროდუქტიულობა?

კითხვა 12:

ინდიკატორი 6.01 - მოგზაურობისა და ტურიზმის ინდუსტრიის პრიორიტეტულობის ხარისხი მთავრობისთვის.

თქვენი აზრით, რამდენად რეალისტურია საქართველოს ტურიზმის სტრატეგია 2025-ის მიზნების მიღწევა, როცა 2015-დან 2025-მდე დაახლოებით გზის შუაში ვართ?

კითხვა 13:

ინდიკატორი 6.02 - მთავრობის დანახარჯები მოგზაურობისა და ტურიზმის ინდუსტრიაზე.

რით აიხსნება მთავრობის მხრიდან დაბალი დანახარჯების გაწევა მოგზაურობისა და ტურიზმის ინდუსტრიაზე, მაშინ როცა საქართველოსთვის ერთ-ერთი პრიორიტეტულია ტურიზმისა და მასპინძლობის ინდუსტრია? როცა ქვეყნის მიზნებია: მაღალგადახდისუნარიანი ტურისტების მოზიდვა, ახალი ბაზრებისა და სხვადასხვა ახალი, საკაერო მარშრუტების ათვისება, ვიზიტორთა მომსახურების გაუმჯობესება (ტრანსპორტი, განთავსება, უცხო ენა) და სხვა? როცა ტურიზმის ინფრასტრუქტურის ხარისხით მხოლოდ რუსეთის ფედერაციას ვუსწრებთ.

კითხვები 14, 15 და 16:

ინდიკატორი 6.04 - მოგზაურობისა და ტურიზმის წლიური მონაცემების ყოვლისმომცველობა.

საქართველოს მოგზაურობისა და ტურიზმის მონაცემების ყოვლისმომცველობა მაჩვენებელი მხოლოდ თურქეთის მაჩვენებელს ჩამორჩება. რომელია ის მაჩვენებლები, რომელთა შეგროვება/გადაცემა გამოწვევას წარმოადგენს?

რას გვეტყვით ტურიზმის სატელიტური ანგარიშის საქართველოში დანერგვის პერსპექტივებზე? რა დონეზე ვართ?

გამარტივებს თუ არა სატელიტური ანგარიშის გამოყენება მონაცემთა შეგროვებას?

კითხვები 17 და 18:

ინდიკატორი 6.06 - ქვეყნის ბრენდის სტრატეგიის რეიტინგი.

ქვეყნის ბრენდის სტრატეგიის რეიტინგით საქართველო ერთ-ერთი ლიდერია. როგორ ხდება რეიტინგის გაზომვა?

თუ არის კვლევები, რომელსაც ამ საკითხის გარშემო საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია ატარებს?

კითხვა 19:

ინდიკატორი 7.02 - საჰაერო მომსახურების ორმხრივი შეთანხმებების ხელმისაწვდომობა.

რამდენადაც ჩვენთვის ცნობილია, ინდიკატორი საერთაშორისო სამოქალაქო ავიაციის ორგანიზაციის (ICAO) მიერ აღიარებული საჰაერო მომსახურების ხელშეკრულებათა გახსნილობას აფასებს. რას გვეტყვით საჰაერო მომსახურების ორმხრივი შეთანხმებების ხელმისაწვდომობის შესახებ? რეგიონებს მიმოიხილავენ თუ ცალკეულ ქვეყნებს?

კითხვები 20, 21, და 22:

ინდიკატორი 8.02 - სასტუმროს ფასების ინდექსი.

როგორ ფიქრობთ, მაჩვენებლების მხიედვით, საქართველოში ყველაზე მაღალი ფასები გამოწვეული?

ჩვენთან არის თუ არა უფრო მაღალი ხარისხი და უფრო მაღალი რანგის სასტუმროები?

ხომ არ არის სხვა ქვეყნებთან შედარებით უფრო მაღალი მოთხოვნა საქართველოს სასტუმროებზე?

კითხვა 23:

ინდიკატორი 8.03 - მყიდველობითი უნარანობის პარიტეტი.

როგორ იმოქმედებს საქართველოში მყიდველობითი უნარიანობის პარიტეტის დაბალი მაჩვენებელი ტურისტებისთვის მოგზაურობის შესახებ გადაწყვეტილების მიღებისას?

კითხვა 24:

ინდიკატორი 9.01 - გარემოს რეგულაციების სიმკაცრე.

გარემოს რეგულაციების სიმკაცრე საქართველოში ლიდერულ პოზიციაზე იყო 2007 წელს, თუმცა ამის შემდეგ პოზიცია უარესდებოდა და 2019 წლისთვის მიმდევარ პოზიციაზე აღმოჩნდა. რა მიზეზითაა ეს განპირობებული?

კითხვები 25 და 26:

ინდიკატორი 9.02 - ეკოლოგიური რეგულაციების გათვალისწინების უზრუნველყოფა.

ეკოლოგიური რეგულაციების გათვალისწინებლობა რითია გამოწვეული?

ვინ არღვევს ყველაზე ხშირად რეგულაციებს და როგორ?

კითხვა 27:

ინდიკატორი 9.03 - მოგზაურობისა და ტურიზმის ინდუსტრიის მდგრადობა.

საქართველოს პარლამენტის ევროპასთან ინტეგრაციის კომიტეტის სამოქმედო 2020 წლის გეგმის მიხედვით, გაეროს გლობალური მდგრადი განვითარების და საქართველოსთვის მისადაგებული ამოცანის თანახმად, ტურიზმიდან გამომჟღავნებული მშპ-ს წილი მთლიან მშპ-ში 2025 წლისთვის 7,9%-ს უნდა შეადგენდეს. (2015 წელს მაჩვენებელი 6,7%-ს შეადგენდა, 2019 წელს კი 8,1%-ს - საქართველოს ტურიზმის სტატისტიკური მიმოხილვა, GNTA). მიუხედავად ამისა, საქართველოს პოზიცია შუალედურია.

მშპ-ს გარდა, კიდევ რომელი ფაქტორებია ქვეყნისთვის მნიშვნელოვანი მდგრადობის უფრო მაღალი მაჩვენებლის მისაღწევად?

კითხვები 28 და 29:

ინდიკატორი 9.05 - ეკოლოგიური რატიფიცირებული შეთანხმებების რაოდენობა.

რამდენი რატიფიცირებული ეკოლოგიური შეთანხმებაა ხელმოწერილი?

არის თუ არა შეთანხმებები, რომლებიც სასურველია იყოს ხელმოწერილი და რომელია ის შეთანხმებები?

კითხვა 30:

ინდიკატორი 9.06 - წყლის სიმძლავრის საბაზისო დონე.

წყლის სიმძლავრის საბაზისო დონე არსებითად არის ზედაპირული წყლების შემქმნელი რესურსების (წვიმა, წყაროები, მდინარეები და სხვა) ბალანსი ამ წყლების მოხმარების (მოსახლეობის და წარმოების) შორის. რა მდგომარეობაა ამ მხრივ საქართველოში?

კითხვა 31:

ინდიკატორი 9.08 - ტყის საფარის ცვლილება.

ტყის თვითაალების პრობლემა რამდენად მწვავედ ფასდება საქართველოში?

კითხვა 32:

ინდიკატორი 9.09 - ჩამდინარე წყლების გაწმენდა.

იგეგმება თუ არა ახლო მომავალში პროექტები, რომლებიც ჩამდინარე წყლების გაწმენდის მოცულობას გაზრდიან?

კითხვები 33 და 34:

ინდიკატორი 10.01 - საჰაერო ტრანსპორტის ინფრასტრუქტურის ხარისხი.

რას უკავშირებთ საქართველოს საჰაერო ტრანსპორტის ინფრასტრუქტურის ხარისხის მაჩვენებლით მიმდევარ პოზიციაზე ყოფნას?

რა ვადები აქვს TAV GEORGIA-ს ხელშეკრულებას და ხომ არ იყო ამ ხელშეკრულებაში რაიმე შეზღუდვები, აეროპორტების გაფართოებასთან, ან ინფრასტრუქტურის ხარისხის გაუმჯობესებასთან დაკავშირებული?

კითხვა 35:

ინდიკატორები: 10.02 - ადგილობრივი ხელმისაწვდომი ადგილ-კილომეტრი; 10.03 - საერთაშორისო ხელმისაწვდომი ადგილ-კილომეტრი; 10.04 - თვითმფრინავთა გაფრენა.

საერთო კითხვა: უკავშირებთ თუ არა ამ სამივე ინდიკატორის მიხედვით საქართველოს მიმდევარ პოზიციებს ობიექტურ მიზეზებს (ტერიტორიის, მოსახლეობის სიმცირე) თუ არის რაიმე სხვა მიზეზებიც?

კითხვა 36:

ინდიკატორი 10.05 - აეროპორტის სიმჭიდროვე.

აეროპორტის სიმჭიდროვით, საქართველო რეგიონში მეორე ადგილზეა, შუალედური პოზიცია უჭირავს (ყოველ 1,000 კაცზე). აეროპორტების გაფართოება (ბათუმში და თბილისში), რა იგეგმება კონკრეტულად?

კითხვა 37:

ინდიკატორი 10.06 - მოქმედი ავიაკომპანიების რაოდენობა.

როგორ შეაფასებდით საქართველოს საჰაერო ინფრასტრუქტურას მეზობელ ქვეყნებთან შედარებით? რა პრობლემებია? როგორია პრობლემათა გადაჭრის გზები? როგორია პოტენციური და განვითარების შესაძლო ვარიანტები, პერსპექტივები?

კითხვები 38 და 39:

ინდიკატორი 11.01 - გზების ხარისხი.

როგორ შეაფასებდით საქართველოს გზების ხარისხს (ზოგადი მიმოხილვა);

რითია განპირობებული საქართველოს შუალედური პოზიცია კონკურენტებთან შედარებით?

კითხვა 40:

ინდიკატორი 11.02 - გზების სიმჭიდროვე.

ფასდება თუ არა საქართველოში გზების სიმჭიდროვის მაჩვენებელი და სად შეიძლება მისი მოძიება?

კითხვა 41:

ინდიკატორი 11.03 - ასფალტირებული გზის სიმჭიდროვე.

ფასდება თუ არა საქართველოში ასფალტირებული გზების სიმჭიდროვის მაჩვენებელი და სად შეიძლება მისი მოძიება?

კითხვები 42 და 43:

ინდიკატორი 11.04 - სარკინიგზო გზის ინფრასტრუქტურის ხარისხი.

როგორ შეაფასებდით საქართველოს რკინიგზის ხარისხს (ზოგადი მიმოხილვა) და პერსპექტივები;

რას უკავშირებთ საქართველოს შუალედურ პოზიციას?

კითხვები 44, 45 და 46:

ინდიკატორი 11.06 - საპორტო ინფრასტრუქტურის ხარისხი.

შეაფასეთ საქართველოს საპორტო ინფრასტრუქტურა;

ბათუმის პორტზე: როგორც ვიცით, ბათუმის პორტში საკრუიზო გემების შემოსვლა არარეგულარულია, ხანდახან გვსტუმრობენ. რამდენად რეალურად მიგაჩნიათ რეგულარულად საკრუიზო ლაინერების მიღება? საკმარისად არის თუ არა განვითარებული ამგვარი გემების მისაღებად პორტი?

ფოთის პორტზე: რა ეტაპზეა ახალი ტერმინალის მშენებლობა და რამდენად სასიკეთოა აღნიშნული პროექტის მოსალოდნელი შედეგები?

ანაკლიის პორტზე: გამოცხადდა თუ არა ტენდერი და რა არის მოსალოდნელი?

კითხვები 47 და 48:

ინდიკატორი 11.07 - სახმელეთო ტრანსპორტის ეფექტიანობა.

როგორია სახმელეთო ტრანსპორტირების ეფექტიანობის მდგომარეობა საქართველოში და რა არის ძირითადი გამოწვევები?

რა პროექტები იგეგმება?

კითხვა 49:

ინდიკატორი 12.02 - ტურიზმის ინფრასტრუქტურის ხარისხი.

როგორ შეაფასებდით საქართველოს ტურიზმის ინფრასტრუქტურის ხარისხის შესაბამისობას მაღალგადახდისუნარიანი ტურისტების მოთხოვნილებებთან?

კითხვა 50:

ინდიკატორი 13.01 - მსოფლიო მემკვიდრეობის ბუნებრივი ძეგლების რაოდენობა.

მსოფლიო მემკვიდრეობის ბუნებრივი ძეგლების რაოდენობის ინდიკატორი UNESCO-ს ბუნებრივი ძეგლების სიას ეყრდნობა, ამიტომ საქართველო, რომელსაც ამ ეტაპზე არ აქვს მსგავსი კატეგორიის ბუნებრივი ძეგლი, მიმდევარ პოზიციაზეა. ამასთან, საქართველო, ბუნებრივი აქტივების მიმზიდველობით რეგიონში ღიდერია. თვლით თუ არა, რომ შესაძლოა ჩავთვალოთ, რომ საქართველო გამოუყენებელი პოტენციალის გამოწვევის წინაშეა?

კითხვა 51:

ინდიკატორი 13.03 - დაცულ ტერიტორიათა სრული ფართობი.

დაცულ ტერიტორიათა სრული ფართობის მაჩვენებლის ჩვენთვის უკეთ აღსაქმელად, საკვლევი ქვეყნების შემთხვევაში, დაცული ტერიტორიების პროცენტული განაწილება მოვიძიეთ. ამასთანავე, World Wild Life-ის კვლევათა

მიხედვით, რეგიონში ძირითად დაცულ ტერიტორიებად მიიჩნევა: საქართველოში - ბორჯომი-ხარაგაულის ეროვნული პარკი, ლაგოდეხისა და თუშეთის სახელმწიფო ნაკრძალები, რუსეთის ფედერაციაში - კავკასიის ბიოსფეროს ნაკრძალი და აზერბაიჯანში ზაქათალის ნაკრძალი. ხომ არ მიგაჩნიათ, რომ აღნიშნული ინდიკატორი არ ასახავს ობიექტურ სურათს, ვინაიდან უფრო ღირებულია დაცული ტერიტორიების ეკოლოგიური მნიშვნელობა?

კითხვები 52 და 53:

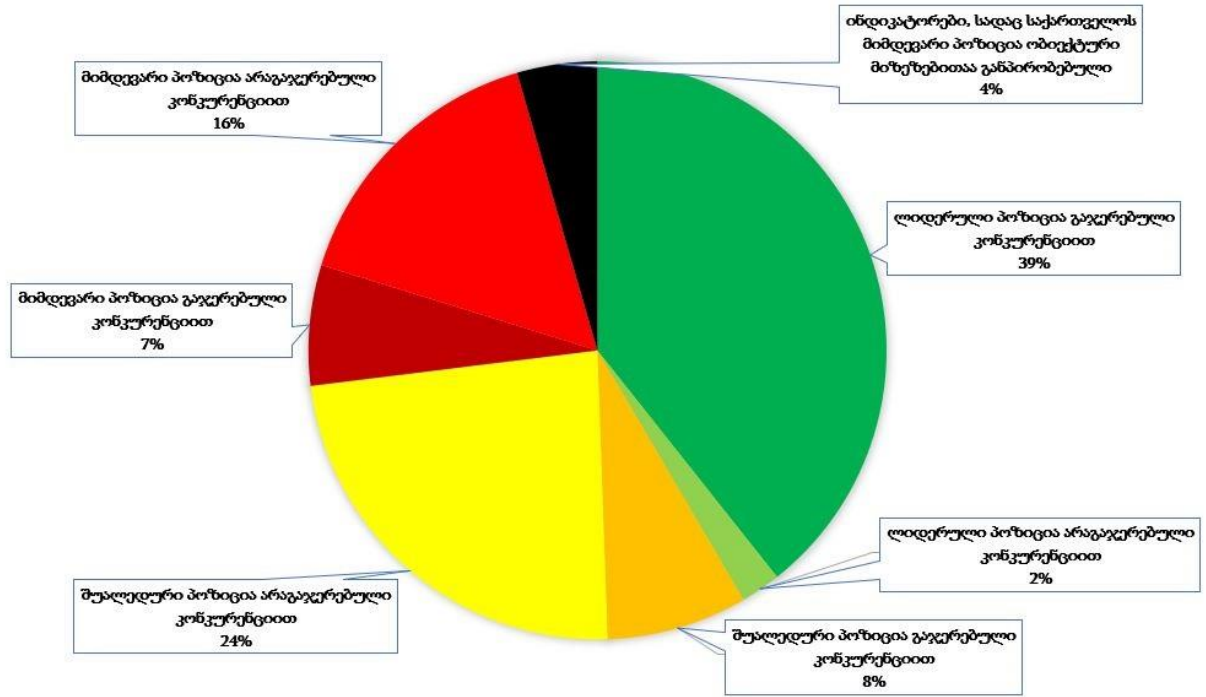
ინდიკატორი 14.04 - საერთაშორისო ასოციაციათა შეხვედრების რაოდენობა.

საქართველოს საერთაშორისო ასოციაციათა შეხვედრების რაოდენობის მაჩვენებლით შუალედური პოზიცია უკავია. რა ახდენს გავლენას ასოციაციათა შეხვედრების ადგილის შერჩევასა და რა არის საქართველოს უპირატესობები ან სუსტი მხარეები რეგიონში სხვებთან შედარებით?

რამდენი საერთაშორისო შეხვედრა ტარდება წლიურად (პანდემიამდე)? და თუ გაიზარდა მათი რაოდენობა ბოლო წლებში?

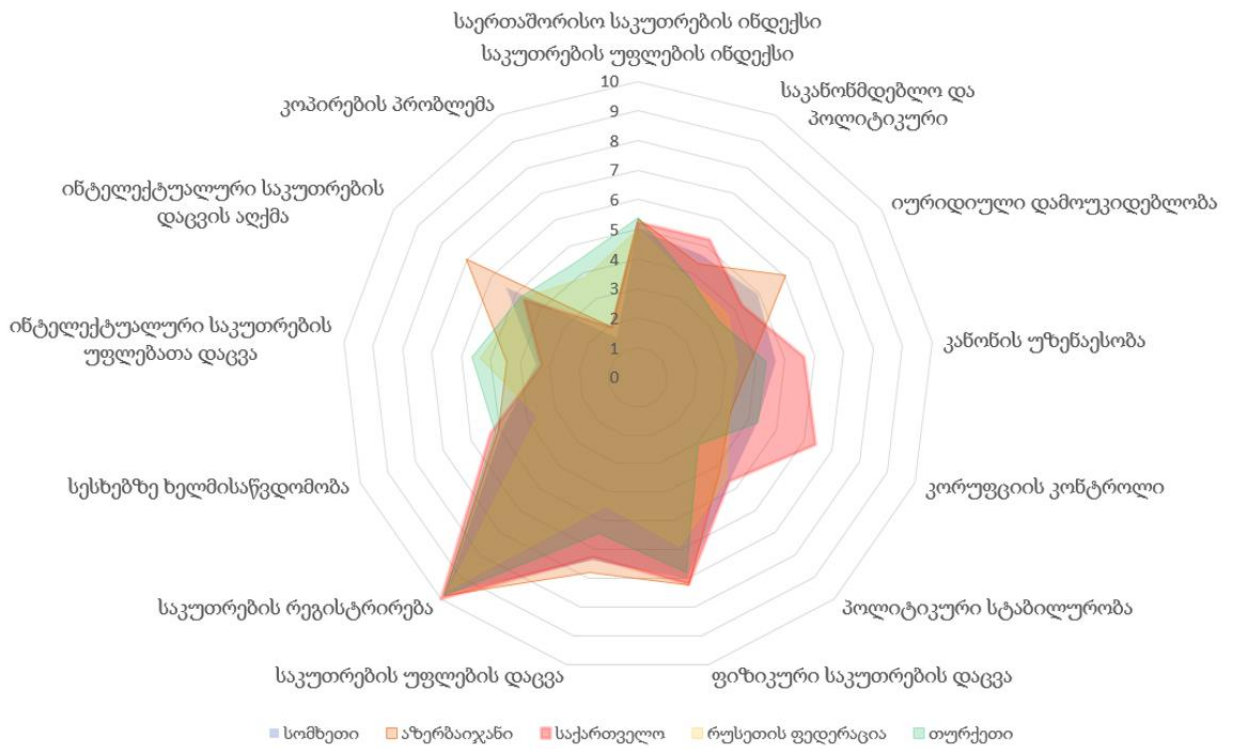
დანართი 6. დიაგრამა N2.2.1. ინდიკატორების პოზიციების მიხედვით განაწილება (ავტორის ნამუშევარი)

პოზიციების განაწილება დაშვებების გათვალისწინებით



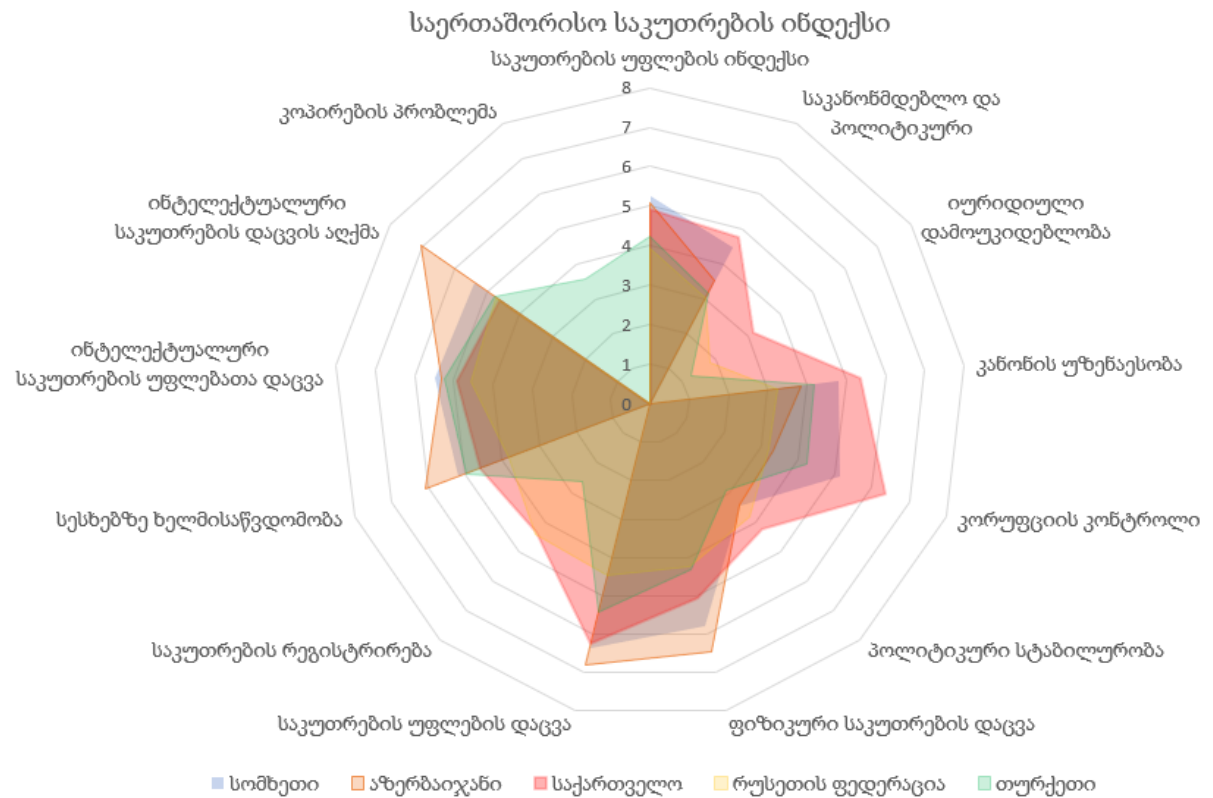
დიაგრამა N2.2.1. ავტორის ნამუშევარი

დანართი 7. დიაგრამა N3.1.1. საერთაშორისო საკუთრების ინდექსი, 2019 წელი



დიაგრამა N3.1.1.
წყარო: International Property Rights Index, 2019 წელი

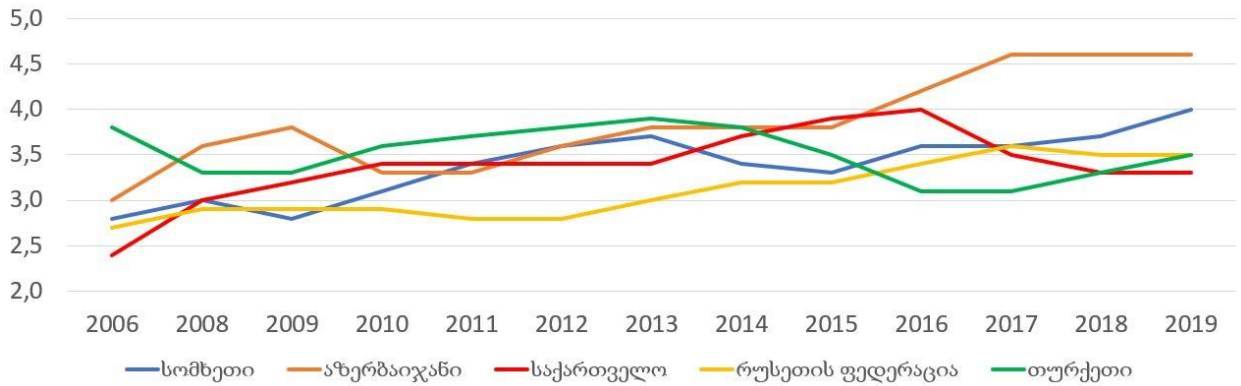
დანართი 8. დიაგრამა N3.1.2 საერთაშორისო საკუთრების ინდექსი, 2023 წელი



დიაგრამა N3.1.2.
წყარო: International Property Rights, 2023 წელი

დანართი 9. გრაფიკი N3.1.1. სვეტი 1, ინდიკატორი 3. სადავო საკითხების მოგვარებისას უფლებათა ბაზის ეფექტიანობა

სვეტი 1, ინდიკატორი 3. სადავო საკითხების მოგვარებისას უფლებათა ბაზის ეფექტიანობა

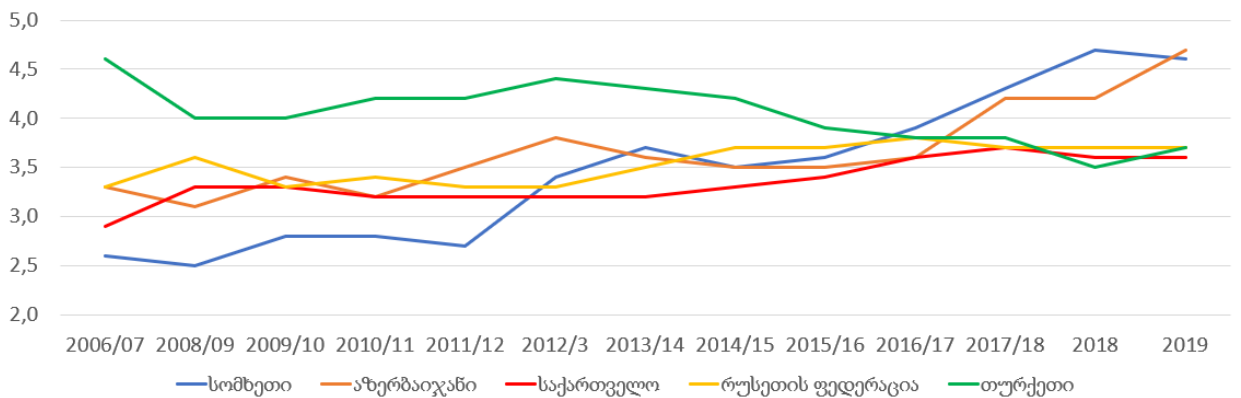


გრაფიკი N3.1.1.

წყარო: World Economic Forum. "The Travel & Tourism Competitiveness Report", 2007-2019

დანართი 10. გრაფიკი N3.1.2. სვეტი 1, ინდიკატორი 7. ბაზარზე დომინირების ხარისხი

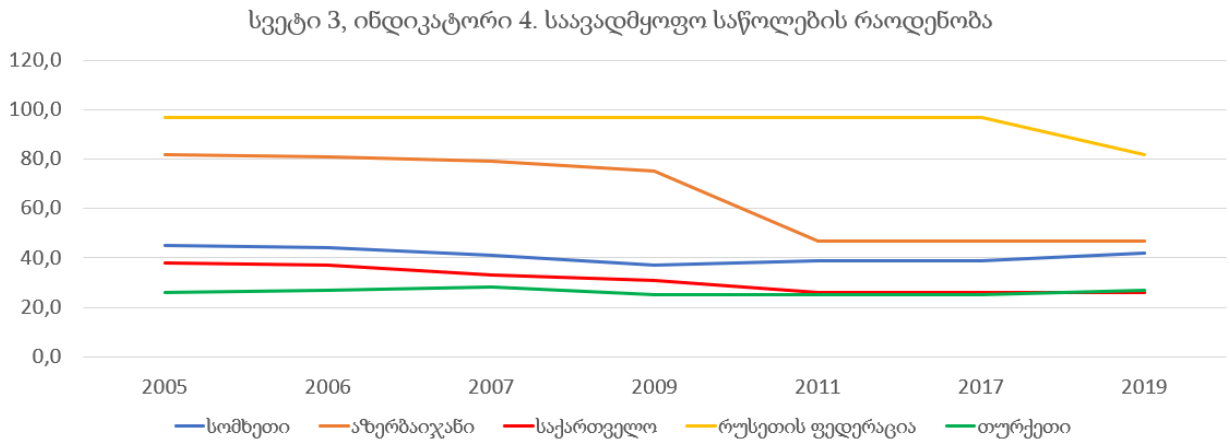
სვეტი 1, ინდიკატორი 7. ბაზარზე დომინირების ხარისხი



გრაფიკი N3.1.2.

წყარო: World Economic Forum. "The Travel & Tourism Competitiveness Report", 2007-2019

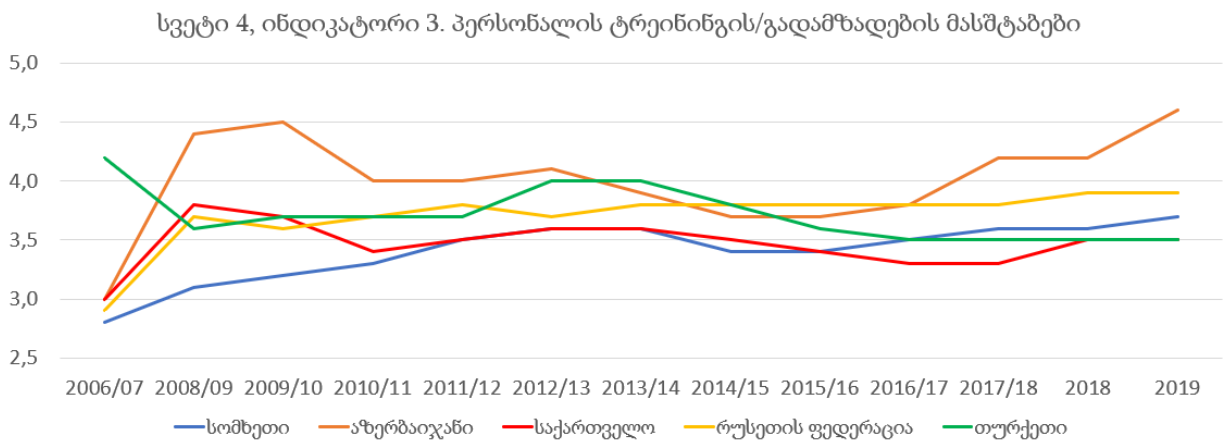
დანართი 11. გრაფიკი N3.1.3. სვეტი 3, ინდიკატორი 4. საავადმყოფო საწოლების რაოდენობა



გრაფიკი N3.1.3.

წყარო: World Economic Forum. "The Travel & Tourism Competitiveness Report", 2007-2019

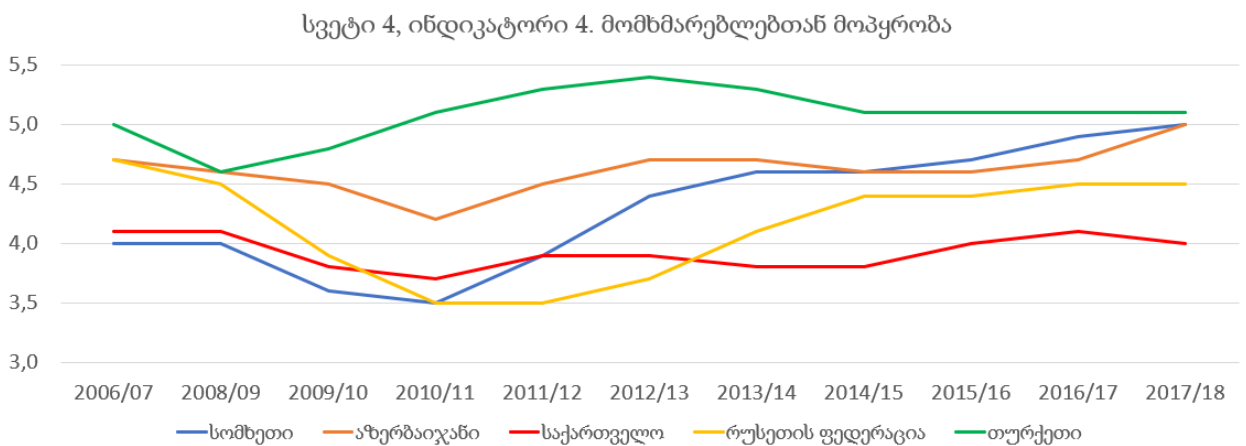
დანართი 12. გრაფიკი N3.1.4. სვეტი 4, ინდიკატორი 3. პერსონლის ტრენინგის/გადამზადების მასშტაბები



გრაფიკი N3.1.4.

წყარო: World Economic Forum. "The Travel & Tourism Competitiveness Report", 2007-2019

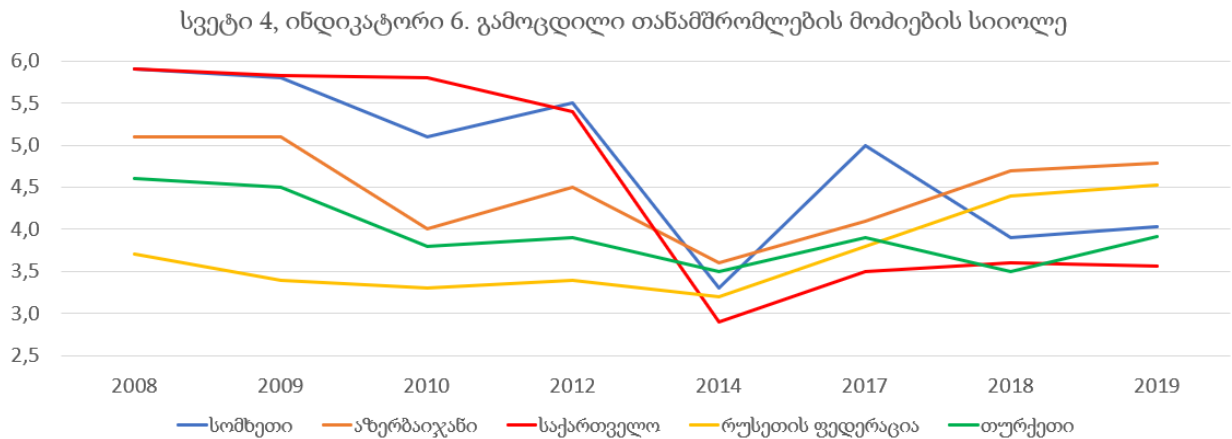
დანართი 13. გრაფიკი N3.1.5. სვეტი 4, ინდიკატორი 4. მომხმარებლებთან მოპყრობა



გრაფიკი N3.1.5.

წყარო: World Economic Forum. "The Travel & Tourism Competitiveness Report", 2007-2019

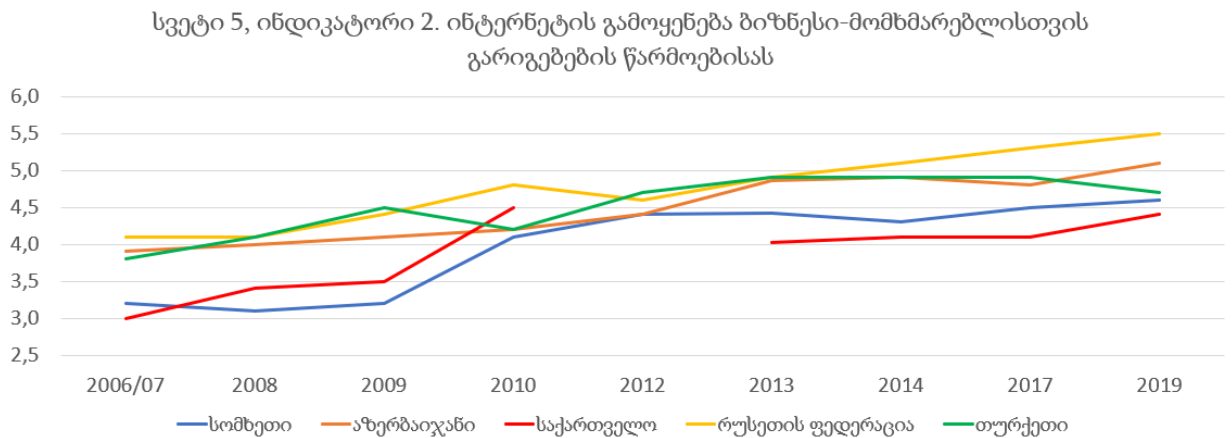
დანართი 14. გრაფიკი N3.1.6. სვეტი 4, ინდიკატორი 6. გამოცდილი თანამშრომლების მოძიების სიოლუე



გრაფიკი N3.1.6.

წყარო: World Economic Forum. "The Travel & Tourism Competitiveness Report", 2007-2019

დანართი 15. გრაფიკი N3.1.7. სვეტი 5, ინდიკატორი 2. ინტერნეტის გამოყენება ბიზნესი-მომხმარებლისთვის გარიგებების წარმოებისას

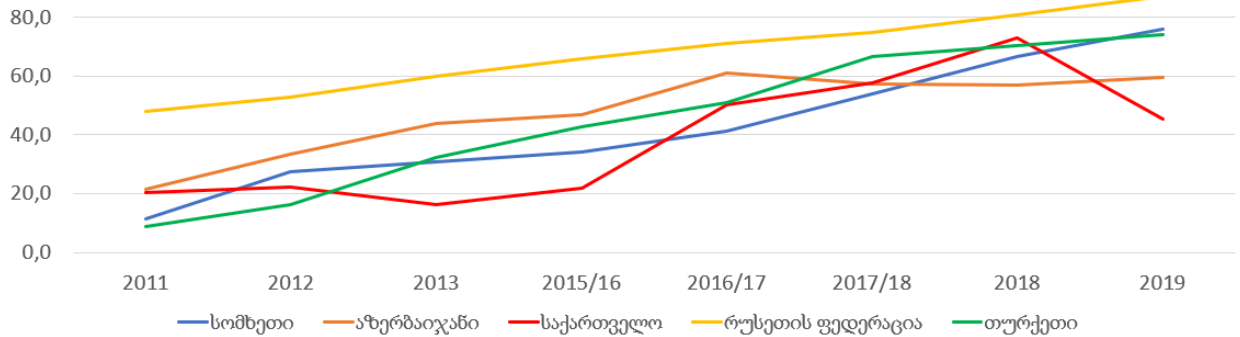


გრაფიკი N3.1.7.

წყარო: World Economic Forum. "The Travel & Tourism Competitiveness Report", 2007-2019

დანართი 16. გრაფიკი N3.1.8. სვეტი 5, ინდიკატორი 6. მობილური ტელეფონის ინტერნეტის მომხმარებელთა რაოდენობა

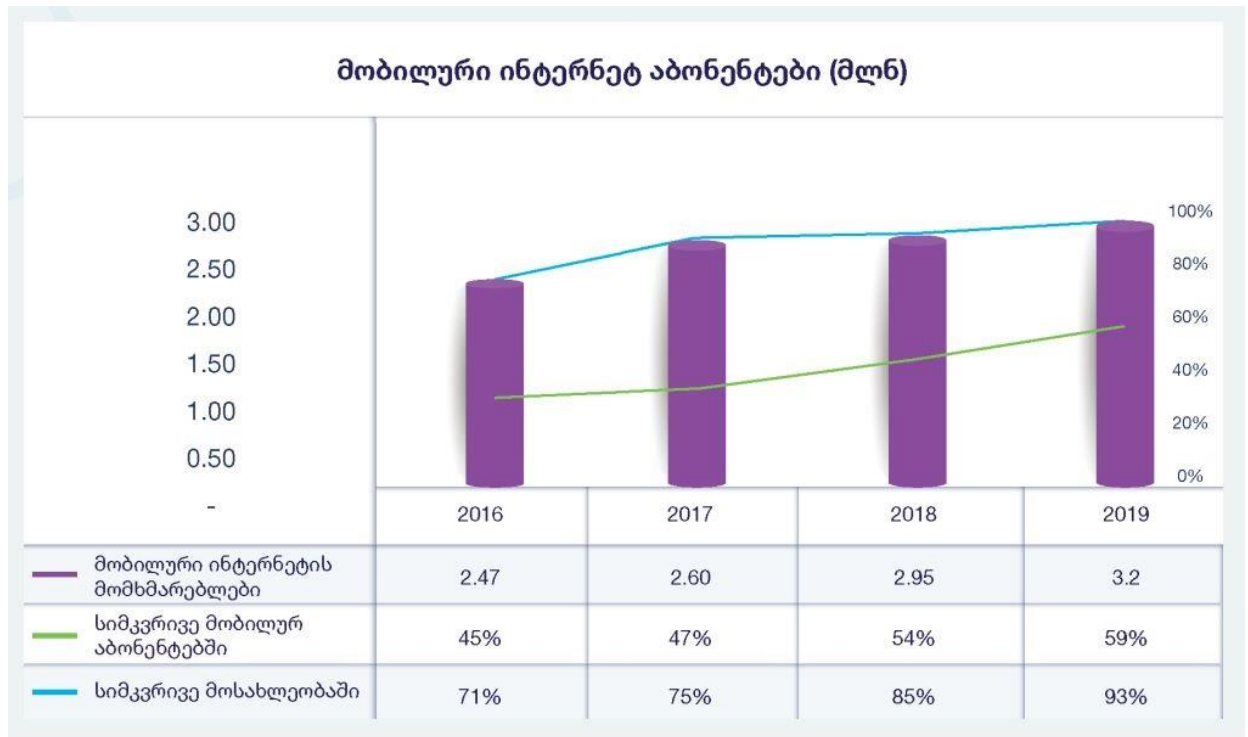
სვეტი 5, ინდიკატორი 6. მობილური ტელეფონის ინტერნეტის მომხმარებელთა რაოდენობა



გრაფიკი N3.1.8.

წყარო: World Economic Forum. "The Travel & Tourism Competitiveness Report", 2007-2019

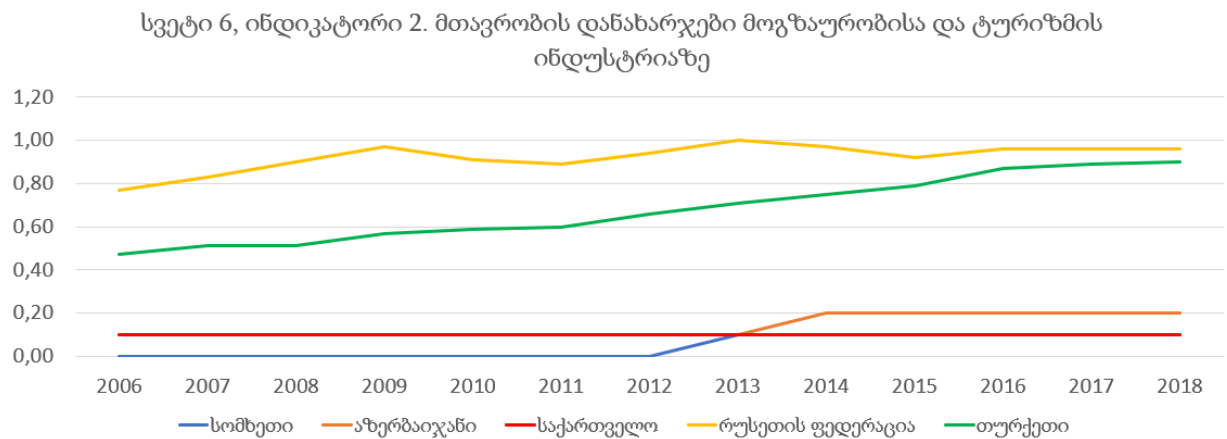
დანართი 17. გრაფიკი N3.1.9. მობილური ინტერნეტ აბონენტები



გრაფიკი N3.1.9.

წყარო: კომუნიკაციების კომისია. "2019 წლის ანგარიში"

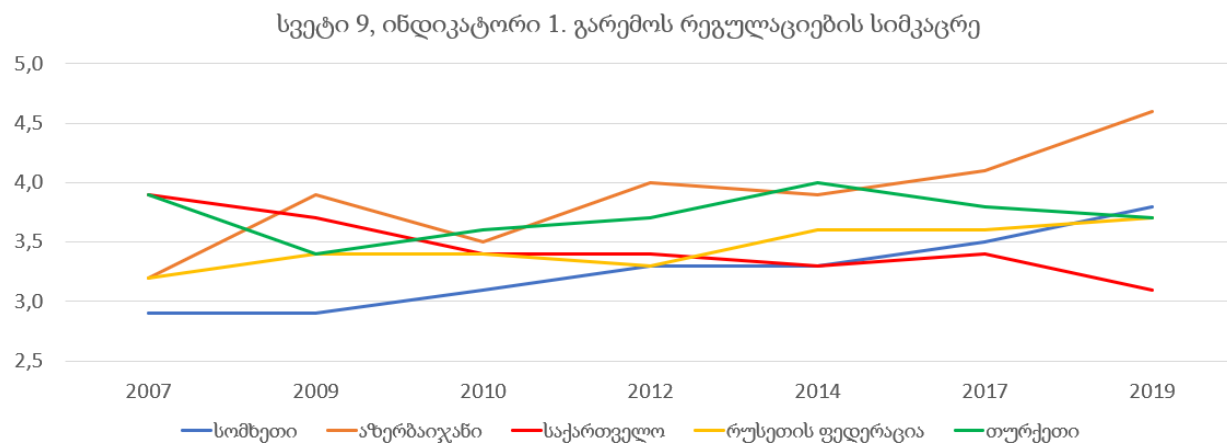
დანართი 18. გრაფიკი N3.1.10 სვეტი 6, ინდიკატორი 2. მთავრობის დანახარჯები მოგზაურობისა და ტურიზმის ინდუსტრიაზე



დიაგრამა N3.1.10.

წყარო: World Economic Forum. "The Travel & Tourism Competitiveness Report", 2007-2019

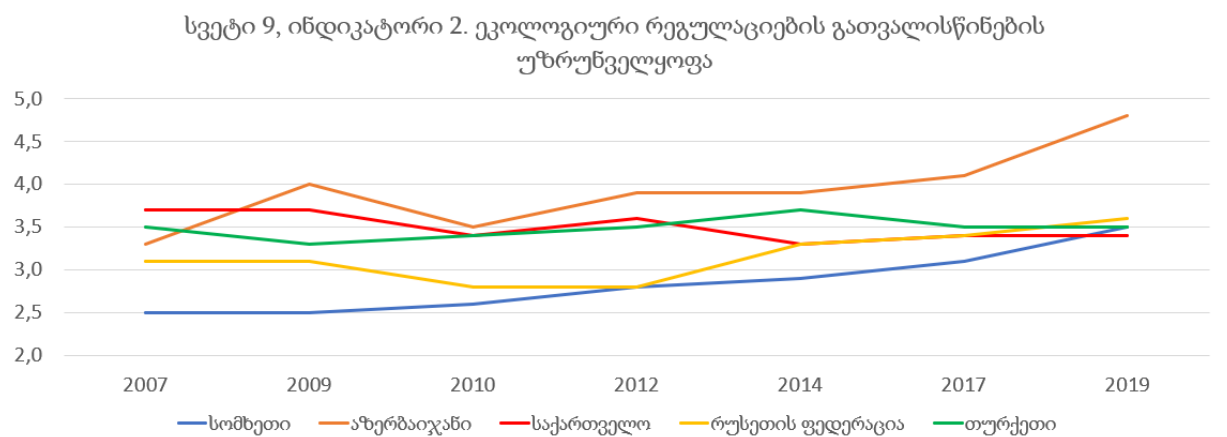
დანართი 19. გრაფიკი N3.1.11 სვეტი 9, ინდიკატორი 1. გარემოს რეგულაციების სიმკაცრე



გრაფიკი N3.1.11.

წყარო: World Economic Forum. "The Travel & Tourism Competitiveness Report", 2007-2019

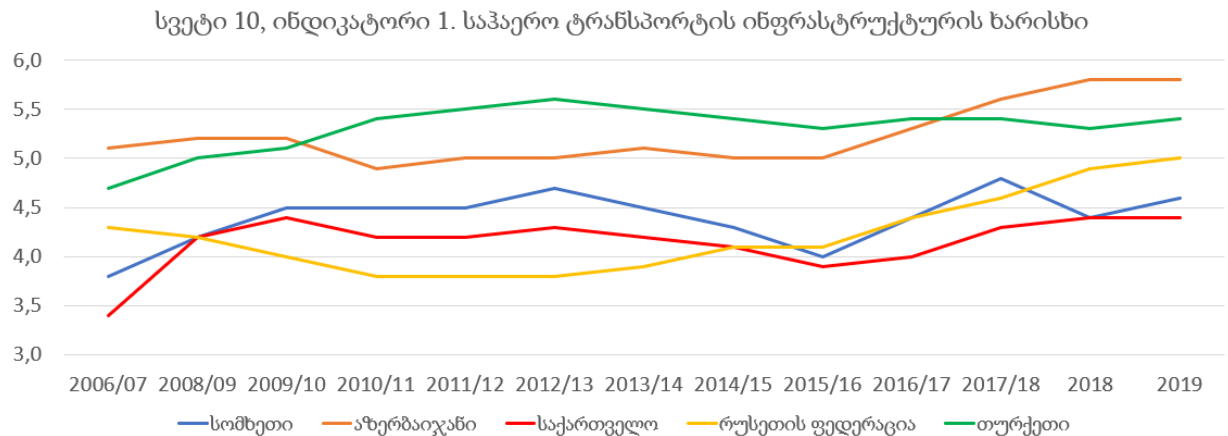
დანართი 20. გრაფიკი N3.1.12 სვეტი 9, ინდიკატორი 2. ეკოლოგიური რეგულაციების გათვალისწინების უზრუნველყოფა



გრაფიკი N3.1.12.

წყარო: World Economic Forum. "The Travel & Tourism Competitiveness Report", 2007-2019

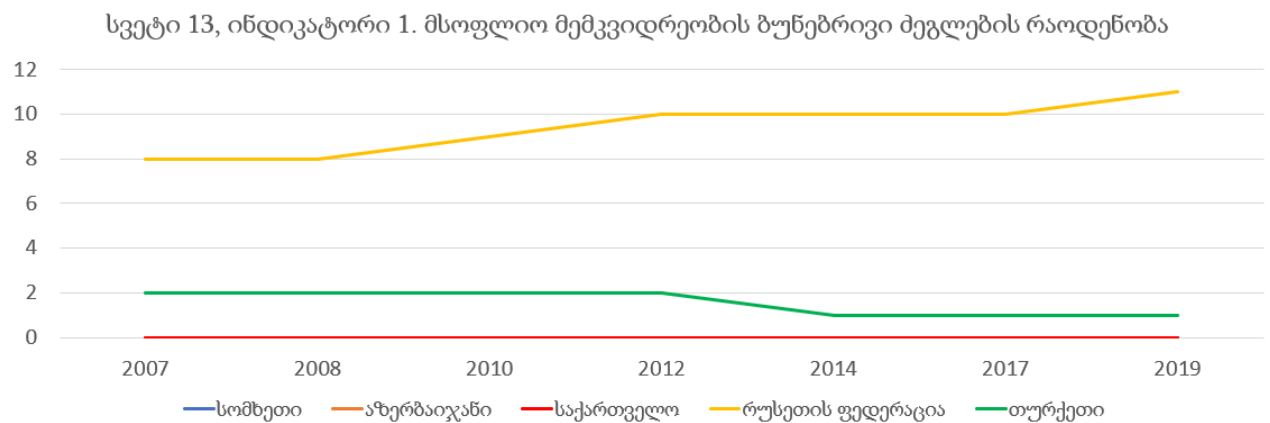
დანართი 21. გრაფიკი N3.1.13. სვეტი 10, ინდიკატორი 1. საჰაერო ტრანსპორტის ინფრასტრუქტურის ხარისხი



გრაფიკი N3.1.13.

წყარო: World Economic Forum. "The Travel & Tourism Competitiveness Report", 2007-2019

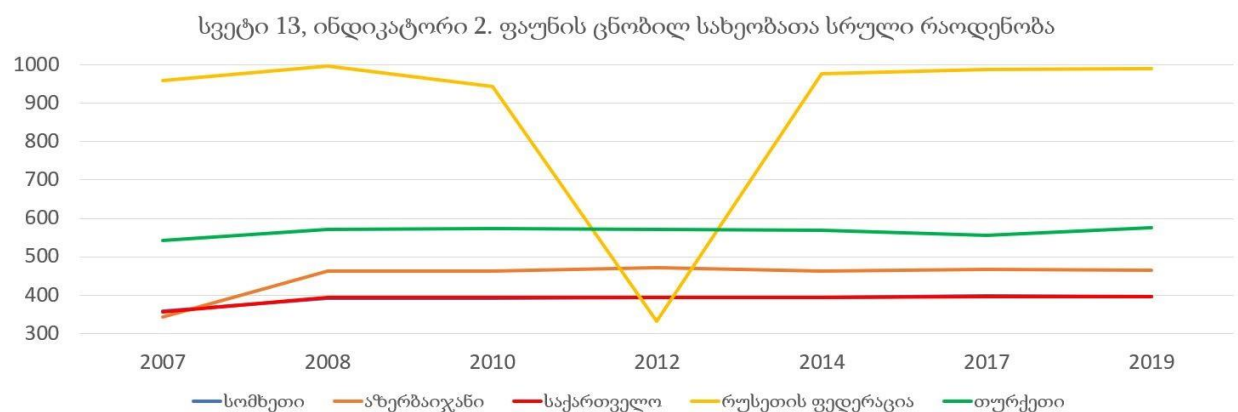
დანართი 22. გრაფიკი N3.1.14. სვეტი 13, ინდიკატორი 1. მსოფლიო მემკვიდრეობის ძეგლების რაოდენობა



გრაფიკი N3.1.14.

წყარო: World Economic Forum. "The Travel & Tourism Competitiveness Report", 2007-2019

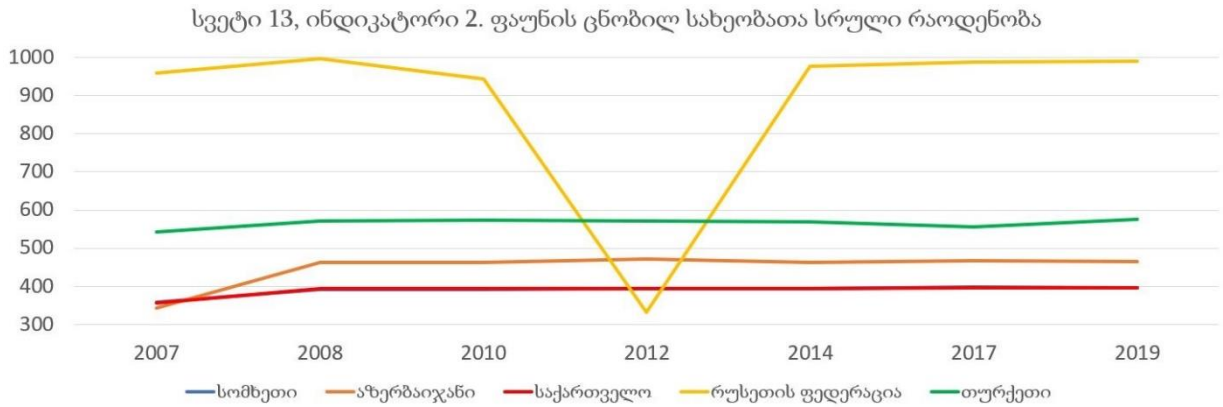
დანართი 23. გრაფიკი N3.1.15. სვეტი 13, ინდიკატორი 2. ფაუნის ცნობილ სახეობათა სრული რაოდენობა



გრაფიკი N3.1.15.

წყარო: World Economic Forum. "The Travel & Tourism Competitiveness Report", 2007-2019

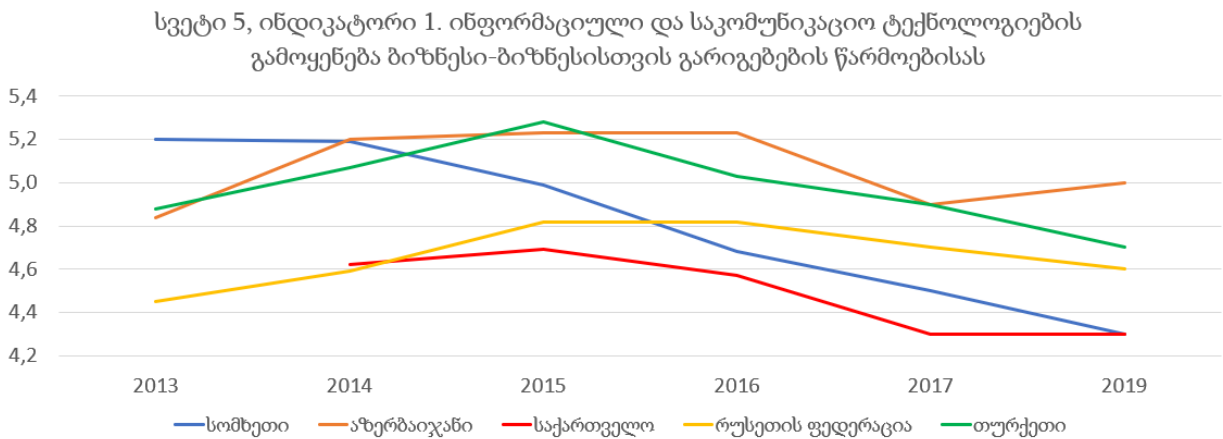
დანართი 24. გრაფიკი N3.1.16. სვეტი 13, ინდიკატორი 2. ძირითადი სანიტარული საშუალებების გამოყენება



გრაფიკი N3.1.15.

წყარო: World Economic Forum. "The Travel & Tourism Competitiveness Report", 2007-2019

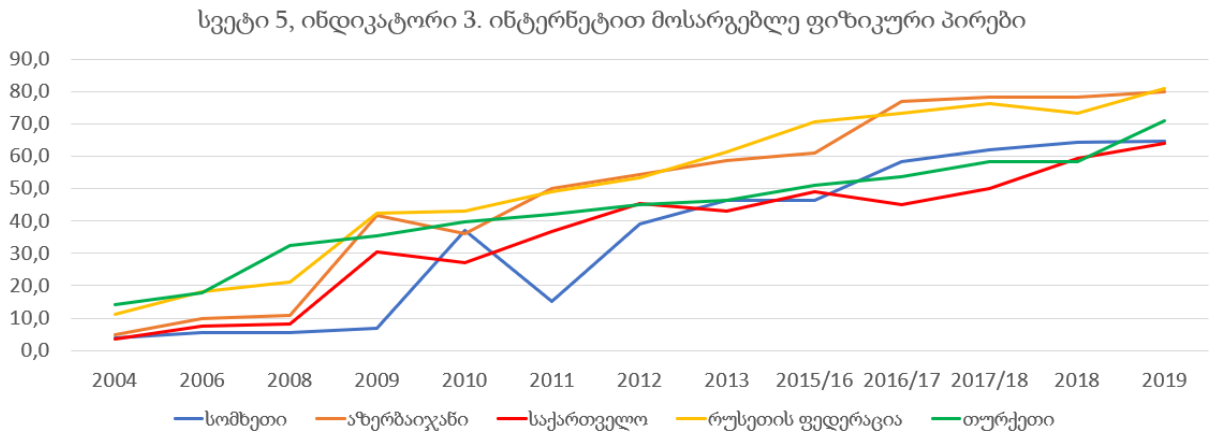
დანართი 25. გრაფიკი N3.1.17. სვეტი 5, ინდიკატორი 1. ინფორმაციული და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების გამოყენება ბიზნესი-ბიზნესისთვის გარიგებების წარმოებისას



გრაფიკი N3.1.17.

წყარო: World Economic Forum. "The Travel & Tourism Competitiveness Report", 2007-2019

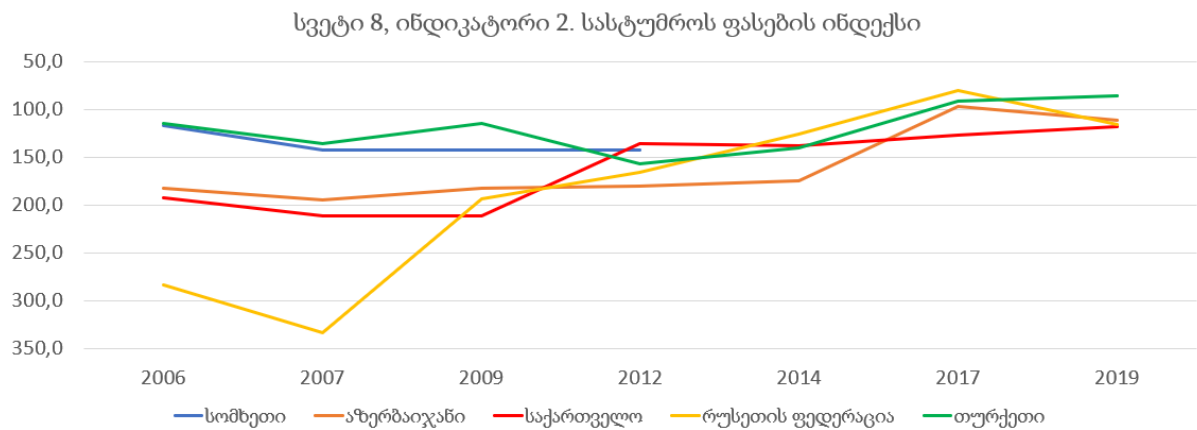
დანართი 26. გრაფიკი N3.1.18. სვეტი 5, ინდიკატორი 3. ინტერნეტით მოსარგებლე ფიზიკური პირები



გრაფიკი N3.1.18.

წყარო: World Economic Forum. "The Travel & Tourism Competitiveness Report", 2007-2019

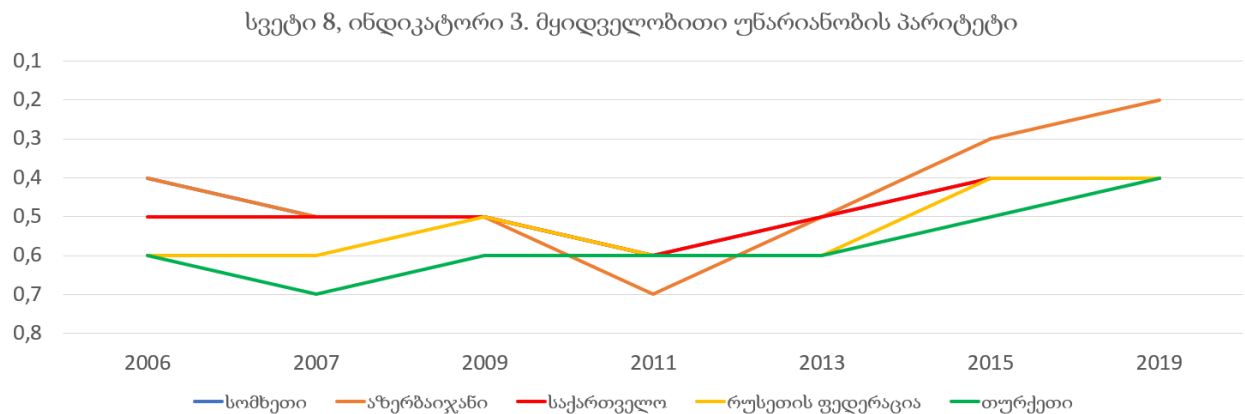
დანართი 27. გრაფიკი N3.1.19. სვეტი 8, ინდიკატორი 2. სასტუმროს ფასების ინდექსი



გრაფიკი N3.1.19.

წყარო: World Economic Forum. "The Travel & Tourism Competitiveness Report", 2007-2019

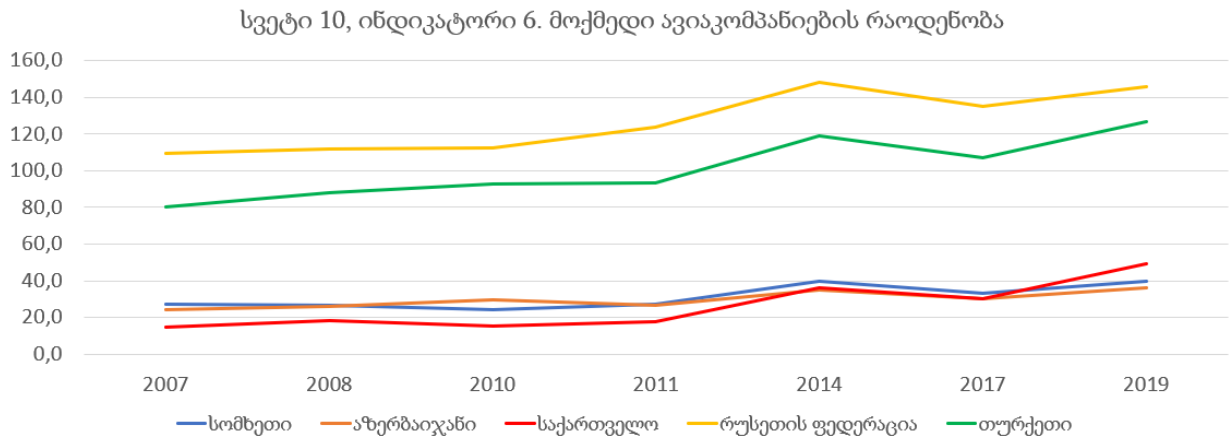
დანართი 28. გრაფიკი N3.1.20. სვეტი 8, ინდიკატორი 3. მყიდველობითი უნარიანობის პარიტეტი



გრაფიკი N3.1.20.

წყარო: World Economic Forum. "The Travel & Tourism Competitiveness Report", 2007-2019

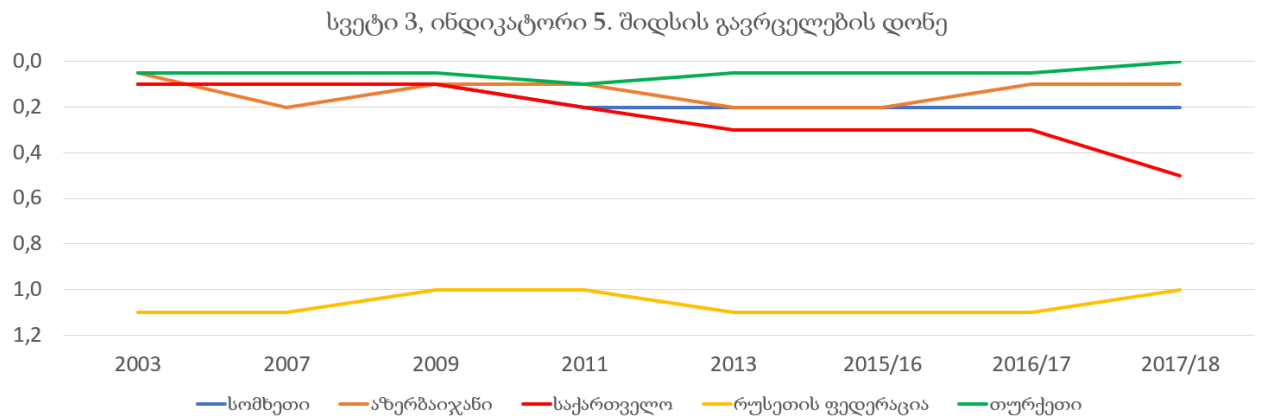
დანართი 29. გრაფიკი N3.1.21. სვეტი 10, ინდიკატორი 6. მოქმედი ავიაკომპანიების რაოდენობა



გრაფიკი N3.1.21.

წყარო: World Economic Forum. "The Travel & Tourism Competitiveness Report", 2007-2019

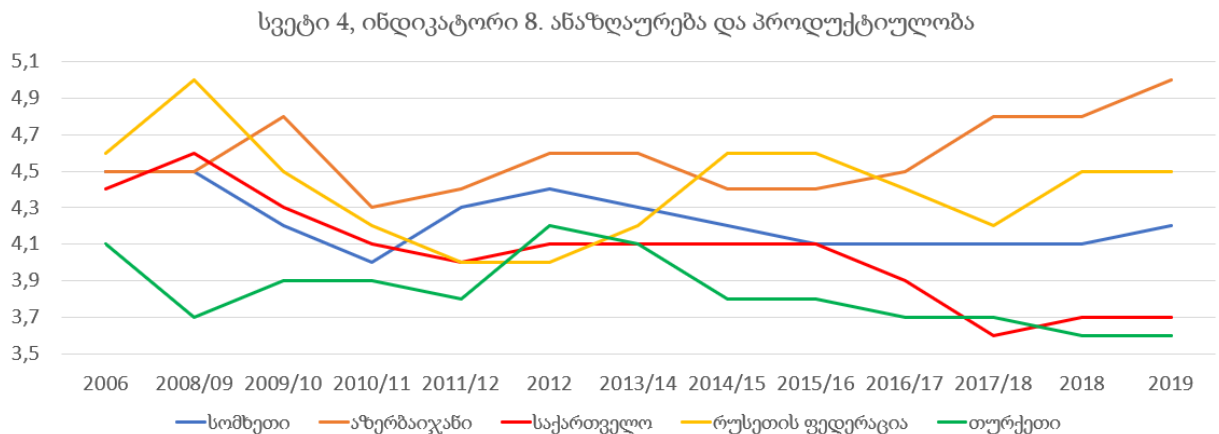
დანართი 30. გრაფიკი N3.1.22. სვეტი 3, ინდიკატორი 5. შიდსის გავრცელების დონე



გრაფიკი N3.1.22.

წყარო: World Economic Forum. "The Travel & Tourism Competitiveness Report", 2007-2019

დანართი 31. გრაფიკი N3.1.23. სვეტი 4, ინდიკატორი 8. ანაზღაურება და პროდუქტიულობა

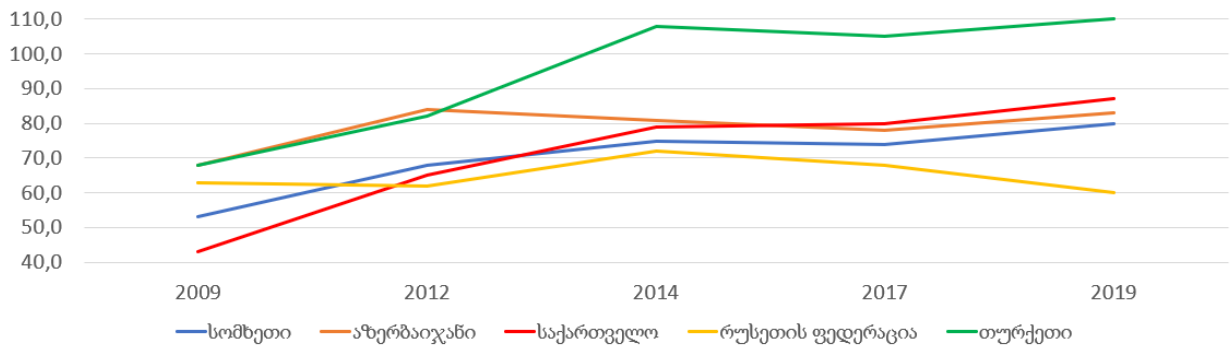


გრაფიკი N3.1.23.

წყარო: World Economic Forum. "The Travel & Tourism Competitiveness Report", 2007-2019

დანართი 32. გრაფიკი N3.1.24. სვეტი 6, ინდიკატორი 4. მოგზაურობისა და ტურიზმის წლიური მონაცემების ყოვლისმომცველობა

სვეტი 6, ინდიკატორი 4. მოგზაურობისა და ტურიზმის წლიური მონაცემების ყოვლისმომცველობა

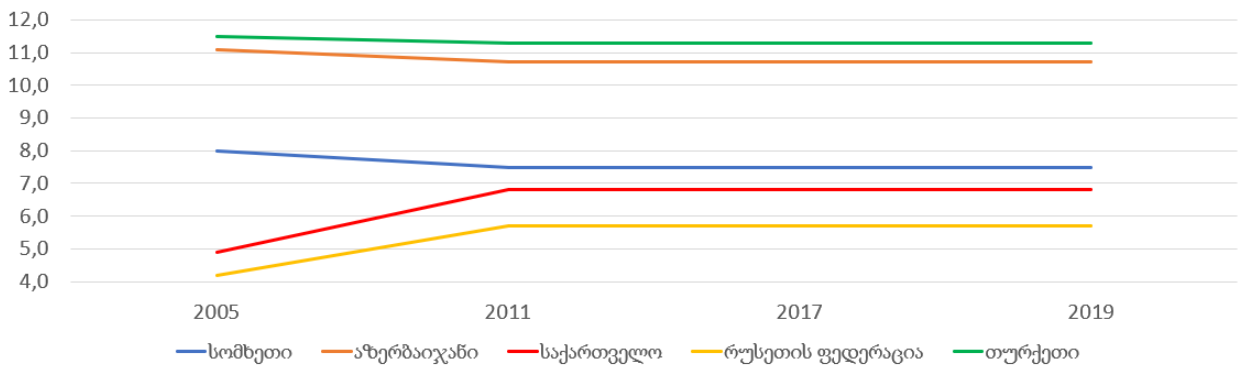


გრაფიკი N3.1.24.

წყარო: World Economic Forum. "The Travel & Tourism Competitiveness Report", 2007-2019

დანართი 33. გრაფიკი N3.1.25. სვეტი 7, ინდიკატორი 2. საჰაერო მომსახურების ორმხრივი შეთანხმებების ხელმისაწვდომობა

სვეტი 7, ინდიკატორი 2. საჰაერო მომსახურების ორმხრივი შეთანხმებების ხელმისაწვდომობა

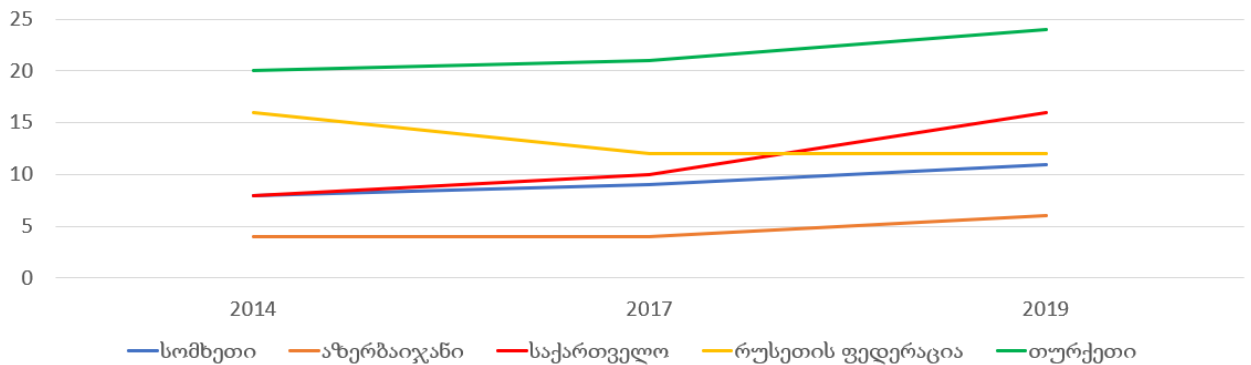


გრაფიკი N3.1.25.

წყარო: World Economic Forum. "The Travel & Tourism Competitiveness Report", 2007-2019

დანართი 34. გრაფიკი N3.1.26. სვეტი 7, ინდიკატორი 3. მოქმედი რეგიონული სავაჭრო ხელშეკრულებების რაოდენობა

სვეტი 7, ინდიკატორი 3. მოქმედი რეგიონული სავაჭრო ხელშეკრულებების რაოდენობა

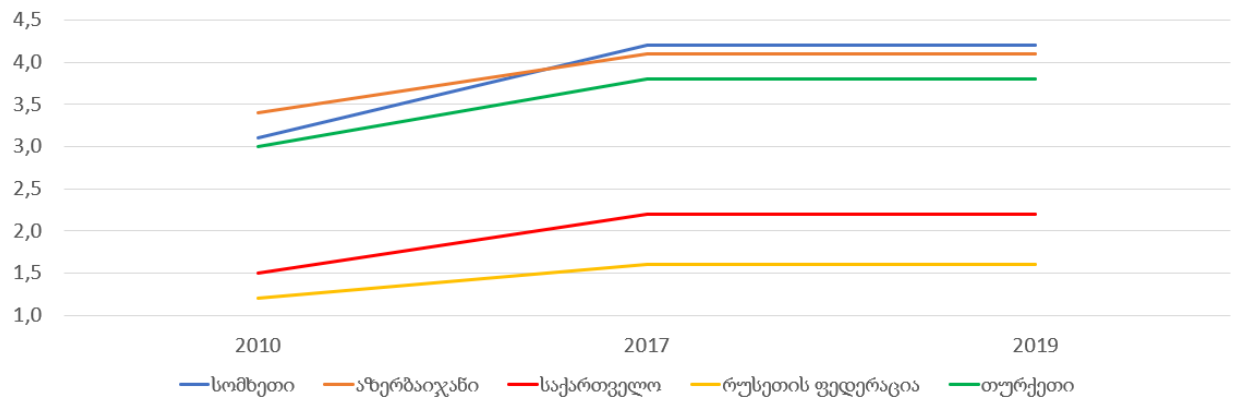


გრაფიკი N3.1.26.

წყარო: World Economic Forum. "The Travel & Tourism Competitiveness Report", 2007-2019

დანართი 35. გრაფიკი N3.1.27. სვეტი 9, ინდიკატორი 6. წყლის სიმძლავრის საბაზისო დონე

სვეტი 9, ინდიკატორი 6. წყლის სიმძლავრის საბაზისო დონე

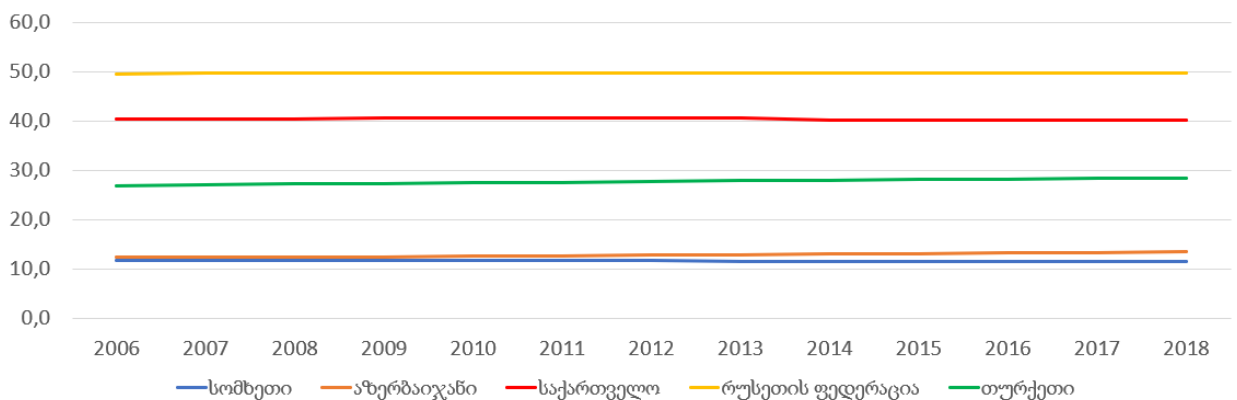


გრაფიკი N3.1.27.

წყარო: World Economic Forum. "The Travel & Tourism Competitiveness Report", 2007-2019

დანართი 36. გრაფიკი N3.1.28. სვეტი 9, ინდიკატორი 8. ტყის საფარის ცვლილება

სვეტი 9, ინდიკატორი 8. ტყის საფარის ცვლილება

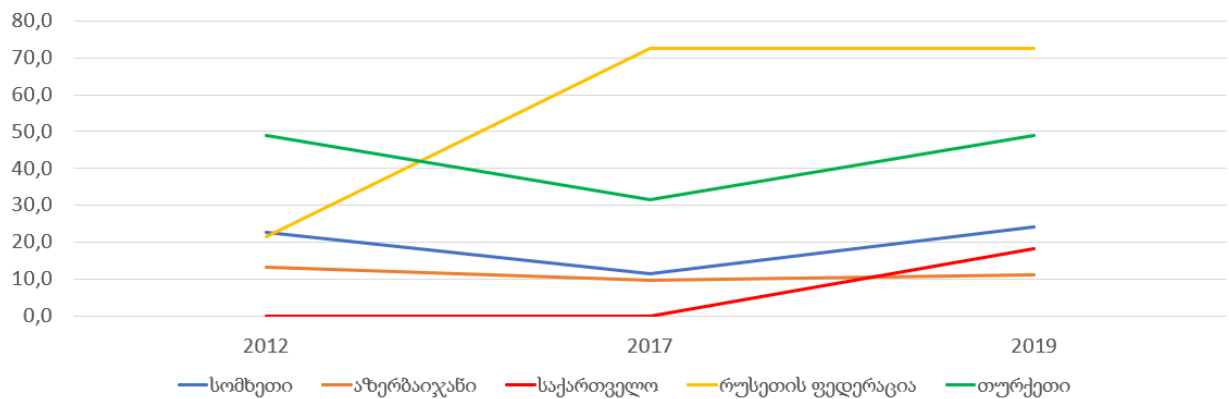


გრაფიკი N3.1.28.

წყარო: World Economic Forum. "The Travel & Tourism Competitiveness Report", 2007-2019

დანართი 37. გრაფიკი N3.1.29. სვეტი 9, ინდიკატორი 9. ჩამდინარე წყლების გაწმენდა

სვეტი 9, ინდიკატორი 9. ჩამდინარე წყლების გაწმენდა

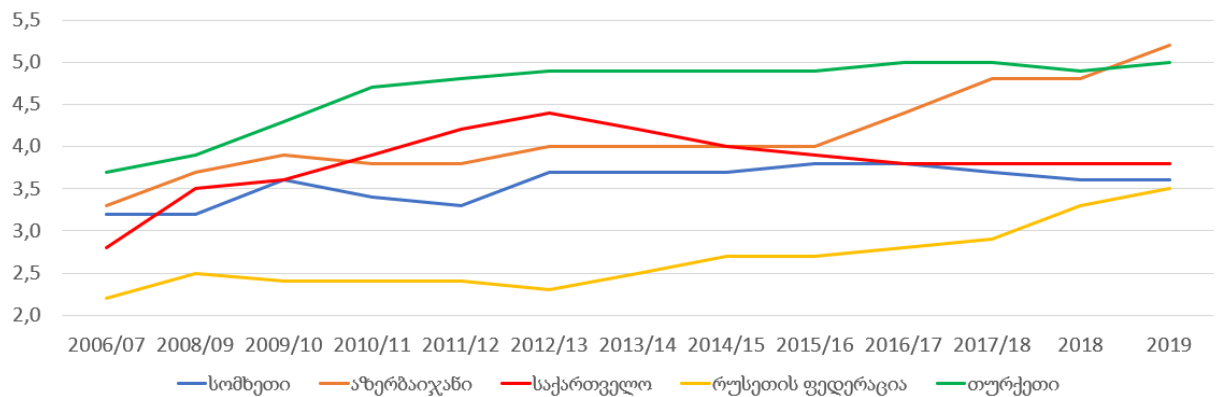


გრაფიკი N3.1.29.

წყარო: World Economic Forum. "The Travel & Tourism Competitiveness Report", 2007-2019

დანართი 38. გრაფიკი N3.1.30. სვეტი 11, ინდიკატორი 1. გზების ხარისხი

სვეტი 11, ინდიკატორი 1. გზების ხარისხი

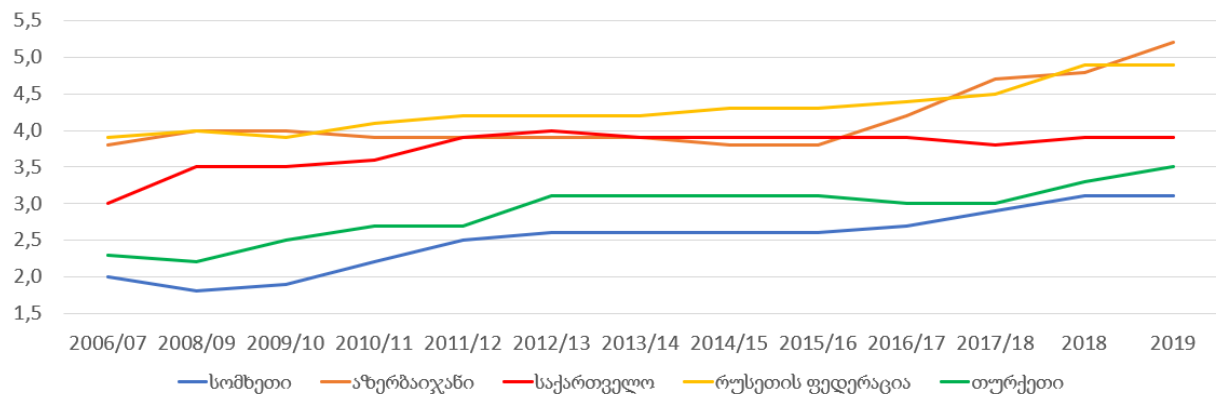


გრაფიკი N3.1.30.

წყარო: World Economic Forum. "The Travel & Tourism Competitiveness Report", 2007-2019

დანართი 39. გრაფიკი N3.1.31. სვეტი 11, ინდიკატორი 4. სარკინიგზო გზის ინფრასტრუქტურის ხარისხი

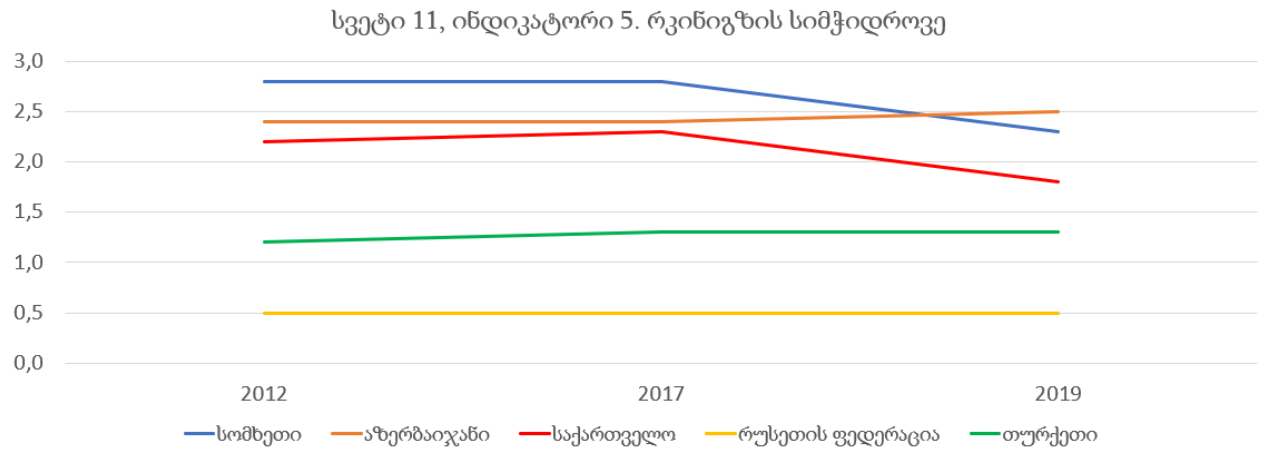
სვეტი 11, ინდიკატორი 4. სარკინიგზო გზის ინფრასტრუქტურის ხარისხი



გრაფიკი N3.1.31.

წყარო: World Economic Forum. "The Travel & Tourism Competitiveness Report", 2007-2019

დანართი 40. გრაფიკი N3.1.32. სვეტი 11, ინდიკატორი 5. რკინიგზის სიმჭიდროვე

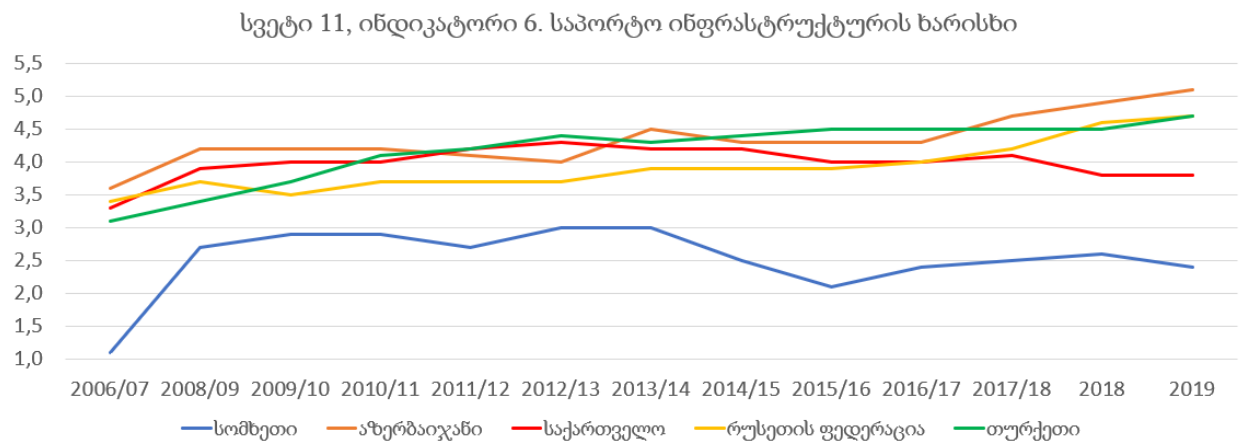


გრაფიკი N3.1.32.

წყარო: World Economic Forum. "The Travel & Tourism Competitiveness Report", 2007-2019

დანართი 41. გრაფიკი N3.1.33. სვეტი 11, ინდიკატორი 6. საპორტო

ინფრასტრუქტურის ხარისხი

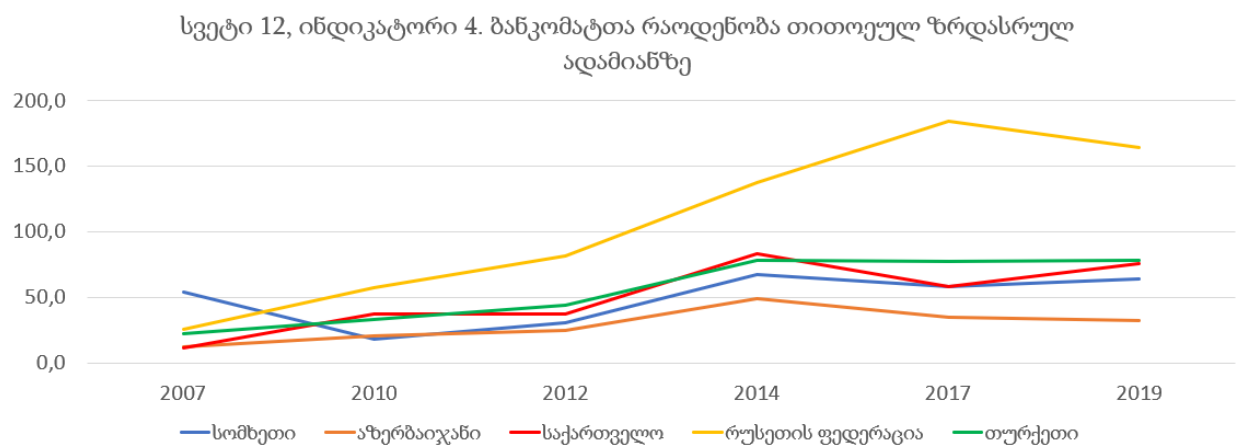


გრაფიკი N3.1.33.

წყარო: World Economic Forum. "The Travel & Tourism Competitiveness Report", 2007-2019

დანართი 42. გრაფიკი N3.1.34. სვეტი 12, ინდიკატორი 4. ბანკომატა რაოდენობა

თითოეულ ზრდასრულ ადამიანზე

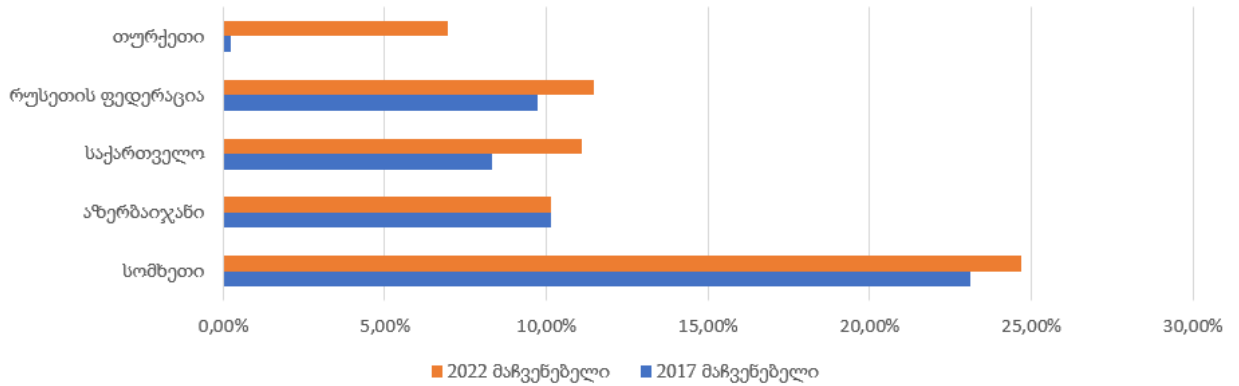


გრაფიკი N3.1.34.

წყარო: World Economic Forum. "The Travel & Tourism Competitiveness Report", 2007-2019

დანართი 43. გრაფიკი N3.1.35 დაცული ტერიტორიის წილი ქვეყნის სრულ ფართობში (%)

დაცული ტერიტორიის წილი ქვეყნის სრულ ფართობში (%)

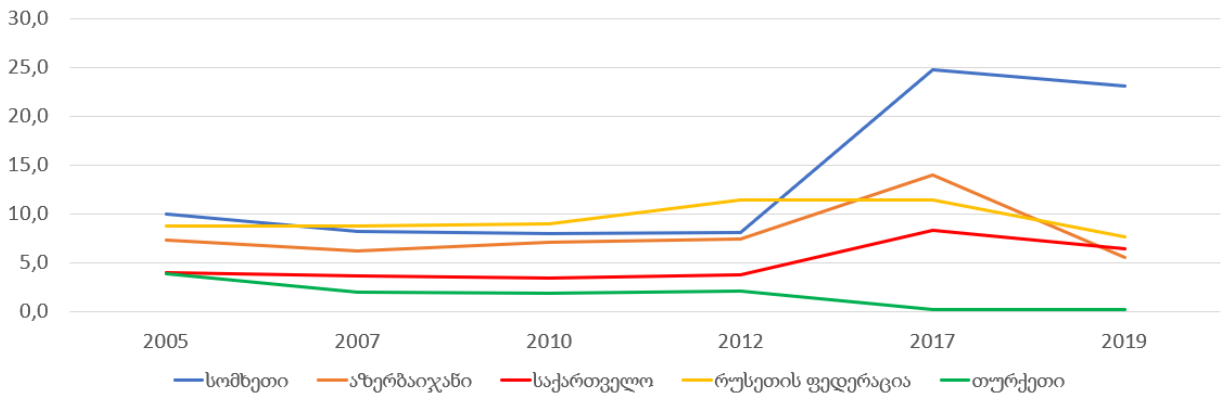


გრაფიკი N3.1.35.

წყარო: Our World in Data

დანართი 44. გრაფიკი N3.1.36. სვეტი 13, ინდიკატორი 3. დაცულ ტერიტორიათა სრული ფართობი

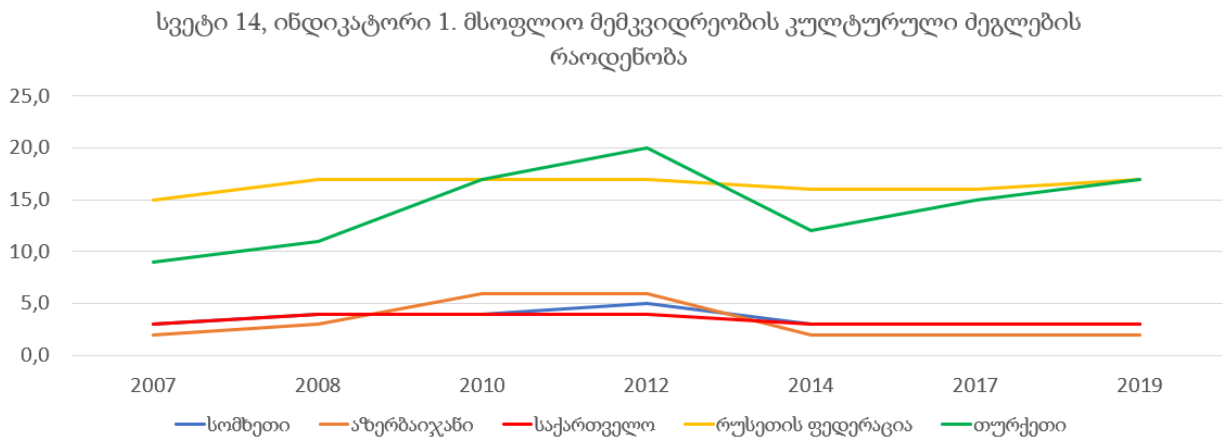
სვეტი 13, ინდიკატორი 3. დაცულ ტერიტორიათა სრული ფართობი



გრაფიკი N3.1.36.

წყარო: World Economic Forum. "The Travel & Tourism Competitiveness Report", 2007-2019

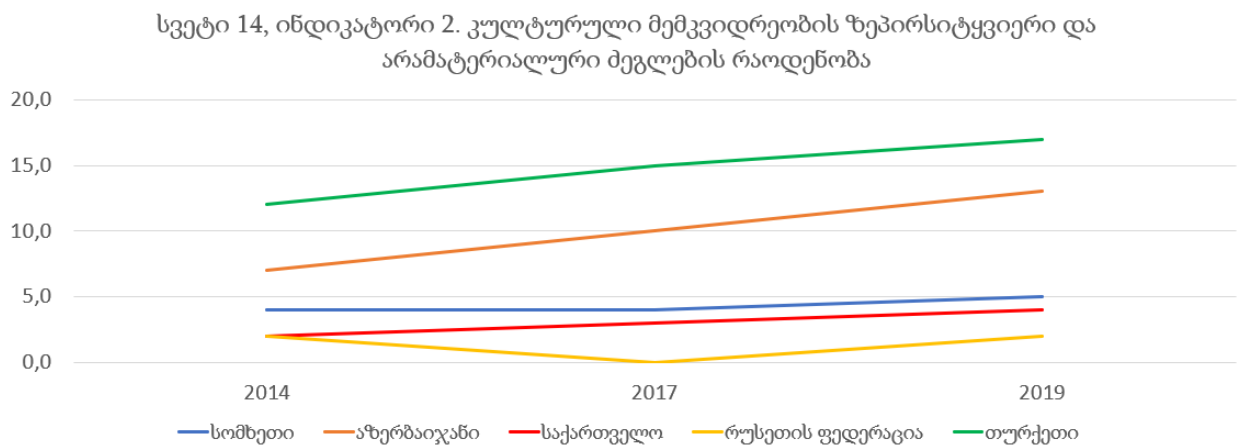
დანართი 45. გრაფიკი N3.1.37. სვეტი 14, ინდიკატორი 1. მსოფლიო მემკვიდრეობის კულტურული ძეგლების რაოდენობა



გრაფიკი N3.1.37.

წყარო: World Economic Forum. "The Travel & Tourism Competitiveness Report", 2007-2019

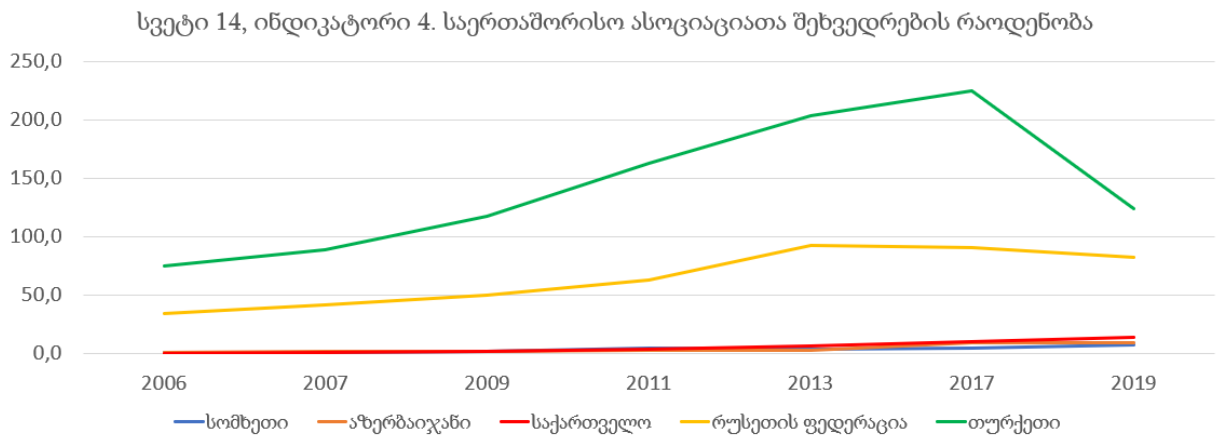
დანართი 46. გრაფიკი N3.1.38. სვეტი 14, ინდიკატორი 2. კულტურული მემკვიდრეობის ზეპირსიტყვიერი და არამატერიალური ძეგლების რაოდენობა



გრაფიკი N3.1.38.

წყარო: World Economic Forum. "The Travel & Tourism Competitiveness Report", 2007-2019

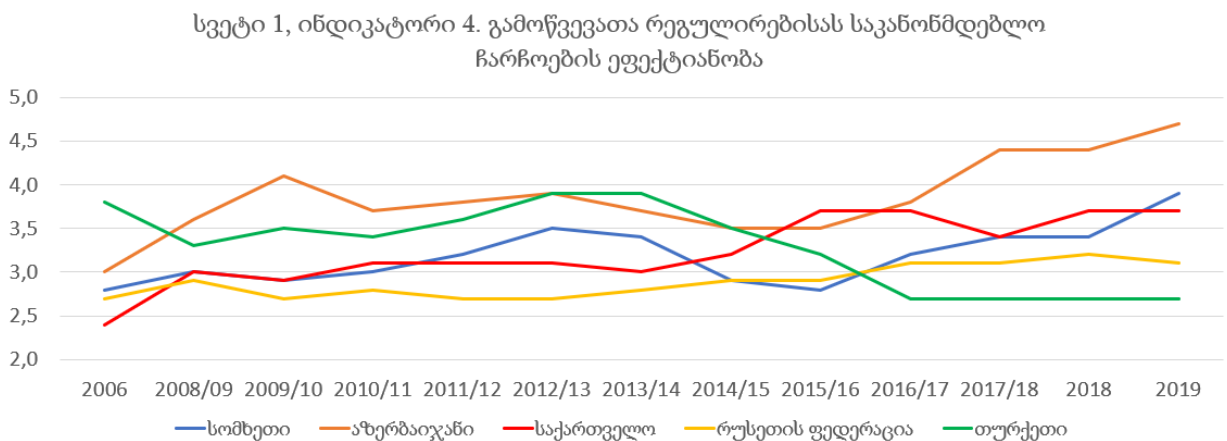
დანართი 47. გრაფიკი N3.1.39. სვეტი 14, ინდიკატორი 4. საერთაშორისო ასოციაციათა შეხვედრების რაოდენობა



გრაფიკი N3.1.39.

წყარო: World Economic Forum. "The Travel & Tourism Competitiveness Report", 2007-2019

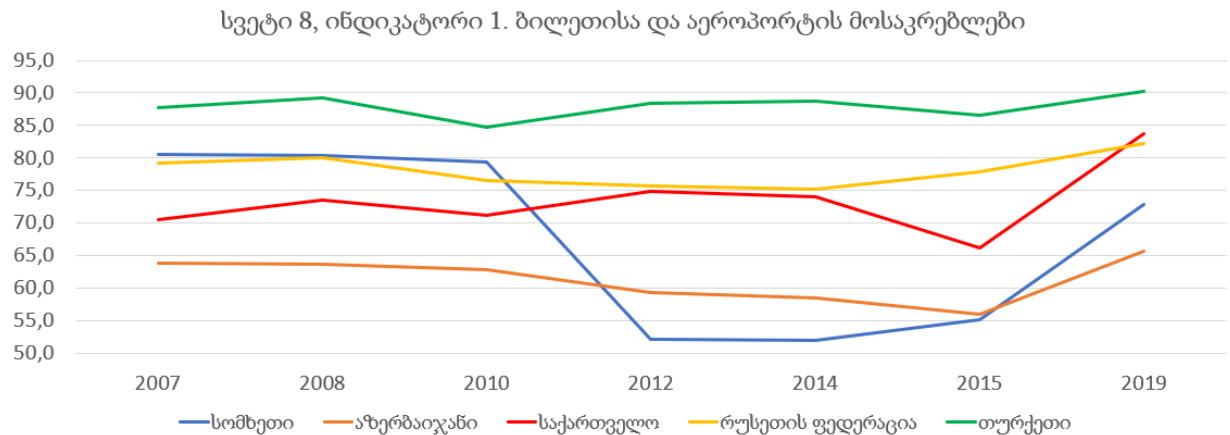
დანართი 48. გრაფიკი N3.1.40. სვეტი 1, ინდიკატორი 4. გამოწვევათა რეგულირებისას საკანონმდებლო ჩარჩოების ეფექტიანობა



გრაფიკი N3.1.40.

წყარო: World Economic Forum. "The Travel & Tourism Competitiveness Report", 2007-2019

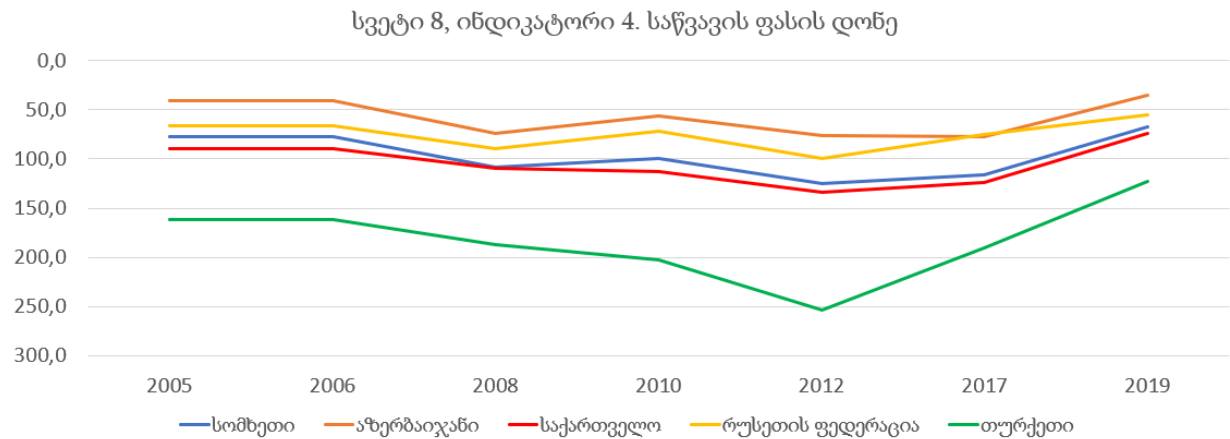
დანართი 49. გრაფიკი N3.1.41. სვეტი 8, ინდიკატორი 1. ბილეთისა და აეროპორტის მოსაკრებლები



გრაფიკი N3.1.41.

წყარო: World Economic Forum. "The Travel & Tourism Competitiveness Report", 2007-2019

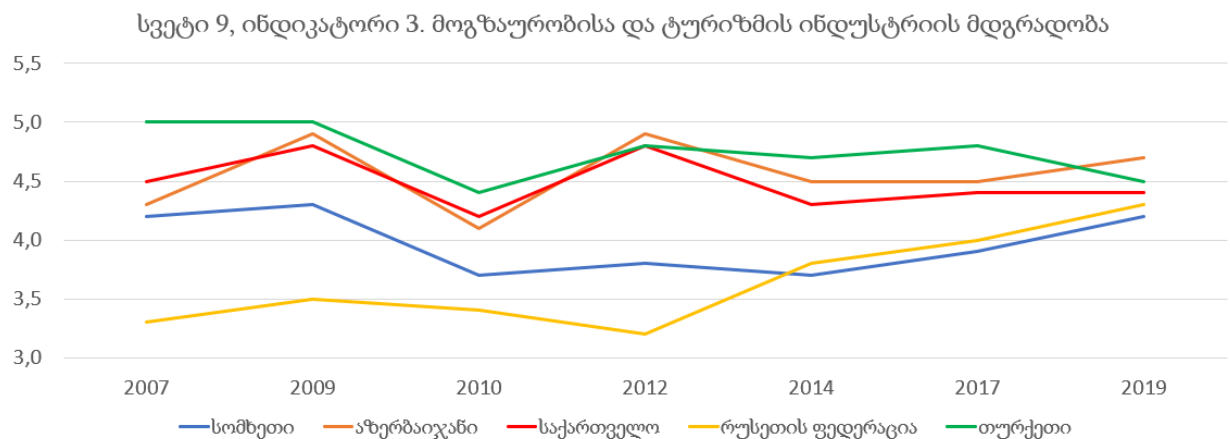
დანართი 50. გრაფიკი N3.1.42. სვეტი 8, ინდიკატორი 4. საწვავის ფასის დონე



გრაფიკი N3.1.42.

წყარო: World Economic Forum. "The Travel & Tourism Competitiveness Report", 2007-2019

დანართი 51. გრაფიკი N3.1.43. სვეტი 9, ინდიკატორი 3. მოგზაურობისა და ტურიზმის მდგრადობა

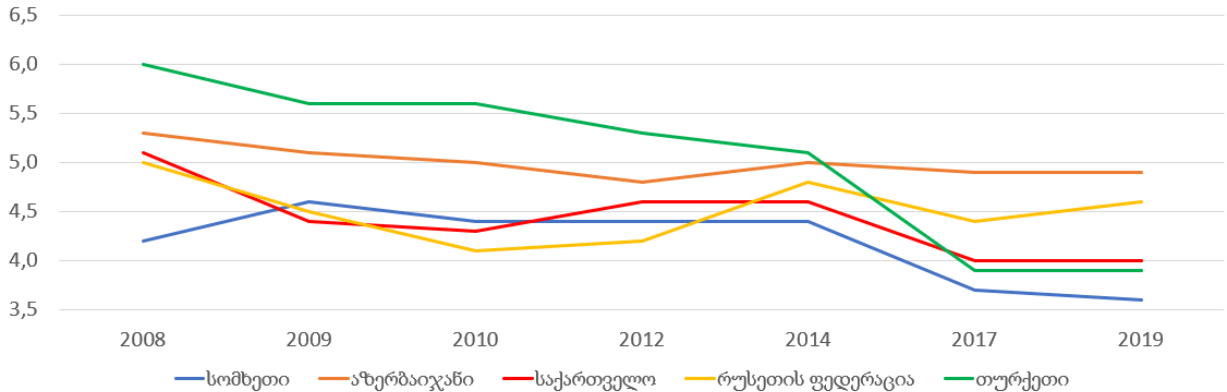


გრაფიკი N3.1.43.

წყარო: World Economic Forum. "The Travel & Tourism Competitiveness Report", 2007-2019

დანართი 52. გრაფიკი N3.1.44. სვეტი 11, ინდიკატორი 7. სახმელეთო ტრანსპორტის ეფექტიანობა

სვეტი 11, ინდიკატორი 7. სახმელეთო ტრანსპორტის ეფექტიანობა

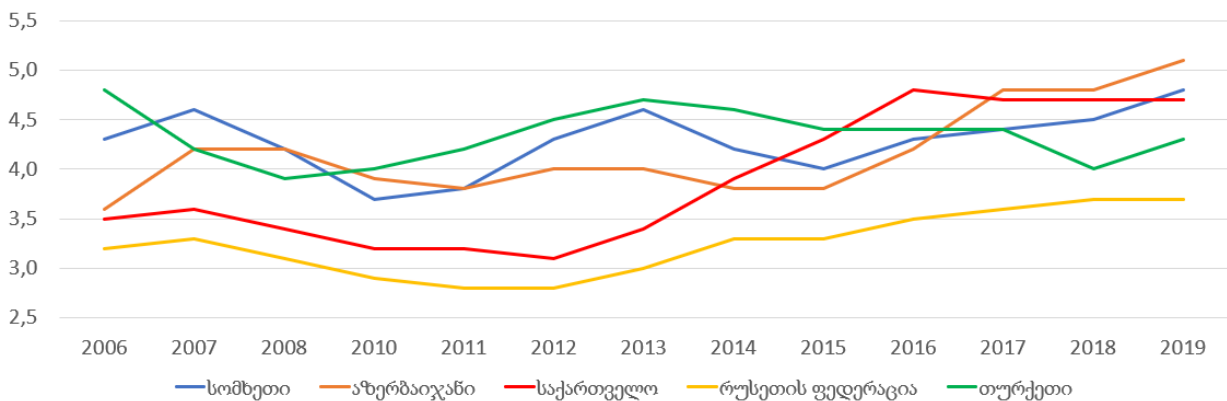


გრაფიკი N3.1.44.

წყარო: World Economic Forum. "The Travel & Tourism Competitiveness Report", 2007-2019

დანართი 53. გრაფიკი N3.1.45. სვეტი 1, ინდიკატორი 1. საკუთრების უფლება

სვეტი 1, ინდიკატორი 1. საკუთრების უფლება

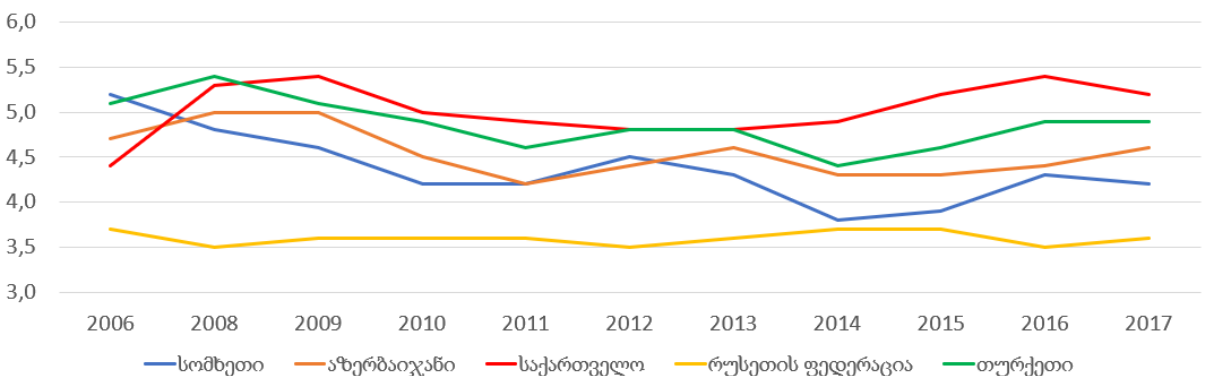


გრაფიკი N3.1.45.

წყარო: World Economic Forum. "The Travel & Tourism Competitiveness Report", 2007-2019

დანართი 54. გრაფიკი N3.1.46. სვეტი 1, ინდიკატორი 2. კანონების ზეგავლენა უცხოურ პირდაპირ ინვესტიციებზე

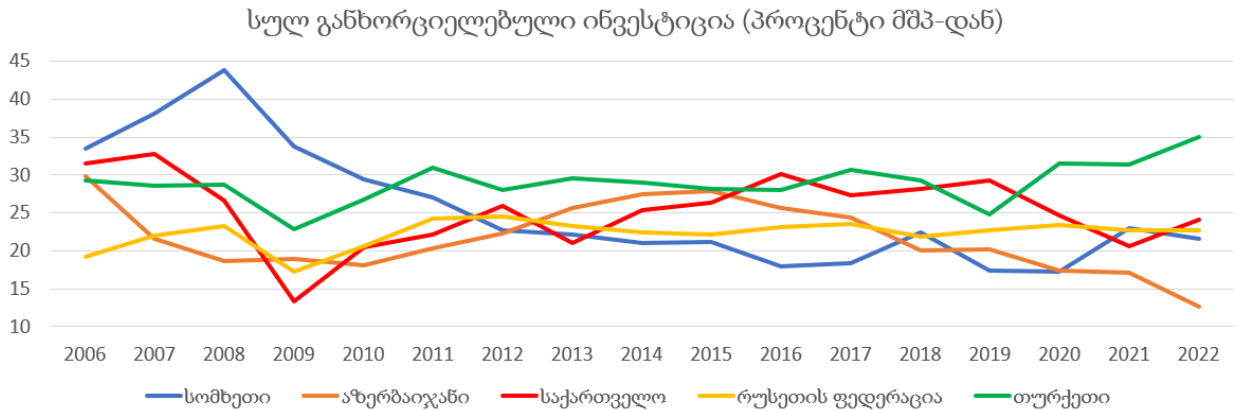
სვეტი 1, ინდიკატორი 2. კანონების ზეგავლენა უცხოურ პირდაპირ ინვესტიციებზე



გრაფიკი N3.1.46.

წყარო: World Economic Forum. "The Travel & Tourism Competitiveness Report", 2007-2019

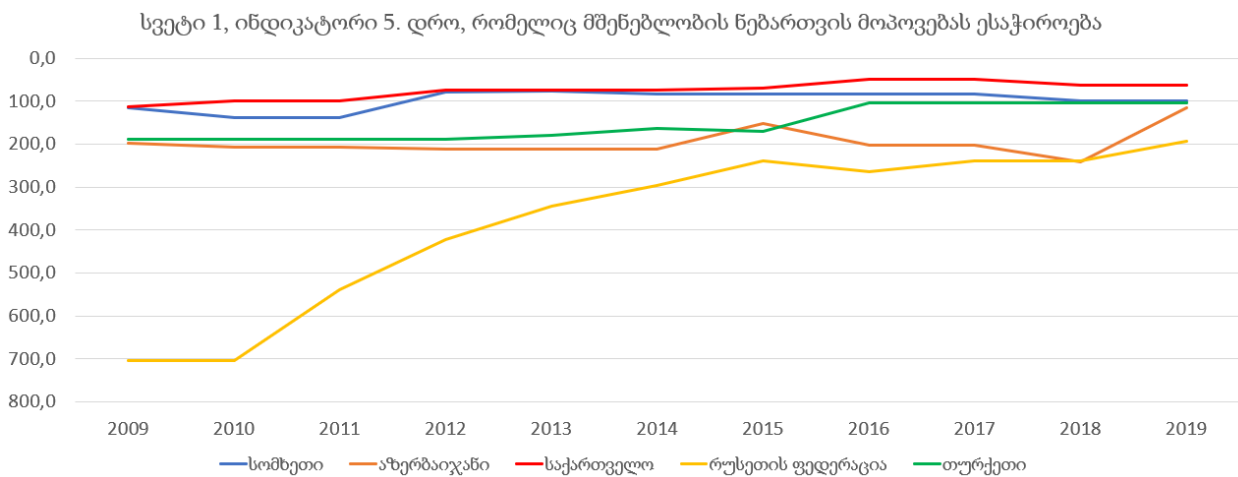
დანართი 55. გრაფიკი N3.1.47. სულ განხორციელებული ინვესტიცია (პროცენტი მშპ-დან)



გრაფიკი N3.1.47.

წყარო: International Monetary Fund. Total investment, Percent of GDP

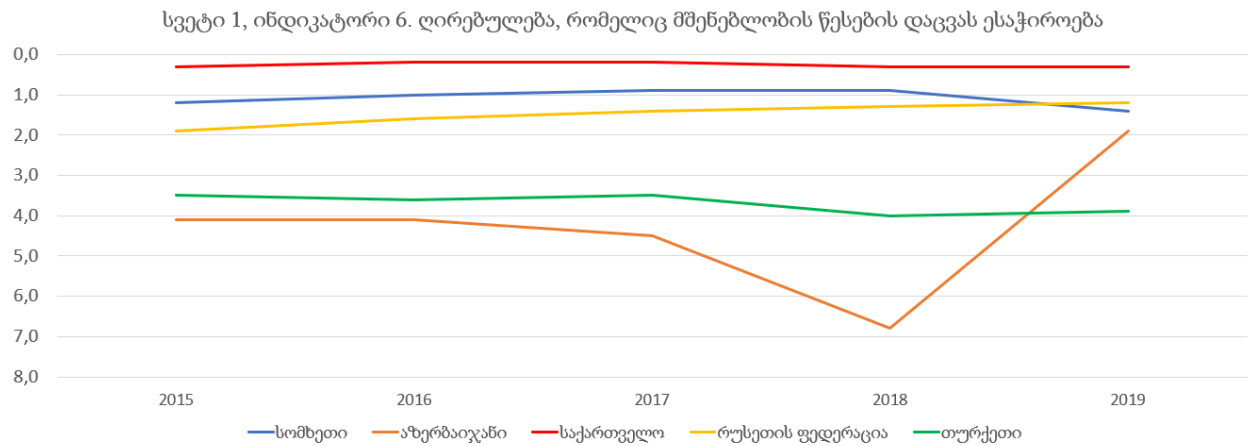
დანართი 56. გრაფიკი N3.1.48. სვეტი 1, ინდიკატორი 5. დრო, რომელიც მშენებლობის ნებართვის მოპოვებას სჭირდება



გრაფიკი N3.1.48.

წყარო: World Economic Forum. "The Travel & Tourism Competitiveness Report", 2007-2019

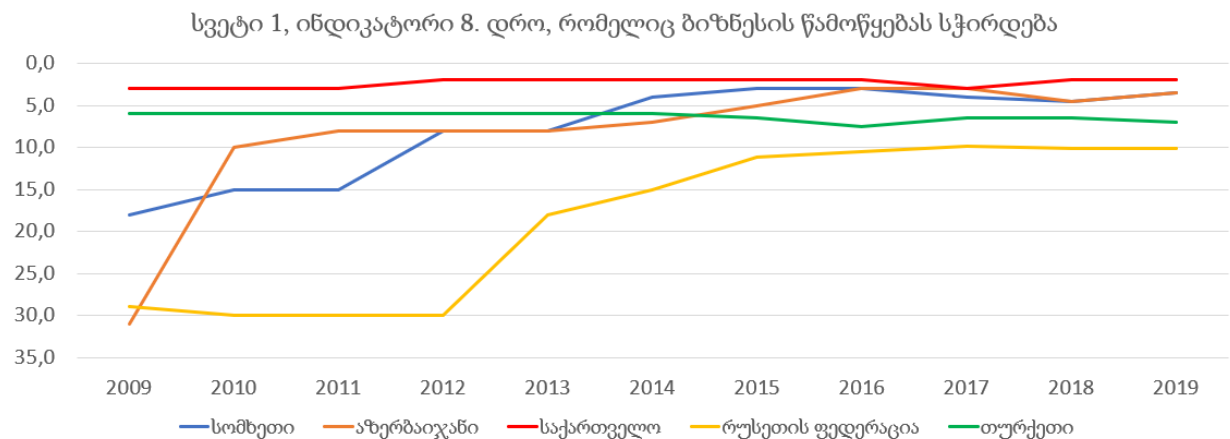
დანართი 57. გრაფიკი N3.1.49. სვეტი 1, ინდიკატორი 6. ღირებულება, რომელიც მშენებლობის წესების დაცვას ესაჭიროება



გრაფიკი N3.1.49.

წყარო: World Economic Forum. "The Travel & Tourism Competitiveness Report", 2007-2019

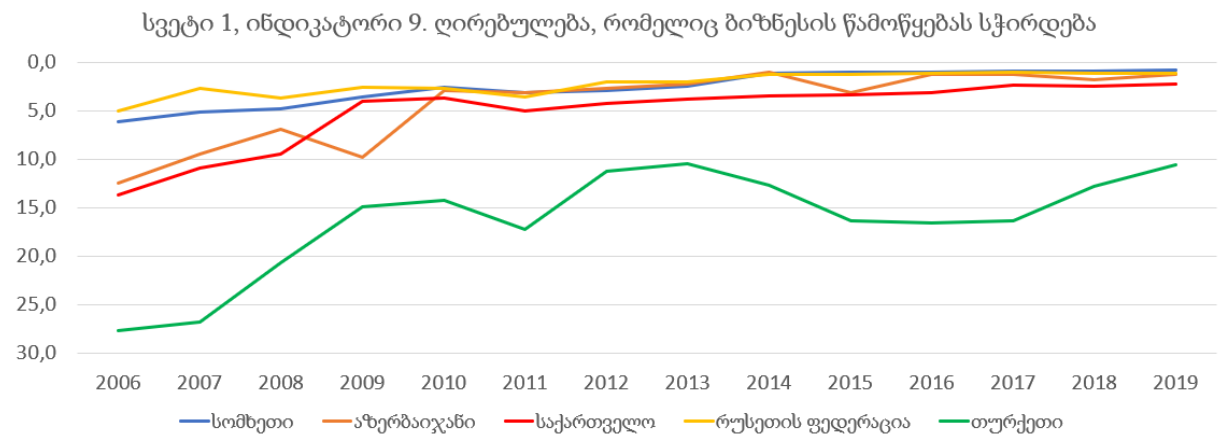
დანართი 58. გრაფიკი N3.1.50. სვეტი 1, ინდიკატორი 8. დრო, რომელიც ბიზნესის წამოწყებას ესაჭიროება



გრაფიკი N3.1.50.

წყარო: World Economic Forum. "The Travel & Tourism Competitiveness Report", 2007-2019

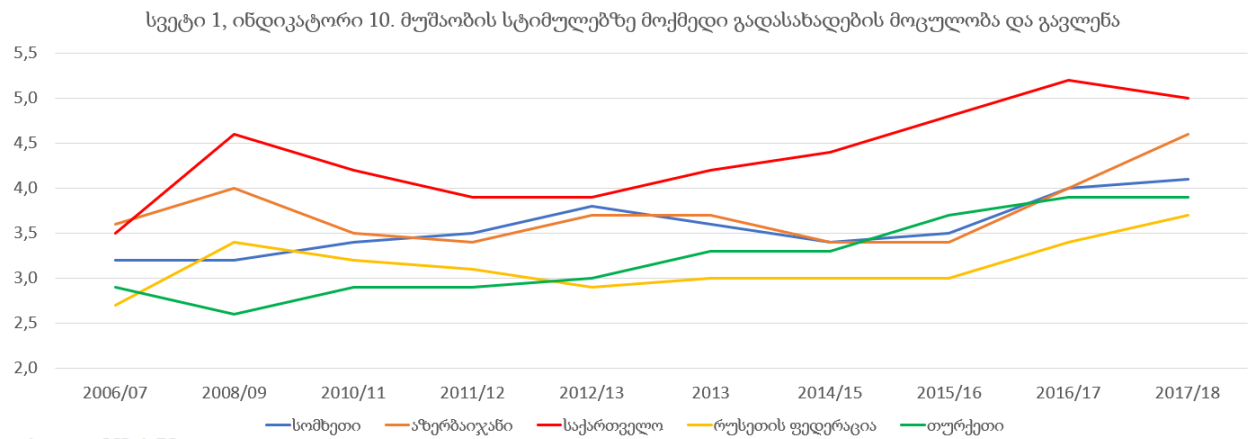
დანართი 59. გრაფიკი N3.1.51. სვეტი 1, ინდიკატორი 9. ღირებულება, რომელიც ბიზნესის წამოწყებას სჭირდება



გრაფიკი N3.1.51.

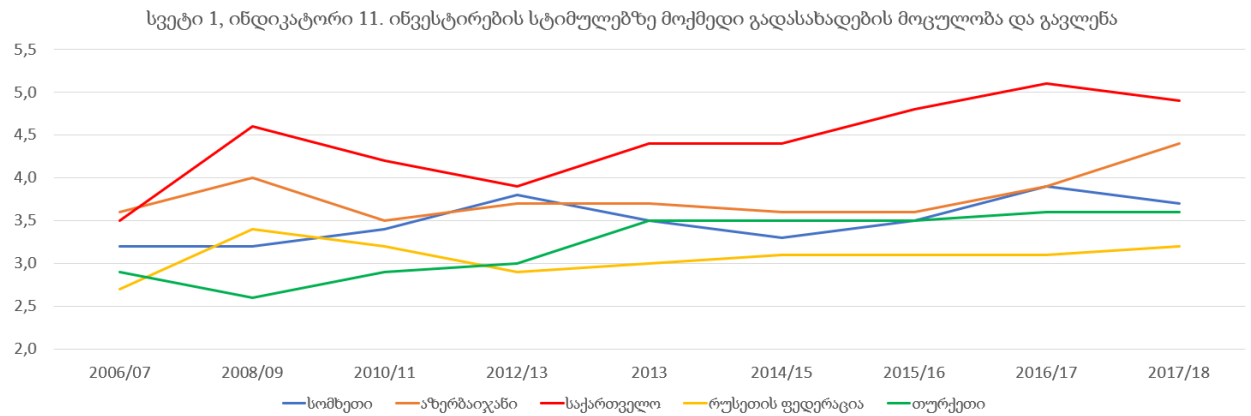
წყარო: World Economic Forum. "The Travel & Tourism Competitiveness Report", 2007-2019

დანართი 60. გრაფიკი N3.1.52. სვეტი 1, ინდიკატორი 10. მუშაობის სტიმულებზე მოქმედი გადასახადების მოცულობა და გავლენა



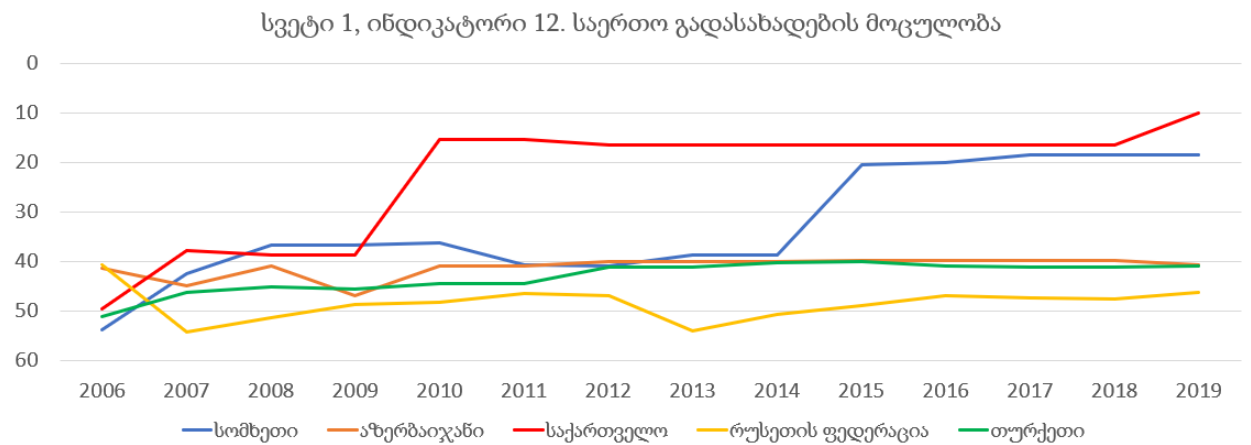
გრაფიკი N3.1.52.
წყარო: World Economic Forum. "The Travel & Tourism Competitiveness Report", 2007-2019

დანართი 61. გრაფიკი N3.1.53 სვეტი 1, ინდიკატორი 11. ინვესტირების სტიმულებზე მოქმედი გადასახადების მოცულობა და გავლენა



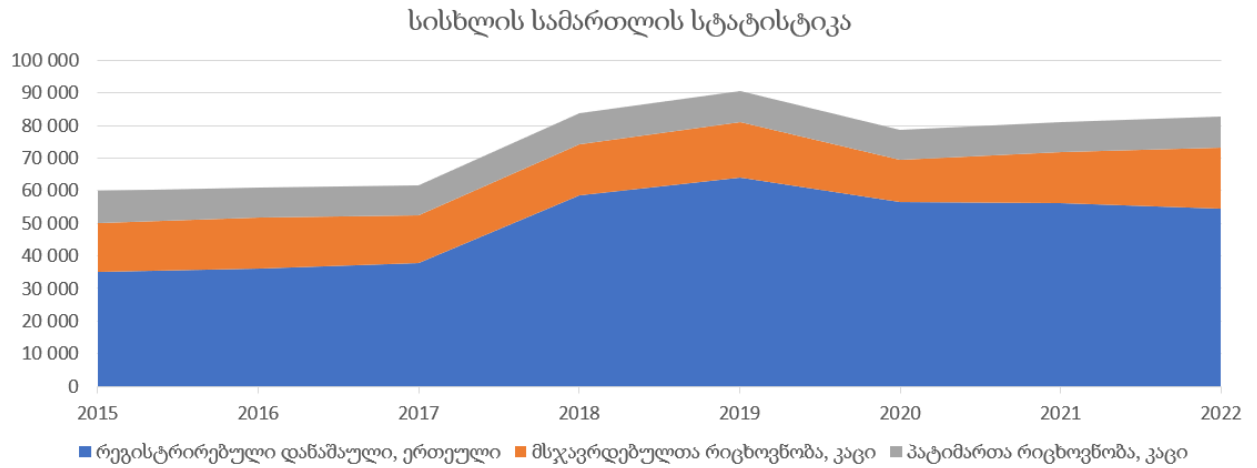
გრაფიკი N3.1.53.
წყარო: World Economic Forum. "The Travel & Tourism Competitiveness Report", 2007-2019

დანართი 62. გრაფიკი N3.1.54. სვეტი 1, ინდიკატორი 12. საერთო გადასახადების მოცულობა



გრაფიკი N3.1.54.
წყარო: World Economic Forum. "The Travel & Tourism Competitiveness Report", 2007-2019

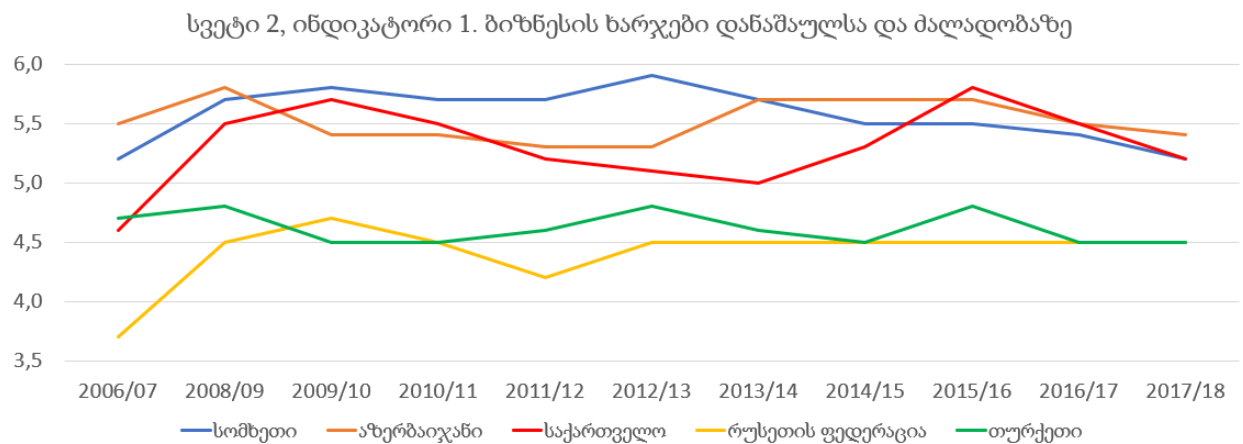
დანართი 63. გრაფიკი N3.1.55. საქართველოს სისხლის სამართლის სტატისტიკა



გრაფიკი N3.1.55.

წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური. სისხლის სამართლის სტატისტიკის ერთიანი ანგარიში 2022

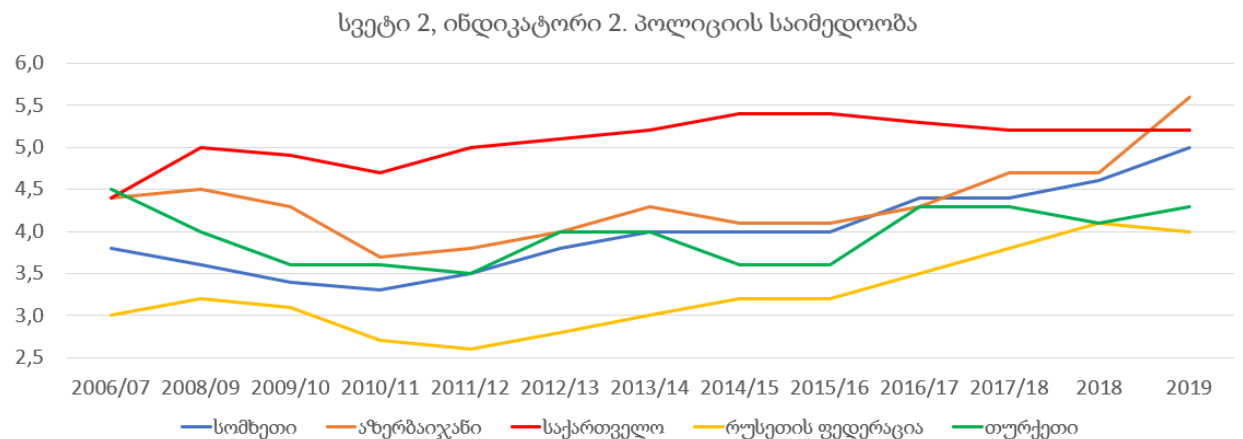
დანართი 64. გრაფიკი N3.1.56. სვეტი 2, ინდიკატორი 1. ბიზნესის ხარჯები დანაშაულსა და ძალადობაზე



გრაფიკი N3.1.56.

წყარო: World Economic Forum. "The Travel & Tourism Competitiveness Report", 2007-2019

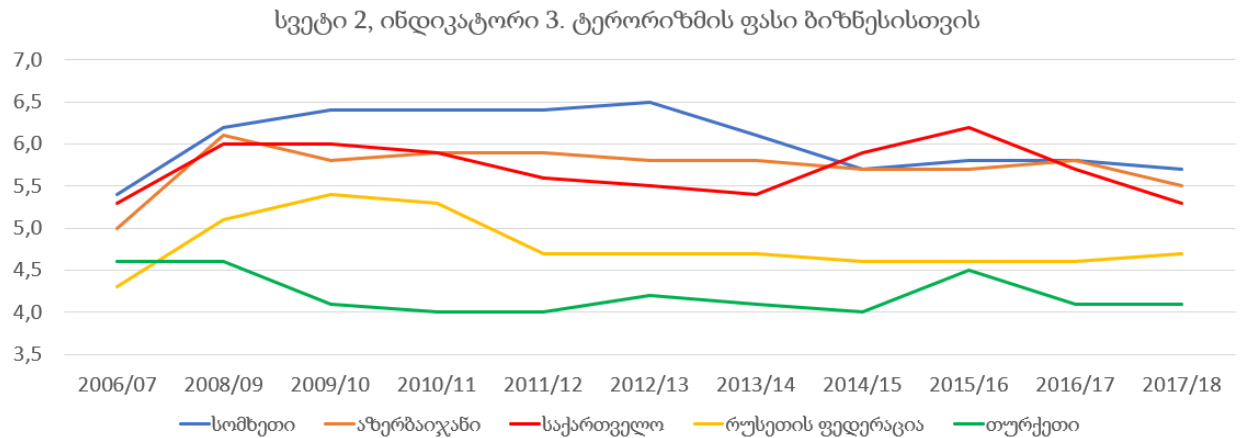
დანართი 65. გრაფიკი N3.1.57. სვეტი 2, ინდიკატორი 2. პოლიციის საიმედოობა



გრაფიკი N3.1.57.

წყარო: World Economic Forum. "The Travel & Tourism Competitiveness Report", 2007-2019

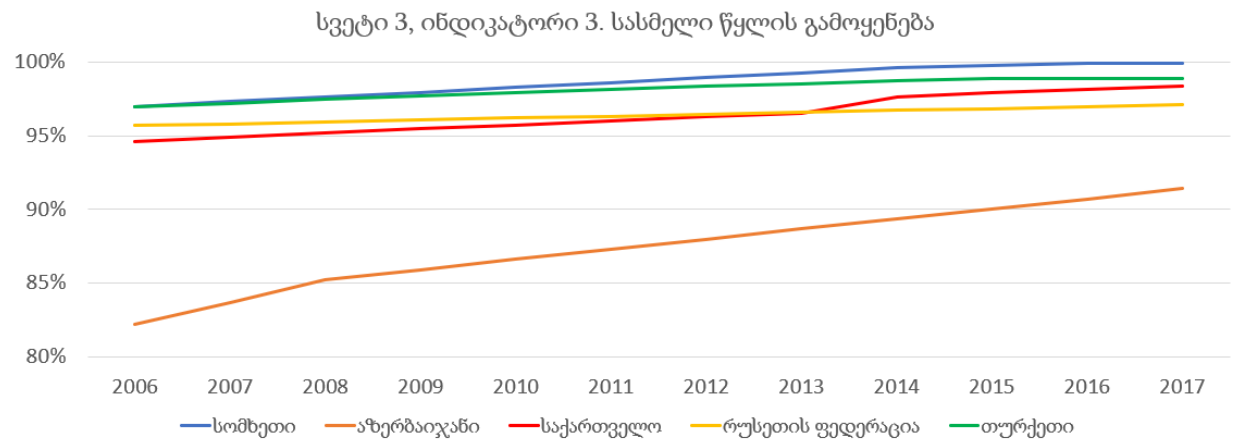
დანართი 66. გრაფიკი N3.1.58. სვეტი 2, ინდიკატორი 3. ტერორიზმის ფასი ბიზნესისთვის



გრაფიკი N3.1.58.

წყარო: World Economic Forum. "The Travel & Tourism Competitiveness Report", 2007-2019

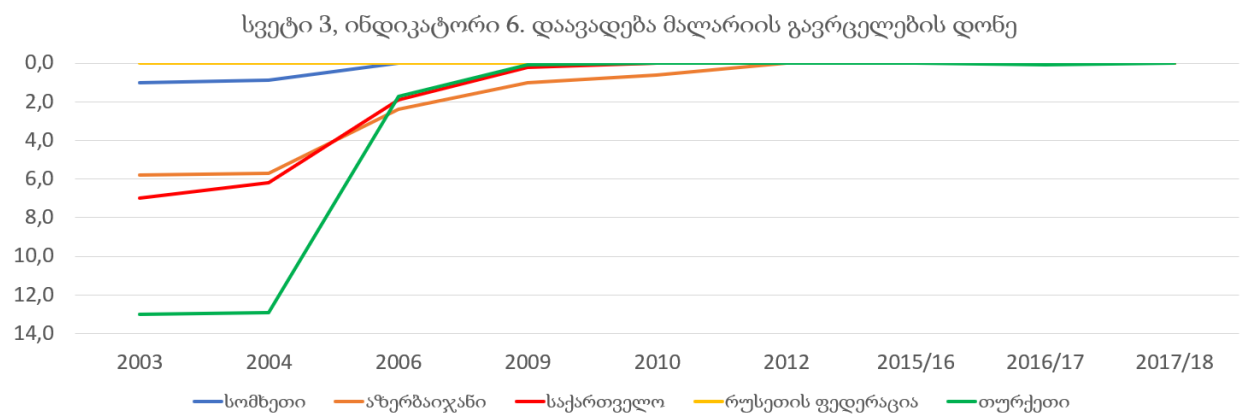
დანართი 67. გრაფიკი N3.1.59. სვეტი 3, ინდიკატორი 3. სასმელი წყლის გამოყენება



გრაფიკი N3.1.59.

წყარო: World Economic Forum. "The Travel & Tourism Competitiveness Report", 2007-2019

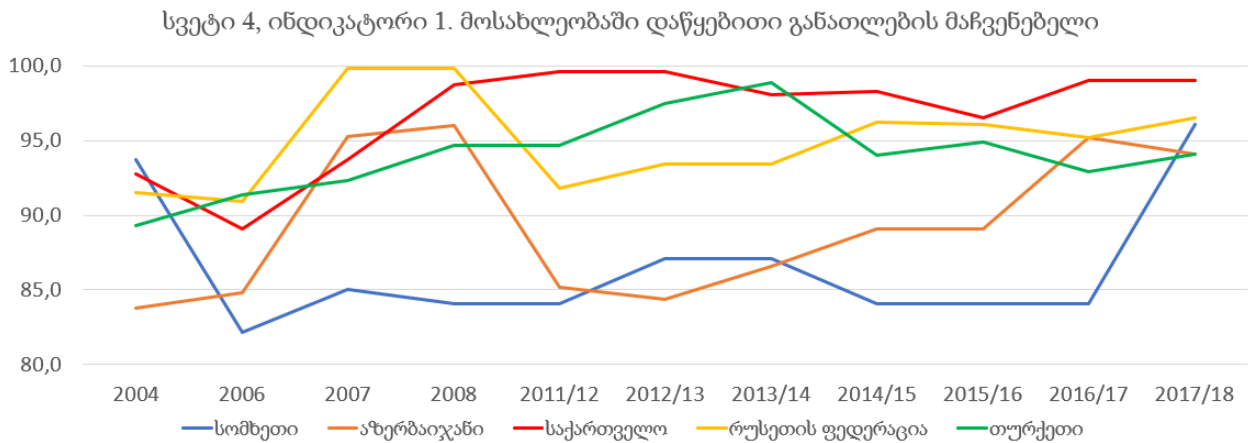
დანართი 68. გრაფიკი N3.1.60. სვეტი 3, ინდიკატორი 6. დაავადება მალარიის გავრცელების დონე



გრაფიკი N3.1.60.

წყარო: World Economic Forum. "The Travel & Tourism Competitiveness Report", 2007-2019

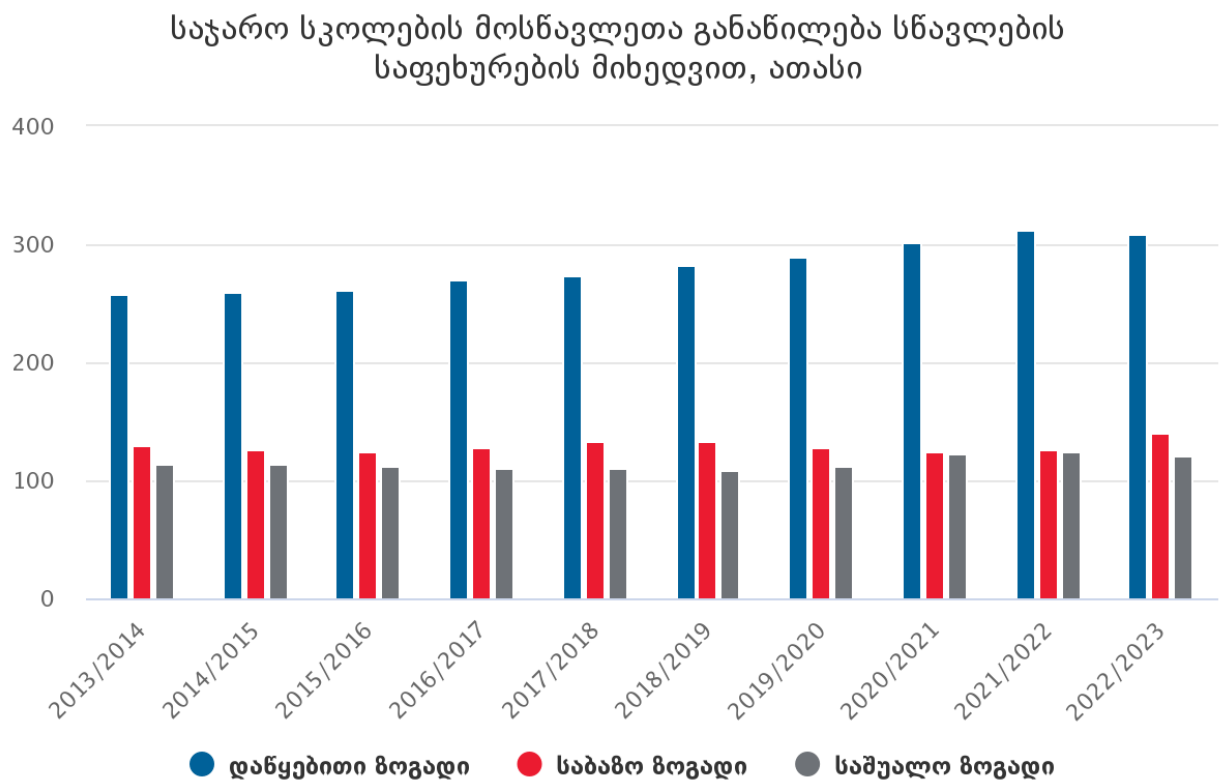
დანართი 69. გრაფიკი N3.1.61. სვეტი 4, ინდიკატორი 1. მოსახლეობაში დაწყებითი განათლების მაჩვენებელი



გრაფიკი N3.1.61.

წყარო: World Economic Forum. "The Travel & Tourism Competitiveness Report", 2007-2019

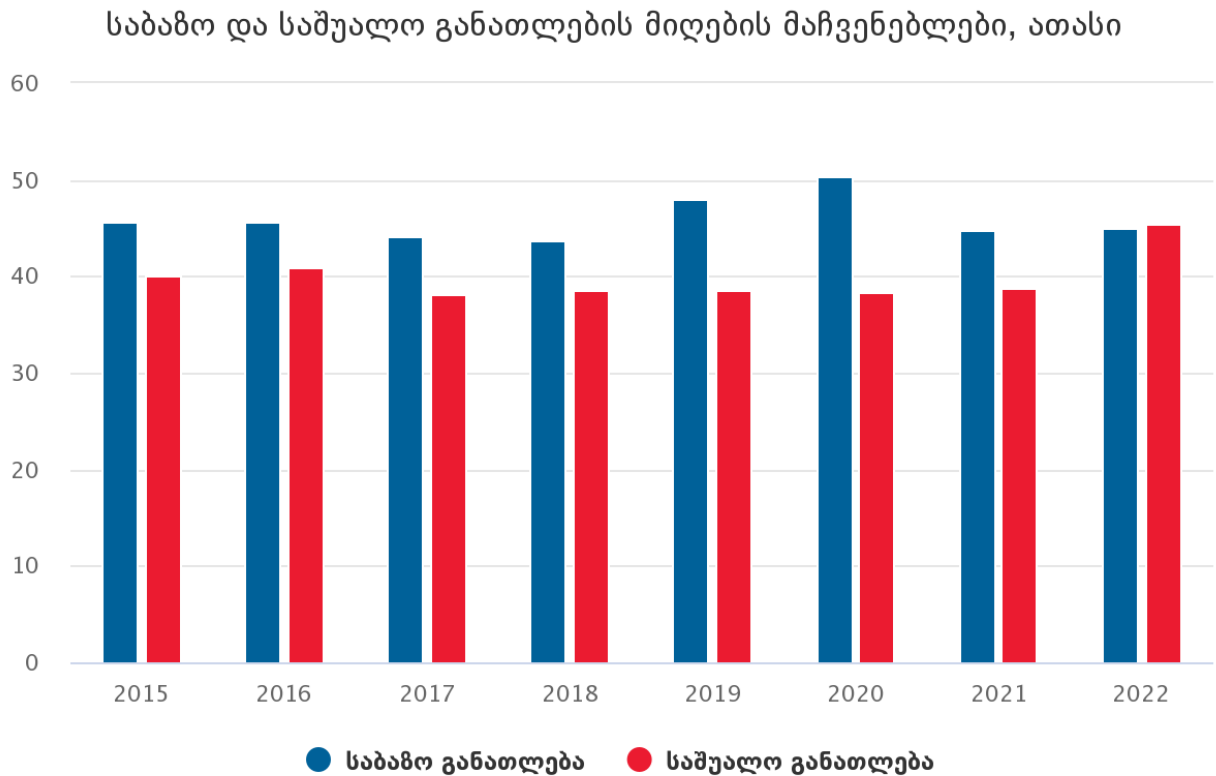
დანართი 70. გრაფიკი N3.1.62. საჯარო სკოლების მოსწავლეთა განაწილება სწავლების საფეხურების მიხედვით



გრაფიკი N3.1.62.

წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური. ზოგადი განათლება

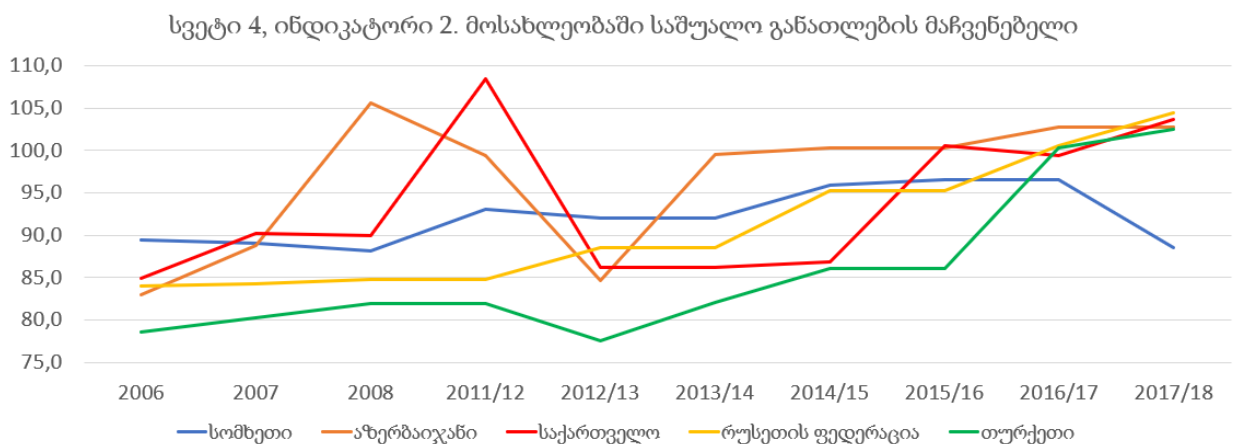
დანართი 71. გრაფიკი N3.1.63. საბაზო და საშუალო განათლების მიღების მაჩვენებლები



გრაფიკი N3.1.63.

წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური. ზოგადი განათლება

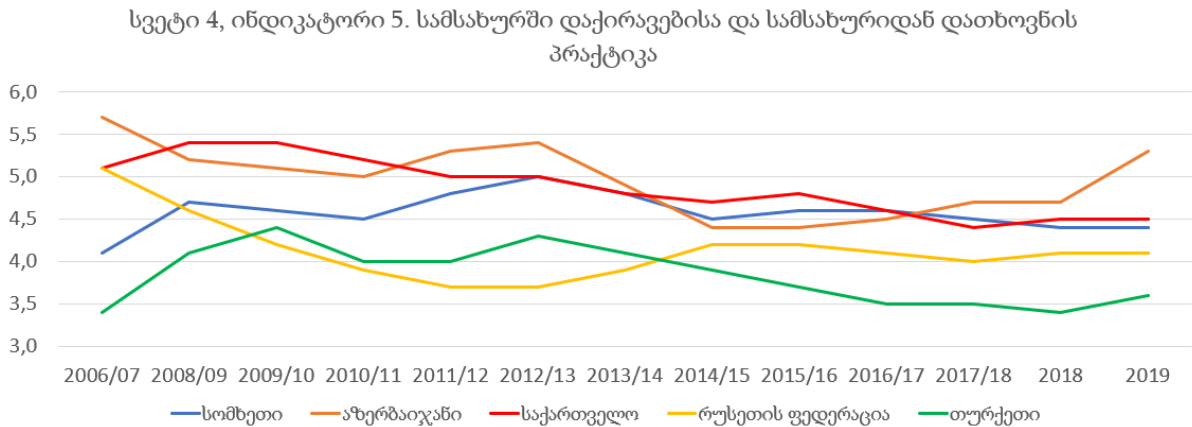
დანართი 72. გრაფიკი N3.1.64. სვეტი 4, ინდიკატორი 2. მოსახლეობაში საშუალო განათლების მაჩვენებელი



გრაფიკი N3.1.64.

წყარო: World Economic Forum. "The Travel & Tourism Competitiveness Report", 2007-2019

დანართი 73. გრაფიკი N3.1.65. სვეტი 4, ინდიკატორი 5. სამსახურში დაქირავებისა და სამსახურიდან დათხოვნის პრაქტიკა

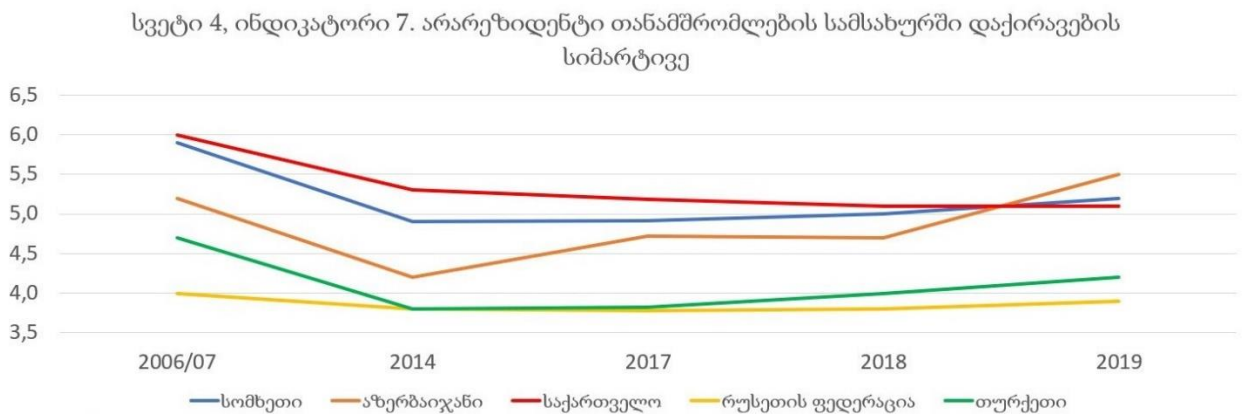


გრაფიკი N3.1.65.

წყარო: World Economic Forum. "The Travel & Tourism Competitiveness Report", 2007-2019

დანართი 74. გრაფიკი N3.1.66. სვეტი 4, ინდიკატორი 7. არარეზიდენტი

თანამშრომლების სამსახურში დაქირავების სიმარტივე

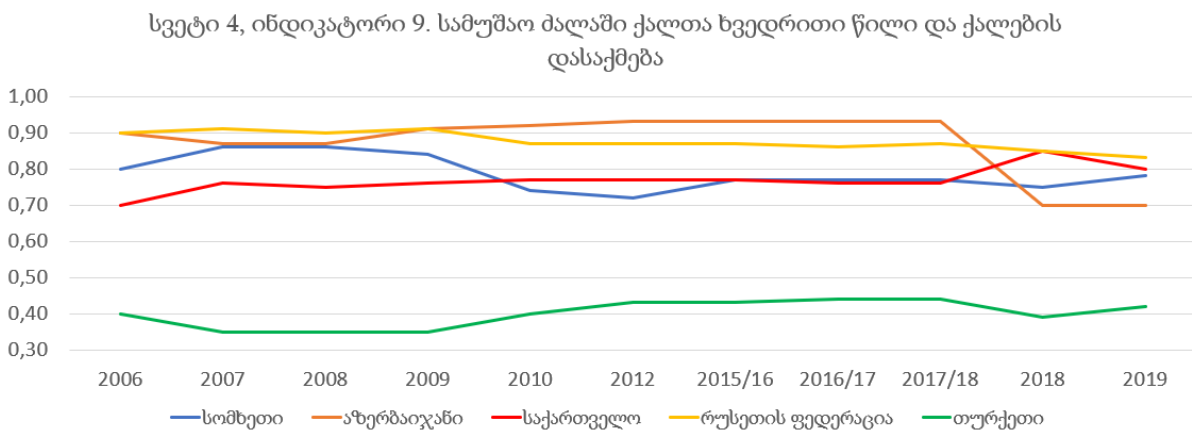


გრაფიკი N3.1.66

წყარო: World Economic Forum. "The Travel & Tourism Competitiveness Report", 2007-2019

დანართი 75. გრაფიკი N3.1.67. სვეტი 4, ინდიკატორი 9. სამუშაო ძალაში ქალთა

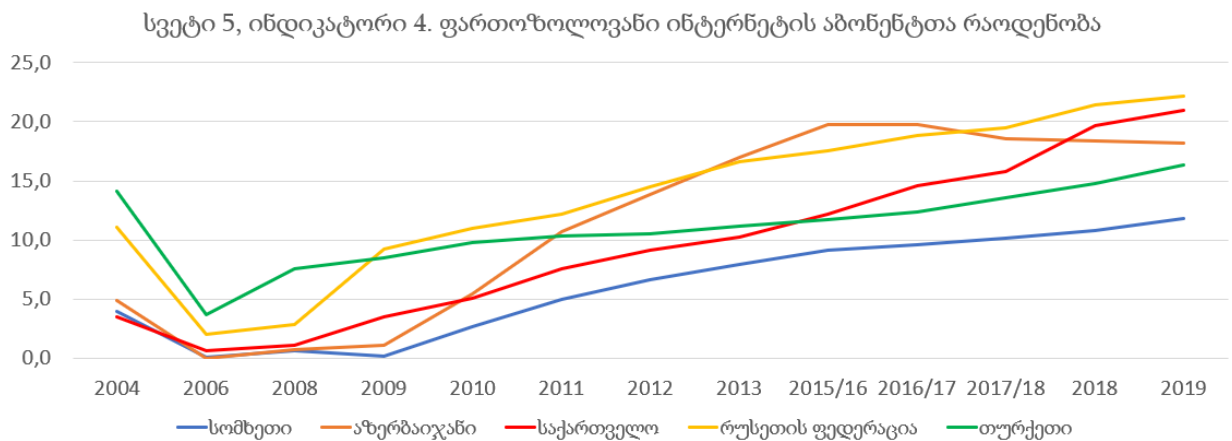
ხვედრითი წილი და ქალების დასაქმება



გრაფიკი N3.1.67.

წყარო: World Economic Forum. "The Travel & Tourism Competitiveness Report", 2007-2019

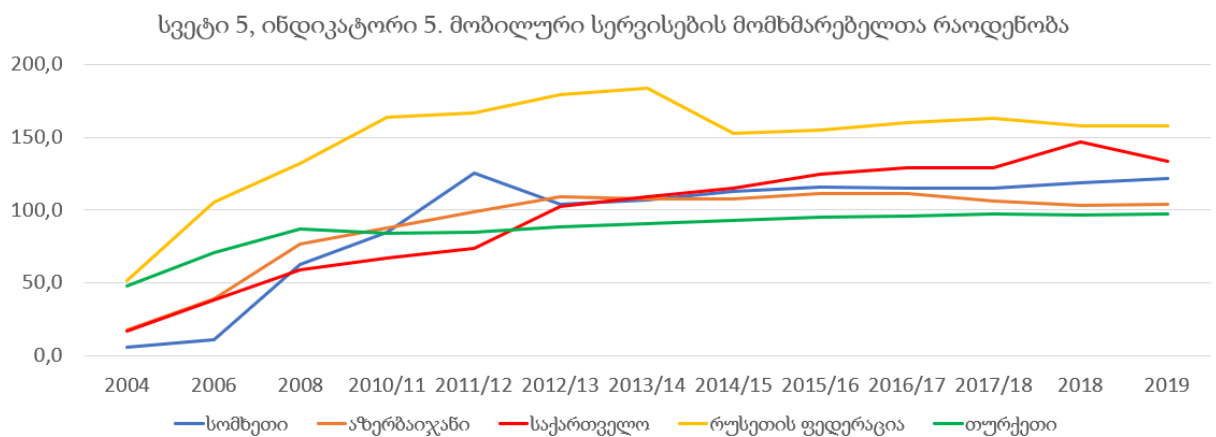
დანართი 76. გრაფიკი N3.1.68. სვეტი 5, ინდიკატორი 4. ფართოზოლოვანი ინტერნეტის აბონენტთა რაოდენობა



გრაფიკი N3.1.68.

წყარო: World Economic Forum. "The Travel & Tourism Competitiveness Report", 2007-2019

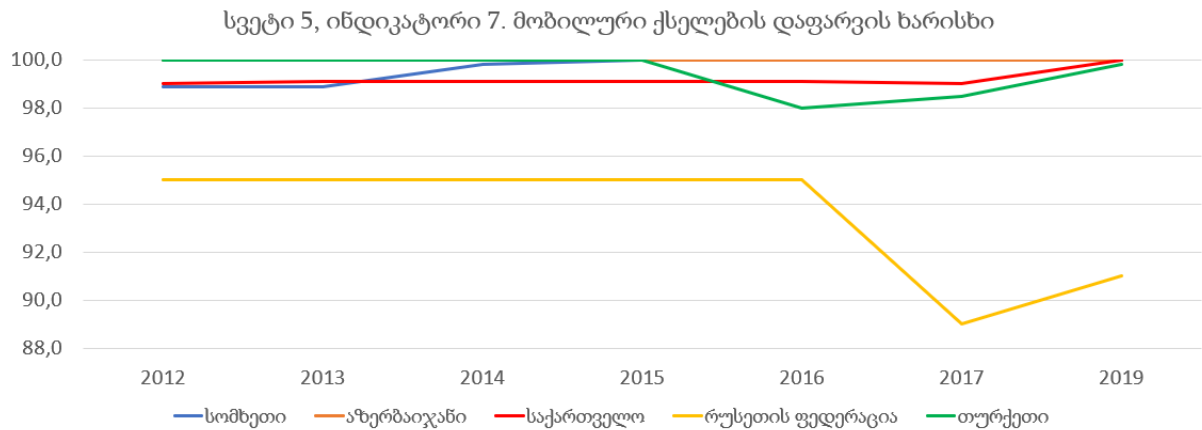
დანართი 77. გრაფიკი N3.1.69. სვეტი 5, ინდიკატორი 5. მობილური სერვისების მომხმარებელთა რაოდენობა



გრაფიკი N3.1.69.

წყარო: World Economic Forum. "The Travel & Tourism Competitiveness Report", 2007-2019

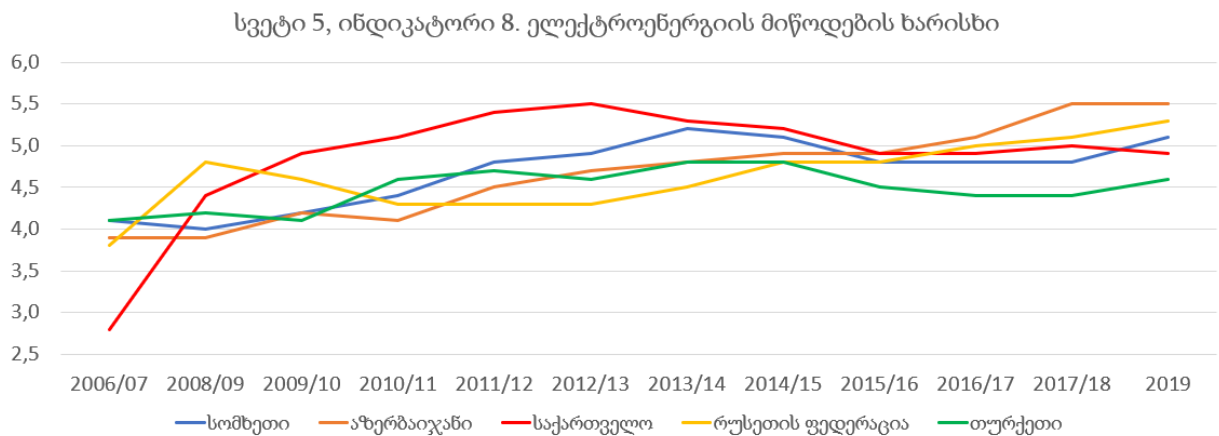
დანართი 78. გრაფიკი N3.1.70. სვეტი 5, ინდიკატორი 7. მობილური ქსელების დაფარვის ხარისხი



გრაფიკი N3.1.70.

წყარო: World Economic Forum. "The Travel & Tourism Competitiveness Report", 2007-2019

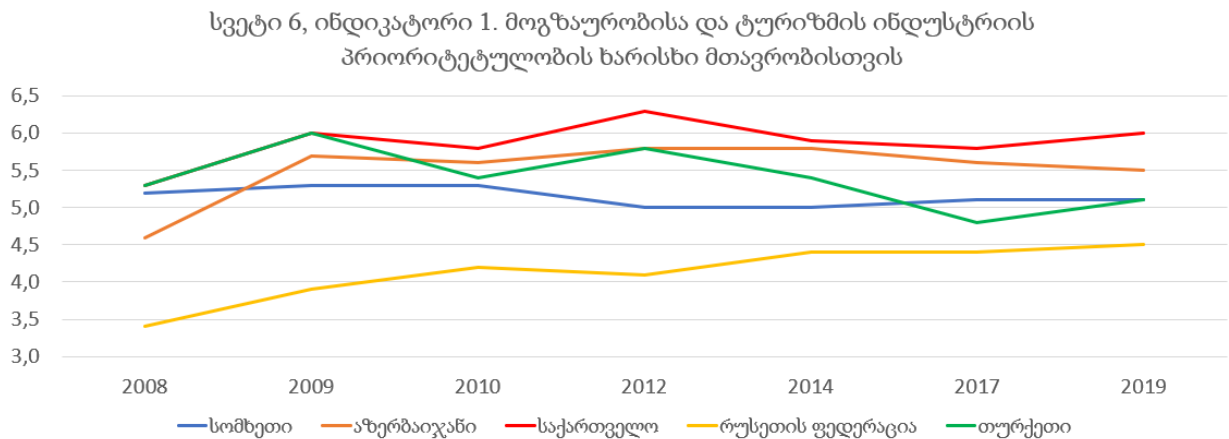
დანართი 79. გრაფიკი N3.1.71. სვეტი 5, ინდიკატორი 8. ელექტროენერჯის მიწოდების ხარისხი



გრაფიკი N3.1.71.

წყარო: World Economic Forum. "The Travel & Tourism Competitiveness Report", 2007-2019

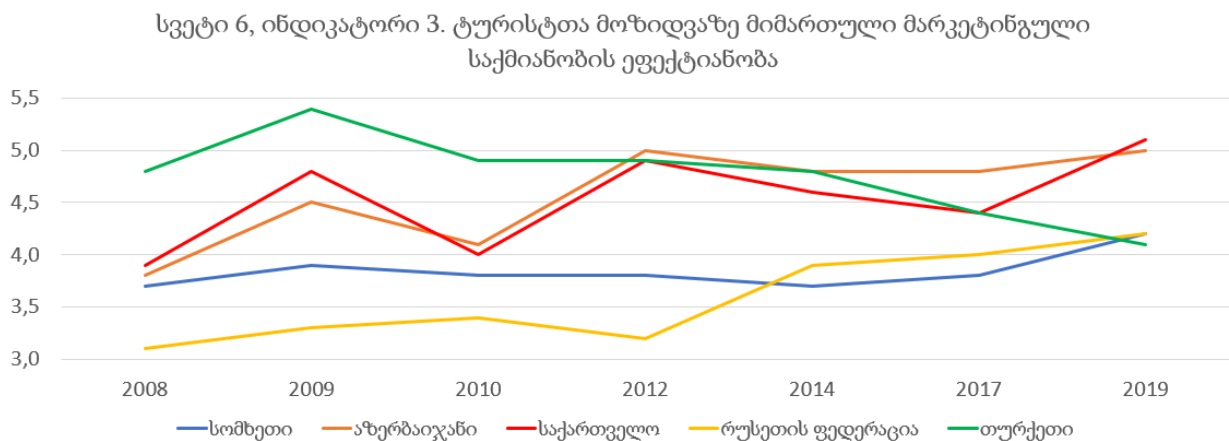
დანართი 80. გრაფიკი N3.1.72. სვეტი 6, ინდიკატორი 1. მოგზაურობისა და ტურიზმის ინდუსტრიის პრიორიტეტულობის ხარისხი მთავრობისთვის



გრაფიკი N3.1.72.

წყარო: World Economic Forum. "The Travel & Tourism Competitiveness Report", 2007-2019

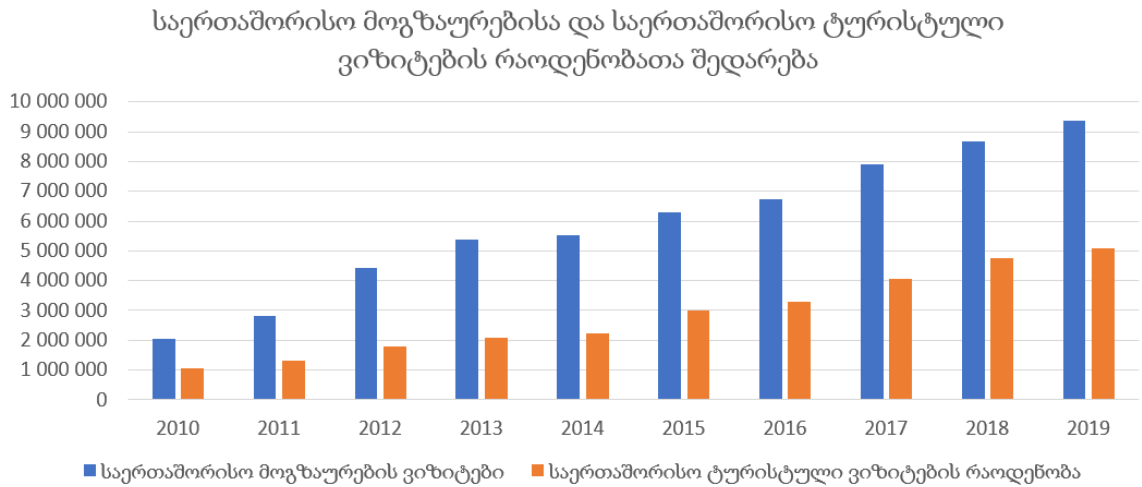
დანართი 81. გრაფიკი N3.1.73. სვეტი 6, ინდიკატორი 3. ტურისტთა მოზიდვაზე მიმართული მარკეტინგული საქმიანობის ეფექტიანობა



გრაფიკი N3.1.73.

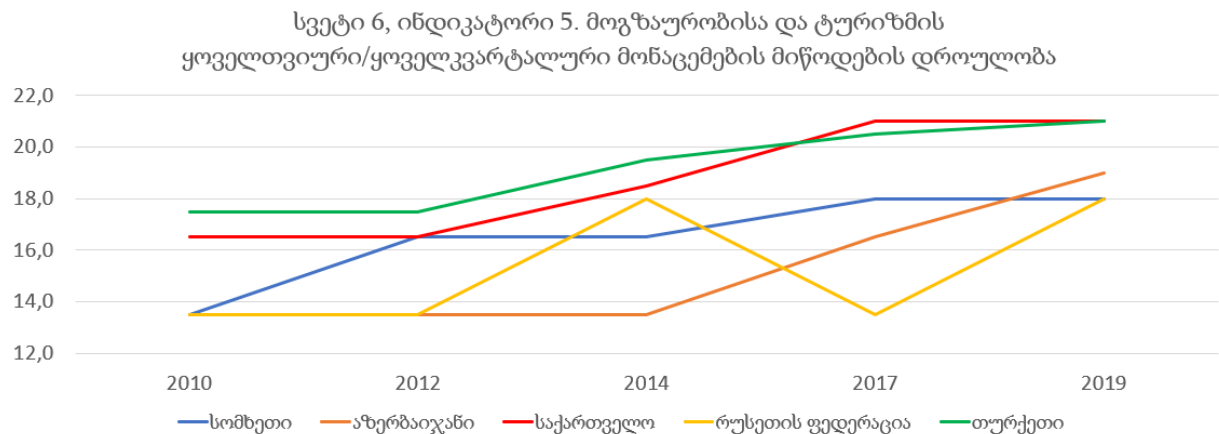
წყარო: World Economic Forum. "The Travel & Tourism Competitiveness Report", 2007-2019

დანართი 82. გრაფიკი N3.1.74. საერთაშორისო მოგზაურებისა და საერთაშორისო ტურისტული ვიზიტების რაოდენობათა შედარება



წყარო: საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია, საქართველოს ტურიზმის სტატისტიკური მიმოხილვა

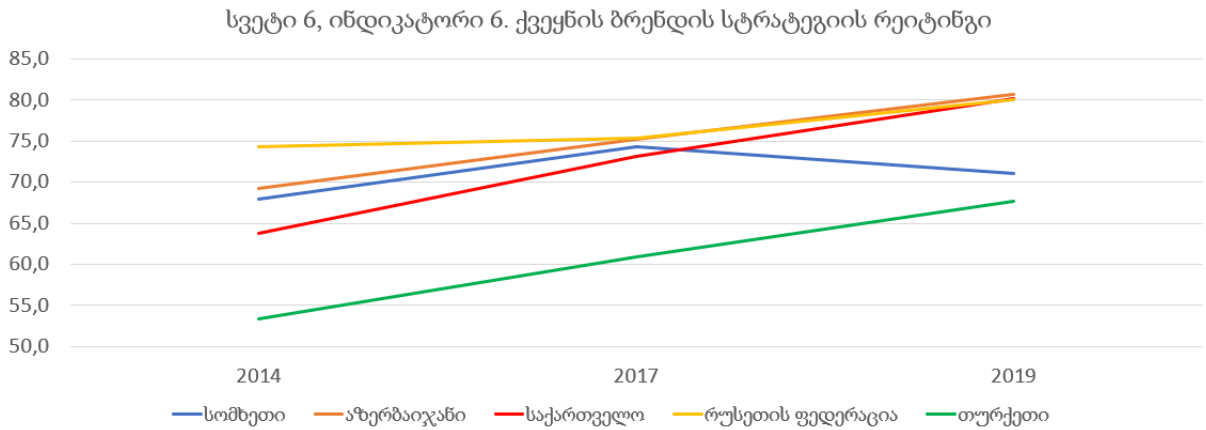
დანართი 83. გრაფიკი N3.1.75. სვეტი 6, ინდიკატორი 5. მოგზაურობისა და ტურიზმის ყოველთვიური/ყოველკვარტალური მონაცემების მიწოდების დროულობა



გრაფიკი N3.1.75.

წყარო: World Economic Forum. "The Travel & Tourism Competitiveness Report", 2007-2019

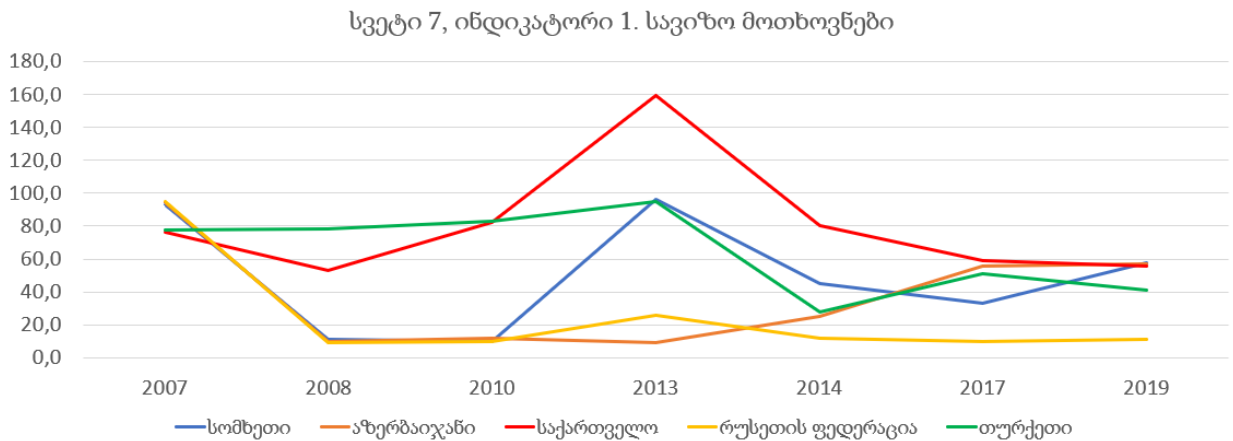
დანართი 84. გრაფიკი N3.1.76. სვეტი 6, ინდიკატორი 6. ქვეყნის ბრენდის სტრატეგიის რეიტინგი



გრაფიკი N3.1.76.

წყარო: World Economic Forum. "The Travel & Tourism Competitiveness Report", 2007-2019

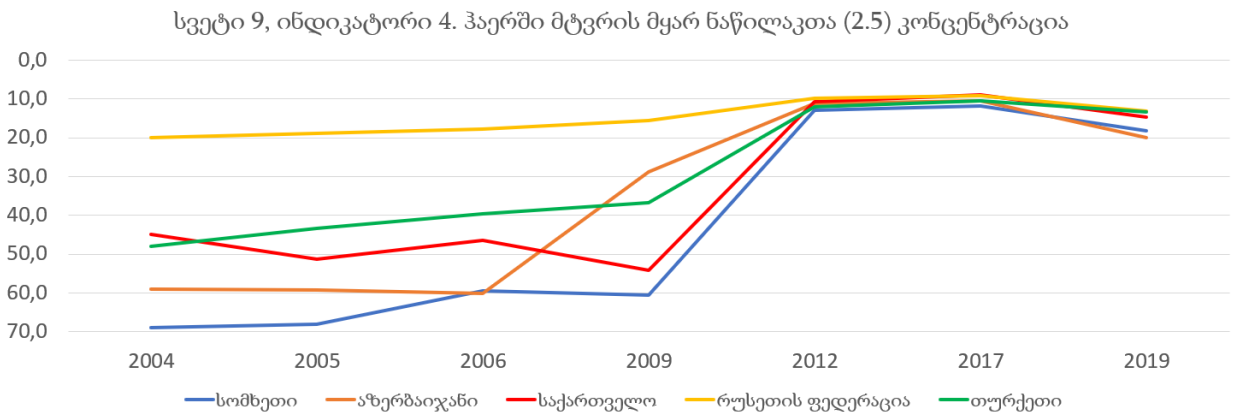
დანართი 85. გრაფიკი N3.1.77. სვეტი 7, ინდიკატორი 1. სავიზო მოთხოვნები



გრაფიკი N3.1.77.

წყარო: World Economic Forum. "The Travel & Tourism Competitiveness Report", 2007-2019

დანართი 86. გრაფიკი N3.1.78. სვეტი 9, ინდიკატორი 4. ჰაერში მტვრის მყარ ნაწილაკთა (2,5) კონცენტრაცია

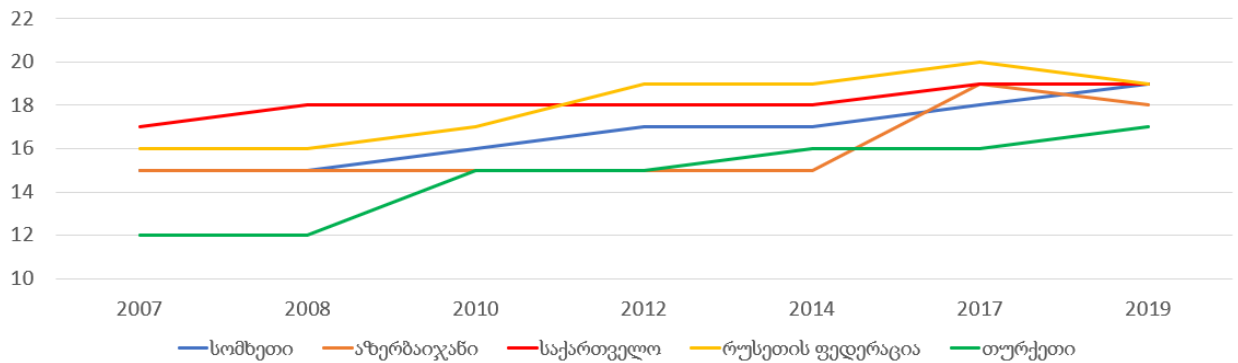


გრაფიკი N3.1.78.

წყარო: World Economic Forum. "The Travel & Tourism Competitiveness Report", 2007-2019

დანართი 87. გრაფიკი N3.1.79. სვეტი 9, ინდიკატორი 5. რატიფიცირებული ეკოლოგიური შეთანხმებების რაოდენობა

სვეტი 9, ინდიკატორი 5. ეკოლოგიური რატიფიცირებული შეთანხმებების რაოდენობა

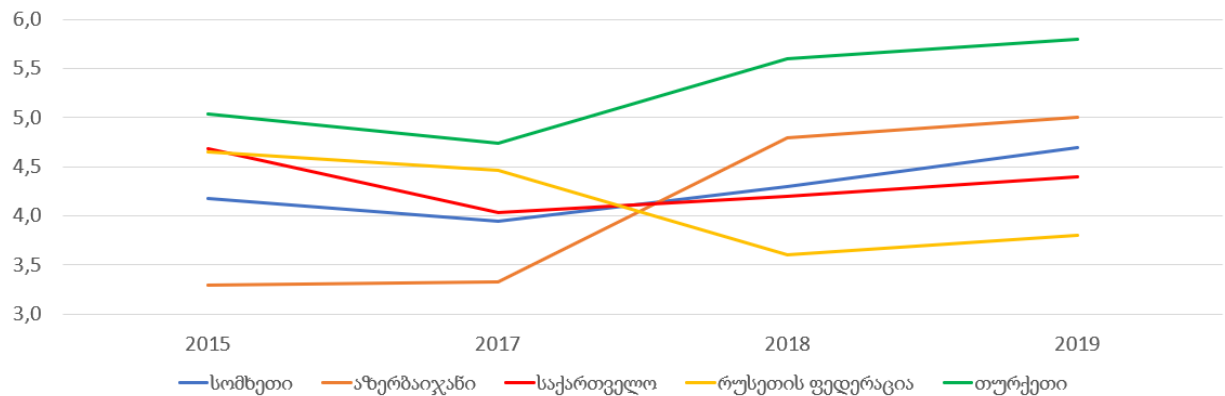


გრაფიკი N3.1.79.

წყარო: World Economic Forum. "The Travel & Tourism Competitiveness Report", 2007-2019

დანართი 88. გრაფიკი N3.1.80. სვეტი 12, ინდიკატორი 2. სასტუმროს ინფრასტრუქტურის ხარისხი

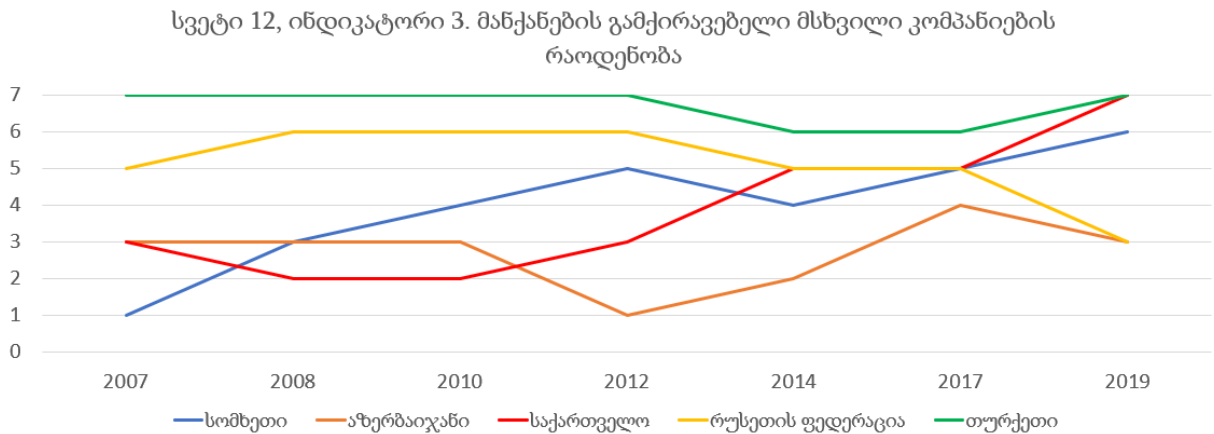
სვეტი 12, ინდიკატორი 2. ტურიზმის ინფრასტრუქტურის ხარისხი



გრაფიკი N3.1.80.

წყარო: World Economic Forum. "The Travel & Tourism Competitiveness Report", 2007-2019

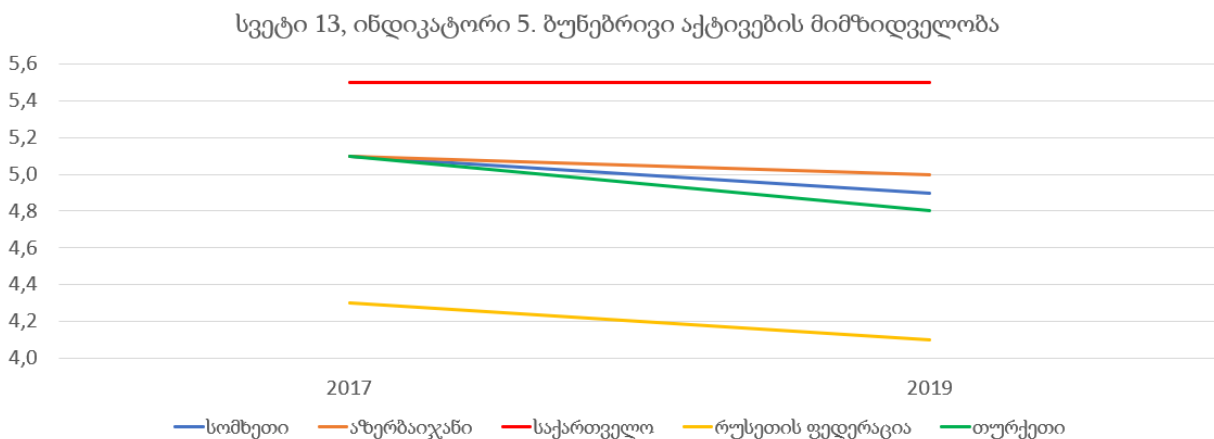
დანართი 89. გრაფიკი N3.1.81. სვეტი 12, ინდიკატორი 3. მანქანების გამქირავებელი მსხვილი კომპანიების რაოდენობა



გრაფიკი N3.1.81.

წყარო: World Economic Forum. "The Travel & Tourism Competitiveness Report", 2007-2019

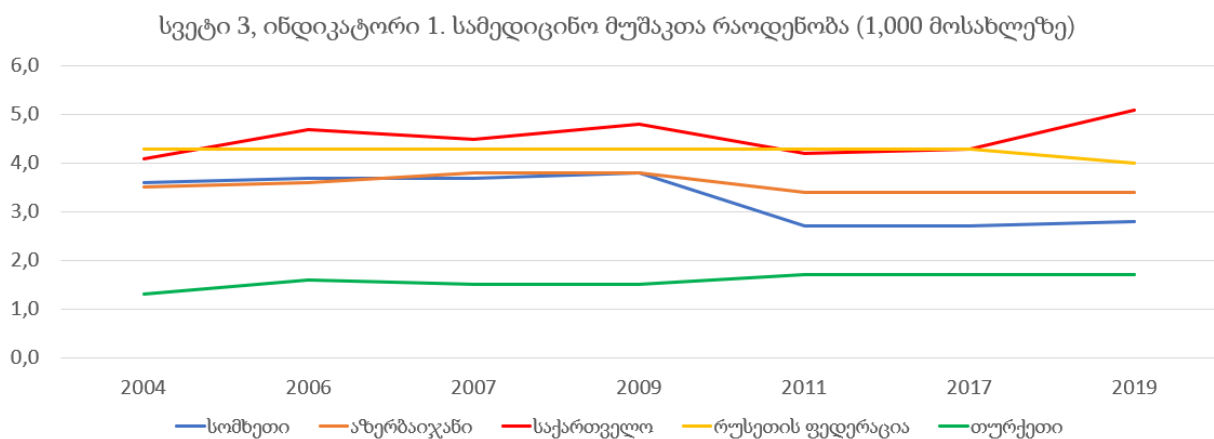
დანართი 90. გრაფიკი N3.1.82. სვეტი 13, ინდიკატორი 5. ბუნებრივი აქტივების მიმზიდველობა



გრაფიკი N3.1.82.

წყარო: World Economic Forum. "The Travel & Tourism Competitiveness Report", 2007-2019

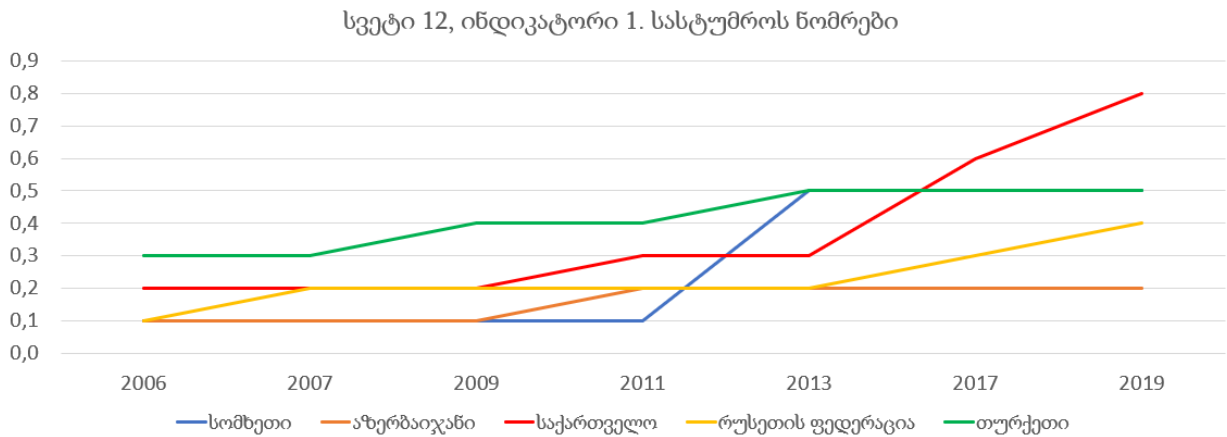
დანართი 91. გრაფიკი N3.1.83. სვეტი 3, ინდიკატორი 1. სამედიცინო მუშაკთა რაოდენობა



გრაფიკი N3.1.83

წყარო: World Economic Forum. "The Travel & Tourism Competitiveness Report", 2007-2019

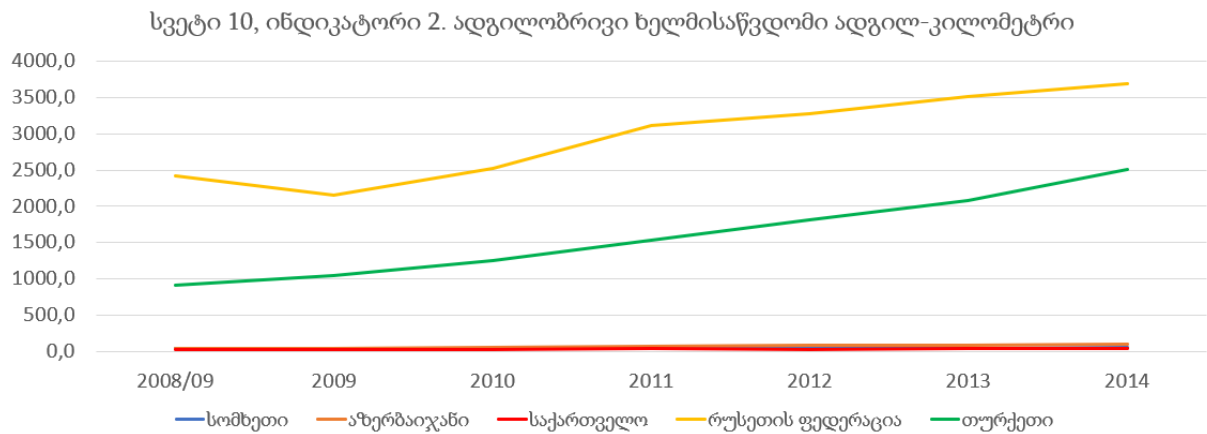
დანართი 92. გრაფიკი N3.1.84. სვეტი 12, ინდიკატორი 1. სასტუმროს ნომრები



გრაფიკი N3.1.84.

წყარო: World Economic Forum. "The Travel & Tourism Competitiveness Report", 2007-2019

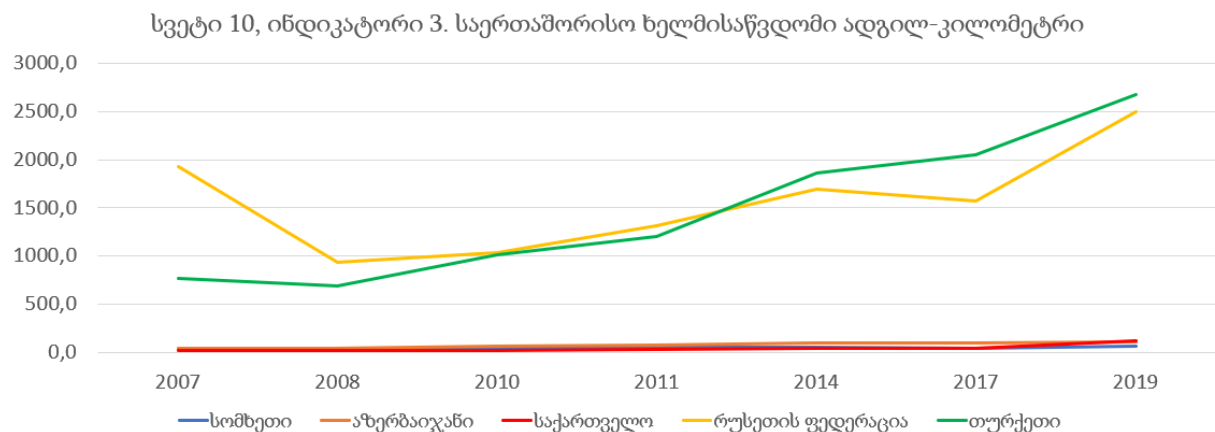
დანართი 93. გრაფიკი N3.1.85. სვეტი 10, ინდიკატორი 2. ადგილობრივი ხელმისაწვდომი ადგილ-კილომეტრი



გრაფიკი N3.1.85.

წყარო: World Economic Forum. "The Travel & Tourism Competitiveness Report", 2007-2019

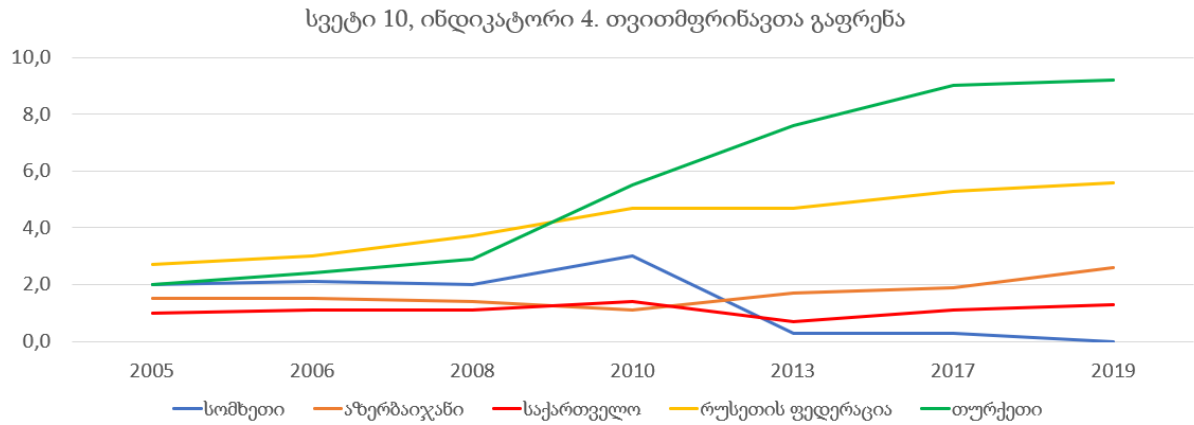
დანართი 94. გრაფიკი N3.1.86. სვეტი 10, ინდიკატორი 3. საერთაშორისო ხელმისაწვდომი ადგილ-კილომეტრი



გრაფიკი N3.1.86.

წყარო: World Economic Forum. "The Travel & Tourism Competitiveness Report", 2007-2019

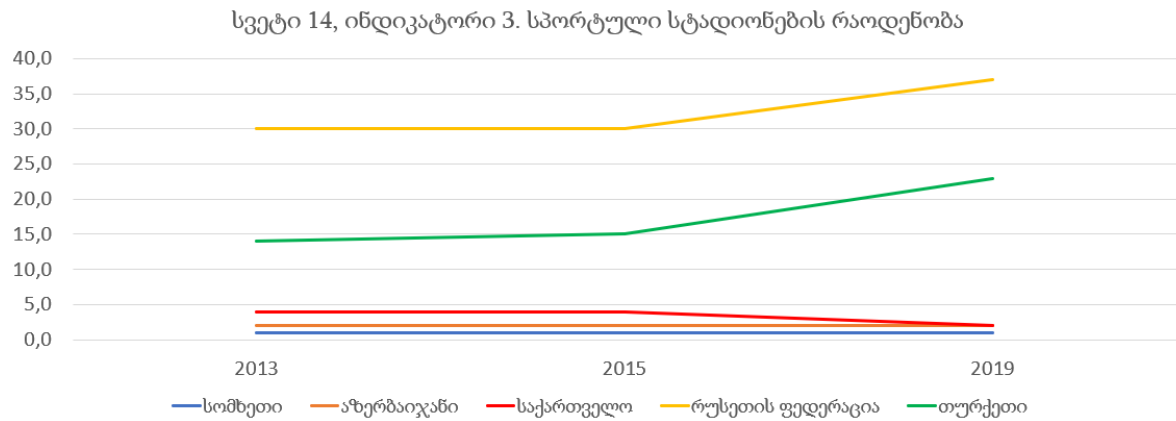
დანართი 95. გრაფიკი N3.1.87. სვეტი 10, ინდიკატორი 4. თვითმფრინავთა გაფრენა



გრაფიკი N3.1.87.

წყარო: World Economic Forum. "The Travel & Tourism Competitiveness Report", 2007-2019

დანართი 96. გრაფიკი N3.1.88. სვეტი 14, ინდიკატორი 3. სპორტული სტადიონების რაოდენობა



გრაფიკი N3.1.88.

წყარო: World Economic Forum. "The Travel & Tourism Competitiveness Report", 2007-2019

მადლიერება

1. **იოსებ ხელაშვილი** - ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ეკონომიკისა და ბიზნესის ფაკულტეტის პროფესორი, გეოგრაფიულ მეცნიერებათა დოქტორი, ტურიზმისა და მასპინძლობის მენეჯმენტის კათედრის ხელმძღვანელი
2. **ნოდარ ელიზბარაშვილი** - თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის რეგიონული გეოგრაფიისა და ლანდშაფტური დაგეგმარების კათედრის გამგე. IGU ლანდშაფტის ანალიზისა და ლანდშაფტის დაგეგმარების კომისიის საპატიო თავმჯდომარე
3. **ლევან ელიზბარაშვილი** - შპს „თრეველ ექსპერტს საქართველო“, გენერალური დირექტორი
4. **სიმონ გელაშვილი** - ეკონომიკურ მეცნიერებათა დოქტორი, პროფესორი, ეკონომიკური და სოციალური სტატისტიკის კათედრის ხელმძღვანელი
5. **მიხეილ მანია** - დოქტორი, GAU-ს ბიზნესის სკოლის პროფესორი
6. **ცოტნე კუტალია** - დოქტორი, GAU-ს ბიზნესის სკოლის ასოცირებული პროფესორი
7. **მაია მინდორაშვილი** - ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ეკონომიკური და სოციალური სტატისტიკის კათედრა. ასოცირებული პროფესორი
8. **თემურ გუგუშვილი** - ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი, სოციალურ და პოლიტიკურ მეცნიერებათა ფაკულტეტი, სოციოლოგიის დეპარტამენტი, დოქტორანტი. იუსტიციის სამინისტრო (საქართველო), დანაშაულის პრევენციისა და პრობაციის ეროვნული სააგენტო, კვლევისა და მომსახურების დეპარტამენტის უფროსი
9. **ნუგზარ ზაზანაშვილი** - ილიას უნივერსიტეტის ასოცირებული პროფესორი, გარემოს დამცველი. გეოგრაფი, გეოლოგი, მეცნიერი, პოეტი, პუბლიცისტი, WWF-ის კავკასიის ოფისის კონსერვაციის პროგრამის დირექტორი, ილიას სახ. უნივერსიტეტის ასოც. პროფესორი
10. **ნინო კველიძე** - ტურისტული კომპანია „Discover Georgia“, დირექტორი
11. **ნინო ჩხობაძე** - ბიოლოგი, გარემოსა და ბუნებრივ რესურსების დაცვის მინისტრის მოადგილე (1993-199 წლებში); გარემოსა და ბუნებრივი რესურსების დაცვის მინისტრი (1995-2004 წლებში).
12. **ეკა კაკაურიძე** - კატარის ავიახაზების გაყიდვების აღმასრულებელი
13. **ირაკლი დანელია** - Maersk-ი კავკასიის კომერციული წარმომადგენელი; ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი, ეკონომიკისა და ბიზნესის ფაკულტეტი, საერთაშორისო ეკონომიკისა და ეკონომიკური აზრების ისტორიის კათედრა, დოქტორი
14. **ილია ოქრომელიძე** - საქართველოს ეკოტურიზმის ასოციაციის აღმასრულებელი დირექტორი

15. კონსტანტინე აბულაძე - ეკონომიკის დოქტორი, პროფესორი, ტურიზმის გეოინფორმაციული ცენტრის „TravelGIS“ თავმჯდომარე
16. გიორგი ბრეგაძე - კავკასიის უნივერსიტეტის აფილირებული პროფესორი; საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია, კვლევებისა და დაგეგმვის სამმართველოს უფროსი
17. ვახტანგ ჭარაია - პროფესორი, ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი, ანალიზისა და პროგნოზის ცენტრის დირექტორი
18. შალვა ალავერდაშვილი - სასტუმროების და რესტორნების ვედერაციის დამფუძნებელი