

ნოსკი სტატისტიკის
და მონიტორინგის

საქართველოს მთავრობის განვითარების
თანამდებრობა სტატისტიკის:
პროგნოზი და კონსტრუქციები

ტურიზმის მდგრადი განვითარების
თანამედროვე ტენდენციები:
პროცესები და კონსეფციები

თბილისი

2026

ივანე ჯავახიშვილის სახელობის
თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი

იოსებ ხელაშვილი, ლალი ოქროშიძე

თურიჭმის მდგრადი განვითარების
თანამედროვე ტენდენციები: პროცესები და
კონსეფციები



უნივერსიტეტის
გამომცემლობა

წინამდებარე მონოგრაფია ეძღვნება ტურიზმში განვითარებული წამყვანი და ინოვაციური ტენდენციების მდგრადი განვითარების შესწავლის მიდგომებსა და მეთოდოლოგიებს. ყურადღება გამახვილებულია ამ ტენდენციების სისტემურ განხილვაზე, კომპლექსურობაზე და ურთიერთკავშირზე, მიმდინარე და მოსალოდნელი შედეგების უფრო სრულყოფილი გაცნობიერებისათვის, რაც მდგრადი განვითარების ხედვის მთავარ დანიშნულებას წარმოადგენს.

მონოგრაფია გამიზნულია ტურიზმის სფეროს პროფესორ-მასწავლებლებისთვის, სტუდენტებისთვის, ასევე აღნიშნულ სფეროში დასაქმებული ბიზნესის, საზოგადოებრივი და მარეგულირებელი ორგანიზაციების სპეციალისტებისთვის.

ავტორები: **იოსებ ხელაშვილი**, პროფესორი,
გეოგრაფიის აკადემიური დოქტორი;
ლალი ოქროშიძე, ტურიზმის
აკადემიური დოქტორი.

მეცნიერ-რედაქტორი: **მამუკა ხუსკივაძე**,
ასოცირებული პროფესორი,
ეკონომიკის აკადემიური დოქტორი.

რეცენზენტები: **დემურ სიჭინავა**, პროფესორი, ეკონომიკის
აკადემიური დოქტორი;
რუსუდან სეთურიძე, ასოცირებული
პროფესორი, ეკონომიკის აკადემიური დოქტორი

© ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო
უნივერსიტეტის გამომცემლობა, 2026

ISBN 978-9941-36-552-2 (pdf)

შესავალი

მდგრადი განვითარება წარმოადგენს გლობალურად აღიარებულ სტრატეგიას, რომელიც გამოირჩევა მიმდინარე პროცესებისა და მიზნობრივი შედეგების კომპლექსურობით, რაც, თავის მხრივ, საჭიროებს მულტიდისციპლინურ მიდგომებს. ტურიზმის სფეროს პოპულარიზაცია, გეოგრაფიული გაფართოება და პროფილური მიმართულებების დივერსიფიცირება ზრდიან ამ სფეროს მდგრადი განვითარების კონტექსტში განხილვის აქტუალობას, როგორც პრაქტიკული, ისე მეცნიერული თვალთახედვით.

მოცემულ ნაშრომში განიხილება ტურიზმის მდგრადი განვითარების მიმდინარე და ინოვაციური ტენდენციები, კერძოდ, პრაქტიკაში განვითარებული პროცესები და მათი შესწავლის კონცეფციების ფართო სპექტრი. ამასთან, ყურადღება გამახვილებულია ამ ტენდენციების სისტემურ განხილვაზე, კომპლექსურობაზე და ურთიერთკავშირზე, მიმდინარე და მოსალოდნელი შედეგების უფრო სრულყოფილი გაცნობიერებისათვის, რაც მდგრადი განვითარების ხედვის მთავარ დანიშნულებას წარმოადგენს.

ნაშრომში თანმიმდევრულად არის განხილული ტურიზმის სფეროში მიმდინარე პოპულარული და ინოვაციური მიმართულებები და მათი კონცეპტუალურ ჭრილში განხილვის საბაზო და სისტემური მიდგომები. მას მოჰყვება ტურიზმის მდგრადი განვითარების კვლევებში ინტეგრირებული კონცეფციები. აღსანიშნავია, რომ მდგრადი განვითარება, თავისი არსით, ითვალისწინებს ტენდენციების კომპლექსურ ჭრილში განხილვას და შესწავლას. შესაბამისად, წარმოდგენილი კონცეფციების უმეტესობაც ამ მიდგომას ითვალისწინებს. ამასთან, მოცემულ ნაშრომში მათი თანმიმდევრულად განხილვისათვის დაჯგუფება ეფუძნება ამ კონცეფციებში ასახულ პრიორიტეტულ ასპექტებს, როგორებიცაა: ეკონომიკური, სოციალური და ბუნებრივი. დამატებით განხილვას იმსახურებს ტურიზმის მდგრად განვითარებაზე მნიშვნელო-

ვანი ზეგავლენის მქონე მიმართულებები, როგორებიცაა: ინოვაციური საინფორმაციო ტექნოლოგიები, ხანგრძლივ პერსპექტივაზე ორიენტირებული ინვესტიციები და გაფართოების შედეგად განვითარებული კონკურენციის ტენდენციები.

შევნიშნავთ, რომ მიმდინარე ეტაპზე ტურისტული აქტივობების ვიწრო სპეციალიზაციისა და მომსახურების დივერსიფიცირების ფონზე, ასევე შესაბამისი მულტიდისციპლინური კვლევების პოპულარიზაციის პირობებში, ვლინდება ბევრი ისეთი ტერმინისა და გამოთქმის წარმოჩენა, რომელთა პირდაპირი თარგმნა ატარებს მექანიკურ ხასიათს ან/და ბადავს გაუგებრობას. ასეთ შემთხვევებში, წარმოდგენილ ნაშრომში, გამოიყენება პირობითი თარგმანი შესაბამისი მინიშნებებით.

ნაშრომი გათვლილია მულტიდისციპლინური მიდგომებისა და კვლევების ურთიერთკავშირში გაცნობიერების სრულყოფაზე, მიმდინარე ტენდენციების კონცეპტუალურ ჭრილში განხილვაზე, შესაბამისი გამოწვევებისა და სირთულეების ასპექტების წარმოჩენით.

1. ტურიზმის განვითარების ეტაპები, პოპულარული და ინოვაციური ტენდენციები

1.1. ტურიზმის განვითარების ეტაპები

ტურიზმის გლობალურ სოციალურ და ეკონომიკურ მოვლენას გააჩნია განვითარების ხანგრძლივი ისტორია, რომელსაც მეცნიერები 4-5 ეტაპად ყოფენ. ქვემოთ წარმოდგენილია ამ პროცესების განვითარების ისტორიული ეტაპების მოკლე მიმოხილვა, თანამედროვე ეტაპზე პრიორიტეტული ტენდენციების გაფართოებული განხილვით.

1.1.1. ტურიზმის განვითარების ადრეული ეტაპები

ადრეული მოგზაურობა (ანტიკური და კლასიკური პერიოდები) ძირითადად მოტივირებული იყო გადარჩენის, ვაჭრობის, სამხედრო დაპყრობებისა და მომლოცველობის მიზნებით. უძველესმა ცივილიზაციებმა, როგორებიცაა ეგვიპტე, საბერძნეთი და რომი, შეიმუშავეს ტურიზმის რუდემენტული ფორმები. კერძოდ, განვითარება დაიწყო მოგზაურობის შემდეგმა მიმართულებებმა: მდიდარი ელიტა დასასვენებლად მოგზაურობდა რელიგიურ ადგილებში, როგორებიცაა ეგვიპტის პირამიდები ან ბერძნული ტაძრები. ამ პროცესების განვითარებაში მნიშვნელოვანი წვლილი შეიტანა რომის იმპერიამ თავისი ინფრასტრუქტურის მშენებლობით, მათ შორის გზებითა და იმდროინდელი განთავსების საშუალებებით, რაც ხელს უწყობდა დასასვენებელი მიზნებით მოგზაურობას.

შუა საუკუნეების ტურიზმი (V-XV საუკუნეები) გამოირჩევა რელიგიური მოტივაციებით განპირობებული მოგზაურობებით. ამ ეპოქაში დომინირებდა მომლოცველობის მოგზაურობები ისეთ ადგილებში, როგორებიცაა მექა ან კენტერბერია.

სოციალური და ეკონომიკური გამოწვევების გამო მოგზაურთა რაოდენობა, განსაკუთრებით დასვენების მიზნით, შეზღუდული რაოდენობით იყო წარმოდგენილი. ამასთან, რელიგიურმა ინსტიტუტებმა მომლოცველებისთვის გაზარდეს დროებითი განთავსების საშუალებები და განავითარეს მათზე ორიენტირებული ცალკეული მომსახურებებიც.

რენესანსის ეპოქა (XV-XVIII საუკუნეები) გამოირჩევა ხელოვნების, კულტურული ტრადიციებისა და განათლების მიღების მიზნით მოგზაურობის წარმოჩენით. ევროპის ელიტარული ფენის ახალგაზრდებში პოპულარობას იძენს „დიდი ტურების“ განხორციელება ისეთ ქალაქებში, როგორებიცაა პარიზი, რომი და ფლორენცია, რამაც გამოიწვია საგანმანათლებლო და კულტურული ტურიზმის აღზევება. გაუმჯობესებულმა სატრანსპორტო ქსელებმა, როგორებიცაა არხები და დილიჟანსები, ხელი შეუწვეს უფრო ხანგრძლივი მგზავრობების პოპულარიზაციას.

ინდუსტრიული რევოლუციის (XVIII-XIX საუკუნეები) ეპოქაში რადიკალურად გარდაიქმნა ტურიზმი, როგორც ფენომენი, პირველ რიგში, მისგან შემოსავლების მიღების პოტენციალის გაცნობიერებით და პოპულარიზაციით. ტურიზმის გააქტიურებას ხელს უწყობდა განვითარებული ურბანიზაციის და საშუალო კლასის გაფართოების პროცესები. დასაქმებულ საშუალო კლასს გაუჩნდა მოგზაურობაზე დროის და ხარჯების განევის სახსრები. ამასთან, რკინიგზისა და ორთქლმავლების წარმოჩენამ რადიკალურად გაზარდა მოგზაურობის შესაძლებლობები, რომელიც გახდა უფრო ხელმისაწვდომი და სწრაფი. შედეგად, ხმელთაშუაზღვის სანაპირო არეალებში განვითარდა ვიზიტორთა მომსახურებაზე ორიენტირებული საკურორტო ნაგებობები და შესაბამისი ინფრასტრუქტურა. პარალელურად, დიდ ბრიტანეთში, 1841 წელს, ჩამოყალიბდა მოგზაურობის ორგანიზატორი პირველი ტუროპერატორული პროფილის კომპანია, რომლის ინიციატორი იყო ტომას კუკი (Thomas Cook). შემდგომში Fosun-მა შეიძინა Thomas Cook-ის ბრენდი, შეარჩია ინტელექტუალური სა-

კუთრების აქტივები და ხელახლა გახსნა ონლაინ ტურისტული ბიზნესი. ეს ბიზნესი მოგვიანებით eSky Group-მა შეიძინა.

XX საუკუნის მოდერნიზებული ტურიზმი (Modern Tourism)
გამოირჩევა რადიკალური პროგრესით და დივერსიფიცირებით. მის სფეროში მოექცა დასვენების, ჯანმრთელობის, თავგადასავლების და კულტურული მიზნებით მოგზაურობების ორგანიზება და მომსახურება, რაც განპირობებული იყო ქვეყნების ეკონომიკური ზრდით და ტექნოლოგიური ინოვაციებით. მთავარ ხელშემწყობ პირობებად განიხილება: სამგზავრო ტრანსპორტის განვითარება და მგზავრობის ფართო ხელმისაწვდომობა, ტურიზმის განვითარებაში სახელმწიფოს მხრიდან ხელშეწყობის გააქტიურება, გაეროს მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციის (UN Tourism) დაარსება და ამოქმედება, მოსახლეობის რაოდენობის ზრდა, ცხოვრების პირობების გაუმჯობესება, მ.შ. დასაქმების, შემოსავლების მიღების, სამუშაო და თავისუფალი დროის სტანდარტიზებისა და საპენსიო რეგულაციების პოპულარიზაციით. ასევე ვლინდება მოსახლეობის ჯანმრთელობის გაუმჯობესება, ურბანიზაციის პროცესების გააქტიურება, პოლიტიკური საზღვრების გახსნილობის ტენდენციები, საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების განვითარება და ა. შ. საერთაშორისო ტურიზმის სწრაფმა პოპულარიზაციამ, განსაკუთრებით იჩინა თავი XX საუკუნის შუა პერიოდიდან, რაც განპირობებული იყო მეორე მსოფლიო ომის დასრულებით, ასევე, საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების, საჰაერო სამგზავრო ტრანსპორტის მნიშვნელოვანი პროგრესით და პოპულარიზაციით. საერთაშორისო ტურიზმის ზრდა, პირველ რიგში, აისახა ჩრდილო ამერიკასა და დასავლეთ ევროპას შორის მოგზაურობების გაფართოებაში. XX საუკუნის ბოლო ათწლეულში, ასევე უპრეცედენტოდ გაიზარდა აღმოსავლეთ ევროპასა და დასავლეთ ევროპას შორის ტურისტული ნაკადები, რაშიც გადამწყვეტი როლი შეასრულა პოლიტიკური საზღვრების ლიბერალიზაციამ. ასევე, ტურიზმის გლობალურ ბაზარზე ჩნდებიან ეკონომიკურად განვითარებადი ე. წ. „მესამე სამყაროს“ ქვეყნები.

1.1.2. ტურიზმის განვითარების თანამედროვე და ინოვაციური ტენდენციები – ტურიზმი XXI საუკუნეში

ტურიზმის ინდუსტრიის თანამედროვე ტენდენციები, პერიოდულად კრიზისული ვითარებების გამოვლენის მიუხედავად, 2000-დან 2025 წლამდე ხასიათდებიან შემდგომი განვითარებით და გაფართოებით. ამ პროცესის სტაბილურობა მნიშვნელოვნად არის განპირობებული როგორც მზარდი ტურისტული მოთხოვნებით და მოთხოვნილებებით, ისე ტურისტული პროდუქტის წარმოებისა და მიწოდების მნიშვნელოვანი პროგრესით. ეს პროცესები, თავის მხრივ, განპირობებულია მიმდინარე გლობალური სოციალური, ეკონომიკური და ბუნებრივი პირობების ცვლილებებით.

სოციალურ ასპექტში, მოთხოვნების მატება მნიშვნელოვნად აღემატება მოსახლეობის რაოდენობრივ ზრდას. კერძოდ, აღნიშნულ პერიოდში, მოსახლეობის ზრდის საშუალო წლიური მაჩვენებელი 1.4%-ს შეადგენდა, ხოლო საერთაშორისო ტურისტთა რაოდენობის მატება აღწევდა 8.4%-ს. ამასთან, 2025 წელს, საერთაშორისო ტურისტთა რაოდენობამ მოიმატა 4.8%-მდე (Areppim 2026; Our World in Data 2026b; UN Tourism 2025b; World Bank 2025d).

ასევე აღსანიშნავია ტურიზმის ტენდენციებთან დაკავშირებით, მოსახლეობის ასაკობრივი სტრუქტურის გლობალური ცვლილებები. კერძოდ, საშუალო ასაკის მაჩვენებელი 2000 წელს შეადგენდა 25.1 წელს, ხოლო 2025 წლისთვის ამაღლდა 30.9-მდე. ამასთან, ფართოვდება 25-64 წლის ასაკის სეგმენტი, რომელიც 2000-2025 წლების პერიოდში გაიზარდა 4.6%-ით და 2025 წელს შეადგინა 49.6%. ამავე პერიოდში, 1%-ით გაფართოვდა 65 წელს გადაცილებული მოსახლეობის სეგმენტიც და 2025 წელს მან შეადგინა გლობალური მოსახლეობის 7.8%. დანარჩენი სეგმენტები ხასიათდებიან კლებით, განსაკუთრებით ახალშობილების (5 წლამდე ასაკის) კატეგორია, რომლის წილი აღნიშნულ პერიოდში შემცირდა 2.3%-ით და ამჟამად შეადგენს მოსახლეობის 7.8%-ს.

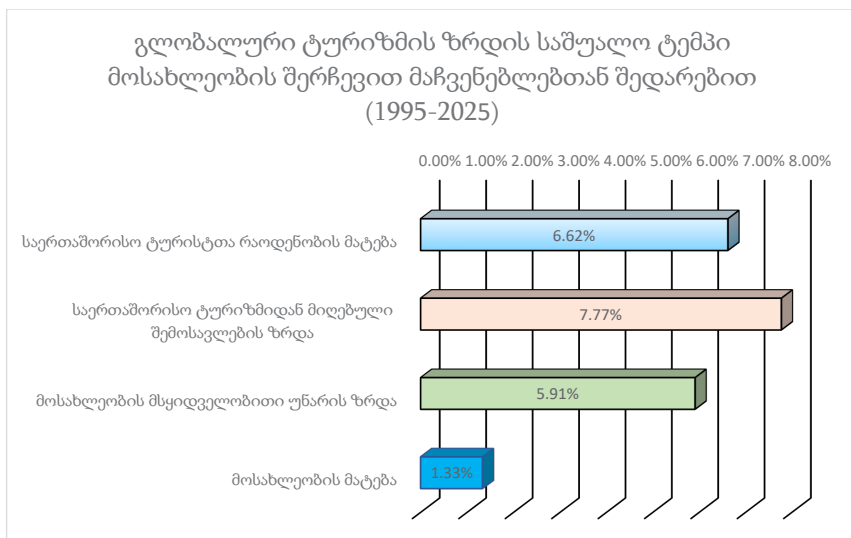
ზოგადად, პროგნოზის თანახმად, მთლიანი მოსახლეობის მატების ტენდენცია ნავარაუდებია, რომ შეჩერდება 2085 წლისათვის და პიკური რაოდენობა მიაღწევს 10.29 მილიარდს (Our World in Data 2026b). აღნიშნული ტენდენციები ზეგავლენას ახდენენ როგორც ზოგადად ტურისტული მოთხოვნების მატებაზე გლობალურ ბაზარზე, ისე ამ მოთხოვნების პროფილური მიმართულებების ცვლილებებზე და დივერსიფიცირებაზე.

საერთაშორისო ტურიზმის ბაზარზე მოთხოვნების მატებას ასევე ხელს უწყობს ეკონომიკის განვითარება, შესაბამისი სამუშაო ადგილების შექმნით და მოსახლეობის შემოსავლების ზრდის ხელშეწყობით. მაგალითად, გლობალურად რეალური მთლიანი სამამულო პროდუქტი (მსპ)¹ ერთ სულ მოსახლეზე 2000 წელს შეადგენდა \$5,494-ს, ხოლო 2025 წლისთვის ფასდება \$11,850-\$13,670-ის ფარგლებში (IMF 2025; World Bank 2025b).

გლობალური სოციალური და ეკონომიკური ტენდენციების ტურიზმზე ზეგავლენის განზოგადებულ სურათს იძლევა შესაბამისი წამყვანი და 24-წლიან პერიოდში გასაშუალებული მაჩვენებლების შედარება (იხ. ნახ. 1.1.2.1).

წარმოდგენილი მონაცემების შედარება აჩვენებს, რომ ტურიზმიდან მიღებული შემოსავლები მატულობს უფრო სწრაფად, ვიდრე ტურისტთა რაოდენობა, რაც ამ სფეროს პრიორიტეტულ პოპულარიზაციაზე მეტყველებს. ამასთან, ტურისტთა რაოდენობისა და ტურიზმზე განხორციელებული ხარჯების ზრდის ტენდენციის მეტობა ზოგადად მოსახლეობის რაოდენობის ზრდის მაჩვენებელზე ნათლად ავლენს ტურიზმის შემდგომი განვითარების მნიშვნელოვან პოტენციალს.

1 სამეცნიერო ლიტერატურაში აღინიშნება, რომ თანამედროვე ეკონომიკურ ლიტერატურასა და ოფიციალურ სახელმწიფო დოკუმენტებში ინგლისური ტერმინი "Gross Domestic Product (GDP)" ქართულად ითარგმნება, როგორც „მთლიანი შიდა პროდუქტი“ და/ან „მთლიანი შიგა პროდუქტი“, არ არის ადეკვატური და მის სანაცვლოდ შემოთავაზებულია ტერმინი „მთლიანი სამამულო პროდუქტი“ (პაპავა, სილაგაძე, 2019). აღნიშნულის გათვალისწინებით, მოცემულ ნაშრომში აქ და ქვემოთ „მთლიანი შიდა პროდუქტის“ ნაცვლად გამოიყენება ტერმინი „მთლიანი სამამულო პროდუქტი (მსპ)“.



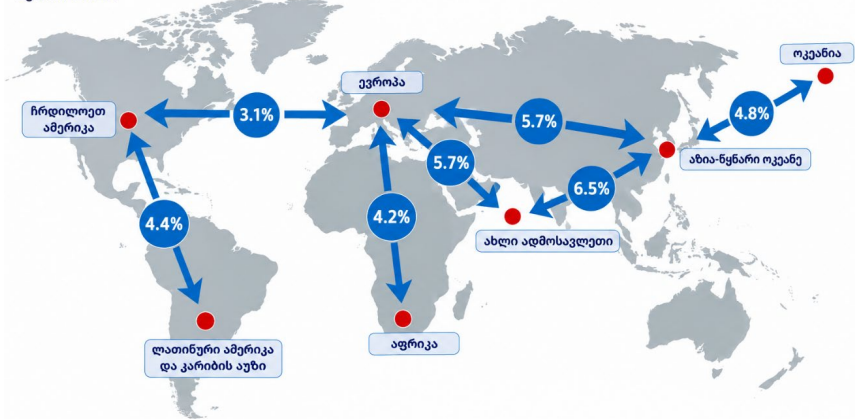
ნახაზი 1.1.2.1

წყარო: UN Tourism 2025b; United Nations 2025b; UNSTAT 2025; World Bank 2025d)

ტურიზმის ბაზრის ზრდა მჭიდრო ურთიერთკავშირშია სატრანსპორტო ინფრასტრუქტურის განვითარებასთან, განსაკუთრებით სამგზავრო ავიაციასთან მიმართებით. აღნიშნული ტენდენცია ნათლად გამოიხატება გლობალური ავიაინდუსტრიის მიერ შესრულებული ფრენების რაოდენობის ზრდაში და გეოგრაფიულ გაფართოებაში. კერძოდ, ავიარეისების მგზავრთა რაოდენობა 2000-დან 2025 წლამდე მატულობდა საშუალო წლიური 6.4%-ით. ამასთან, 2025 წლისათვის ეს მაჩვენებელი ფასდება 9%-მდე მატებით (Air Transport 2025; Statista 2026a, 2026b; UN Tourism; World Bank 2025a). ჩატარებული პროგნოზების თანახმად, ასევე აღინიშნება ავიაფრენების გეოგრაფიული გაფართოების ტენდენცია, განსაკუთრებით აზია-ახლო აღმოსავლეთის რეგიონებში (იხ. ნახ. 1.1.2.2).

ACI/DKMA მგზავრთა გადაზიდვის ზრდა რეგიონებს შორის 2031 წლამდე (საშუალო წლიური ზრდის ტემპი)

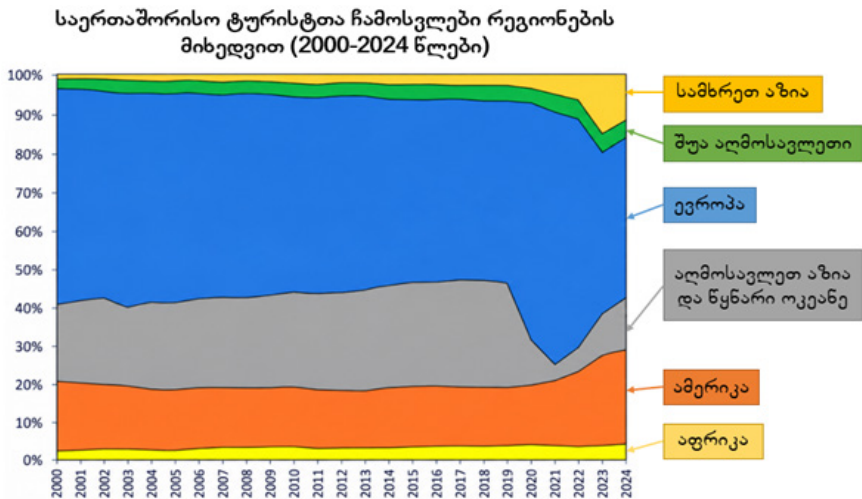
წყარო: DKMA



ნახაზი 1.1.2.2

საერთაშორისო ეკონომიკისა და გეოპოლიტიკის ქრილში, მიმდინარე ეტაპზე, აღნიშვნას იმსახურებს ტურიზმის გლობალურ ბაზარზე ახალი სეგმენტის აღმოცენება და მისი სწრაფი განვითარება. მასში იგულისხმებიან ეკონომიკურად განვითარებადი ქვეყნები, რომლებიც ტურისტულ ბაზარზე ფართოვდებიან როგორც მოთხოვნების, ისე მიწოდების მხრიდან. ეკონომიკურ კონტექსტში, აღნიშნული ქვეყნები მოიხსენიებიან როგორც „განვითარებადი ქვეყნები“ (Developing Countries), „მესამე სამყარო“ (Third World) ან/და „გლობალური სამხრეთი“ (Global South).

ტურიზმის გლობალურ ბაზარზე, მოთხოვნების მხრიდან, განსაკუთრებულ ყურადღებას იმსახურებს აზია-წყნარი ოკეანის სეგმენტის აღმოცენება, რაც აისახება ამ ქვეყნებიდან განვითარებული გასვლითი ტურიზმის სწრაფ ზრდაში, განსაკუთრებით ჩინეთიდან, ინდოეთიდან, ინდონეზიიდან, ასევე შუა და ახლო აღმოსავლეთის ქვეყნებიდან (UN Tourism) (იხ. ნახ. 1.1.2.3).



ნახ. 1.1.2.3

წყარო: Our World in Data 2026b

აზია-წყნარი ოკეანის რეგიონის წილი საერთაშორისო ტურისტების რაოდენობაში 2000 წელს შეადგენდა 16%-ს, ხოლო 2025 წელს გაიზარდა 21.7%-მდე და გაუსწრო ამერიკის წილობრივ მაჩვენებელს (14.3%). ამავე პერიოდში, შუა აღმოსავლეთის რეგიონის წილი გაიზარდა 3.8%-დან 6.6%-მდე, ხოლო აფრიკის სეგმენტმა მოიმატა 3.9%-დან 5.3%-მდე. ამ პროცესების ფონზე, აღნიშნულ პერიოდში, ევროპის რეგიონი ხასიათდება წილობრივი მაჩვენებლების კლებით, თუმცა ინარჩუნებს მოწინავე პოზიციას შესაბამისი 42.1% მაჩვენებლით. გლობალურ ტურიზმში „მესამე სამყაროს“ აღმოცენების პროცესებს ხელი შეუწყო განვითარებადი ეკონომიკის მქონე ქვეყნებში ინდუსტრიულმა პროგრესმა, ადგილობრივი მოსახლეობის შემოსავლების ზრდამ, აზია-წყნარი ოკეანის რეგიონის საერთაშორისო სატრანსპორტო კავშირების გაფართოებამ და ვიზალიბერალიზაციის პოპულარიზაციამ. აღსანიშნავია, რომ ეს ტენდენციები ვითარდება მიუხედავად პერიოდულად გამოვლენილი დამაბრკოლებელი გეოპოლიტიკური და ინფლაციური ვი-

თარეებებისა, ასევე, მოკლე პერიოდში გამოვლენილი კრიზისების ფონზე (Aburumman 2020; UN Tourism 2000, 2025a).

მინოდების მხრივ, ბოლო წლებში ასევე მნიშვნელოვნად გაიზარდა საერთაშორისო ტურისტთა მიღება შუა აღმოსავლეთის რეგიონში, განსაკუთრებით თურქეთში და ახლო აღმოსავლეთის ქვეყნებში, რაც აფართოებს უცხოელ ტურისტთა ნაკადების გეოგრაფიული დივერსიფიცირების ტენდენციას. მაგალითად, უცხოელ ტურისტთა მიმღები ათი ყველაზე პოპულარული დანიშნულების ადგილის წილი გლობალურ ტურისტულ ბაზარზე 2000 წელს შეადგენდა 51%-ს, ხოლო უკანასკნელი 2024 წლის მაჩვენებლებით ეს წილი შემცირდა 40%-მდე (UN Tourism 2025a). ამასთან, ევროპის რეგიონი ინარჩუნებს უპირატესობას უცხოელ ტურისტთა მიღების აბსოლუტური მაჩვენებლებით, რომელსაც მოჰყვება აზია-წყნარი ოკეანის რეგიონი, შემდეგ ამერიკა, ახლო აღმოსავლეთი და აფრიკა (UN Tourism 2025a).

* * *

ტურიზმზე არაერთგვაროვანი ზეგავლენის სხვა მნიშვნელოვან პირობებად შეიძლება დასახელდეს პერიოდული კრიზისები, კულტურული გარემოს მიმართ მზარდი ინტერესები, განათლების დონის ამაღლება, სახელმწიფოს მხრიდან ხელშეწყობის გააქტიურება, უსაფრთხოების პირობების გაუმჯობესება, მიგრაციული პროცესები, გააქტიურებული სატრანზიტო გადაადგილებები, მზარდი ურბანიზაციის პირობებში „მშვიდ ადგილებში“ მოგზაურობაზე მოთხოვნის ზრდა, მოგზაურობის გამოცდილების მიმართ ღირებულების მატება და სხვა, რომელთა ზეგავლენა ტურიზმზე აღინიშნება ცალკეული ტურისტული მიმართულებების ტენდენციების განვითარებაში და განიხილება ქვემოთ. ცალკე თავები დაეთმოა ტურიზმის ინდუსტრიაზე ზეგავლენის წამყვან ტენდენციებს, როგორებიცაა საინფორმაციო ტექნოლოგიების რევოლუციური განვითარება

რება, ინვესტიციებისა და კონკურენტული გარემოს ცვლილებები, რომელთა განხილვა მდგრადი განვითარების კონტექსტში, მათი მასშტაბებისა და მნიშვნელობის გათვალისწინებით, ორიენტირებულია კონცეპტუალურ ასპექტებზე.

1.1.3. ინოვაციური და პოპულარული ტენდენციები

ტურისტული მოგზაურობის მზარდმა პოპულარობამ და განვითარებულმა კონკურენციამ საერთაშორისო ბაზარზე, ტრადიციული მოგზაურობის მომსახურების ფონზე განავითარა ახალი მიმართულებები. შედეგად, ტურიზმის ინდუსტრია ხასიათდება მკვეთრად გამოხატული მრავალფეროვნებით. მათი კლასიფიკაცია ატარებს პირობით ხასიათს, რადგან ბევრი ახალი ტენდენცია განპირობებულია ინოვაციური და ხშირად ურთიერთდაკავშირებული პროცესებით, რომლებიც ვითარდება მზარდი კონკურენციის პირობებში, როგორც მოთხოვნილებებისა და მოთხოვნების, ისე მომსახურების მინოდების მხრივ. ასევე აღნიშვნას იმსახურებს, ინოვაციური ტენდენციების პრაქტიკაში დამკვიდრებული სახელწოდებები, რომლებიც გამოკვეთილად ფართო სპექტრით არის წარმოდგენილი და თარგმანი ხშირად მექანიკურ ხასიათს ატარებს.

თანამედროვე ეტაპზე, მზარდ პოპულარობას იძენს ე.წ. **პერსონალიზაციის ტენდენცია** (Ivanova and Vovchanska 2023; Simakin 2025). ტურიზმის სფეროში პერსონალიზაციის პროცესი შეიძლება განიმარტოს, როგორც შეთავაზებების და მომსახურების მორგება ინდივიდუალური ჯგუფებისა და პირების მოთხოვნებზე ბიზნესის წარმოების სარგებლიანობის შენარჩუნებით. ამ მხრივ განვითარდა ისეთი მიმართულებები, როგორებიცაა (Adekunle et al. 2024; Bertella 2017; Brown 2009; Franco, Sánchez, and López 2022; Nandasena, Morrison, and Coca-Stefaniak 2022; Shin, Lee, and Kim 2023; Shokati, Amghani, and Abbasi 2025; Tala, Schiopu, and Müller 2011; UN Tourism; Zsarnoczky et al. 2016):

- სოლო (იგივე – განცალკევებული) ტურიზმი და ინდივიდუალური ტურიზმი, მ.შ. ხანგრძლივი (1 წლამდე მიახლოებული პერიოდით) მოგზაურობა;
- ე.წ. გარდაქმნის ტურიზმი (Transformable tourism) – გულისხმობს განსხვავებულ და მიმზიდველ კულტურულ, სოციალურ ან/და ბუნებრივ გარემოში მოგზაურობას შედარებით ხანგრძლივი პერიოდით, ადეკვატური განცდების მისაღებად;
- თვითორგანიზებული ე.წ. „ჭკვიანი ტურიზმი“, იგივე – ციფრული ნომადების მოგზაურობა (Digital-nomad tourism or Nomadic tourism), ასევე, მოგზაურობა დისტანციური მუშაობით (Worckation) და ბიზნესისა და დასვენების შეთავსებით (Bleisure);
- შემოქმედებითი ტურიზმი (Creative tourism);
- „ჭაღარათმიანების ტურიზმი“ (Silver-haired tourism);
- „ქორწილების ტურიზმი“ (Wedding tourism);
- სასწავლო ტურიზმი (Educational tourism) და სხვა.

პერსონალიზაციის კონტექსტში ასევე განიხილება საინფორმაციო ტექნოლოგიებით შთაგონებული და ინდივიდუალურ მოთხოვნებზე ორიენტირებული ტურისტული აქტივობები. მათ ახასიათებთ მოგზაურობის ადგილებში არსებული ფიზიკური გარემოს ვირტუალური, სამგანზომილებიანი ვიზუალური კომპონენტებით (Augment Reality-AR) „გამდიდრება“, ან რეალური გარემოს სრული, ვირტუალური გარემოთი ჩანაცვლება (Virtual Reality-VR), ან ამ კომპონენტის ურთიერთშერწყმით წარმოჩენა (Mixed Reality-MR) (Gonçalves et al. 2026; Ivanova and Vovchanska 2023; Jalilvand and Ghasemi 2024; Roy and Saha 2024).

პერსონალიზაციის ტენდენცია ასევე ვლინდება სხვა პროფილური მიმართულებების ფარგლებშიც, რომლებიც ქვემოთ არის განხილული.

გლობალურმა ისტორიულმა და თანამედროვე მიგრაციებმა საფუძველი დაუდეს ისეთი ტენდენციების განვითარებასაც,

როგორებიცაა „წინაპართა ადგილების მონახულება“ („Ancestral tourism“), „გენეოლოგიური ტურები“ („Genealogy tours“), „ფესვების ტურიზმი“ („Roots Tourism“), „მემკვიდრეობითი ტურიზმი“ („Heritage tourism“). მიგრაციებისა და ბიზნესის გლობალიზაციის განვითარების ფონზე, ასევე პოპულარობა მოიპოვა მოგზაურობებმა უცხო ქვეყანაში მცხოვრებ მეგობრებთან და კოლეგებთან („Friendtrips tourism“) (Băbăiță, Galați, and Nagy 2018; Harris and Steriopoulos 2015; Jakšić-Stojanović 2022; Mensah 2022; Orts-Cardador et al. 2024).

მზარდ პოპულარობას იძენს ე.წ. **გამოცდილებითი ტურიზმი** (Experiential Tourism), რომელიც გულისხმობს ტურისტის/ექსკურსანტის ჩართულობას მათივე მომსახურებაში, გართობისა და სიამოვნების განცდის დონეზე. მაგალითად შეიძლება დასახელდეს ტურისტების მონაწილეობა ადგილობრივი ტრადიციული კერძების და/ან სასმელების დამზადებაში (Catering, Gastro-Alco tourism), ტრადიციული ნაკეთობების (მაგალითად, ხალიჩის, ქურჭლის და სხვა) კუსტარულ წარმოებაში (Skillcation), ხალხური სიმღერების და/ან ცეკვების შესრულებაში და სხვა ტრადიციულ აქტივობებში. ამ სახეობებმა დაიმკვიდრეს შემოქმედებითი ტურიზმის (Creative tourism) სახელი. ჩართულობა განისაზღვრება მომხმარებლის დაინტერესების დონეზე, შესაბამისი უსაფრთხოების და კულტურული მიმღებლობის სტანდარტების დაცვით (Dalimunthe 2021; Pilis, Kabus, and Miciuła 2022; Richards and Raymond 2000; Santos et al. 2025; Sava 2021; Stanisavljević, Perić, and Ilić 2025; Tsatava 2021; UN Tourism; Zou et al. 2025).

მოგზაურობის საშუალებების გაფართოებამ და ახალი სეგმენტების წარმოჩენამ გლობალურ ბაზარზე განავითარა ე.წ. **„აღმოჩენითი ტურიზმი“** (Discover tourism). ამ ტენდენციაში მოიაზრება კონკრეტული ტურისტული სეგმენტებისთვის უცნობ ან ნაკლებად ცნობილ ადგილებში მოგზაურობა. „აღმოჩენა“ შეიძლება მოიცავდეს არა მხოლოდ ეგზოტიკური ადგილების მონახულებას, არამედ ნაკლებად ცნობილ და თავისებურებებით გამორჩეულ

გარემოებასაც (UN Tourism). მაგალითად, შეიძლება დასახელდეს ვიზიტები ე.წ. „ღარიბ უბნებში“ (Slum tourism), ადგილებში, სადაც განვითარდა ტრაგიკული (ე.წ. „ბნელი“) მოვლენები (Dark Tourism), არეალები, სადაც გაქრობის პირასაა ცალკეული ბუნებრივი ობიექტები ან/და კულტურული ტრადიციები (Doom tourism, „Last chance tourism“). აღმოჩენითი ტურიზმით დაინტერესებამ გარკვეულ წრეებში ნაახალისა ე.წ. „მოჩვენებითი ტურიზმის“ (Ghost tourism) წარმოჩენაც. მასში იგულისხმება იმ ადგილების მონახულება (ისტორიული ციხეების, სახლების, სასაფლაოების და სხვა), სადაც ვირტუალური წარმოდგენებით ვლინდებიან მოჩვენებები. ამავე ცნებაში განიხილება იმ ადგილების მონახულება, სადაც განვითარდა ისტორიულად ცნობილი ბრძოლები (Battlefield tourism) ან სხვა მოვლენები. მზარდ პოპულარობას იძენს მოგზაურობა ცნობილი ფილმების გადაღების ადგილებშიც (Film tourism, იგივე Set-jetting tourism, Film induced tourism). ასევე აღსანიშნავია, საინფორმაციო ტექნოლოგიების გამოყენებით შექმნილი ინოვაციური, ე.წ. „დროში მოგზაურობის ტურები“ („Time travel tours“), რომლებიც ხორციელდება წარსულში ან მომავალში ვირტუალური მოგზაურობის წარმოსახვით (Frenzel et al. 2015; García and Grilló 2023; Janardhan and Wang 2025; Lemelin et al. 2010; Minic 2012; Rasool et al. 2024; Wierzbik-Strońska and Nestorenko 2024).

ზემოაღნიშნული აღმოჩენითი ტურიზმის პოპულარიზაცია ხელს უწყობს ტრადიციული კულტურული ტურიზმის (Cultural tourism) შემდგომ განვითარებას და გამრავალფეროვნებას (Choe 2025; Hampu and Coros 2022; Kupařadze et al. 2025; Richards 2018; UN Tourism; Wiltshier 2011). მათ შორის აღსანიშნავია რელიგიური ტურიზმის (Religious tourism) მიმართულება, რომელიც ასევე მოიხსენიება, როგორც „რწმენის ტურიზმი“ (Faith tourism) ან „სულიერი ტურიზმი“ (Spiritual tourism) (Dillette, Douglas, and Andrzejewski 2019; Halim, Tatoglu, and Hanefar 2021; Norman 2012; Ponder and Holladay 2016; Richards 2018; Smith 2022; Trihas, Tsilimpokos, and Gkouri 2024).

მოსახლეობაში ახალგაზრდა ასაკის სეგმენტის გაფართოებამ გლობალურად ხელი შეუწყო ე.წ. **აქტიური ტურიზმის** სახეობების განვითარებას, რომელიც ასოცირდება აქტიურ რეკრეაციულ და სპორტულ სახეობებთან (Wright, Dickson, and Opara 2021). ამ კონტექსტში ქვემოთ განიხილება სათავგადასავლო ტურიზმის (Adventure Tourism), ექსტრემალური ტურიზმის (Extreme tourism) და სპორტული ტურიზმის მიმართულებების განვითარება და დივერსიფიცირება. მათი მრავალფეროვნება გამოიხატება სახმელეთო, საწყლოსნო და საჰაერო აქტივობების სახეობებში, რომლებიც ხშირად ურთიერთკავშირში ხორციელდება.

სათავგადასავლო ტურიზმში პოპულარობას იძენს ბუნებაზე ორიენტირებული სახეობები, როგორებიცაა ეკოტურიზმი ზოგადად და მისი ცალკეული მიმართულებები. მათ დაიმკვიდრეს ისეთი სახელწოდებები, როგორებიცაა ეკო-მეგობრული ტურიზმი (Eco-friendly tourism), მწვანე ტურიზმი (Green tourism), საექსპედიციო ტურიზმი (Expedition tourism), ლაშქრობა (Trekking tourism, Natural trail), საფეხმავლო ტურიზმი (Backpacking tourism), ტურები, რომლებიც ითვალისწინებენ კომფორტულ კარვებში განთავსებას და დაიმკვიდრეს „გლემპინგური ტურიზმის“ (Glamping tourism) სახელი. აღსანიშნავია ველურ ბუნებაში მოგზაურობა (Wildlife tours), მაგალითად, ჭაობის ტურიზმი (Swamp tour). მზარდ პოპულარობას იძენს მოგზაურობა ბერნის კონვენციით განსაზღვრულ, ე.წ. „ზურმუხტის“ დაცულ ტერიტორიებში, სადაც მისაღებ დონეზე დასაშვებია ტურისტების შესვლა და მოგზაურობა (Council of Europe 2012). გლობალური ურბანიზაციის ტენდენციამ ასევე გაზარდა მოგზაურობის მიმზიდველობა ეგზოტიკურ ბუნებრივ ადგილებში, როგორებიცაა მღვიმეები, ჩანჩქერები, სილამაზით გამორჩეული ხევები და სხვა სახის ბუნებრივი ძეგლები, სადაც ხშირად ასევე მდებარეობს კულტურული და ისტორიული ობიექტებიც. აღსანიშნავია, რომ, ზოგადად, ბუნებაზე ორიენტირებულ ტურისტულ აქტივობებში გადაადგილებები, როგორც

ნესი, ხორციელდება ფეხით (ე.წ. „ნელი ტურიზმი“), თხილამურებით, ცხენებით და სხვა ეკო-სატრასპორტო საშუალებებით.

სათავგადასავლო ტურიზმის ფარგლებში ასევე იზრდება მოთხოვნები გასართობი ხასიათის და ემოციურ განცდებზე გათვლილ აქტივობებზე, როგორებიცაა ზიპლაინინგი (Zip-lining), საჰაერო ბურთით ფრენა (Ballooning), ბაგირით ხტომა (Bungee jumping), პარასეილინგი (Parasailing), პარაპლანით ფრენა (Soft paragliding), პარაშუტით ხტომა (Sky diving) და სხვა. ყურადღებას იმსახურებს შემეცნებით-გასართობი ხასიათის ცაში ვარსკვლავებზე დაკვირვების აქტივობა, ე.წ. ასტროტურიზმი (Astrotourism), რომელიც ჯერ კიდევ შეზღუდული პოპულარობით სარგებლობს და ორიენტირებულია ამ პროფილის ინტერესების მატარებელ სეგმენტზე (Dos Santos et al. 2025; Özder 2024).

სოციალურ გარემოსთან მიმართებით, ამავე მდგრადი განვითარების კონტექსტში, მოიაზრება ტრადიციული კულტურული ტურიზმის ინოვაციური მიმართულებები. მათ შორის აღსანიშნავია ე.წ. თემზე დაფუძნებული ტურიზმის კონცეფცია (Community-based tourism – CBT). იგი ითვალისწინებს ადგილობრივი მოსახლეობის კულტურული ტრადიციების აქტიურ ჩართულობას ტურისტთა მომსახურებაში და ხელს უწყობს ზოგადად ადგილობრივ გარემოში ტრადიციული ღირებულებების დაცვას (Jackson 2025; Khartishvili et al. 2020; Songklin 2025).

მოდIFIციკაციების პროცესშია აგრო-ტურისტული მიმართულება. თანამედროვე გაგებით იგი ითვალისწინებს საერთაშორისო დონეზე მოხალისე ტურისტების ორგანულ ფერმებთან თანამშრომლობას, კერძოდ, ადგილზე ფერმერულ საქმიანობაში ჩართულობას, რის სანაცვლოდ ფერმერები მოხალისეებს სთავაზობენ უფასო განთავსების და კვების მომსახურებას. ამ მიმართულებას ეწოდება – World Wide Opportunities on Organic Farms – WWOOF (Ginsa and James 2023; Kline et al. 2007; Potočnik Slavič and Schmitz 2013; Yamamoto and Engelsted 2014). ტურისტული აქტივობების კუთხით, აღნიშნული სახეობები ასევე მოიაზრება ზემოხსენებულ თემზე და-

ფუძნებული ტურიზმის კონცეფციის ფარგლებში და განიხილება კულტურული ტურიზმის ინოვაციურ სახეობად.

ეკოლოგიური, სოციალური უსაფრთოებისა და კომფორტული გარემოს დაცვის მზარდმა გამოწვევებმა წარმოქმნეს და განავითარეს ე.წ. „ნებაყოფლობითი ტურიზმი“ (Volunteer tourism), რომელიც გულისხმობს ტურისტების მიერ ჩვეული მოგზაურობის ფარგლებში გარემოსდაცვითი აქტივობების ჩატარებას ნებაყოფლობით და ანაზღაურების გარეშე. იგულისხმება ვიზიტორების მიერ მოგზაურობის ადგილებიდან ნარჩენების გატანა, ამავე ადგილებში მცენარეების დარგვა, ბუნების დაცვითი კონსტრუქციების აგებაში მონაწილეობა, ტრენინგების ჩატარება შესაბამისი კვალიფიკაციის არსებობის შემთხვევაში და სხვა.

პოპულარიზაციის ტენდენციით ასევე გამოირჩევა სპორტული და ექსტრემალური ტურიზმის სახეობები. მომხმარებელთა ჩართულობისა და მათი მზაობის მხრივ, ეს მიმართულებები შეიძლება დაიყოს ღია წვდომის, მოყვარულებზე გათვლილ და ექსტრემალურ სახეობებად. ღია წვდომის ფარგლებში მოიაზრება, შედარებით არააქტიური და საყოველთაო წვდომის მატარებელი სახეობები, როგორებიცაა ფიტნეს ტურიზმი (Fitness tourism), სხვადასხვა სახის გასართობი თამაშები და ვარჯიშები (Games of special occasions – Goccassions). ასეთ აქტივობებში ჩართულობა, როგორც წესი, ხორციელდება სტანდარტული რეკრეაციული დასვენების ფარგლებში. სამოყვარულო სახეობებში განიხილება ჯომარდობა (Rafting), იახტინგი (Yachting), წყალქვეშა ტურიზმი (Dive Tourism), აფროსნობა (Sailing), სერფინგი (Surfing) და სხვა. ექსტრემალური ტურიზმის სახეობების მაგალითებია ალპინიზმი, კანიონინგი. ამ კონტექსტში პირობითად შეიძლება განხილულ იქნას ინოვაციური და ჯერ კიდევ შეზღუდულად განვითარებული „კოსმოსური ტურიზმი“ (Space Tourism), რომელიც გულისხმობს მოგზაურობას დედამიწის ჩვეულებრივი ატმოსფეროს მიღმა ან კოსმოსურ ფრენებთან დაკავშირებულ გამოცდილებას. თემატურად მას უახლოვდება ხმელეთზე მოგზაურობის

ე.წ. „ასტროტურიზმი“, რაც მოიცავს ხმელეთიდან დაკვირვებებს ღამის ცაზე და ვარსკვლავებზე, პოლარულ ნათებაზე, მათ შორის ობსერვატორიების მონყობილობების მეშვეობით, ასევე სერტიფიცირებულ ე.წ. ბნელი ცის (Dark Skies) ნაკრძალებში მოგზაურობას. მას ახასიათებს მაღალი კაპიტალური ღირებულებები, ასევე შედარებით მაღალი მოთხოვნები ჯანმრთელობისა და უნარების მიმართ, რაც განაპირობებს მომხმარებელთა სეგმენტის შეზღუდულობას (Brown 2009; Brymer 2013; Cohen 2011; Gregorić et al. 2017; Kunwar 2021; Tomljenović and Ateljević 2015; UN Tourism; Walsh 2009).

ზრდის და პოპულარიზაციის ტენდენციებს ინარჩუნებენ ტურიზმის ტრადიციული მიმართულებებიც მომსახურების მოდიფიცირებით. ამ მხრივ, მასობრივი ტურიზმის დამკვიდრებულ სახეობებს წარმოადგენენ პასიურ განტვირთვაზე კონცენტრირებული დასვენებითი ტურიზმი (Leisure tourism), ასევე რეკრეაციული ტურიზმი (Recreational tourism), რომელშიც მოიაზრება შედარებით უფრო აქტიური დასვენება ფიზიკური ვარჯიშებით, გართობის დონეზე თამაშებში ჩართულობით და მშვიდ გარემოში განცალკევებით. აღნიშნულმა საბაზო ტენდენციებმა ასევე მიიღეს შემდგომი განვითარება სპეციფიკური მიმართულებებით. მათ შორისაა ე.წ. მშვიდი მოგზაურობა (Calmcation), გამაგრილებელი მოგზაურობა (Coolcation), ძილის ტურიზმი (Sleep tourism), სიმყუდროვეში დასვენება (Joy of Missing Out – JOMO; Soft travel) და სხვა.

შედარებით პასიური დასვენების საპირისპიროდ, თუმცა ამავე რეკრეაციული ტურიზმის ფარგლებში, ბაზარზე წარმოჩნდნენ და თავის ადგილს იკავებენ გართობაზე და უფრო აქტიურ დასვენებაზე ორიენტირებული ტურისტული მიმდინარეობები. მათ შორისაა ე.წ. ღამის აქტივობების ტურიზმი (Noctourism, Night tourism). იგი მოიცავს რეკრეაციულ, კულტურულ და გასართობ აქტივობებს, რომლებსაც ტურისტები ახორციელებენ მზის ჩასვლამდე რამდენიმე საათით ადრე და მზის ამოსვლამდე (როგორც წესი, საღამოს 6 საათიდან დილის 6 საათამდე). ღამის ტურიზმი მოიცავს ისეთ აქტივობებს, როგორებიცაა ღამის ბაზრები, სი-

ნათლის შოუები, სპექტაკლები და ვარსკვლავების დათვალიერება. ეს სექტორი აძლიერებს ურბანულ სიცოცხლისუნარიანობას, ხელს უწყობს ადგილობრივი ეკონომიკის ზრდას და იძლევა ადგილობრივი კულტურული გარემოს სიღრმისეულად აღქმის საშუალებას (Camprubí, Coromina, and Guía 2023; Green Travel Blog 2022; Junaedi et al. 2025; Putra 2019; Rivera-García, Fernandez, and Pastor 2026). ცალკე აღნიშვნას იმსახურებს „ბნელი ტურიზმი“ (Dark Tourism), რომელიც ასოცირდება ბრძოლების, სხვადასხვა სახის კატასტროფების და ტრაგიკული მოვლენების ადგილების მონახულებასთან.

ფართოდ ვითარდება მასობრივი ტურიზმის **ჯანმრთელობის მკურნალობასა და აღდგენაზე ორიენტირებული (Health care)** მიმართულებები, რაც მნიშვნელოვნად არის განპირობებული გლობალური მოსახლეობის საშუალო ასაკის მატებით, ჯანმრთელობაზე ზრუნვის მოთხოვნების ზრდით, სამედიცინო და სადაზღვევო მომსახურების გაფართოებით. მათ შორისაა ე.წ. **ველნესს ტურიზმი (Wellness tourism)**, რომელიც ორიენტირებულია ჯანმრთელობის ფიზიკურ, მენტალურ და სულიერ დაცვაზე (UN Tourism). ჯანმრთელობის გაუმჯობესებას ემსახურება სამედიცინო (სამკურნალო) ტურიზმი (Medical tourism), რომელიც ითვალისწინებს პროფესიონალურ კონსულტაციებს, დიაგნოსტიკას, სამკურნალო და საოპერაციო პროცედურების ჩატარებას. ამასთან, სამკურნალო მომსახურება უმეტესწილად ხორციელდება შესაბამის საავადმყოფოებში განთავსებით და მომხმარებლები წარმოდგენილნი არიან პაციენტების სახით, განსხვავებით ჯანმრთელობის დაცვაზე ორიენტირებული ტურიზმის სხვა სახეობებისგან. სამკურნალო ტურიზმის სფეროში, მიმდინარე ეტაპზე, პოპულარობა მოიპოვეს ისეთმა მიმართულებებმა, როგორებიცაა კოსმეტოლოგია, სტომატოლოგია, ონკოლოგია, რეპროდუქცია და სხვა.

ჯანმრთელობაზე ორიენტირებულ კომპლექსურ მომსახურებასთან დაკავშირებით ფართოდ გამოიყენება ცნება საკუ-

რორტო ტურიზმი და კურორტი. მასში მოიაზრება მულტიფუნქციური რეკრეაციული, გამაჯანსაღებელი და სამკურნალო მომსახურების სახეობები, რომლებიც მოიცავენ მოთხოვნებთან თავსებად დასვენებას, გაჯანსაღებას და რიგ შემთხვევებში – არაქირურგიულ მკურნალობას. შევნიშნავთ, რომ მიმდინარე ეტაპზე, პრაქტიკაში და კვლევებში ვლინდება აღნიშნული ტერმინების არაერთგვაროვანი განმარტებების და გამოყენების შემთხვევები. მაგალითად, გაეროს ტურიზმის ლექსიკონში არ არის წარმოდგენილი ტერმინი კურორტი, ხოლო რიგ კვლევებსა და ანგარიშებში ადგილი აქვს აღნიშნული ტერმინების ურთიერთიანაცვლებით გამოყენების შემთხვევებს (Chen and Chang 2013).

აქტიური განვითარებით გამოირჩევა ტრადიციული **ლონისძიებათა ტურიზმი**, რომელიც მოიხსენიება აბრევიატურით – **MICE ტურიზმი**. იგი მოიცავს მოგზაურობას შეხვედრებში მონაწილეობის მისაღებად (Meetings), ლონისძიებებში წამახალისებელ ჩართულობას (Incentives), კონფერენციებზე (Conferences) და გამოფენებზე (Exhibitions) დასწრებას და მონაწილეობას. MICE ტურიზმს მნიშვნელოვანი სიახლე შესძინა დისტანციურად ჩართულობის ხელმისაწვდომობამ. ამით, ერთი მხრივ, შესაძლებელი გახდა ისეთი პირების მოწვევა და ჩართვა ლონისძიებებში, რომლებიც მნიშვნელოვნად ამაღლებენ ლონისძიებების მიმზიდველობას და სარგებლიანობას, მეორე მხრივ, ფართოვდება ლონისძიებებზე წვდომის შესაძლებლობები დაინტერესებული პირებისთვის. დღეისათვის ფართოდაა გავრცელებული ამ ლონისძიებებში პირდაპირი და დისტანციური ჩართულობის კომბინირებული ორგანიზება. ამ შესაძლებლობის ფონზე, ტურისტულ მოთხოვნებთან მიმართებით, განვითარდა ინოვაციური ცნება „გაცდენის შიში“ (Fear of Missing Out – FOMO). მასში იგულისხმება პოპულარულ ან მოთხოვნად ლონისძიებებზე დასწრების გაცდენის რისკი, რაც, თავის მხრივ, ზრდის შესაბამის ლონისძიებებში ჩართულობის პასუხისმგებლობას და მონაწილეობის მოთხოვნებს. ყველა აღნიშნული თავისებურება ვრცელდება იმ ლონისძიებებზეც, რომ-

ლებიც არ მოიაზრება MICE ტურიზმის ფარგლებში, თუმცა ხასიათდება მსგავსი თვისებებით. მათ შორისაა სპორტული ღონისძიებები, მუსიკალური კონცერტები, ტურნეები და ფესტივალები (ე.წ. Gig-tripping, ან Gig Tripping) და სხვა გასართობი ღონისძიებები (Anderton and Pisfil 2021). გლობალური ეკონომიკური კავშირებისა და კონკურენციის ზრდის ფონზე, მზარდი ტენდენციით ვითარდება კლასიკური გაგების ბიზნესტურიზმი (იგივე საქმიანი ტურიზმი), რომელშიც იგულისხმება კონკრეტული პროფესიული და/ან საქმიანი მიზნით ვიზიტორების გამგზავრება მათი სამუშაო ადგილისა და საცხოვრებელი ადგილის გარეთ, საქმიან შეხვედრებში, აქტივობებში ან ღონისძიებებში მონაწილეობის მიღების მიზნით (UN Tourism).

საერთაშორისო მოგზაურობის რეგულაციების ლიბერალიზაციამ და სატრანსპორტო საშუალებების მოდერნიზაციამ ხელი შეუწყო ე.წ. **სატრანზიტო ტურიზმის** გააქტიურებას. მასში მოიაზრება ერთი მოგზაურობის ფარგლებში სხვადასხვა ადგილის ხანმოკლე ვიზიტი, როგორც საერთაშორისო, ისე ცალკეული ქვეყნის ფარგლებში. სატრანზიტო ტურიზმში პრიორიტეტულად გამოიყენება სახმელეთო და საწყლოსნო ტრანსპორტი, შესაბამისი ავტოტურიზმისა და სანაოსნო ტურიზმის პროფილური მიმართულებებით (შევნიშნავთ, რომ სტანდარტული საჰაერო ტრანსპორტი ორიენტირებულია მგზავრთა გადაყვანაზე და არ წარმოადგენს ტურისტთა მოგზაურობის მიზნობრივ კომპონენტს). სატრანზიტო ტურიზმთან მიმართებით ინოვაციურ ტენდენციად ვითარდება ელექტრონულ სატრანსპორტო საშუალებებზე (Electronic vehicles – EV) მორგებული ე-მობილური ტურიზმი (E-mobility) (Kvitkova, Vaško, and Petru 2025). მასში გამოიყენება ყველა სახის ელექტრონული სატრანსპორტო საშუალება, როგორებიცაა ტურისტული ტროილერები (ავტობუსების ანალოგები); ელექტრო მანქანები, ასევე ელექტრო ველოსიპედები და მოკლე მანძილზე გადასაადგილებელი სკუტერები. ამ მიმართულებას განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება მდგრადი განვითარე-

ბის კონტექსტში, კერძოდ, ჰაერის დაბინძურების შემცირების მხრივ, რაშიც ავტოტურიზმი წარმოადგენს დაბინძურების ერთ-ერთ მნიშვნელოვან წყაროს. პოპულარობას ინარჩუნებს ე.წ. ქარავან ტურიზმი (Caravan Tourism). ეს აქტივობა ხორცილდება ისეთი ავტომობილებით, რომლებშიც მოწყობილია მგზავრთა საძინებლები, ზოგიერთ მოდელებში ასევე განთავსებულია მიკროსამზარეულო და მაცივრები.

პოპულარულ ტენდენციად რჩება საზღვაო ტურიზმი, რომელიც გამოირჩევა სამგზავრო საშუალებების (გემების) მაღალი ტევადობით. თანამედროვე ეტაპზე, ასეთ გემებში მგზავრთა განთავსების ადგილების რაოდენობა ვარირებს 500-დან 5000-ზე მეტ ადგილამდე. ვინაიდან დროის უდიდეს ნაწილს მოგზაურები ატარებენ გემზე, მასში განთავსებული საძინებლებისა და საკვები სივრცეების გარდა, ეწყობა დასასვენებელი, გასართობი და სხვა სპეციალურ მოთხოვნებზე გათვლილი სივრცეები, შესაბამისი აღჭურვილობებით და მომსახურებით. ეს საჭიროებები განაპირობებენ სამოგზაურო გემების კაპიტალტევადობას და მაღალი დატვირთულობის საჭიროებას, სათანადო ფინანსური და საინვესტიციო მომგებიანობის უზრუნველსაყოფად.

ცვლადი ტენდენციებით გამოირჩევა **აზარტულ თამაშებთან (Gambling) დაკავშირებული ტურიზმი**. ვინაიდან მას ახლავს მომხმარებლებზე მნიშვნელოვანი უარყოფითი ზეგავლენის რისკები, ამ სახის ბიზნესის ფუნქციონირება რიგ ქვეყნებში და/ან მის ცალკეულ რეგიონებში ოფიციალურად არის აკრძალული ან მნიშვნელოვნად შეზღუდული. ამის მაგალითებია ავსტრია, იაპონია, ჩინეთი, რუსეთი, ვიეტნამი, იემენი, ინდონეზია, კუბა, აშშ-ს შტატი იუტა და სხვა. აზარტული თამაშების მოყვარულები, რომლებიც ბინადრობენ ასეთ ქვეყნებში და რეგიონებში, ზრდიან სამომხმარებლო ბაზარს იმ ქვეყნებში და რეგიონებში, სადაც გემბლინგი დაშვებულია. შესაბამისად, გემბლინგის მოქმედ ადგილებში იქმნება შემოსავლების მიღებისა და სამუშაო ადგილების შექმნის შესაძლებლობები. შედეგად, გემბლინგთან დაკავშირე-

ბული ტურიზმის განვითარების ტენდენცია არაერთგვაროვნებით გამოირჩევა.

ცალკე აღნიშვნას იმსახურებს ასევე ცვლადი ტენდენციებით განვითარებული, ე.წ. **ფსევდო ტურიზმი**. ამ ცნებაში იგულისხმება ტურისტის სტატუსის გამოყენება არალეგალური საქმიანობისთვის, რომლის სპექტრი საკმაოდ ფართოა, დანყებული ლეგალურად დაშვებულ ბიზნესში არალეგალური მონაწილეობით (მაგალითად, ბიზნესის დარეგისტრირების გარეშე პროდუქტებით ვაჭრობა, სატრანსპორტო მომსახურება, საექსკურსიო მომსახურება, მარკეტინგული აქტივობები, ბინების გაქირავება და სხვა), დამთავრებული არალეგალური ბიზნესის წარმოებით, როგორებიცაა, დანიშნულების ადგილებში უკანონო მომსახურებების წარმოება, აკრძალული პროდუქტებით ვაჭრობა და სხვა.

* * *

აღსანიშნავია, რომ დასახელებული მიმართულებები განიზნულია ტურიზმის ინოვაციური და პოპულარული მიმართულებების წარმოჩენაზე და არა მათ კონცეპტუალურ და რეგულაციურ კლასიფიცირებაზე, რაც მიმდინარე ეტაპზე არ არის სრულყოფილად შემუშავებული, საყოველთაოდ მიღებული და განიხილება შემდგომი კვლევების აქტუალურ მიმართულებად.

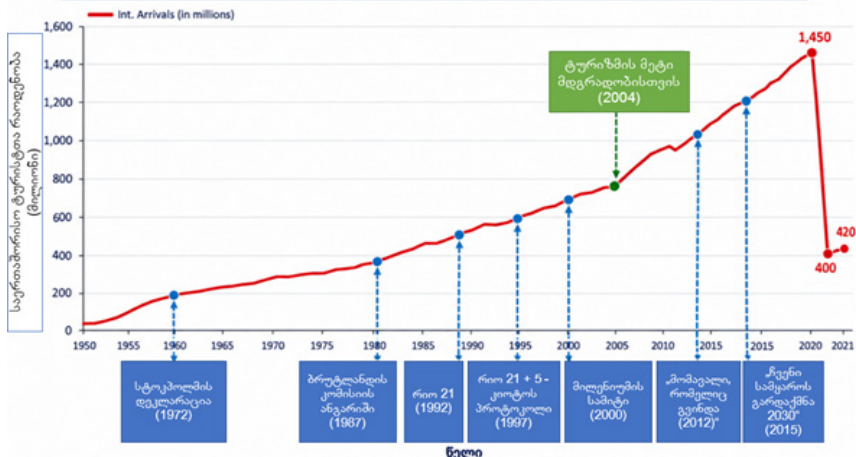
1.2. მდგრადი განვითარების კონცეფციის ფორმირების ეტაპები და სტრატეგიული მიზნები

ეკონომიკის განვითარების თანმიმდევრული პროცესები, როგორებიცაა რესურსების გამოყენებისა და გარემოზე ზემოქმედების ზრდა, გამოვლინდა გლობალურ გამოწვევად და ხასიათდება მზარდი აქტუალობით. აღნიშნულმა პროცესებმა დასაბამი მისცეს მდგრადი განვითარების კონცეფციის წარმოქმნას და მის განვითარებას.

1.2.1. მდგრადი განვითარების ფორმირების ეტაპები

თავდაპირველად ყურადღება დაეთმო გარემოს დაცვის გამოწვევების პრობლემების განხილვას გაეროს პროფილური კომისიების ფარგლებში. მდგრადი განვითარების კონცეფციის წარმოჩენის ფონზე ვითარდებოდა ცალკე ტურიზმის მდგრადი განვითარების მიმართულება (იხ. ნახ. 1.2.1.1).

გლობალური ტურიზმის ზრდა და მდგრადი განვითარების კონცეფციის ფორმირების ეტაპები



ნახ. 1.2.1.1

საწყის ეტაპად განიხილება, 1972 წელს, გაეროს ეგიდით ჩატარებული კონფერენცია და მიღებული ე.წ. „სტოკჰოლმის დეკლარაცია“, რომელიც ეხებოდა გარემოს დაცვის, გაჯანსაღების და მის მიმართ პასუხისმგებელიანი მიდგომის საკითხებს (United Nations 1973). ამ ეტაპზე მდგრადი განვითარების ცნება ჯერ არ იყო ფორმულირებული, თუმცა დასაბამი მიეცა ამ მიმართულებით კონცეფციის შექმნას. ამავე ორგანიზაციის გარემოს დაცვისა და განვითარების კომისიამ, 1987 წელს, გამოაქვეყნა ე.წ. „ბრუტლანდის კომისიის“ ანგარიში სახელწოდებით

„ჩვენი საერთო მომავალი“. მასში პირველად წარმოჩნდა ტერმინი „მდგრადი განვითარება“ და მიეცა მას შემდეგი განმარტება: მიმდინარე მოთხოვნილებების დაკმაყოფილება მომავალი თაობების მოთხოვნილებების დაკმაყოფილების შესაძლებლობებთან კომპრომისის გათვალისწინებით (United Nations 1987, 39, 41-59).

შემდგომში, 1992 წელს, გაეროს მიერ რიო-დე-ჟანეიროში ჩატარებულ კონფერენციაზე სახელწოდებით „რიო 21“, განისაზღვრა და დაკონკრეტდა მდგრადი განვითარების 27 პრინციპული მიმართულება, რომლებიც დაჯგუფებული იყო შემდეგ 4 კონცეპტუალურ ასპექტში (United Nations 1992):

- სოციალური და ეკონომიკური მიმართულება, რომელიც ძირითადად სიღარიბის დაძლევის ეძღვნებოდა;
- განვითარებისთვის რესურსების კონსერვაცია და მენეჯმენტი – ეხებოდა გარემოს დაცვის საკითხებს;
- მოსახლეობის ძირითადი ჯგუფების როლის გაძლიერება – იგულისხმებოდა ბავშვები და ახალგაზრდები, ქალები, მკვიდრი მოსახლეობა, ფერმერები, ბიზნესში და წარმოებაში ჩართული მოსახლეობა, მეცნიერები და ტექნოლოგები, ასევე ადგილობრივი მთავრობის, არასამთავრობო ორგანიზაციებისა და პროფკავშირების როლის გაძლიერება დასახული 21 მიზნის მისაღწევად;
- განხორციელების საშუალებების გამოყენება, რაშიც მოიაზრება მეცნიერთა ჩართულობა, ტექნოლოგიების გაზიარება, განათლება, საერთაშორისო ორგანიზაციების და ფინანსური მექანიზმების ჩართულობა.

მდგრადი განვითარების კონცეფციის აღმოცენებას და განვითარებას მალევე შეუერთდა ტურიზმის მიმართულება. „მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციის“, „იუნესკოს“ და „გაეროს გარემოსდაცვითი პროგრამის“ მიერ ერთობლივად დაორგანიზდა კონფერენცია, რომელიც ჩატარდა 1995 წელს კანარის კუნძულებზე მდებარე ქ. ლონსაროტეში (Hampton 1995). მიღებულ ქარტიში აისახა ტურიზმის მდგრადი განვითარების ზოგადი

მიზანი – ტურიზმის გაფართოებით გამოწვეული გარემოს დეგრადაციისა და ადგილობრივი იდენტობის დაკარგვის მზარდი პრობლემის დაძლევა. შემუშავდა გამოწვევებთან გამკლავების და მდგრადი განვითარების რეკომენდებული 18 პრიორიტეტული მიმართულება. აღსანიშნავია, რომ დასახული მიმართულებები თავიდანვე მოიცავდნენ დღემდე აქტუალურ მიდგომებს, როგორებიცაა ტურიზმის ინდუსტრიის გრძელვადიან პერსპექტივაში განვითარება და მისი ზეგავლენა ბუნებრივ, სოციალურ და კულტურულ გარემოზე, ტურიზმის განვითარების დივერსიფიცირება ადგილობრივ ეკონომიკურ, კულტურულ და ბუნებრივ გარემოში ინტეგრაციაზე ორიენტირებით, დაინტერესებული მხარეების ჩართულობა და თანამშრომლობის გააქტიურება ადგილობრივ, ქვეყნების, რეგიონალურ და საერთაშორისო დონეებზე, ტურიზმის მდგრად განვითარებასთან დაკავშირებული სტანდარტების და შესაბამისი კოდექსის შემუშავება და სხვა.

მდგრადი განვითარების კონცეფცია ზოგადად ინარჩუნებდა მზარდ აქტუალობას და შემდგომ განვითარებას. **2000 წ. მილენიუმის სამიტზე** ქ. ნიუ-იორკში, მიღებულ იქნა უკიდურესი სიღარიბის დაძლევის „მილენიუმის განვითარების მიზნები“ (United Nations 2000). განისაზღვრა ასეთი 8 მიზანი (21 ამოცანით და 60 ინდიკატორით) შემდგომი ფორმულირებით: უკიდურესი სიღარიბის აღმოფხვრა; საყოველთაო განათლების უზრუნველყოფა; გენდერული თანასწორობის და ქალთა უფლებამოსილების გაზრდის ხელშეწყობა, ბავშვთა სიკვდილიანობის შემცირება, დედათა ჯანმრთელობის გაუმჯობესება; მალარიასთან და სხვა დაავადებებთან ბრძოლა; ეკოლოგიური მდგრადობის უზრუნველყოფა; და გლობალური პარტნიორობა განვითარებისთვის (Millennium Development Goals – MDG). ამით გაფართოვდა მდგრადი განვითარების სოციალურ გარემოსთან კავშირების განხილვის სპექტრი.

მდგრადი განვითარების ზოგადი კონცეფციის განვითარების პარალელურად, **2004 წელს, გაერო-ს** მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციის (UN Tourism) და ამავე ორგანიზაციის განვითარების

რების პროგრამის (UNDP) ფარგლებში შემუშავდა ტურიზმის აღრიცხვისა და გაზომვის სტატისტიკური ჩარჩო (Measuring the Sustainability of Tourism – MST) და გამოიცა სახელმძღვანელოები, რომლებიც რეკომენდებული იყო ტურიზმის პროფილის სახელმწიფო ორგანიზაციებისათვის. იგი შეიცავს 12 მიზანს შემდეგი სათაურებით: ეკონომიკური სიცოცხლისუნარიანობა; ადგილობრივი კეთილდღეობა; დასაქმების ხარისხი; სოციალური თანასწორობა; ვიზიტორთა კმაყოფილება; ადგილობრივი კონტროლი; საზოგადოების კეთილდღეობა; კულტურული სიმდიდრე; ფიზიკური მთლიანობა; ბიოლოგიური მრავალფეროვნება; რესურსების ეფექტიანობა; და გარემოს სისუფთვე (United Nations 2012).

მდგრადი განვითარების კონცეფციის შემდეგი ეტაპი ვლინდება 2012 წელს. გაეროს მიერ ორგანიზებულ კონფერენციაზე შეთანხმდნენ, რომ 2000 წელს დასახული მილენიუმის განვითარების 8 მიზანი (MDG) შესრულებულია და მდგრადი განვითარება უნდა გადავიდეს მაღალი საერთაშორისო რანგის შეხვედრებიდან ქვეყნების დონეზე სამოქმედო გეგმების შემუშავებაზე და განხორციელებაზე. კონფერენციის შედეგები აისახა დოკუმენტში, რომელსაც დაერქვა – „მომავალი, რომელიც გვინდა“ (United Nations 2012).

1.2.2. მდგრადი განვითარების სტრატეგიული მიზნები

გაერო-ს გენერალურმა ასამბლეამ, 2015 წელს, ქ. ნიუ-იორკში, „დღის წესრიგი 21-ის“ (Agenda21), „იოჰანესბურგის განხორციელების გეგმის“ (JPOI) და სხვა ადრე მიღებული შეთანხმებების და დოკუმენტების საფუძველზე, დაამტკიცა დოკუმენტი სახელწოდებით: „ჩვენი სამყაროს გარდაქმნა (Transform Our World): 2030 დღის წესრიგი მდგრადი განვითარებისათვის“. ამით უკიდურესად ღარიბ ქვეყნებზე ორიენტირებული მილენიუმის სტრატეგიული 8 მიზანი (2000-2014) შეიცვალა ყველა ქვეყნისთვის რეკომენდებული განვითარების 17 სტრატეგიული მიზნით და პროგრამის გა-

ნხორციელება განისაზღვრა 2015-2030 წლების პერიოდში (United Nations 2015) (იხ. ცხრ. 1.2.1.1).

ტურიზმის მდგრადი განვითარების მიზნები		
1	არა სიღარიბეს	ყველა სახის სიღარიბის აღმოფხვრა
2	არა შიმშილს	შიმშილის აღმოფხვრა, სასურსათო უსაფრთხოებისა და კეთილდღეობის უზრუნველყოფა ყველასათვის ყველა ასაკში
3	ჯანმრთელობა და კეთილდღეობა	ჯანმრთელი ცხოვრების წესის ხელშეწყობა და კეთილდღეობის უზრუნველყოფა ყველასათვის ყველა ასაკში
4	ხარისხიანი განათლება	ინკლუზიური და თანასწორი განათლების უზრუნველყოფა და უწყვეტი სწავლის შესაძლებლობების ხელშეწყობა ყველასათვის
5	გენდერული თანასწორობა	გენდერული თანასწორობის მიღწევა და ყველა ქალისა და გოგონას გაძლიერება
6	სუფთა წყალი და სანიტარია	წყლის რესურსების მდგრადი მართვისა და სანიტარიაზე ხელმისაწვდომობის საყოველთაო უზრუნველყოფა
7	ხელმისაწვდომი და უსაფრთხო ენერგია	ხელმისაწვდომი, საიმედო, მდგრადი და თანამედროვე ენერგიის საყოველთაო ხელმისაწვდომობის უზრუნველყოფა
8	ღირსეული სამუშაო, ეკონომიკური ზრდა	სტაბილური, ინკლუზიური და მდგრადი ეკონომიკური ზრდის ხელშეწყობა, სრული და პროდუქტიული დასაქმება და ღირსეული სამუშაო ყველასათვის
9	მრეწველობა, ინოვაცია და ინფრასტრუქტურა	მდგრადი ინფრასტრუქტურის შექმნა, ინკლუზიური და მდგრადი ინდუსტრიალიზაციისა და ინოვაციების ხელშეწყობა

10	შემცირებული უთანასწორობა	უთანასწორობის შემცირება ქვეყნებში და ქვეყნებს შორის
11	ქალაქებისა და დასახლებების მდგრადი განვითარება	ქალაქებისა და დასახლებების ინკლუზიური, უსაფრთხო, მოქნილი და მდგრადი განვითარება
12	გონივრული მოხმარება და წარმოება	მდგრადი მოხმარებისა და წარმოების უზრუნველყოფა
13	კლიმატის მდგრადობის მიღწევა	გადაუდებელი ზომების გატარება კლიმატის ცვლილებისა და მისი ზეგავლენის წინააღმდეგ
14	წყალქვეშა რესურსები	ოკეანეების, ზღვებისა და ზღვის რესურსების კონსერვაცია და მდგრადი გამოყენება მდგრადი განვითარებისთვის
15	დედამიწის ეკოსისტემები	ხმელეთის ეკოსისტემების დაცვა, აღდგენა და მდგრადი გამოყენება, ტყის მდგრადი მართვა, გაუდაბნოების წინააღმდეგ ბრძოლა, ნიადაგის დეგრადაციის შეჩერება და აღდგენა-გაუმჯობესება, ბიომრავალფეროვნების შენარჩუნება
16	მშვიდობა, სამართლიანობა, ძლიერი ინსტიტუტები	მშვიდობიანი და ინკლუზიური საზოგადოების ჩამოყალიბების ხელშეწყობა მდგრადი განვითარებისათვის; მართლმსაჯულებაზე ხელმისაწვდომობის უზრუნველყოფა ყველასათვის; ეფექტიანი ანგარიშვალდებული და ინკლუზიური ინსტიტუტების მშენებლობა ყველა დონეზე

ტურიზმის მდგრადი განვითარების მიზნები		
17	თანამშრომლობა საერთო მიზნებისათვის	განხორციელების საშუალებების და გლობალური პარტნიორობის გაძლიერება მდგრადი განვითარებისთვის

ცხრილი 1.2.1.1

წყარო: გაერო საქართველოში

ყველა ჩამოთვლილ მიზანში შეიძლება მოიძებნოს ტურიზმთან დაკავშირებული საკითხი, ხოლო ცალკეულ მიზნებში ტურიზმი პირდაპირ არის მითითებული ერთ-ერთ ამოცანად (მიზნები 8, 12, 14), რასაც ქვემოთ განვიხილავთ. აქ ჩამოთვლილ ტურიზმის შესაძლო კავშირს დანარჩენ მიზნებთან, მხოლოდ ცალკეული მაგალითების აღნიშვნით:

- 1-2. „არა სიღარიბეს და არა შიმშილს“ – ტურიზმის ბიზნესს ახასიათებს ფართო სპექტრის ახალი სამუშაო ადგილების შექმნის შესაძლებლობები და ეფექტიანად ემსახურება სიღარიბის დაძლევის ამოცანებს, რაც, თავის მხრივ, ხელს უწყობს შიმშილის დაძლევას მოსახლეობის ღარიბ ფენებში;
3. „სუფთა წყალი და სანიტარია“ – წარმოადგენს ტურისტთა უსაფრთხოებისა და უვნებლობის ერთ-ერთ ტიპურ ამოცანას, განსაკუთრებით სასტუმროებში, მათი კვებისა და სასმელების ბლოკში;
4. „ხელმისაწვდომი და უსაფრთხო ენერგია“ – სასტუმროების, და ზოგადად დანიშნულების ადგილების, უწყვეტი ენერგომომარაგება წარმოადგენს ტურისტთა მომსახურების აუცილებელ პირობას და, ამასთან, ამავე ბიზნესის წარმოების ერთ-ერთ ყველაზე ხარჯიან კომპონენტს;
9. „მრეწველობა, ინოვაცია და ინფრასტრუქტურა“ – ტურიზმის ინდუსტრია გამოირჩევა მომსახურების მრავალფეროვნებით, რაც, თავის მხრივ, განაპირობებს მის მომსახურე და მიმწოდებელ დარგებთან ფართო კავშირს;

10. „შემცირებული უთანასწორობა“ – ტურიზმის ბიზნესში დასაქმების ფართო შესაძლებლობები, მათ შორის ქალთა დასაქმებისა და განსხვავებული კვალიფიკაციის მქონე პირებისათვის, ხელს უწყობს უთანასწორობის შემცირებას;
11. „ქალაქებისა და დასახლებების მდგრადი განვითარება“ – ტურიზმის ინდუსტრია თავსებადი პრაქტიკულად ნებისმიერ საცხოვრებელ გარემოსთან და მას შეუძლია ხელი შეუწყოს მის ეკონომიკურ განვითარებას. ამას განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება მთიან რეგიონებში, სადაც ეკონომიკური განვითარების ალტერნატივები მცირეა;
13. „კლიმატის მდგრადობის მიღწევა“ – გლობალური დათბობა პირდაპირ ზეგავლენას ახდენს ბუნებრივ რესურსებზე ორიენტირებულ ტურისტულ ადგილებზე, განსაკუთრებით ზამთრის მთიან კურორტებზე;
15. „დედამინის ეკოსისტემები“ – ეკოტურიზმი წარმოადგენს პოპულარულ და სწრაფად მზარდ მიმართულებას ტურიზმის ინდუსტრიაში;
16. „მშვიდობა, სამართლიანობა, ძლიერი ინსტიტუციები“ – ტურიზმი არის ხალხთა შორის მშვიდობიანი ურთიერთობის საშუალება და მას „მშვიდობის პასპორტს“ უწოდებენ;
17. „თანამშრომლობა საერთო მიზნებისათვის“ – საერთაშორისო ტურიზმი პირდაპირ უკავშირდება განსხვავებული ქვეყნების კომპანიებისა და ორგანიზაციების კოოპერირებას, მათ შორის ერთიანი ეკონომიკური მიზნების განხორციელებისთვის.

მიზნები, სადაც ტურიზმი არის ხაზგასმული (UN Georgia 2016):

მე-8 მიზანი: ღირსეული სამუშაო და ეკონომიკური ზრდა (სრული დასახელება: უწყვეტი, ინკლუზიური და მდგრადი ეკონომიკური ზრდის, სრული და პროდუქტიული დასაქმებისა და ყველასთვის ღირსეული სამუშაო პირობების ხელშეწყობა).

დოკუმენტში აღინიშნება, რომ 2015 წლისათვის მსოფლიოში მოსახლეობის ნახევარზე მეტის შემოსავალი დღეში დაახლოებით 2 აშშ დოლარია, რაც განაპირობებს სიღატაკის მაღალ დონეს. ამ მიზნის შესრულება გულისხმობს სამუშაო ადგილების შექმნას ღირსეული ანაზღაურებით და მუშაობის პირობებით, გარემოსათვის უვნებელ საქმიანობას და სამსახურს, რომელიც ხელმისაწვდომი იქნება ყველა შრომისუნარიანი ასაკის მოსახლეობისათვის. ამ მიზანთან დაკავშირებით დასახულია 12 ამოცანა (შემოკლებით):

- 8.1. ნაკლებად განვითარებად ქვეყნებში ეკონომიკის ზრდის შენარჩუნება წლიურ 7% ნიშნულზე;
- 8.2. ეკონომიკის დივერსიფიცირება, ტექნოლოგიების გაუმჯობესება, ინოვაციების დანერგვით, მათ შორის მაღალი დამატებული ღირებულების მქონე და შრომატევადი დარგების განვითარებით;
- 8.3. განვითარებაზე ორიენტირებული პოლიტიკის მხარდაჭერა, რომელიც ხელს უწყობს წარმოების ეფექტიანობას, ღირსეული სამუშაო ადგილების შექმნას, ახალ ინიციატივებს და შემოქმედებით საქმიანობას, ასევე მიკრო-, მცირე- და საშუალო მენარმეობის ფორმალიზებას, მათ შორის ფინანსურ მომსახურებაზე წვდომის უზრუნველყოფით;
- 8.4. 2030 წლის ბოლომდე რესურსების გამოყენების ეფექტიანობის თანმიმდევრული ზრდის უზრუნველყოფა გლობალურად, ეკონომიკის ზრდის პროცესში გარემოს გაუარესების თავიდან აცილებით;
- 8.5. 2030 წლისათვის სრული დასაქმების უზრუნველყოფა, ღირსეული სამუშაო ადგილების შექმნა, რომლებიც თანაბრად ხელმისაწვდომი იქნება როგორც კაცებისათვის, ისე ქალებისათვის, მათ შორის ახალგაზრდებისათვის და შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე პირებისთვის, თანაბარი შრომისათვის თანაბარი ანაზღაურებით;
- 8.6. 2020 წლისათვის, ახალგაზრდა ასაკის მოსახლეობაში უმუშევრობის მნიშვნელოვანი შემცირება, განათლებისა და პროფესიული ცოდნის უზრუნველყოფა;

- 8.7. იძულებითი შრომის დაძლევა, მუშებით, მათ შორის არა-სრულწლოვანებით და ქალებით ვაჭრობის მანკიერი ტრადიციების სასწრაფო აღმოფხვრა;
- 8.8. მუშაობის უფლების დაცვა, სანდო და უსაფრთხო სამუშაო პირობების დანერგვის ხელშეწყობა, მათ შორის მიგრანტებისთვის და იმ პირებისთვის, რომლებსაც არ გააჩნიათ მუდმივი სამუშაო;
- 8.9. 2030 წლისათვის ქვეყნებში შემუშავდეს და დაინერგოს სტრატეგია, რომელიც ხელს შეუწყობს მდგრადი ტურიზმის განვითარებას, შესაბამისი სამუშაო ადგილების შექმნას, ადგილობრივი კულტურის განვითარებას და პროდუქციის წარმოებას;
- 8.10. ადგილობრივი საფინანსო ინსტიტუტების გაძლიერება იმ მიზნით, რომ მათი საბანკო, სადაზღვევო და საფინანსო მომსახურება გახდეს ყველასათვის ხელმისაწვდომი;
8. ა. ნაკლებად განვითარებული ქვეყნებისათვის ვაჭრობაში ხელის შეწყობის გაძლიერება, მათ შორის ტექნიკური დახმარების განვითარება;
8. ბ. 2020 წლისათვის ახალგაზრდების დასაქმების გლობალური სტრატეგიის შემუშავება და ამოქმედება, სამუშაო ადგილებთან დაკავშირებით საერთაშორისო შრომის ორგანიზაციის პაქტის განხორციელება.

მე-12 მიზანი: მდგრადი მოხმარება და წარმოება (სრული დასახელება: პასუხისმგებლიანი მოხმარება და წარმოება)

- 12.1. ათწლეულის სამოქმედო გეგმის განხორციელება რაციონალური წარმოებისა და მოხმარების მოდელების გამოყენებაზე გადასვლასთან დაკავშირებით, რაშიც გათვალისწინებულია ყველა ქვეყნის მონაწილეობა, პირველ რიგში განვითარებული ქვეყნების, განვითარებადი ქვეყნების რესურსებისა და პოტენციალის გამოყენებით;
- 12.2. 2030 წლისათვის, ბუნებრივი რესურსების რაციონალური გამოყენების უზრუნველყოფა;

- 12.3. 2030 წლისათვის, ერთ სულ მოსახლეზე გაანგარიშებით საკვები პროდუქტების ნარჩენების შემცირება ორჯერ, ასევე წარმოების პროცესში დანაკარგების შემცირება;
- 12.4. 2020 წლისათვის, ქიმიური და სხვა ნარჩენების ეკოლოგიურად რაციონალური მართვა მათი არსებობის სრული ციკლის განმავლობაში არსებული საერთაშორისო ხელშეკრულებების ფარგლებში, ასევე ამ ნივთიერებებით ჰაერის, წყლის და ნიადაგის დაბინძურების მნიშვნელოვანი შემცირება ადამიანის ჯანმრთელობაზე და ზოგადად გარემოზე უარყოფითი ზეგავლენის მინიმიზაციის მიზნით;
- 12.5. 2030 წლისათვის ნარჩენების არსებითი შემცირება მათი წარმოშობის წყაროების შეზღუდვით, გადამუშავების და განმეორებითი გამოყენების მეშვეობით;
- 12.6. კომპანიების, განსაკუთრებით მსხვილ და ტრანსნაციონალურ საწარმოებს, მიეცეთ ნახალისება, რომ გამოიყენონ მდგრადი წარმოების მეთოდები, ასევე ასახონ ინფორმაცია მათ მიერ რესურსების რაციონალური გამოყენების შესახებ თავიანთ ანგარიშებში;
- 12.7. ხელი შეეწყოს მდგრადი ხასიათის სახელმწიფო შესყიდვებს, რომლებიც ხორციელდება ეროვნული სტრატეგიებისა და პრიორიტეტების შესაბამისად;
- 12.8. 2030 წლისათვის, მოხდეს მოსახლეობის საყოველთაო ინფორმირება და ცნობიერების ამაღლება მდგრადი განვითარების საკითხებზე და ბუნებასთან ჰარმონიული ცხოვრების წესზე;
12. ა. ხელი შეეწყოს განვითარებად ქვეყნებს მათი სამეცნიერო და ტექნოლოგიური შესაძლებლობების გაძლიერებაში, უფრო მდგრად წარმოებაზე და მოხმარებაზე გადასვლის სტიმულირებისათვის;
12. ბ. შემუშავდეს და დაინერგოს მონიტორინგის მეთოდები მდგრად განვითარებაზე, თუ როგორ ზეგავლენას ახდენს იგი ტურიზმის მდგრად განვითარებაზე, რომელიც ქმნის სამუშაო ადგილებს, ხელს უწყობს ადგილობრივ კულტურას და ადგილობრივი პროდუქტების წარმოებას;

12. გ. წიაღისეული საწვავის გამოყენების არარაციონალური სუბსიდირების გადახედვა, რისი აქტუალობა განპირობებულია რესურსების გაფლანგვის, ბაზარზე დისპროპორციული ცვლილებების და სხვა შედეგებით;

მე-14 მიზანი: სიცოცხლე წყლის ქვეშ (სრული დასახელება: ოკეანისა და ზღვის რესურსების კონსერვაცია და მუდმივი გამოყენება განვითარებისათვის).

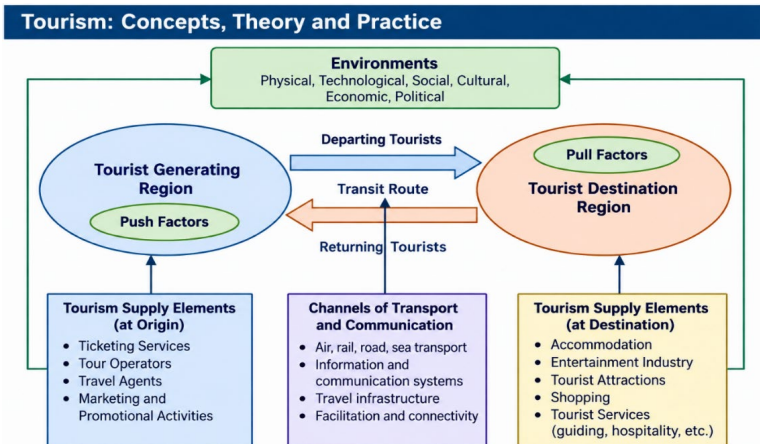
- 14.1. 2025 წლისათვის მნიშვნელოვნად შემცირდეს ზღვების ყველა სახის დაბინძურება;
- 14.2. 2020 წლისათვის, ზღვებისა და სანაპიროების ეკოსისტემების დაცვის და მდგრადი მართვის უზრუნველყოფა;
- 14.3. ოკეანის გამჟავიანების შედეგების მინიმიზაცია და შეჩერება, მათ შორის ყველა დონეზე მეცნიერული თანამშრომლობის ხელშეწყობით;
- 14.4. 2020 წლისათვის უკანონო თევზჭერის აღმოფხვრა და ამ დარგის მართვის დარეგულირება;
- 14.5. 2020 წლისათვის, სანაპიროსა და ზღვის არეალების სულ ცოტა 10% მოქცევა ეროვნული და საერთაშორისო რეგულირებების დაფარვის სფეროში, მათ შორის საუკეთესო სამეცნიერო ინფორმაციის გამოყენებით;
- 14.6. 2020 წლისათვის აიკრძალოს თევზჭერის ზემძლავრი მეთოდების სუბსიდირება, რომელიც ამ პროცესებს ხდის არარეგულირებადს;
- 14.7. მცირე კუნძულოვანი განვითარებადი სახელმწიფოებისთვის და ნაკლებად განვითარებული ქვეყნებისათვის ეკონომიკური სარგებლის გაზრდა, რომელიც მიიღება ზღვის რესურსების მდგრადი გამოყენებით, მათ შორის მეთევზეობის, აკვაკულტურების ტურიზმის მდგრადი მენეჯმენტის მეშვეობით;
14. ა. მოხდეს მეცნიერული ცოდნის ამაღლება და მისი გადაცემა განვითარებულ ქვეყნებში;
14. ბ. უზრუნველყოფილი იქნეს მცირე მეწარმეების წვდომა ზღვის რესურსებზე;
14. გ. საერთაშორისო სამართლის ნორმების გამოყენებით მოხდეს ოკეანის რესურსების გამოყენების რაციონალიზაცია.

1.3. ტურიზმის ჩარჩო მოდელები და საბაზო ცნებები

ტურიზმის ჩარჩო მოდელები და საბაზო ცნებები წარმოდგენილია სამ განზოგადებულ ასპექტში: კონცეფციის, თეორიისა და პრაქტიკის სტრუქტურებში, ტურიზმის ტერიტორიულ მოდელირებაში და ამ დარგის ხანგრძლივი განვითარების ციკლურობაში.

1.3.1. ტურიზმის ჩარჩო მოდელები

ტურიზმის, როგორც ინტერდისციპლინური კვლევითი მიმართულების განხილვა მდგრადი განვითარების კონტექსტში, საჭიროებს კომპლექსურ მიდგომებს, რომლებიც, თავის მხრივ, ეფუძნება და ითავსებს დარგთაშორის ურთიერთობებზე ორიენტირებულ კონცეფციებს. ამ მხრივ, პირველი შეთავაზებები ვლინდება გასული საუკუნის 70-90-იან წლებში (Leiper 1979; Preobrazhenski et al. 1974). ავსტრალიელმა მეცნიერმა Neil Leiper-მა შეიმუშავა და შემდგომში განავითარა მოდელი, რომელსაც თავდაპირველად უწოდა „ტურიზმის ჩარჩო“ (Tourism Framework), ხოლო შემდგომში მოახდინა მისი მოდიფიცირება და განსაზღვრა, როგორც „ტურიზმის სისტემა“ (Dileep 2024; Leiper 1979, 1990) (იხ. ნახ. 1.3.1.1).



ნახაზი 1.3.1.1

წყარო: Leiper 1990

წარმოდგენილ მოდელთან დაკავშირებით აღინიშნება, რომ ტურიზმის ფენომენი ავტორმა განიხილა, როგორც ღია სისტემა, რომელიც ფუნქციონირებს სხვადასხვა გარემოში, როგორებიცაა ადამიანისეული, სოციალ-კულტურული, ეკონომიკური, ტექნოლოგიური, ფიზიკური, პოლიტიკური და სამართლებრივი (Dileep 2024). წარმოდგენილ სისტემაში ასახულია შემდეგი ურთიერთდაკავშირებული კომპონენტები:

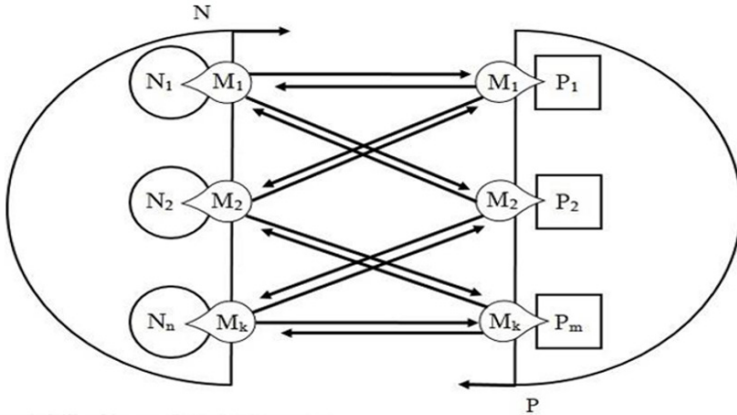
- „ტურისტების გენერატორი რეგიონი“ (Tourism Generating Region – TGR) და მასში მოქმედი მოგზაურობის წამახალისებელი აქტივობები, როგორებიცაა ბილეთების შეთავაზებები, ტუროპერატორების და ტურსააგენტოების ბიზნესი, მარკეტინგული და სხვა ხელშეწყობი აქტივობები;
- ტურისტული დანიშნულების რეგიონი (Tourism Destination Region – TDR) და მასში ტურისტების მოზიდვაზე და მომსახურებაზე მიმართული აქტივობები, როგორებიცაა: განთავსება, გართობა, ტურისტული ატრაქციები, შოპინგი და სხვა ტურისტული მომსახურებები;
- გადაადგილების მარშრუტები, რომლებშიც მოიაზრება ტურისტების გასვლა, მგზავრობა და დაბრუნება (Transit Rout Region- TRR) შესაბამისი სატრანსპორტო და საკომუნიკაციო მომსახურებებით.

მენეჯმენტის კონცეფციის კუთხით, სისტემა განიხილება, როგორც საერთო მიზნის მიღწევაზე მიმართული კომპონენტების, აქტივობების, პროცესებისა და ჩართული ადამიანების, ერთობლიობა.

შემდგომში წარმოდგენილი იყო ტურიზმის მოდელების სხვა ვერსიებიც, რომლებშიც აქცენტი კეთდება შემადგენელი კომპონენტების ურთიერთკავშირების სხვადასხვა ასპექტზე, როგორებიცაა: სოციალურ-კულტურული დანიშნულება (Molina 1991), დაგეგმვის ასპექტი (Molina and Rodríguez 2005), გარემოსთან კავშირი (Beni 2001) და კონკრეტული კვლევების სხვა ასპექტები (Jafari 2005; Lohmann and Panosso Netto 2017).

მარკეტინგულ მიდგომასთან დაკავშირებით ასევე შემოთავაზებულია ტურიზმის მარკეტინგის კვლევის ტერიტორიული მოდელი, რომელიც განიხილება როგორც *ტურიზმის განზოგადებული მოდელი*, შემადგენელი კომპონენტების სივრცითი განაწილების ასპექტის ასახვით (იხ. ნახ. 1.3.1.2)

ტურიზმის მარკეტინგის კონცეფციის კვლევის ტერიტორიული მოდელი



N - მოთხოვნილებები
M - ბაზარი
P - წარმოება

ნახაზი 1.3.1.2

წყარო: ხელაშვილი 1992

წარმოდგენილ მოდელში საზგასმულია ტურისტული ბაზრის (M) ორი ტერიტორიული კატეგორია: პოტენციური ტურისტების რეზიდენციის ადგილები (N1, N2, Nn), სადაც მარკეტინგული აქტივობები მიმართულია ტურისტული პროდუქტების შეთავაზება-რეალიზაციაზე, და ტურისტების მოგზაურობის დანიშნულების ადგილები, დანიშნულების ადგილები (P1, P2, Pm), სადაც მარკეტინგი ორიენტირებულია ადგილზე დამატებითი მომსახურების შეთავაზება-რეალიზაციაზე. ამასთან, რეზიდენციების ადგილებში ბაზარი წარმოდგენილია პოტენციური მომხმარებლებით

და კონკურენცია ვლინდება დანიშნულების ადგილებს შორის, ხოლო დანიშნულების ადგილებში მოთხოვნებს ქმნიან ჩამოსული ტურისტები, მიწოდება კი წარმოდგენილია ადგილზე დამატებითი მომსახურებებისა და პროდუქტების სუბიექტებით, შესაბამისად, კონკურენცია ვითარდება ადგილობრივ მწარმოებლებს შორის. მოდელში ასევე ასახულია ტურისტების რეზიდენციის განზოგადებული გარემო (N) და ტურისტული დანიშნულების ადგილების განზოგადებული გარემო (P), რომელთა შედარებითი ანალიზი მარკეტინგული კვლევის ერთ-ერთ მთავარ კომპონენტს წარმოადგენს (ხელაშვილი 1992).

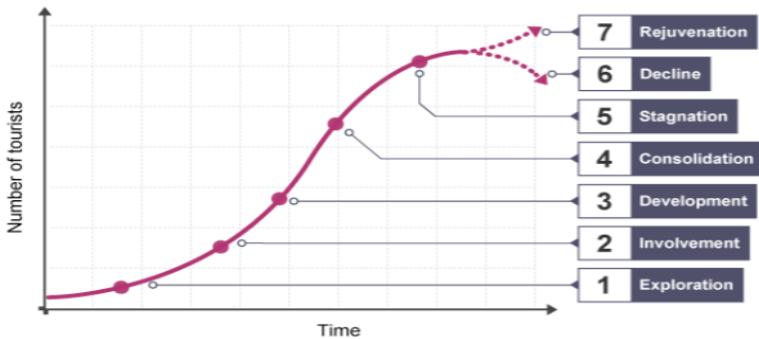
ტურიზმის ხანგრძლივი დროის ჭრილში განვითარების ფართოდ მიღებულ კონცეფციას წარმოადგენს კანადელი მეცნიერის მიერ შემუშავებული „ტურიზმის არეალის სასიცოცხლო ციკლი“ (TALC – Tourism Area Life Cycle). იგი შემუშავებული იქნა ჯერ კიდევ 1980 წელს, თუმცა მისი აქტუალობა დღემდე ვლინდება და განიცდის პერიოდულ განახლებას. TALC ითვალისწინებს კონკრეტული ტერიტორიის (არეალის) ფარგლებში ტურიზმის ინდუსტრიის ხანგრძლივი განვითარების (სასიცოცხლო) 6 თანმიმდევრულ ეტაპს, რომლებიც ერთობლიობაში ციკლის სახით არიან წარმოდგენილი. აღნიშნული ეტაპებია: აღმოჩენისა და ცდის – როდესაც კონკრეტულ არეალში ხდება ტურისტული პროფილის აქტივობების წარმოჩენა; ჩართულობის – ვლინდება აღნიშნულ აქტივობებში კომპანიების ჩართულობის გააქტიურება; განვითარების – ტურისტული აქტივობები სწრაფად ვითარდება და ფართოვდება; კონსოლიდაციის – ჩნდებიან და ვითარდებიან მსხვილი კომპანიები, აქტიურდება კაპიტალტევადი ინვესტიციები, ტურიზმი ხდება არეალის პროფილური მიმართულება; სტაგნაციის – იწურება შემდგომი გაფართოების რესურსები, ვლინდება წარუმატებელი კომპანიების გაკოტრების და ფუნქციური პროფილის შეცვლის შემთხვევები, ტურიზმის მიმართულება კარგავს პრიორიტეტულობას. ბატლერის მოდელის თანახმად, შემდგომ დამასრულებელ ეტაპზე გამოიყოფა ორი ძირითადი ალტე-

რნატიული მიმართულება: ა) ტურისტული მიმართულების განახლება, ან ბ) ხდება ტურისტული ფუნქციების ჩანაცვლება (დეგრადაცია) სხვა ფუნქციებით (იხ. ნახ. 1.3.1.3).

Butler's life cycle model

A model is a simplification of the real world used to better understand reality.

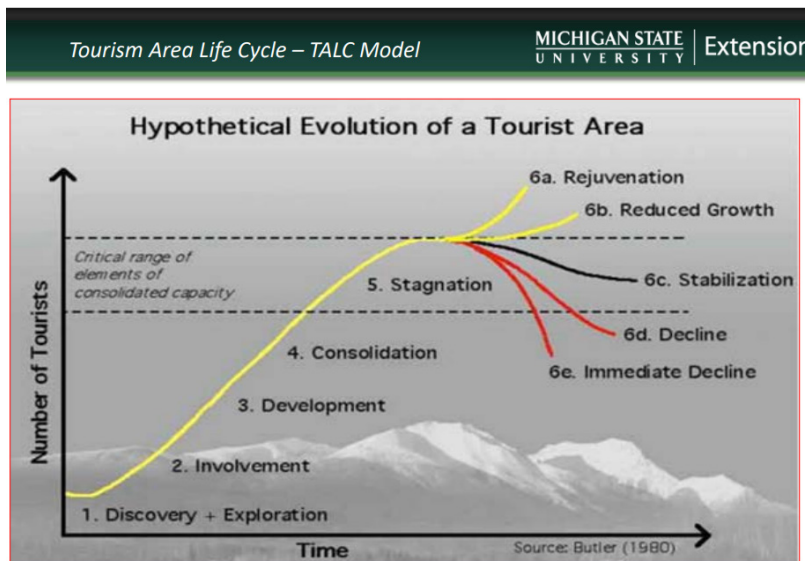
Professor Richard Butler suggested a model for the life cycle of a tourist destination which has a number of stages:



ნახაზი 1.3.1.3

წყარო: Butler 1980

აღნიშნულმა კონცეფციამ ფართო პოპულარობა მოიპოვა სამეცნიერო კვლევებში და პარალელურად ჩნდება მისი დაკონკრეტების მოსაზრებებიც. განსაკუთრებული ყურადღება ეთმობა TALC-ს ბოლო ეტაპს, რომლის შემდგომი განვითარება, წარმოდგენილია რიგი ალტერნატიული მიმართულებებით. ერთ-ერთი პოპულარული ვერსიის თანახმად, აღნიშნული მიმართულებებია: განახლება (Rejuvenation), ზრდის შემცირება (Reduced Growth), სტაბილიზება (Stabilization), კლება (Decline), მყისიერი კლება, ანუ ვარდნა (Iliev 2019; Northrop 2016) (იხ. ნახ. 1.3.1.4).



ნახაზი 1.3.1.4

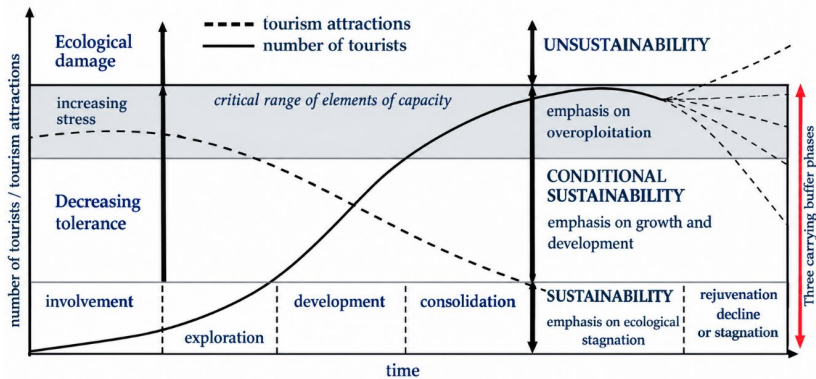
წყარო: Northrop 2016; Truys 2026

ასევე ავტორები აკონკრეტებენ განახლების ეტაპს იმ მიმართულებებით, რომლებიც ხელს უწყობენ არსებული ტურისტული ფუნქციის რაციონალურ გარდაქმნას. ასეთ მიმართულებებად სახელდება: ტურისტული ფუნქციების დივერსიფიცირება; ინოვაციების დანერგვა; დანიშნულების ადგილის პოზიციონირების შეცვლა ბაზარზე, არსებულ ან ახალ სეგმენტებზე ორიენტირებით, პერსპექტიული მომსახურებების შეთავაზებით; მდგრადი ტურიზმის განვითარებაზე ორიენტირება; შემდგომი განვითარება დაბალი ტემპებით სხვა ფუნქციებთან თავსებადობით (Butler 2025; Butler and Weidenfeld 2012).

განსაკუთრებულ ყურადღებას იმსახურებს TALC-ის კონცეფციის განხილვა **ტურისტული დანიშნულების ადგილის მდგრადი განვითარების** კონტექსტში, რაც, პირველ რიგში, მოიაზრება სახელმწიფოს მიერ ქვეყნისა და მისი რეგიონების განვითარების

მიმართ განსახორციელებელი სტრატეგიის ფარგლებში. შესაბამისად, მდგრადი განვითარების კვლევები მიმართულია პროცესების ხანგრძლივ პერსპექტივაში განხილვაზე, რაც პირდაპირ კავშირშია TALC-ის ხედვასთან. ამ კავშირების ცალკეული მაგალითებია ტურიზმზე ორიენტირებული ფართო სპექტრის ინფრასტრუქტურული მშენებლობები, სივრცითი მონყობა და დაგეგმარება, გაღებული ინვესტიციების უკუგება, ეკონომიკის სტრატეგიული სპეციალიზაცია, პოლიტიკური ურთიერთობების განვითარება, უსაფრთხოების სტრატეგიების შემუშავება და დანერგვა, ხანგრძლივი და ციკლური ბუნებრივი პროცესების გათვალისწინება, მ.შ. კლიმატის ცვლილებები გლობალურ მასშტაბში და ა.შ.

მკვლევრები აღნიშნავენ ტურისტული დანიშნულების ადგილებში ვიზიტორთა ნაკადების შეზღუდვების გათვალისწინების აქტუალობას გარემოს ყველა კომპონენტის ურთიერთკავშირში განხილვით და ტურიზმის სასიცოცხლო ციკლის განვითარების ეტაპებთან მიმართებით, რადგან თითოეულ მათგანს ახასიათებს სპეციფიკური შემზღუდავი პირობები. ამ ხედვით, ჩატარებული კვლევების საფუძველზე წარმოდგენილი იქნა მდგრადი განვითარებისა და TALC ინტეგრირებული მოდელი (იხ. ნახ. 1.3.1.5) (Kruczek, Kruczek, and Szromek 2018; Romão 2018). იგი ასახავს ლოგიკურ კანონზომიერებას, რომელიც მიუთითებს, რომ კონკრეტული ტურისტული არეალის პოპულარობის ზრდა ხანგრძლივი პერიოდის განმავლობაში ხასიათდება ვიზიტორთა ზრდის ტემპის თანდათანობითი შემცირებით და ნულამდე (ე.წ. კრიტიკულ ზღვრამდე) დაცემით, რასაც სტაგნაციის ეტაპი ეწოდება. ამ ეტაპზე იკვეთება ტურისტული აქტივობების განახლებისა და გარდაქმნის აქტუალობა, რაც წინასწარ უნდა იქნას განსაზღვრული და დაგეგმილი. ასეთი მიდგომაც მოიაზრება მდგრადი განვითარების ხედვის ფარგლებში (იხ. ნახ. 1.3.1.5).



Sustainable development and the Tourism Area Life Cycle (TALC).

ნახაზი 1.3.1.5

წყარო: Kruczek, Kruczek, and Szromek 2018, 12

TALC-ის კონტექსტში, მდგრადი განვითარების ხელშეწყობის კუთხით, ასევე აღინიშნება მარკეტინგისა და ინვესტიციების კონცეფციების მორგების საჭიროება.

სტრატეგიული მარკეტინგის მიზნები განსხვავებულია TALC სხვადასხვა ეტაპზე. საწყის, „აღმოჩენისა და ცდის“, ეტაპზე მარკეტინგის პრიორიტეტულ მიზანს წარმოადგენს დანიშნულების ადგილის ბაზარზე წარმოჩენა, ცნობადობის ამაღლება, სამომხმარებლო ბაზრის მოზიდვა. ამასთან, ნაკლები ყურადღება ეთმობა კონკურენტულ გარემოს, რომელიც, როგორც წესი, არ არის განვითარებული. შემდგომი, „ჩართულობის“ და „განვითარების“ ეტაპებზე, მარკეტინგის სტრატეგიები მიმართულია ბაზრის გაფართოებაზე და პერსპექტიული სეგმენტების გამოვლენაზე. ამასთან, ტურისტული ბიზნესის განვითარება და ახალი მონაწილეების წარმოჩენა კონკრეტული დანიშნულების ადგილის ფარგლებში, მნიშვნელოვნად ცვლიან მარკეტინგული სტრატეგიების მიზნებს, რომლებიც გადადიან კონკურენტული უპირატესობების წარმოჩენაზე, შესაბამისი ნიშა-სეგმენტების გამოვლენაზე

და მათ მოზიდვაზე. ასევე არსებითად იცვლება სტრატეგიული მარკეტინგის მიზნები „კონსოლიდაციისა“ და „სტაგნაციის“ ეტაპებზე, სადაც მთავარ გამოწვევებად ვლინდება სეგმენტების შენარჩუნება, მათ არსებულ და პერსპექტიულ მოთხოვნებზე ორიენტირებული ინოვაციების წარმოჩენა და პოპულარიზაცია. ასევე „სტაგნაციის“ ეტაპზე ვითარდება კონკურენცია დანიშნულების ადგილის სხვა ხელსაყრელი დანიშნულებით გამოყენებასთან მიმართებით. აღნიშნული მარკეტინგული სტრატეგიების სპექტრი მეორდება განახლების ალტერნატიული მიმართულებების ეტაპზე, შესაბამისი მოდიფიცირებებით, სპეციფიკურ პირობებზე მორგებით და განახლებებით.

TALC-ის კონცეფციის გათვალისწინება და მისი გამოყენება მნიშვნელოვანია *საინვესტიციო აქტივობებშიც*, რადგან გაღებული ინვესტიციებისგან მოსალოდნელი უკუგების მიღება ასევე ხანგრძლივ პერიოდში მოიაზრება, განსაკუთრებით კაპიტალტევად სასტუმროებსა და კურორტებთან მიმართებით. ამ მიდგომის მნიშვნელობას ასევე განაპირობებს TALC-ის ეტაპების ფარგლებში მომხმარებელთა გადახდისუნარიანობის ცვალებადობა, სავალუტო კურსის ცვალებადობა, კონკურენტული გარემოს განვითარება, საინვესტიციო რეგულაციების შესაძლო ცვლილებები, კრიზისული პერიოდების გამოვლენის რისკები და სხვა, რაც მოქმედებს შემოსავლებზე და ბიზნესში გასანევ ხარჯებზე.

TALC-ის მიმართ გამოიყენება სხვა კონცეპტუალური მიდგომებიც, როგორებიცაა: ეკონომიკური ზრდის მოდელი (Gouveia and Rodrigues 2005; Lozano, Rey-Maqueira, and Gómez 2008), ტურისტული ორგანიზაციების ინტეგრირება და კვლევა (Butler and Weidenfeld 2012; Kubickova and Martin 2020; Marsiglio 2018), სტაგნაციის პერიოდის მოდელირება (Albaladejo and Martínez-García 2017), ეკონომიკური გეოგრაფიის კონცეფცია (Romão 2025), გაზიარების ეკონომიკა (sharing economy) და სხვა (Poulaki and Avdimiotis 2019).

სამეცნიერო კვლევებში TALC-ს ინდიკატორები და ცვლადები ფართო მრავალფეროვნებით ხასიათდება. მაგალითად, ეტაპის იდენტიფიცირებისთვის ხშირად გამოიყენება ისეთი ცვლადები,

როგორებიცაა: ტურისტთა რაოდენობა, მსპ, წმინდა შიგა პროდუქტი, შემოსავლები და ინვესტიციები ტურიზმში, განთავსების საშუალებებში ადგილების რაოდენობა და სხვა. ამასთან, კვლევის ობიექტის კომპლექსურობის, მრავალფეროვნებისა და კვლევითი მიზნების სპექტრი გაცილებით უფრო მრავალფეროვანია. ამ საკითხთან დაკავშირებით აშშ-სა და ინდოეთის უნივერსიტეტების მკვლევრებმა გამოავლინეს ის ცვლადები, რომლებიც განსაკუთრებული სიხშირით გამოიყენება აღნიშნულ კვლევებში და კვლევების პრიორიტეტული მიმართულებები, რომლებიც ქვემოთ არის წარმოდგენილი (იხ. ცხრ. 1.3.1.1 და 1.3.1.2).

TALC კვლევებში ხშირად გამოყენებადი ცვლადები	
ტურისტთა რაოდენობა	Tourist Arrivals
ისტორიის ანალიზი	Historical Analysis
განთავსების საშუალებები	Accommodation
სახელმწიფოს როლი / პოლიტიკა	Role of Government/Policy
მასპინძელი საზოგადოების დამოკიდებულება	Host Attitude
ტურისტული მოთხოვნები	Tourism Demand
ტურისტული პროდუქტები	Tourism Products
ეკონომიკური ფაქტორები	Economic Factors
ტურისტული ორგანიზაციები	Tourism Organizations
ტურისტთა აღქმა	Tourists Perception
გაყიდვები და შემოსავლები	Sales and Revenue
ტერიტორიის გამოყენება	Land Use
ენდოგენური და ეგზოგენური ფაქტორები	Endogenous and Exogenous Forces
სოციალური და კულტურული ფაქტორები	Social and Cultural Factors
პოლიტიკური და სამართლებრივი ფაქტორები	Politico-Legal Factors
ტურისტთა დანახარჯები	Tourist Expenditure
TALC-ის ინდიკატორები	TALC Indicators
ინფრასტრუქტურის განვითარება	Infrastructure Development
მარკეტინგული გეგმა	Marketing Plan
მენარმეების როლი	Role of Entrepreneurs
გარემო	Environment
მდგრადობა	Sustainability
ტურისტული გარემო	Tourism Scape

კადრების ღირებულება	Labour Cost
ტურისტთა მოთხოვნილებები	Tourist Needs
ტურისტების მიერ მოხმარება	Tourist Consumption
შრომითი რესურსები	Workforce
ტრანსპორტი	Transport

ცხრილი 1.3.1.1

წყარო: Gore et al. 2022

კვლევების პრიორიტეტული მიმართულებები	
ადგილობრივების აღქმა	Host Perception
ტურისტების აღქმა	Tourist Perception
დასაქმებულების აღქმა	Employee Perception
სამართლიანი განაწილება	Peer to Peer Accommodation
სახელმწიფოს როლი	Role of Government
კონკურენცია	Competitiveness
სტრუქტურული ცვლილებები	Structural Changes
ტურისტული პროდუქტი / რესურსები	Tourism Products/ Attractions
ტურიზმის სახეობები და მათი განვითარება	Types of Tourism and Development
ინვესტირება ტურიზმში	Tourism Investment
ტურიზმის სისტემა	Tourism Systems
ტურიზმის ზეგავლენა	Tourism Impact
ცვლილების გამომწვევი ფაქტორები	Triggers of Change
ეტაპების და მათი ცვლილებების მართვა	Managing and Transition of Stages
ადგილობრივი მოსახლეობის ჩართულობა	Local Community Participation
განვითარების პოლიტიკა	Politics of Development
მენარმეობა	Entrepreneurship
ეკონომიკური ზრდის მოდელი	Economic Growth Model
ხელშეწყობი და ზომიერი განვითარების ცვლადები	Mediating and Moderating Variables

ცხრილი 1.3.1.2

წყარო: Gore et al. 2022

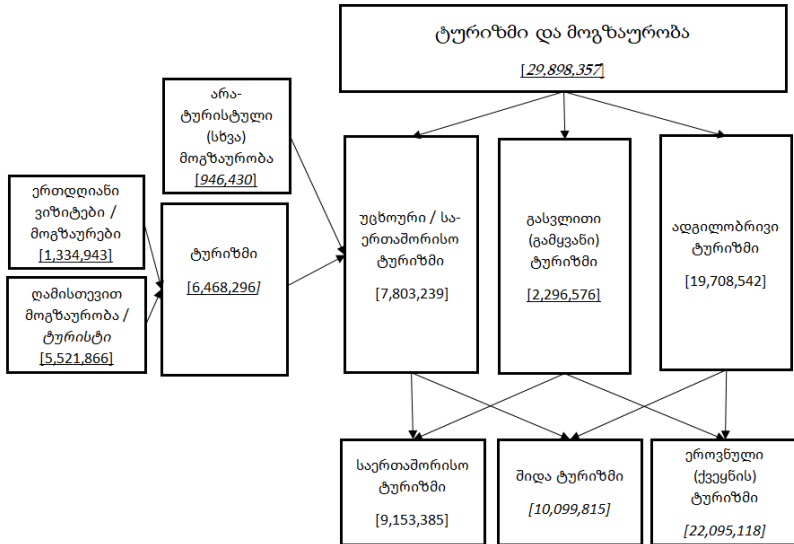
TALC-ის კონცეფციას ახასიათებს გარკვეული შეზღუდვებიც. ავტორები აღნიშნავენ, რომ TALC-ის მოდელი არ ითვალისწინებს გარე ფაქტორებს, რომლებიც მნიშვნელოვან ზეგავლენას ახდენენ ტურიზმის განვითარებაზე და ამის ერთ-ერთ მაგალითად სახელდება COVID-19 კრიზისული პერიოდი (Butler, 2025).

განხილული მოდელები საფუძვლად დაედო ინოვაციური მიდგომებისა და მოდელების შემუშავებას, რომლებიც ქვემოთ განიხილება თანამედროვე ტენდენციებთან კავშირში.

1.3.2. ტურიზმის მდგრად განვითარებასთან დაკავშირებული საბაზო ცნებები

ტურიზმისა და მოგზაურობის ინდუსტრიასთან დაკავშირებულ კვლევებში და ანგარიშებში დამკვიდრდა შესაბამისი საკვანძო ცნებების, კატეგორიებისა და ფორმების საერთაშორისოდ მიღებული სტანდარტები. მოცემულ ნაშრომში, ყურადღება ეთმობა მათ ურთიერთკავშირებს, როგორც ერთიანი სისტემის შემადგენელ კომპონენტებს. აღსანიშნავია, რომ ამ საკითხებთან მიმართებით, ვლინდება ინტერპრეტაციებისა და თარგმნის არაერთგვაროვნების შემთხვევებიც, რამაც ასევე განაპირობა ამ საკითხების მიმართ ყურადღების გამახვილება. განხილვა ეფუძნება გაეროს მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციის, ევროგაერთიანების სტატისტიკური სამსახურის, საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციისა და საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის ანგარიშებში ასახულ საკვანძო ცნებებს და კატეგორიებს. საერთაშორისო პრაქტიკაში დამკვიდრებული ცნებებისა და კატეგორიების ერთიან სისტემაში წარმოდგენის მიზნით შედგენილია გრაფიკული მოდელი. ასევე, თითოეულ კომპონენტს ახლავს საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის 2025 წლის ანგარიშებში წარმოდგენილი ფაქტობრივი მონაცემების მაგალითები (იხ. ნახ. 1.3.2.1).

ტურიზმისა და მოგზაურობის სახეობები ქვეყანასთან მიმართებით (საქართველოს მონაცემების მაგალითზე)



ნახაზი 1.3.2.1.

წყაროები: შედგენილია ი. ხელაშვილის მიერ საერთაშორისო და საქართველოს ეროვნული ანგარიშების და შესაბამისი განმარტებების საფუძველზე (Eurostat 2014; GEOSTAT 2026; GNTA 2026; საქართველოს კანონი ტურიზმის შესახებ 2023; UN Tourism 2008; United Nations and UN Tourism 2010).

მოგზაურობა/მოგზაური (Travel/Traveller). მოგზაური არის ადამიანი, რომელიც მოგზაურობს სხვადასხვა გეოგრაფიულ ადგილებში, ნებისმიერი მიზნით და ნებისმიერი ხანგრძლივობით. უცხოელი მოგზაური არის ნებისმიერი ასაკის არარეზიდენტი პირი, რომელიც გადაადგილდება ქვეყნის საზღვრებს გარეთ ნებისმიერი ხანგრძლივობითა და მიზნით. საქართველოს მაგალითზე, აღნიშნულ კატეგორიაში აღირიცხებიან საქართველოში მოგზაური მოქალაქეები, რომლებიც არიან უცხო ქვეყნის რეზიდენტები და გამოირიცხება უცხო ქვეყნის ის მოქალაქეები, რომელთა რეზიდენტობის ქვეყანა საქართველოა (GNTA 2026). ხში-

რად ამ საკითხთან დაკავშირებით მოიხსენიება ასოცირებული ტერმინები – ვიზიტორი, მოგზავრი, ტურისტი. დასაზუსტებლად ქვემოთ მოცემულია ამ ტერმინების განმარტებები.

ვიზიტორი (Visitor) არის მოგზაური, რომელიც მიემგზავრება ძირითადი დანიშნულების ადგილას თავისი ჩვეული გარემოს გარეთ, ერთ წელზე ნაკლები ვადით, ნებისმიერი ძირითადი მიზნით (საქმიანი, დასასვენებელი ან სხვა პირადი მიზნით), გარდა იმ შემთხვევისა, როდესაც ვიზიტი უკავშირდება დასაქმებას (Eurostat; UN Tourism 2008; United Nations and UN Tourism 2010). საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის ანგარიშებში, საქართველოს ტურიზმის შესახებ კანონის თანახმად, დაზუსტებულია საერთაშორისო (უცხოელი) ვიზიტორის ცნების ასაკობრივი მაჩვენებელი – 15 წელი და მეტი, ასევე – დასრულებული ვიზიტების ჯერადობა, რომელიც არ უნდა აღემატებოდეს 8 ვიზიტს თვეში (GNTA 2026).

ტურიზმი/ტურისტი (Tourism/Tourist). ტურიზმი, როგორც აქტივობა, წარმოადგენს მოგზაურობის (ვიზიტის) შემადგენელ კომპონენტს და გამოირჩევა მოგზაურობის ადგილზე 24 საათზე მეტი დარჩენის (ლამისთვის) ნიშნით. დარჩენის ზედა ზღვარია 1 წელზე ნაკლები პერიოდი. ასევე, მოგზაურობა, ვიზიტის ცნების მსგავსად, შეიძლება მოიცავდეს ნებისმიერ ძირითად მიზანს, მათ შორის საქმიან ვიზიტს, დასვენებას ან სხვა მიზნებს, გარდა იმ მოგზაურობისა, რომელიც ითვალისწინებს დანიშნულების ადგილზე დასაქმებას (Eurostat; GNTA 2026; UN Tourism 2008; United Nations and UN Tourism 2010).

ერთდღიანი ვიზიტი/ვიზიტორი (Same-Day Visitor or excursionist) არის მოგზაურობა/მოგზაური, რომელიც არ ითვალისწინებს ლამისთვის. ვიზიტორი შეიძლება იყოს ექსკურსანტი, ასევე ის ერთდღიანი ვიზიტორი, რომელიც მოგზაურობს ისეთი პერსონალური მიზნებით, როგორებიცაა ახლობლების მონახულება, საქმიანი შეხვედრა, სწავლა, სამედიცინო მომსახურების მიღება, რელიგიური ადგილების მონახულება და ღონისძიებებ-

ზე დასწრება, შოპინგი, ტრანზიტი და სხვა (United Nations and UN Tourism 2010, 258)

სხვა კატეგორია (Another category) მოიცავს ყველა იმ ვიზიტს, რომელიც არ შედის მოგზაურობის ზემოაღნიშნულ კატეგორიაში. იგი განიმარტება როგორც „15 წლის ან უმცროსი ასაკის მოგზაურების ვიზიტები და ჩვეულ გარემოში განხორციელებული ვიზიტები (8 და 8-ზე მეტი თვეში)“ (Eurostat; GNTA 2026; UN Tourism 2008). ამ ცნებაში მოიაზრებიან საზღვრებზე მომუშავე პირები, რომლებიც ხშირად კვეთენ სახელმწიფო საზღვარს, უცხოეთში სეზონურად ან მოკლე ვადით მომუშავე პირები, საერთაშორისო ტრანსპორტში დასაქმებული პერსონალი, უცხოეთში ხანგრძლივი პერიოდით სასწავლებლად წასული სტუდენტები, ხანგრძლივი პერიოდით სამკურონალოდ წასული პაციენტები, უცხოეთში მომუშავე დიპლომატები, სამხედრო პირები და მათი ოჯახის წევრები.

გასვლითი (გამყვანი) ტურიზმი (Outbound tourism). მოცემულ ნაშრომში აღნიშნული ტერმინი ითარგმნება როგორც „გასვლითი ტურიზმი“, ხშირად გამოყენებული „გამყვანი ტურიზმის“ ალტერნატივად. სიტყვა „გამყვანი“ ასოცირდება ბიზნესის მომსახურების პროფილურ მიმართულებასთან, კერძოდ, ტურისტების ქვეყნიდან გაყვანის მომსახურებასთან. გასვლითი ტურიზმი, თავის მხრივ, უფრო ფართო ცნებაა და მოიცავს როგორც ტურისტული ბიზნესის აღნიშნულ სახეობას, ისე ამ სახის აქტივობებს და თავად პროცესს, მათ შორის თვითორგანიზებულად მოგზაურობას საზღვარგარეთ. ეს შინაარსი არსებითად აისახება საერთაშორისო ორგანიზაციების მიერ მიღებულ ფორმულირებაში, სადაც განმარტებულია, რომ Outbound tourism-ი გულისხმობს რეზიდენტების საზღვარგარეთ მოგზაურობას, როგორც ქვეყნის შიგნით მოგზაურობის გაგრძელებას, ისე პირდაპირ უცხოეთში მოგზაურობას (Eurostat; GNTA 2026; UN Tourism 2008).

ცნება უცხოელი ვიზიტორი/ტურისტი (Inbound visitor/tourist) ალტერნატიულად მოიხსენიება, როგორც საერთაშორისო

ვიზიტორი/ტურისტი (International tourist). მოცემულ ნაშრომში, გამოიყენება ვერსია *უცხოელი ვიზიტორი/ტურისტი*, საქსტატი-ის მიერ გამოყენებული ტერმინოლოგიის თანახმად. შევნიშნავთ, რომ რიგ ანგარიშებში (GNTA-ს პუბლიკაციებში) ეს ცნება ნაშრომდგენილია, როგორც „საერთაშორისო ტურისტი“, ხოლო შესაბამისი აქტივობა – „საერთაშორისო ტურიზმი“. ამასთან, საერთაშორისო ტურიზმს ახასიათებს უფრო ფართო, ორმხრივი გაგება. კერძოდ, საერთაშორისო ორგანიზაციების განმარტებების თანახმად, ეს ცნება მოიცავს როგორც უცხოელ ტურისტთა მოგზაურობას დანიშნულების ადგილებში, ისე რეზიდენტების ტურისტულ მოგზაურობას უცხოეთში (Eurostat; UN Tourism 2008; United Nations and UN Tourism 2010).

ადგილობრივი ტურიზმი (Domestic tourism) გულისხმობს რეზიდენტების მოგზაურობას თავისივე ქვეყნის ფარგლებში, როგორც ქვეყნიდან გაუსვლელად, ისე მოგზაურობის შემდგომი გაგრძელებით ქვეყნის მიღმა (Eurostat; UN Tourism 2008).

შიგა ტურიზმი (Internal tourism), „ადგილობრივი ტურიზმისგან“ განსხვავებით, მოიცავს როგორც რეზიდენტი (ადგილობრივი), ისე უცხოელი (Inbound) ტურისტების მოგზაურობას კონკრეტული ქვეყნის ფარგლებში (Eurostat; UN Tourism 2008; United Nations and UN Tourism 2010)¹. შესაბამისად, „domestic tourism“ არ არის „შიგა ტურიზმის“ იდენტური ცნება, რაც იკითხება რიგ ანგარიშებში.

¹ საქართველოს ტურიზმის სტატისტიკურ მიმოხილვაში „შიდა ტურიზმი“ განმარტებულია, როგორც „საქართველოს ტერიტორიაზე რეზიდენტების მიერ მათი ბუნებრივი გარემოს ფარგლებს გარეთ განხორციელებული ვიზიტი“ (GNTA 2024, 17). აღნიშნული განმარტება მეორდება საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის ანგარიშში „შიდა ვიზიტორების კვლევა“ (GNTA 2024). ამასთან, საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის ანგარიშებში „შიდა ვიზიტორების კვლევა“ ითარგმნება როგორც „Domestic Visitor Survey“ (GNTA), რითიც ხდება შიგა ტურიზმის გაიგივება ადგილობრივ ტურიზმთან. საქსტატის ანგარიშებში ადეკვატურად არის „ადგილობრივი“ ტურიზმი ნათარგმნი როგორც „Domestic tourism“ (GEOSTAT 2024).

აღრიცხვიანობის კუთხით, საერთაშორისო რეგიონებში, როგორებიცაა, მაგალითად, ევროგაერთიანება და სხვა ქვეყნები, რომლის ფარგლებში მოგზაურთა გადაადგილება არ ითვალისწინებს საზიზო პროცედურებს, უცხოელი და შიგა ტურისტების განცალკევებული აღრიცხვა საჭიროებს სპეციალური სავლე კვლევების განხორციელებას (United Nations and UN Tourism 2010, 68). ამ მონაცემების გათვალისწინება მნიშვნელოვანია, როგორც ქვეყნების ეკონომიკური კვლევებისათვის, მაგალითად, ე.წ. „უხილავი ექსპორტის“, ანუ ტურისტებისგან უცხო კაპიტალის შემოდინების კუთხით, ისე ბიზნესის პროფილის კვლევებისთვის, განსაკუთრებით მარკეტინგული საკითხების კონტექსტში.

საერთაშორისო ტურიზმი (International tourism) ასევე მოიცავს ორი კატეგორიის მოგზაურებს – მოცემულ ქვეყანაში ჩამოსულ ტურისტებს და ამავე ქვეყნიდან საზღვარგარეთ მოგზაურ ტურისტებს. შესაბამისად, ეს ცნება არ უნდა გაიგივდეს მხოლოდ ცალკეული ქვეყნის უცხოურ ტურიზმთან, რაც ასევე ვლინდება ცალკეულ ანგარიშებში და კვლევებში. ეკონომიკური კუთხით, ეს მიდგომა, ტურისტების ხარჯიანობის მხრივ, იძლევა ვალუტის გადინებისა და შემოდინების შესწავლის საშუალებას, რაც არსებითად იმპორტ-ექსპორტის სახეობად შეიძლება იქნას განხილული.

ეროვნული ტურიზმი (National tourism) გულისხმობს ტურიზმის ინდუსტრიის განხილვას ქვეყნის ეკონომიკის კონტექსტში. იგი აერთიანებს ადგილობრივ ტურიზმს და გასვლით ტურიზმს. საერთაშორისო ტურიზმის მსგავსად, ეს ასპექტიც უკავშირდება სავალუტო დინებების, საერთაშორისო კონკურენციაში ჩართულობის, შიგა ბაზრის პოტენციალის ათვისების და შესაბამისი რესურსების გამოყენების რაციონალიზაციის საკითხებს (Eurostat).

მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციის მიერ ასევე განსაზღვრულია ტურიზმის ტრადიციული და ინოვაციური მიმართულებები (იხ. ცხრ. 1.3.2.1).

ცხრილი 1.3.2.1

ტურიზმის ტრადიციული და ინოვაციური მიმართულებები	
Business tourism	საქმიანი (ბიზნეს) ტურიზმი
Coastal, maritime and inland water tourism	საზღვაო ტურიზმი (სანაპირო, საზღვაო და შიგა წყლის ტურიზმი)
Cultural tourism	კულტურული ტურიზმი
Ecotourism	ეკოტურიზმი
Education tourism	საგანმანათლებლო ტურიზმი
Gastronomy tourism	გასტრონომიული ტურიზმი
Health tourism	საკურორტო-გამაჯანსაღებელი ტურიზმი (შეიცავს სამკურნალო და ველნეს (გამაჯანსაღებელ) ტურიზმს)
Medical tourism	სამედიცინო ტურიზმი (ვიზიტორი პაციენტების მომსახურება)
MICE (Meeting Tourism): Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions	შეხვედრები, ნახალისებები, კონფერენციები და გამოფენები
Mountain tourism	სამთო ტურიზმი
Rural tourism	სასოფლო ტურიზმი (აგროტურიზმი)
Sports tourism	სპორტული ტურიზმი
Wellness tourism	გამაჯანსაღებელი ტურიზმი
Urban tourism	ურბანული ტურიზმი
Adventure tourism	სათავგადასავლო ტურიზმი
Religious tourism	რელიგიური ტურიზმი
Shopping tourism	შოპინგი
Voluntourism / Volunteer Tourism	მოხალისეთა ტურიზმი

წყარო: UN Tourism 2008

ყურადღებას იმსახურებს ცნება „ტურიზმის ინდუსტრია“, რომელიც აერთიანებს ტურისტული პროდუქტების წარმოებაში ჩართულ დარგებს. გაეროს მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციის

განმარტებით, „ტურიზმის ინდუსტრია“ მოიცავს 12 ეკონომიკურ აქტივობას (იხ. ცხრ. 1.3.2.2).

ცხრილი 1.3.2.2

ტურიზმის ინდუსტრია		ISIC მე-4 ცვლილება	აღწერა
1	განთავსება ვი- ზიტორებისათვის	5510	მოკლევადიანი განთავსე- ბის აქტივობები
		5520	კარავის ადგილები, რეკრე- აციული მანქანების პარკე- ბი და მისაბმელების (ტრეი- ლერების) პარკები
		5590	სხვა განთავსება
		6810	უძრავი ქონებით საქმიანო- ბა, საკუთარი ან საიჯარო ქონებით
		6820	უძრავი ქონებით საქმიანო- ბა გადასახადის ან ხელშე- კრულების საფუძველზე
2	საკვებით და სას- მელით უზრუნველ- ყოფის მომსახურება	5610	რესტორნები და მობილუ- რი კვების მომსახურების განევა
		5629	სხვა საკვებით მომსახურე- ბით აქტივობა
		5630	სასმელით მომსახურებით აქტივობა
3	სარკინიგზო მგზავ- რების ტრანსპორტი	4911	სამგზავრო მატარებლების ქალაქთაშორისი ტრანსპო- რტი

ტურიზმის ინდუსტრია		ISIC მე-4 ცვლილება	აღწერა
4	სახმელეთო მგზავრების ტრანსპორტი	4922	სხვა სახმელეთო სამგზავრო ტრანსპორტი
5	საწყლოსნო მგზავრების ტრანსპორტი	5011	საზღვაო და სანაპირო სამგზავრო საწყლოსნო ტრანსპორტი
		5021	შიგა სამგზავრო საწყლოსნო ტრანსპორტი
6	საჰაერო მგზავრების ტრანსპორტი	5110	მგზავროთა საჰაერო ტრანსპორტი
7	სატრანსპორტო აღჭურვილობის დაქირავება	7710	ავტომობილების დაქირავება და ლიზინგი
8	ტურისტული სააგენტოები და სხვა დაჯავშნის სამსახურის საქმიანობა	7911	ტურისტული სააგენტოების საქმიანობა
		7912	ტუროპერატორის საქმიანობა
		7990	სხვა დაჯავშნის მომსახურება და დაკავშირებული საქმიანობა
9	კულტურული აქტივობები	9000	შემოქმედებითი, ხელოვნებისა და გასართობი აქტივობები
		9102	მუზეუმების საქმიანობა და ისტორიული ადგილებისა და ნაგებობების ექსპლუატაცია
		9103	ბოტანიკური და ზოოლოგიური ბაღების და ნაკრძალების საქმიანობა

ტურიზმის ინდუსტრია		ISIC მე-4 ცვლილება	აღწერა
10	სპორტი და რეკრეაციული აქტივობები	7721	გასართობი და სპორტული ინვენტარის ქირაობა და ლიზინგი
		9200	აქტივობები აზარტულ თამაშებთან და ფსონების დადებასთან დაკავშირებით
		9311	სპორტული ნაგებობების ექსპლუატაცია
		9319	სხვა სპორტული აქტივობები
		9321	აქტივობები გასართობ და თემატურ პარკებში
		9329	სხვა გასართობი და რეკრეაციული აქტივობები, რომელიც კლასიფიცირებული არ არის
11	საცალო ვაჭრობა კონკრეტული ქვეყნის ტურიზმთან ასოცირებული საქონლით		მალაზიები საბაჟო გადასახადების გარეშე**
			სპეციალიზებული საცალო ვაჭრობა სუვენირებით**
			სპეციალიზებული საცალო ვაჭრობა**
			სხვა სპეციალიზებული საცალო ვაჭრობა ტურიზმთან ასოცირებული საქონლით
12	კონკრეტული ქვეყნის ტურიზმთან ასოცირებული სხვა აქტივობები		

წყარო: United Nations and UN Tourism 2010

2. ტურიზმის მდგრად განვითარებაში ინტეგრირებული კონცეფციები

ტურიზმის ინდუსტრიისათვის დამახასიათებელი მრავალსახეობა და მისი განხილვა, კომპლექსური მდგრადი განვითარების კონტექსტში, განაპირობებს შესაბამისი კვლევითი კონცეფციების ფართო სპექტრის ჩართულობას. ქვემოთ წარმოდგენილია ის ინტეგრირებული კონცეფციები, რომლებიც გამოირჩევიან პოპულარობით და ინოვაციურობით. მათი განხილვა პირობითად დაჯგუფებულია მდგრადი განვითარების სამი ასპექტის მიხედვით, როგორებიცაა: ეკონომიკური, სოციალური და ბუნებრივი. ამასთან, განხილული კონცეფციების დიდი ნაწილი ითვალისწინებს გარემოზე კომპლექსურ ზეგავლენას, შესაბამისად, აღნიშნული გადანაწილება ატარებს პირობით ხასიათს და ეფუძნება გარემოს ერთ-ერთ კომპონენტზე პრიორიტეტულ ორიენტირებას.

2.1. ტურიზმის მდგრადი განვითარების ეკონომიკურ ასპექტებზე ორიენტირებული კონცეფციები და მეთოდები

ტურიზმის ინდუსტრიის აქტივობების აღრიცხვისა და მათი ეკონომიკურ გარემოზე ზემოქმედების კვლევების მიზნებისათვის განიხილება შემდეგი 4 პრიორიტეტული კონცეფცია:

- **ტურიზმის სატელიტური ანგარიში (Tourism Satellite Account – TSA)** აღრიცხავს იმ ეკონომიკურ აქტივობებს, რომლებიც უკავშირდება ტურისტული პროდუქტის წარმოებას;
- **მიწოდების ჯაჭვი და ღირებულებათა ჯაჭვი (Supply Chain and Value Chain)** ასახავს ტურისტული პროდუქტების (ღირებულებების) წარმოების ეტაპებზე მოქმედ პირდაპირ და ირიბ დარგთაშორის კავშირებს;

- **დანახარჯები-გამოშვების მეთოდოლოგია (Input-Output)** მიმართულია დარგთაშორისი კავშირების მონეტარული ეფექტიანობის შეფასებაზე;
- **ტურიზმისა და მოგზაურობის ეკონომიკური ზეგავლენა (Tourism & Travel Economic Impact)** შემუშავებულია ტურიზმის ეკონომიკაზე პირდაპირი, ირიბი და ინდუცირებული ზეგავლენის გამოთვლისა და შეფასებისთვის;
- **ტურიზმის მულტიპლიკატორების მეთოდოლოგია (Tourism Multipliers)** ითვალისწინებს იმ ცვლილებების ასახვას, რომლებიც ვლინდება დარგთაშორის კავშირებში ტურისტული მოთხოვნების ცვლილებების შედეგად.

ქვემოთ წარმოდგენილია აღნიშნული მიმართულებების მიზნობრივი დახასიათება.

2.1.1. ტურიზმის სატელიტური ანგარიში – TSA

„ტურიზმის სატელიტური ანგარიში“ (შემდგომში – TSA) წარმოადგენს ეროვნული ეკონომიკის აღრიცხვიანობის დამატებით ანგარიშს, რომლის მეშვეობით შესაძლებელია დადგინდეს და შეფასდეს ტურიზმის სფეროში ცალკეული დარგების ჩართულობა, მათ მიერ ერთობლივად წარმოებული ტურისტული პროდუქტის წვლილი ქვეყნის მაკროეკონომიკურ მაჩვენებლებში, როგორებიცაა: მსპ, საგარეო ვაჭრობა, საბანკო გზავნილები, დარგთაშორისი კავშირები, კონკურენტული პოზიცია, შრომითი რესურსების დასაქმება და ა.შ.

გაეროს მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციის განმარტებით: „TSA არის სტანდარტიზებული სტატისტიკური ჩარჩო და ტურიზმის ეკონომიკური გაზომვის მთავარი ინსტრუმენტი“ (United Nations et al. 2010, 122). შესაბამისი მეთოდოლოგია ერთობლივად შეიმუშავეს მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციამ (UN Tourism), ეკონომიკური თანამშრომლობისა და განვითარების ორგანი-

ზაცამ (OECD), ევროპის თანამეგობრობის სტატისტიკის სამსახურმა (Eurostat) და გაეროს სტატისტიკის დეპარტამენტმა.

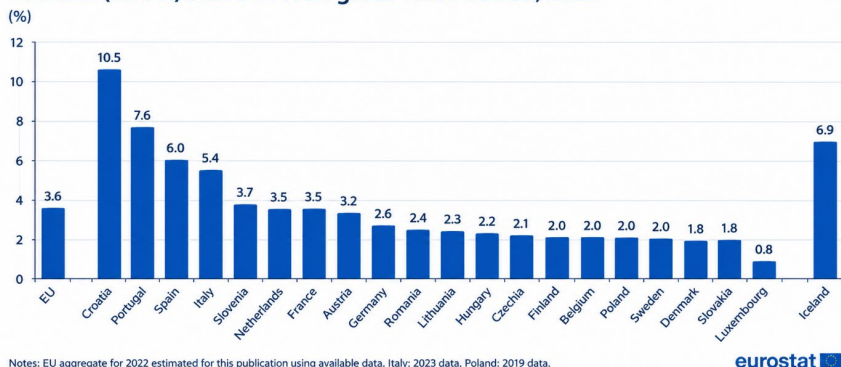
შემუშავებული TSA თავსებადია საერთაშორისოდ მიღებულ ეროვნული ანგარიშების სისტემების (SNA) მეთოდოლოგიასთან და რეკომენდებულ ანგარიშებში ასახული მონაცემები უნდა დაჯგუფდეს 10 ე.წ. „საბაზო ცხრილში“, როგორებიცაა (GEOSTAT 2021):

- უცხოელ ვიზიტორთა დანახარჯები;
- ადგილობრივი ტურიზმის დანახარჯები;
- გამყვანი ტურიზმის დანახარჯები;
- შიგა ტურიზმის დანახარჯები;
- ტურიზმის ინდუსტრიის სანარმოო ანგარიშები;
- მთლიანი დამატებული ღირებულება და მთლიანი სამამულო პროდუქტი, რომელიც დაკავშირებულია ტურიზმთან;
- დასაქმება;
- ინვესტიციები;
- სახელმწიფო მოხმარება;
- არაფულადი მაჩვენებლები.

OECD-ს მონაცემებით, ტურიზმიდან მიღებული პირდაპირი შემოსავლები გლობალურად ვარიებს მსკ-ს 3-10% ფარგლებში, არაპირდაპირი – დაახლოებით 46%, დანარჩენი მოდის ინდუცირებულ შემოსავლებზე.

ზოგადად, აღნიშნული შემოსავლების დაბალი პროცენტული წილი და შემოსავლების მაღალი აბსოლუტური მაჩვენებლები დამახასიათებელია მაღალ განვითარებული და დივერსიფიცირებული ეკონომიკის მქონე ქვეყნებისათვის, ხოლო ტურიზმზე ორიენტირებული, განვითარებადი და ნაკლებად დივერსიფიცირებული ეკონომიკის მქონე ქვეყნების მიმართ ვლინდება საპირისპირო სურათი (იხ. ნახ. 2.1.1.1).

Tourism (direct) share in total gross value added, 2022



ნახაზი 2.1.1.1

წყარო: Eurostat 2025

საქართველოში ტურიზმის ინდუსტრიის სტაბილურად მზარდი ტენდენციის პირობებში, TSA-ს ანგარიშების დანერგვა დაიწყო 2018-2021 წლებიდან (ბრეგაძე 2018; Bregadze 2021a). მალევე აღირიცხა და დაფიქსირდა ამ ინდუსტრიის როლი ქვეყნის ეკონომიკაში. 2019 წელს ტურიზმის ინდუსტრიის წილმა ქვეყნის მსპ-ში მიაღწია 7.8%-ს (Bregadze 2021b).

მეცნიერულ კვლევებში ასევე სახელდება TSA-ის შეზღუდვები და ამ კონცეფციის შემდგომი სრულყოფის საჭიროებები.

ერთი ასეთი შეზღუდვა განპირობებულია ტურიზმის, როგორც ცალკე სექტორის, გამოყოფის და აღრიცხვის სპეციფიკით. კერძოდ, ტურიზმის სექტორი, როგორც ეს განსაზღვრულია ტურიზმის სტატისტიკის 2008 წლის საერთაშორისო რეკომენდაციებში (United Nations and UN Tourism 2010), ითვალისწინებს ეკონომიკის დარგების ფართო და, რაც ყველაზე მნიშვნელოვანია, ფრაგმენტულ ჩართულობას. შესაბამისად, საჭირო ხდება ტურიზმში ჩართული ეკონომიკური დარგების დეტალური აღრიცხვის წარმოება იმ აქტივობების გამოკვეთით, რომლებიც უკავშირდება ტურიზმის სექტორს. ეს გამოწვევა განაპირობებს ქვეყნებს შორის TSA ანგარიშების არაერთგვაროვნებას. ამაზე მე-

ტყველებს ის რეალობა, რომ მეთოდოლოგიით რეკომენდებული 53 ინდიკატორი არცერთი ქვეყნის ანგარიშში არ არის სრულად წარმოდგენილი. ყველაზე მეტი ინდიკატორი გამოიყენება ისეთი ქვეყნების ანგარიშებში, როგორებიცაა სლოვაკეთი – 52, ჩეხეთი – 48, ირლანდია – 43, ყველაზე ნაკლებია ნორვეგიის – 30, ხორვატიის – 26 და ნიდერლანდების – 24 ანგარიშებში, ხოლო ყველაზე ხშირად გამოყენებული ინდიკატორების რაოდენობა ექცევა 30-40 ფარგლებში. კვლევების ჩატარების კონტექსტში, ეს ფაქტორივი გარემოება ავლენს ქვეყნების ეკონომიკის ანგარიშების ჰარმონიზაციის გამოწვევებს და მათი დაძლევის საჭიროებას (Czech Statistical Office; Eurostat 2023).

მეორე გამოწვევა პირდაპირ უკავშირდება ზემოხსენებულ სირთულეებს. კერძოდ, ვინაიდან ქვეყნების ეკონომიკის სტატისტიკური ანგარიშების დეტალიზაციის დონე ხშირად ვერ უზრუნველყოფს ცალკეული დარგების ტურიზმთან დაკავშირების სრულყოფილ ასახვას, საჭირო ხდება დამატებითი შრომატევადი საველე სამუშაოების, მ.შ. სოციოლოგიური გამოკითხვების, ჩატარებას. ასეთი კვლევები ხორციელდება არასტანდარტიზებული მეთოდოლოგიით და იწვევს კითხვებს მიღებულ მონაცემთა შედარების სანდოობის მიმართ.

მესამე, TSA-ს კლასიკური მოდელი შეიცავს ქვეყნების მაკრო-ეკონომიკურ მონაცემებს, რითიც ვერ ხერხდება შიგარეგიონული თავისებურებების სრულყოფილი ასახვა. შესაბამისად, რიგი ექსპერტების მოსაზრებით, რეკომენდებულია ანგარიშების დაყოფა „ძირითად რეესტრად“ ქვეყნის ეკონომიკის ასახვის დონეზე და „მეორად რეესტრად“, რომელშიც აღირიცხება ქვეყნის შიგარეგიონული თავისებურებები (Delaney and MacFeely 2014, 136-138, 139).

მეოთხე გამოწვევად ვლინდება ის გარემოება, რომ რიგი ქვეყნების TSA-ს გამოთვლებში არ არის გათვალისწინებული ადგილობრივი ტურისტების დანახარჯები, თუმცა ხშირად მათი ნვლილი ქვეყნის ეკონომიკაში იმსახურებს ყურადღებას. ამ მაჩ-

ვენებლის სრულყოფილი აღრიცხვა საჭიროებს კონცეპტუალური მიდგომების შემდგომ გაუმჯობესებას, რომელთა გაუთვალისწინებლობა არასრულყოფილად ასახავს ტურიზმის ინდუსტრიის როლს ქვეყნის ეკონომიკაში.

ზოგადად, TSA-ს კონცეფცია, მსგავსად სხვა განხილული მიმართულებებისა, ექვემდებარება პერიოდულ განახლებას. ამ პროცესში წამყვან როლს ასრულებენ: ციფრული ტექნოლოგიებისა და აპლიკაციების განვითარება, პროცესების მდგრადი განვითარების კონტექსტში განხილვის მზარდი აქტუალობა, ტურისტული მოთხოვნილებების ცვლის ტენდენციები, კონკურენტული გარემოს პერიოდული ცვალებადობა, ახალი ცვლადების ჩართულობის საჭიროება, გამოყენებადი ანალიტიკური მეთოდების სრულყოფის ტენდენციები და სხვა.

2.1.2. მიწოდების ჯაჭვი და ღირებულებათა ჯაჭვი

მომხმარებლების პროდუქტებით და მომსახურებით უზრუნველყოფა მოიცავს ორ პრიორიტეტულ და ურთიერთდაკავშირებულ ცნებას – მიწოდების ჯაჭვს და ღირებულებების ჯაჭვს.

მიწოდების ჯაჭვი „გულისხმობს ყველა იმ საქმიანობის და გეგმვასა და მართვას, რომელიც დაკავშირებულია მომარაგებასა და შესყიდვასთან, ფინანსების კონვერტაციასთან და ლოჯისტიკის მართვის ყველა აქტივობასთან (Ballou 2007). აღნიშნული კონცეფცია სათავეს იღებს გასული საუკუნის 80-იან წლებში და განიმარტა, როგორც: მიწოდების ჯაჭვის დაგეგმვის, განხორციელების და გაკონტროლების პროცესი მომხმარებელთა მოთხოვნების დაკმაყოფილების ეფექტიანობის ამაღლების მიზნით (Oliver and Webber 1982).

ტურიზმის გლობალური განვითარების პირობებში, მიწოდების ჯაჭვის კონცეფციის გამოყენებამ პოპულარობა მოიპოვა კონკურენციის სტრატეგიების შემუშავების სფეროშიც. კერძოდ, იგი გამოიყენებოდა ვენჩურული კაპიტალის გაფართოე-

ბის, რაციონალური განაწილების, ხარჯების შემცირების და კონკურენტული უპირატესობების გამოვლენის დიაგნოსტიკურ ინსტრუმენტად. ამასთან, კვლევები ძირითადად ორიენტირებული იყო ბიზნესის ეფექტიანობის გაზრდაზე და ყურადღების მიღმა რჩებოდა ტურიზმის, როგორც გლობალურად მზარდი ინდუსტრიის ზეგავლენა ეკონომიკურ, სოციალურ და ბუნებრივ გარემოზე (Dubey et al. 2020).

ტურიზმის მდგრადი განვითარების კონცეფციის პოპულარიზაციამ აქტუალური გახადა აღნიშნული კონცეფციის შემდგომი განვითარება, რაც გამოიხატა ინოვაციური ღირებულებათა ჯაჭვის შემუშავებაში, რომლის ინიცირება განახორციელა ჰარვარდის ბიზნესის სკოლის პროფესორმა მაიკლ პორტერმა 1985 წელს (Porter 1985). შემდგომში მიწოდების ჯაჭვისა და ღირებულებათა ჯაჭვის კონცეფციებმა მოიპოვეს ფართო საერთაშორისო აღიარება და განვითარდნენ სხვადასხვა დარგობრივი მიმართულებებით.

ამ მხრივ განსაკუთრებით აღსანიშნავია მოდელი, რომელიც ერთობლივად შემუშავდა გაეროს მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციის (UN Tourism) და ევროპის ეკონომიკური თანამშრომლობისა და განვითარების ორგანიზაციის (OECD) მიერ (OECD and WTO 2013). ტურიზმის ღირებულებათა ჯაჭვის თანამედროვე მოდელი ასახავს შესაბამისი პროდუქტების წარმოებაში კერძო, სახელმწიფო, საზოგადოებრივი ორგანიზაციებისა და ადგილობრივი მოსახლეობის ერთობლივ ჩართულობას (co-creation) და ჩართულ მხარეებს შორის მოქმედ ფართო, თანმიმდევრულ, ცირკულარულ და პარალელურ კავშირებს (Dubey et al. 2020). ეს კავშირები იცვლება ტურისტული მომსახურების დაგეგმვისა და წარმოების სხვადასხვა ეტაპზე. ტერიტორიულად, აღნიშნული პროცესი სათავეს იღებს ტურისტების მუდმივ საცხოვრებელ ადგილებში და ვითარდება მათი მოგზაურობის სატრანზიტო და დანიშნულების ადგილებამდე (OECD and WTO 2013).

შესაბამისი ეტაპობრივი მომსახურება ხორციელდება ისეთი აქტივობების თანმიმდევრული ჩართულობით, როგორებიცაა: „ტრანსპორტირება“, „ტურისტთა განთავსება“, „საკვებით და სასმელებით მომსახურება“, „ხელნაკეთი პროდუქტების“ შეთავაზება, „ადგილობრივი ინფრასტრუქტურით“ მომსახურება, „დასვენება, ექსკურსია და ტურები“ და სრულდება სხვა „მხარდაჭერი მომსახურების“ სახეობებით. მოდელში ასევე კლასიფიცირებულია ჩართულ მხარეებს შორის მოქმედი ეკონომიკური კავშირები და მათ მიერ წარმოქმნილი ქსელი. ტურისტთა მომსახურებაში უშუალოდ ჩართულ მხარეებს შორის ურთიერთობა განისაზღვრება როგორც „პირდაპირი“, ისე „ირიბი“ (იგივე „არაპირდაპირი“) კავშირებით (OECD and WTO 2013).

ტურიზმთან დაკავშირებული და განვითარებული ტენდენციები და ინოვაციები ქმნიან „ღირებულებათა ჯაჭვის“ მოდიფიცირების, შემდგომი განვითარების და მის საფუძველზე ახალი კონცეფციების შემუშავების საჭიროებებს. ამ მხრივ, პერსპექტიულ მიმართულებებად განიხილება მდგრად მოთხოვნებზე ორიენტირება, ტურისტული დანიშნულების ადგილების თავისებურებების გათვალისწინება, მ.შ. მთიანი რეგიონების და ზოგადად ადგილობრივი კულტურული ტრადიციების პოტენციალის გამოყენების გააქტიურება (Morantes et al. 2023).

მიმდინარე ინოვაციების ფონზე ტურისტული დანიშნულების ადგილების კონკურენტუნარიანობის ამაღლებაში მზარდი და კრიტიკულად მნიშვნელოვანი როლი ენიჭება ისეთ მიმართულებებს, როგორებიცაა ინფრასტრუქტურის განვითარება, მოდერნიზაცია, ციფრული ტექნოლოგიების დანერგვა და მომსახურების პერსონალურ მოთხოვნებზე მორგების პოპულარიზაცია. ამასთან, გამოწვევებად რჩება დაინტერესებული მხარეების ინტერესების ფრაგმენტაცია და კოორდინირებული მარკეტინგული სტრატეგიის შემუშავება-განხორციელება (Morantes et al. 2023).

„ღირებულებათა ჯაჭვის“ კლასიკურ მოდელში არ იყო ასახული ტურიზმის ინდუსტრიის კავშირები საგარეო ვაჭრობასთან,

რამაც დასაბამი მისცა ახალი ანალიტიკური მეთოდოლოგიების შემუშავებას, როგორებიცაა „დანახარჯები-გამოშვების ეფექტი“ და „მულტიპლიკატორის ეფექტი“ (იხ. ქვემოთ). ამ კონტექსტში, ტურიზმის ადგილობრივ ეკონომიკაზე ზემოქმედების პოტენციალის სრულყოფილი შესწავლა განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია იმ ქვეყნებთან მიმართებით, რომლებიც გამოირჩევიან შედარებით მცირე შიგა ბაზრით და სამეურნეო ტერიტორიის სიმცირით, როგორებიცაა, მაგალითად, საქართველოს ეკონომიკა. გასათვალისწინებელია, რომ ტურიზმის ინდუსტრიის პირდაპირი და ირიბი მიმწოდებელი დარგები ხშირად თავად მარაგდებიან იმპორტული პროდუქციით და მომსახურებით. ამ პირობებში, ტურიზმის განვითარება ზრდის მის დამოკიდებულებას გარე მიმწოდებლებზე და მიღებული შემოსავლების გადინებას ქვეყნის ეკონომიკიდან. ეს გარემოება არ განიხილება ერთმნიშვნელოვნად დადებით ან უარყოფით პროცესად, თუმცა უდავოდ იმსახურებს აღრიცხვას და მეცნიერულ გამოკვლევებს. შესაბამისად, აქტუალური რჩება, ე.წ. „ირიბი იმპორტის“ პროცესების თემა.

ტურიზმის ინდუსტრია, როგორც „უხილავი ექსპორტის“ დარგი, გამოირჩევა, რიგი თავისებურებებით. პრიორიტეტებად შეიძლება დასახელდეს შემდეგი სამი გარემოება: ა) ტურისტული პროდუქციის მოხმარება ხდება მათი წარმოების (ტურისტთა განთავსების და მოგზაურობის) ადგილებში, განსხვავებით სხვა დარგების უმრავლესობისგან, რომლებიც წარმოებულ პროდუქციას აგზავნიან მოხმარების ადგილებში, პირდაპირ ან შუამავალი კომპანიების მეშვეობით. შედეგად, ტურიზმის პროდუქტის ადგილობრივი მწარმოებლები მნიშვნელოვნად თავისუფლდებიან პროდუქციის ტრანსპორტირების, საბაჟო პროცედურების და, გარკვეულწილად, შუამავლებზე განეული ხარჯებისაგან; ბ) ტურისტული მოთხოვნები გამოირჩევიან ფართო მრავალფეროვნებით (განთავსება, კვება, გარე და შიგა მგზავრობა, გართობა, ე.წ. შოპინგი და მრავალი სხვა), რასაც ახლავს ადგილობრივი ეკონომიკის დივერსიფიცირების პოტენციალი,

რომლის რაციონალური გამოყენება საჭიროებს კომპლექსურ და სიღრმისეულ კვლევებს; გ) ტურისტები ყიდულობენ მომსახურებას და მატერიალურ პროდუქტებს საცალო ფასებში, რომლებიც, როგორც წესი, საგრძნობლად აღემატება საბითუმო ფასებს და უზრუნველყოფს მეტ შემოსავალს მწარმოებლისთვის.

სუსტ მხარეებად განიხილება შემდეგი გარემოებები: ა) მიუხედავად ტურისტთა მოთხოვნების ფართო სპექტრისა, მათი რაოდენობრივი მაჩვენებლები ცალკეული პროდუქტების მიმართ მნიშვნელოვნად ჩამორჩება საბითუმო პროდუქციის რეალიზაციის რაოდენობებს, რაც, ზოგადად, ზღუდავს დარგების ინტენსიური განვითარების შესაძლებლობებს, და ზრდის პროდუქციის და მომსახურების ერთეულზე განეულ ხარჯებს; ბ) არადივერსიფიცირებული ეკონომიკის პირობებში, ტურისტთა მოთხოვნების მრავალფეროვნება, როგორც ზემოთ აღინიშნა, ზრდის მოთხოვნებს საქონლისა და მომსახურების იმპორტზე. შედეგად, ტურისტული ინდუსტრიის ე.წ. „უხილავი ექსპორტის“ ზრდა, ზრდის „უხილავ იმპორტს“ და მიღებული შემოსავლების გადინებას ეროვნული ეკონომიკიდან, ასევე ამაღლებს დარგის დამოკიდებულებას იმპორტზე და ვალუტის გაცვლითი კურსების განაკვეთების ცვალებადობაზე.

პოტენციურად, არსებობს ბევრი სხვა პოზიტიური და ნეგატიური ზეგავლენის შესაძლო მიმართულებები, რომლებიც ვლინდება ტურიზმის სპეციფიკური დარგების განვითარების შედეგად და ქვეყნების კონკრეტული ეკონომიკის ფარგლებში, რაც მიზნობრივი კვლევების სფეროში მოიაზრება.

აღნიშნული გარემოებები განაპირობებენ ტურიზმის სფეროში მიწოდებისა და ღირებულებათა ჯაჭვის მდგრადი განვითარების კონტექსტში განხილვის აქტუალობას და წარმოადგენს სამეცნიერო კვლევების ერთ-ერთ პრიორიტეტულ მიმართულებას.

2.1.3. დანახარჯები-გამოშვების მეთოდოლოგია

ტურიზმის სატელიტური ანგარიშისა (შემდგომში – ტსა) და ღირებულებათა ჯაჭვის კონცეფციების განვითარებამ საფუძველი დაუდო ტურიზმის ინდუსტრიის დარგთაშორისი კავშირებისა და ეკონომიკური ეფექტიანობის შეფასებების მეთოდოლოგიების შემდგომ სრულყოფას. ამ მხრივ პოპულარობა მოიპოვა დანახარჯები-გამოშვების ანალიტიკურმა მეთოდოლოგიამ (Input-Output Analysis – I-O). იგი ასახავს სხვაობას მომარაგებაზე განეულ ხარჯებსა და წარმოებული პროდუქტის რეალიზაციიდან მიღებულ თანხებს შორის. კონცეფცია ინიცირებულია ნობელის პრემიის ლაურეატის, ოქსფორდის უნივერსიტეტის პროფესორის, ვასილი ლეონტიევის მიერ და მიმართულია როგორც დარგთაშორისი კავშირების მონეტარული ეფექტიანობის შეფასებაზე, ისე მიღებული შემოსავლების ჩართულ მხარეებს შორის გადანაწილების ასახვაზე (Moll 2023; Wyss-Gallifent 2023).

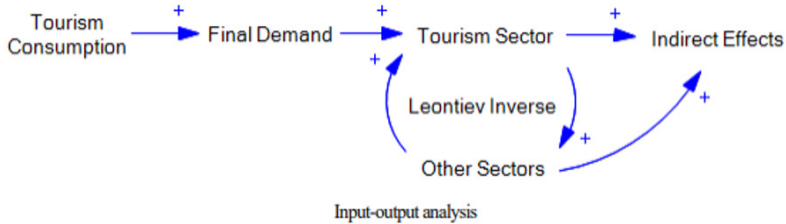
დარგთაშორისი კავშირების ანგარიშები, როგორც წესი, წარმოდგენილია ანალიტიკური მატრიცის სახით, სადაც ფულად განზომილებაში ასახულია ქვეყნის ტურიზმის ინდუსტრიასთან შიგა დარგთაშორისი კავშირები, იმპორტი, ექსპორტი, გადასახადები, მთლიანი და შუალედური კაპიტალის ფორმირება, და ტურიზმის წვლილი მასთან დაკავშირებულ დარგებში (იხ. ცხრ. 2.1.3.1).

დანახარჯები-გამოშვების ანალიტიკური ცხრილი

მოხმარება (მოთხოვნები)		შეალეღური მოხმარება				საბოლოო მოხმარება				
		დარგი 1	დარგი 2	დარგი m	სულ	ხარჯები საბოლოო მოხმარებაზე, სულ	ექსპორტი, სულ	მთლიანი კაპიტალის ფორმირება	მთლიანი საბოლოო მოხმარება	გამოყენება, სულ
მიწოდება (წარმოება)										
შეალეღური წარმოება	დარგი 1 ...	X 1.1	X2.1	X m.1	Σ 1.m		E1	C1	F1	ΣΣX1
	დარგი 2 ...	X1.2	X2.2	X m.2	Σ 2.m					ΣΣX2
	დარგი n...	X 1.n	X 2.n	X n.m	Σ n.m					ΣΣXn
დამატებითი ერთეულები										
იმპორტი										
მთლიანი შეალეღური მოხმარება										
შრომის ამაღლაურება და სხვა გადასახადები										
ადგილობრივი წარმოება (გამოშვება)		ΣX1.n	ΣX2.n	ΣX3.m	ΣXm.n					

ცხრილი 2.1.3.1

ამ მიდგომაში გამოიყენება ე.წ. ლეონტიევის ინვერსიის ეფექტი, რაც გულისხმობს ტურიზმიდან მიღებული შემოსავლების ნაწილის დაბრუნებას (ინვერსიას) ტურიზმის პირდაპირ და არაპირდაპირ კავშირებში. ეს პროცესი ასახულია იაპონელი მეცნიერის მიერ შემუშავებულ გრაფიკული მოდელში (იხ. ნახ. 2.1.3.1).



ნახაზი 2.1.3.1

წყარო: Yamashita 2024, 4

აღნიშნულმა კონკრეტულმა კვლევამ, რომელიც ჩატარდა იაპონიის ქალაქ ატამის მიმართ, 2019-2022 წლების პერიოდის ფარგლებში, გამოავლინა ტურიზმთან 108 პირდაპირ და ირიბად დაკავშირებული მწარმოებელი და მომხმარებელი. 2022 წლის შედეგების მაგალითზე დადგინდა, რომ პირდაპირმა შემოსავლებმა შეადგინეს 2,303.9 მილიარდი იენა (დაახლოებით 14.8 მლრდ. აშშ დოლ.), არაპირდაპირმა – 761.6 (დაახლოებით 4.9 მლრდ აშშ დოლ.), ინდუცირებულმა – 3426.8 (2.3 მლრდ. აშშ დოლ.), რაც მთლიანობაში შეადგენდა დაახლოებით 22 მლრდ აშშ დოლარს (რაც საერთო შემოსავლების 10%-ს აღემატება) და ასაქმებდა 27,322 ადამიანს (Yamashita 2024, 12). აღნიშნული მაგალითი მიუთითებს ტურიზმში თანხების მოძრაობის (მ.შ. ინდუცირებულის) სრულყოფილად გაცნობიერების მნიშვნელობაზე.

დანახარჯები-გამოშვების მეთოდოლოგიამ ფართო პოპულარობა მოიპოვა და მის საფუძველზე შემუშავდა ეკონომიკის ცალკეულ ასპექტებზე ორიენტირებული ეფექტიანობის მეთოდები. შესაბამისი კლასიკური კონცეფციები შეიძლება დაიყოს სამ ძირი-

თად მიდგომად, კერძოდ, ეკონომიკური ზემოქმედების შეფასება (Economic Impact Assessment – EclA), გამოთვლითი ზოგადი წონასწორობის მოდელი (Computable General Equilibrium – CGE) და ხარჯ-სარგებლის ანალიზი (Cost Benefit Analysis – CBA) (Dwyer 2020, 191).

ეკონომიკური ზემოქმედების ანალიზი – Economic Impact Assessment EclA – აღრიცხავს ტურიზმის აქტივობებთან დაკავშირებულ ფულად ნაკადებს ბიზნესის საოჯახო მეურნეობებს და სახელმწიფოს შორის. ინდიკატორები წარმოდგენილია ისეთი სტანდარტული მაჩვენებლებით, როგორებიცაა: განეული ხარჯები და შემოსავლები, სახელმწიფო გადასახადები, დამატებითი ღირებულებების გადასახადები, გაყიდვების და წარმოების მოცულობები, სამუშაო ადგილები და დასაქმება და ა.შ. (Dwyer 2020, 191-192; Figini and Patuelli 2022). (შევნიშნავთ, რომ იგივე აბრევიატურა – EclA – გამოიყენება სხვა მნიშვნელობითაც და ითვალისწინებს გარემოზე ეკოლოგიური ზეგავლენის ანალიზს – Ecological Impact Analysis).

ამასთან, Dwyer-ს განმარტებით, დროთა განმავლობაში EclA-ს კონცეფცია მოექცა კრიტიკის ქვეშ, რადგან მის ფარგლებში გამოყენებული დანახარჯები-გამოშვების (I-O) მეთოდიკა არ ითვალისწინებდა მოსახლეობის კეთილდღეობის მაჩვენებლებს, რაც ეკონომიკის მდგრადი განვითარების განუყოფელ ნაწილს უნდა წარმოადგენდეს (Dwyer 2020, 191-192).

მდგრადი განვითარების მიმდინარე ეტაპზე ასევე განსაკუთრებული მნიშვნელობა მიენიჭა გარემოს დაცვაზე ზეგავლენის ასპექტების დამატებას. ეკონომიკური სექტორების გარემოზე უარყოფითი ზეგავლენის ტიპური სახეობებია სათბურის გაზების გამოყოფა, წყლის მოხმარება და დაბინძურება, ნარჩენების წარმოქმნა და სხვა. ამ მიმართულებით განხორციელებულ ანალიტიკურ მეთოდოლოგიას ხშირად მოიხსენიებენ, როგორც „გარემოსდაცვით გაფართოებულ დანახარჯები-გამოშვების“ მოდელს (Environmentally Extended Input-Output – EEIO) (Kitzes 2013).

ტურიზმის სფეროსთან მიმართებით, აღნიშნული სახის რაოდენობრივი მაჩვენებლის მაგალითს წარმოადგენს მიზნობრივად შერჩეული პროდუქტების (მ.შ. მომსახურების) ღირებულებებისა

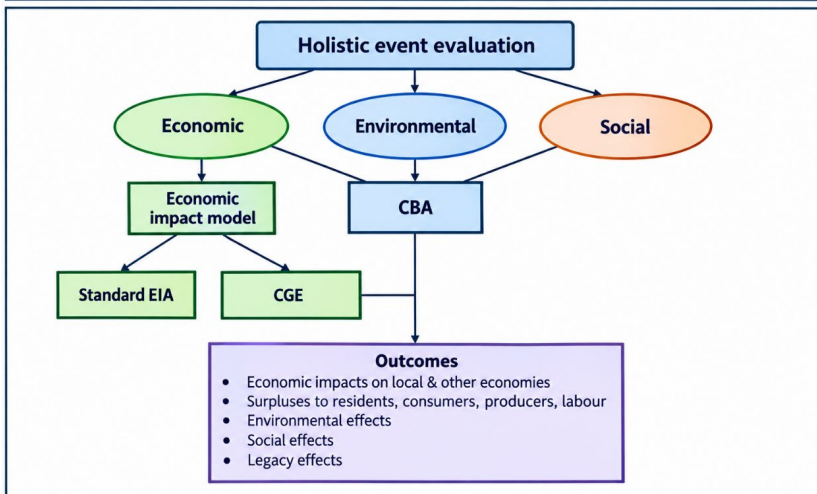
და მათზე მოთხოვნადი ხარჯების მაჩვენებლების ფარდობა. მიზნობრივ შერჩევაში იგულისხმება იმ პროდუქტების და მომსახურების მონაცემების გამოყენება, რომლებიც, ერთი მხრივ, მოთხოვნადია ტურისტების მხრიდან, ხოლო მეორე მხრივ, მათი წარმოება უკავშირდება გარემოზე უარყოფით ზეგავლენას. მაგალითად, სოფლის მეურნეობის მოთხოვნადი პროდუქტის ღირებულების \$1-ზე მოდის 0.5 ტონა ნახშირბადის გამოყოფა, ან მოთხოვნადი სამრეწველო პროდუქტის ღირებულების \$1 საჭიროა 0.33 ტ საწვავის მოხმარება, რაც წარმოქმნის გარემოსდაცვითი ხარჯების განევის საჭიროებას. ამ მაჩვენებლების გამოყენებით შესაძლებელი ხდება შეფასდეს ტურიზმისგან მიღებული შემოსავლების ელასტიურობა გარემოზე ზეგავლენის კუთხით (Kitzes 2013). ექსპერტები ასევე აღნიშნავენ, რომ გარემოსდაცვითი კოეფიციენტების გამრავლება ლეონტიევის ინვერსიის კოეფიციენტზე უფრო სრულყოფილად ასახავს საბოლოო მოთხოვნებთან დაკავშირებულ გარემოსდაცვის დატვირთვას და გამოავლენს ფარულ ეკოლოგიურ ხარჯებს (Moll 2012). EEIO-ს სხვა შეზღუდვებში ასევე სახელდება ისეთი ფაქტორების არასრულყოფილი ასახვები, რომლებიც უკავშირდება ტექნოლოგიურ პროგრესს, ფასების და სავალუტო კურსის ცვალებადობას, მომარაგების სივრცითი რეორგანიზაციის შესაძლებლობებს და სხვა.

გამოთვლადი ზოგადი წონასწორობის მოდელი (Computable General Equilibrium – CGE). ტურიზმის ინდუსტრიის ეკონომიკაზე ზეგავლენის კვლევებში პოპულარობა მოიპოვა აღნიშნულმა კონცეფციამ, რომელიც ასევე გამიზნულია ტურიზმიდან მიღებული შემოსავლების ეკონომიკაზე ზეგავლენის აღრიცხვაზე. ეს ზეგავლენა აისახება ისეთ სტანდარტულ ეკონომიკურ ცვლადებში, როგორებიცაა: შენატანი მსპ-ში, ფასები, ხელფასები, შემოსავლები, დასაქმება, ინვესტიციები, გაცვლითი კურსის ფარდობები (განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია ღია ეკონომიკის მქონე ქვეყნებთან მიმართებით, რადგან გაცვლითი კურსი დიდ ზეგავლენას ახდენს საგარეო ვაჭრობაზე). აღსანიშნავია, რომ CGE მიდგომა ორიენტირებულია ტურიზმის ზეგავლენის აღრიცხვა-შეფასებაზე ქვეყნის

ეკონომიკის ფარგლებში, ხოლო ქვეყნის შიგარეგონულ დონეზე და ცალკეული ადგილებისა ან საწარმოების მიმართ, იგი მოითხოვს შემდგომ დახვეწას და მოდიფიცირებას (Dwyer 2015).

ხარჯ-სარგებლის ანალიზი (Cost Benefit Analysis – CBA) მიდგომა პრიორიტეტულად გამოიყენება საჯარო სექტორის მიერ ხანგრძლივი, მსხვილი და კომპლექსური პროექტების შემუშავებისთვის (Kotchen 2010). მისი მთავარი თავისებურება და უპირატესობა მდგომარეობს ეკონომიკურ სარგებლიანობასთან ერთად, სოციალური, ეკოლოგიური ასპექტების გათვალისწინებაში, ასევე, საინვესტიციო რესურსების ალტერნატიულად გამოყენების შესაძლებლობების შეფასებებში. დღეისათვის ამ კონცეფციის მეთოდოლოგია არ გამოირჩევა სტანდარტიზებით და საყოველთაოდ მიღებული მიდგომებით. ქვემოთ წარმოდგენილია CBA-ს განზოგადებული, ე.წ. ჰოლისტიკური, მიდგომის მოდელების მაგალითი (იხ. ნახ. 2.1.3.2).

Figure 1 Holistic evaluation of a special event



ნახაზი 2.1.3.2

წყარო: Dwyer 2020, 193

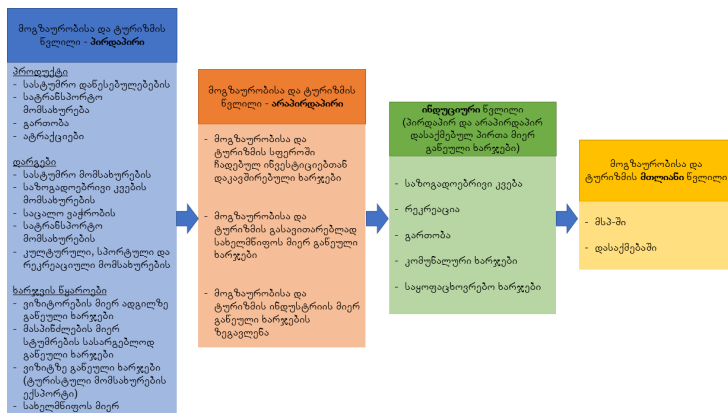
CBA-თან დაკავშირებულ კვლევებში ცვლადების და მაჩვენებლების არჩევა და გაანალიზება დამოკიდებულია დარგის და ტერიტორიული ერთეულების სპეციფიკაზე, მათთან დაკავშირებულ გამოწვევებსა და საჯაროდ აღიარებულ განვითარების სტრატეგიებზე. ზოგადად, CBA პასუხობს კითხვებს – როგორ იცვლება საერთო კეთილდღეობა პროექტის განხორციელების შედეგად და როგორ არის გადანაწილებული განუვლი ხარჯები და ამის შედეგად მიღებული სარგებელი (გაფრინდაშვილი 2020). აღნიშნული მიდგომის გამოყენება რეკომენდებულია ტურიზმის ინდუსტრიის მსხვილ პროექტებთან მიმართებით.

CBA – მეთოდოლოგია ეფუძნება სტანდარტულ მაკროეკონომიკურ ცვლადებს, როგორებიცაა წვლილი მსპ-ში, ინვესტირების ღირებულება, ინვესტიციების უკუგების მაჩვენებელი, წმინდა მოგება, შემოსავალი, წმინდა მიმდინარე ღირებულება, შიგა უკუგების განაკვეთი და სხვა. ამასთან, ფასდება არა მხოლოდ დარგი, მაგალითად ტურიზმის ინდუსტრია, არამედ მასთან დაკავშირებული ეკონომიკური მიმართულებები და ინვესტიციების ალტერნატიულად გამოყენების შესაძლებლობები (Celik and Rasoolimanesh 2021). სოციალური და ეკოლოგიური ასპექტების მაჩვენებლების შერჩევა, შესაბამის კვლევით პროექტებში და ნაშრომებში, გამოირჩევა განსაკუთრებული არაერთგვაროვნებით, რაც განპირობებულია ტურისტული დანიშნულების ადგილების თავისებურებებით. სოციალურ ასპექტში ხშირად გამოიყენება ისეთი ცვლადები, როგორებიცაა სამუშაო ადგილების შექმნა, მოსახლეობის კეთილდღეობის ამაღლება, ემიგრაციის შეჩერება, ჯანმრთელობის მომსახურების პირობები, კულტურულ ტრადიციებზე ზეგავლენა, კრიმინალური მდგომარეობის მოსალოდნელი ცვლილებები და სხვა. ასევე, დანიშნულების ადგილის სპეციფიკაზე დამოკიდებული ბუნებრივ გარემოზე ზეგავლენის მაჩვენებლების შერჩევა (Abelson 2022; Brent 2009; Čavlin et al. 2024; Celik and Rasoolimanesh 2021; Quazi 2025). მათი ნაწილი მოიაზრება ე.წ ფარული, ან დაფარული ხარჯების კატეგორიაში, რომელთა გამოთვლა საჭიროებს

სპეციფიკური არაპირდაპირი მაჩვენებლების შერჩევას მათზე მორგებული ანალიტიკური მეთოდის გამოყენებით (IMD 2025). ამრიგად, სოციალური და გარემოსდაცვითი მიმართულებები ჯერ კიდევ ფორმირების სტადიაშია, რომელთა აქტუალობა იზრდება და უშუალოდ უკავშირდება მდგრადი განვითარების ხედვას.

2.1.4. ტურიზმისა და მოგზაურობის ეკონომიკურ გარემოზე პირდაპირი, ირიბი და ინდუცირებული ზეგავლენის კონცეფცია

პოპულარობა მოიპოვა ტურიზმის ეკონომიკაზე ეტაპობრივი ზეგავლენის კონცეფციამ, რომელიც შეიმუშავა კერძო სექტორის საწევრო ორგანიზაციამ – მსოფლიოს მოგზაურობისა და ტურიზმის საბჭომ (World Travel and Tourism Council – WTTC) (იხ. ნახ. 2.1.4.1):



ნახაზი 2.1.4.1

წყარო: WTTC 2024

თარგმნილია ი. ხელაშვილის მიერ

ტურიზმის შემოსავლების პირდაპირი წვლილი (direct income) ქვეყნის (რეგიონის) ეკონომიკაში სტანდარტულად გამოითვლება ტურისტებისგან მიღებული შემოსავლებით. ეს შემოსავლები მიიღება ტურისტთა პირდაპირი მომსახურების მეშვეობით, რომლებსაც აწარმოებენ განთავსების საშუალებები, სატრანსპორტო კომპანიები, კვებისა და სასმელების ობიექტები, საექსკურსიო მომსახურების კომპანიები, ტურისტული სააგენტოები, ტუროპერატორული კომპანიები, ტურისტებზე ორიენტირებული გასართობი და საექსკურსიო ობიექტები, ღონისძიებების ორგანიზატორები და სხვა.

WTTC-ს 2025 წლის მონაცემებით, ტურიზმიდან მიღებული მთლიანი შემოსავლების წილი გლობალურ ეკონომიკაში შეადგენდა 9.8%-ს, რაც დაახლოებით \$1.9 ტრილიონს უტოლდება. აღნიშნული წილობრივი მაჩვენებლის ცვალებადობა ქვეყნებს შორის მერყეობს <1-3%-დან (ჩინეთი, რუსეთი, აშშ, გერმანია და სხვა) 25%-50%-მდე და ზოგ შემთხვევაში აღის 80%-მდეც (მაღდივი, მაკაო და ა.შ.), საქართველოში აღნიშნული მაჩვენებელი შეადგენდა 7.4%-ს (საქსტატი 2025; საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო 2025).

მდგრადი განვითარების კონტექსტში ასევე აღსანიშნავია დასაქმების მაჩვენებლები. ამავე წლის მონაცემებით, ტურიზმში დასაქმებულთა რაოდენობა შეადგენდა 366 მილიონ ადამიანს, რაც გლობალურად ყოველ მე-9 დასაქმებულის ტოლფასია. ამასთან, ამავე წელს ყოველი მე-3 ახლად შექმნილი სამუშაო ადგილი იქმნებოდა ტურიზმის სფეროში (WTTC 2024). საქართველოში, ე.წ. HOREC-ს (სასტუმრო/რესტორანი/კვება) ბიზნეს სექტორში მომუშავეთა წილი საერთო დასაქმებულებში 5.1-5.5% შეადგენს, რაც რაოდენობრივად 71 ათას სამუშაო ადგილს აღემატება (საქსტატი 2025).

არაპირდაპირი ზეგავლენა წარმოდგენილია იმ აქტივობებით, რომლებიც ამარაგებენ და ემსახურებიან ტურიზმის ინდუსტრიას. მათ შორისაა: ჩადებული ინვესტიციები, სახელმწიფოს

მიერ განეული დაფინანსებები, სასტუმროებისა და ტურისტული კომპანიების აქტივობები, ტურიზმთან დაკავშირებული მშენებლობები და განხორციელებული რემონტები, ტურისტების სატრანსპორტო საშუალებებით მომსახურება, ენერგო და წყალმომარაგება და სხვა. კოვიდ-19 კრიზისამდე, OECD-ის 2019 წლის მონაცემებით, ტურიზმის საქმიანობიდან არაპირდაპირი შენატანი აღნიშნული ორგანიზაციის წევრი ქვეყნების ეკონომიკაში საშუალოდ 28%-ს შეადგენდა (Alsamawi, Yamano, and Kohli 2024), ხოლო გლობალურ დონეზე, იგივე მაჩვენებელი, უმეტეს შემთხვევებში მერყეობს 30-40% ფარგლებში (WTTC 2024).

ინდუცირებულ კომპონენტში განიხილება ის ეკონომიკური აქტივობები, რომლებიც ვითარდება ტურიზმში პირდაპირ და ირიბად დასაქმებულთა შემოსავლების ადგილობრივ ბაზარზე განეული ხარჯების შედეგად. აღწერილი ზეგავლენის სტრუქტურის ეფექტიანობა იზომება ექვსი მაკროეკონომიკური მაჩვენებლით (წილი მსპ-ში, უცხოურ ინვესტიციებში, საერთაშორისო და შიგა ხარჯებში, დასაქმებაში და საგარეო ვაჭრობაში). ტურიზმის ინდუსტრიის მიერ ქვეყნის მსპ-ში ინდუცირებული შენატანის წილი, ხშირად შეადგენს 20-35%-ს (WTTC 2024). აღნიშნული მაჩვენებელი პირდაპირ არის დამოკიდებული ქვეყნის ეკონომიკის დივერსიფიცირებაზე, შიგა ბაზრის მსყიდველობითი უნარიანობის დონეზე და საგარეო ეკონომიკურ კავშირებზე.

ტურიზმის ეკონომიკაზე ზეგავლენის აღრიცხვა-შეფასებაში მეთოდოლოგიურ გამოწვევებად სახელდება საწყისი ინფორმაციის მოძიების სირთულეები, ქვეყნებს შორის რიგი სპეციფიკური მაჩვენებლების სტანდარტების არაერთგვაროვნება და მოძიებული ინფორმაციის განსხვავებული სანდოობა. მიუხედავად ამისა, WTTC კვლევები და ანგარიშები სარგებლობს ფართო პოპულარობით.

2.1.5. მულტიპლიკატორის ეფექტი

მულტიპლიკატორის ეფექტი, ზოგადად, ასახავს შემოსავლების, მომხმარებელთა ხარჯების და/ან ინვესტიციების, ეკონომიკაზე ზეგავლენის ეფექტიანობას. იგი გამოითვლება შემოსავლების რაოდენობისა და მათი შიგა ეკონომიკაში ბრუნვის მაჩვენებლების ფარდობებით და ეწოდება მულტიპლიკატორის კოეფიციენტი.

მულტიპლიკატორის ცნებას, ეკონომისტები განიხილავენ კეინზის დოქტრინის ფარგლებში, რომელიც თავდაპირველად კონცენტრირებული იყო ინვესტიციებისა და შემოსავლების ზრდის ასახვაზე ახალი სამუშაო ადგილების შესაქმნელად. ავტორი განმარტავს, რომ „როდესაც ხდება საერთო ინვესტიციების ზრდა, იზრდება შემოსავლების რაოდენობა, რომელიც k -ჯერ აღემატება ინვესტიციების მატებას (Jahan, Mahmud, and Papageorgiou 2014; Keynes 1936, 61). შემდგომში ამ კონცეფციამ ფართო განვითარება მიიღო და შემუშავდა მულტიპლიკატორების შემდეგი ტიპები:

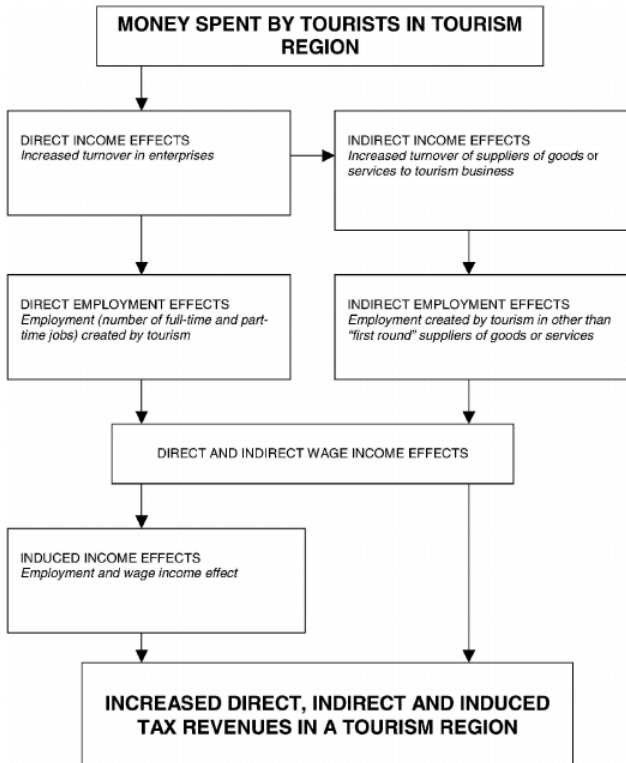
- ფულის მულტიპლიკატორი – აჩვენებს, თუ როგორ ძლიერდება ცენტრალური ბანკის რეზერვები კომერციული ბანკების მიერ;
- დეპოზიტების მულტიპლიკატორი – აჩვენებს, თუ როგორ ზრდის საბანკო სისტემა ფულად მასას პირველად დეპოზიტთან შედარებით;
- ფისკალური მულტიპლიკატორი – ზომავს ფისკალური ხარჯების ზრდის გავლენას ქვეყნის ეკონომიკაზე, კერძოდ, მსპ;
- ინვესტიციების მულტიპლიკატორი – განსაზღვრავს რაოდენობრივად საინვესტიციო ხარჯების დადებით ზეგავლენას მთლიან შემოსავლებზე და ზოგადად ეკონომიკაზე;
- შემოსავლების მულტიპლიკატორი – აისახება კომპანიის მიმდინარე აქციების ფასის ფარდობაზე მისი ერთი აქციის შემოსავლიანობაზე;

- კაპიტალის მულტიპლიკატორი – ასახავს აქტივებში კერძო კაპიტალის ფარდობას ნასესხ კაპიტალთან მიმართებით.

მულტიპლიკატორის კონცეფციის გამოყენება განსაკუთრებულ მნიშვნელობას იძენს ტურიზმის ინდუსტრიაში, რომელიც გამოირჩევა დივერსიფიცირებული დარგთაშორისი კავშირებით (Archer and Owen 1971; Frechtling and Horváth 1999). ტურიზმის მულტიპლიკატორის მეთოდოლოგია ეფუძნება ეროვნული ანგარიშის მონაცემებს, ლეონტიევის რეინვესტირების მეთოდოლოგიას და წარმოადგენს I-O კონცეფციის შემდგომ გაგრძელებას. სტანდარტული I-O მამრავლების გამოთვლა ხორციელდება TSA-ებში აღრიცხული ტურიზმის ხარჯების I-O ცხრილებთან გაერთიანებით. მულტიპლიკატორის გამოთვლის მეთოდიკა თავიდან ითვალისწინებდა მხოლოდ პირდაპირი და არაპირდაპირი ზეგავლენის კომპონენტებს, ხოლო შემდგომში მათ დაემატა ინდუცირული შემოსავლების ცვლადი (Figini and Patuelli 2022). მულტიპლიკატორების სტანდარტების პოპულარიზაციას და დანერგვას მოჰყვა ამ მაჩვენებლის მოდიფიცირების გამოვლენები, თუმცა არსებითი დანიშნულება რჩება უცვლელი. მოდიფიცირებული ვერსიების მაგალითებია: IMPLAN (Impact Analysis for PLANning), REMI (Regional Economic Model), RIMS II (Regional Input-Output Multiplier System) (Domański and Gwosdz 2010).

ზოგადად, ექსპერტების განმარტებით, ტურიზმის მულტიპლიკატორი წარმოადგენს ქვეყნის შიგნით ეკონომიკური აქტივობების ზრდის (ან კლების) საზომს, რომელიც ტურიზმიდან შემოსავლების ცვლილებების შედეგად ხდება. მულტიპლიკაციის ეფექტი შესაძლებელია, უკავშირდებოდეს ისეთ ცვლადებს, როგორებიცაა ბიზნესიდან მიღებული შემოსავლები (ტრანზაქციები), დასაქმება, იმპორტი. ამასთან, იგივე მოდელების გამოყენება შესაძლებელია ტურიზმის მთლიან ეკონომიკაზე ზეგავლენის გასაზომად (UN Tourism 1998). ზოგადი და მარტივი განმარტებით მულტიპლიკატორის ეფექტი ასახავს ტურისტის მიერ

დახარჯული ფულის ცირკულირების ჯერადობას ქვეყნის ეკონომიკაში (Rusu 2011) (იხ. ნახ. 2.1.5.1).



ნახაზი 2.1.5.1

წყარო: Saارين 2003, 91–113

თავდაპირველად, ტურიზმის სფეროში მულტიპლიკატორის კონცეფციის გამოყენება დაიწყო ისეთ საკითხებთან მიმართებით, როგორებიცაა:

- ტურიზმის საბაზრო მოთხოვნების და ვიზიტორების მიერ განეული ხარჯების ცვლილებების პირდაპირი, ირიბი და ინდუცირებული ზეგავლენა ადგილობრივ ეკონომიკაზე;

- სახელმწიფო დაფინანსებების მიზანშეწონილობისა და ეფექტიანობის შეფასება;
- კვლევითი ტერიტორიის ფარგლებში ტურიზმის მულტიპლიკატორის შედარება სხვა ეკონომიკური აქტივობის მაჩვენებლებთან;
- საკვლევი ტერიტორიის გეოგრაფიული გარემოს გავლენა ტურიზმის მულტიპლიკატორის ეფექტიანობაზე;
- ქვეყნის ტურისტული ინდუსტრიის დამოკიდებულება იმპორტზე და თუ ეს მაჩვენებელი 2 კოეფიციენტზე დაბალია, ითვლება რომ დამოკიდებულება მნიშვნელოვანია;
- ტურიზმის ინდუსტრიის როლი ეკონომიკის აღდგენაში კოვიდ-19 კრიზისული პერიოდის შემდეგ და სხვა.

ტურიზმის პოპულარიზაციისა და გეოგრაფიული გაფართოების ტენდენციების ფონზე, მულტიპლიკატორის კონცეფციის აქტუალობა მატულობს. გასული საუკუნის 90-იანი წლებიდან „მოგზაურობისა და ტურიზმის მსოფლიო საბჭო“ (WTTC) აქვეყნებს მულტიპლიკატორის წლიურ ანგარიშებს და დღეისათვის ისინი მოიცავენ 184 ქვეყანას, ხოლო განზოგადებით – 28 გეოგრაფიულ და ეკონომიკურ რეგიონს (WTTC 2024). გამოთვლილი კოეფიციენტის შერჩევითი მაჩვენებლები წარმოდგენილია ქვემოთ დართულ ცხრილში (იხ. ცხრ. 2.1.5.1).

ტურიზმის მულტიპლიკატორი						
ქვეყნები, 2016-2020						
	ქვეყნები	2016	2017	2018	2019	2020
1	ს. არაბეთი	2.12	2.09	2.07	1.5	2.07
2	ინდონეზია	1.65	1.73	1.7	1.77	1.93
3	ნიგერია	1.6	1.55	1.46	1.85	1.88
4	ჩილე	1.37	1.45	1.45	1.83	1.64
5	ყაზახეთი	1.52	1.7	1.7	1.52	1.59
6	რუსეთი	1.14	1.32	1.35	1.55	1.55
7	ნორვეგია	1.68	1.71	1.81	2.1	1.52
8	ბრაზილია	1.35	1.55	1.4	2	1.51
9	დომინიკის რეს- პუბლიკა	1.31	1.34	1.37	1.52	1.5
10	იაპონია	1.68	1.6	1.64	1.49	1.49
28	ტაილანდი	1.49	1.29	1.34	1.29	1.21
40	ინდოეთი	1.02	1.09	1.08	1.63	1.12
41	ტუნისი	1.64	1.55	1.59	1.03	1.1
42	მაროკო	1.6	1.68	1.75	1.67	1.09
43	გერმანია	0.79	0.82	0.86	0.94	1.08
44	დიდი ბრიტანეთი	1.44	1.4	1.48	1.34	1.05
45	ბელგია	1.14	1.18	1.25	0.96	1.02
46	მალაიზია	1.2	1.21	1.28	1.13	0.97
47	შვეიცარია	1.25	1.25	1.25	1.28	0.87
48	მექსიკა	1.37	1.43	1.47	0.59	0.67
სულ 48 ქვეყანა		1.39	1.4	1.44	1.45	1.3

ცხრილი 2.1.5.1

წყარო: Ushakov and Andreeva 2021

ჩატარებულმა კვლევებმა გამოავლინეს ზოგადი ხასიათის მრავალი თავისებურება. კერძოდ, ადგილობრივ ეკონომიკაზე ტურიზმის ინდუსტრიის მულტიპლიკატორის კოეფიციენტი მერყეობს 2-3 ფარგლებში; ზეგავლენის მაღალ მაჩვენებლად ითვლება კოეფიციენტი, რომელიც აღემატება 3 ნიშნულს; კოეფიციენტი, რომელიც 2 ნიშნულზე დაბალია, მიანიშნებს ქვეყნის ტურიზმის ინდუსტრიის დამოკიდებულებაზე იმპორტულ მომარაგებასა და მომსახურებაზე.

* * *

ტურიზმის ინდუსტრიის ეკონომიკურ გარემოზე ზეგავლენის შესწავლისა და შეფასების კონცეფციები გამოირჩევიან მრავალფეროვნებით, შეფასებების ასპექტების ფართო სპექტრით და პოპულარობით. მათი დიდი ნაწილი ითვალისწინებს ასევე ზეგავლენის გავრცელებას სოციალურ და ბუნებრივ გარემოზეც. აღნიშნულმა თვისებებმა და გლობალური ტურიზმის ინდუსტრიის სტაბილურმა განვითარებამ განაპირობეს განხილული კონცეფციების ინტეგრირება ტურიზმის მდგრადი განვითარების კვლევებში.

2.2. ტურიზმის მდგრადი განვითარების სოციალურ ასპექტებზე ორიენტირებული კონცეფციები და მეთოდები

ტურიზმის მდგრადი განვითარების სოციალური ასპექტების კვლევები, უმეტეს შემთხვევაში, ინტეგრირებულია პროცესების კომპლექსურად შესწავლის მეთოდოლოგიაში, სადაც აქცენტი კეთდება სოციალურ ღირებულებებზე და მათ კავშირებზე ეკონომიკურ და ბუნებრივ კომპონენტებთან. შესაბამისად, როგორც ზემოთ აღინიშნა, მდგრადი განვითარების კვლევების დაყოფა ცალკეულ ასპექტებზე ორიენტირებით, მათ შორის, სოციალურ ასპექტებზე, პირობით ხასიათს ატარებს. აღნიშნული მიდგომის გათვალისწინებით, ქვემოთ განიხილება შემდეგი მიმართულებები:

- **ტრანსდისციპლინური მიდგომის კონცეფცია (Transdisciplinary Concept)** – ითვალისწინებს დაინტერესებული

მხარეების ჩართულობას კვლევებში, მათი ცოდნისა და პრაქტიკული გამოცდილების გათვალისწინებით;

- **თემზე დაფუძნებული მდგრადი განვითარების კონცეფციები (Community-based Concept)** – კონცენტრირებულია ტურიზმის დანიშნულების ადგილებში ადგილობრივი მოსახლეობის ჩართულობაზე;
- **გაზიარების ეკონომიკის კონცეფცია (Sharing Economy)** – ორიენტირებულია ეკონომიკური აქტივების სოციალური მიზნებისთვის გამოყენებაზე, მათ შორის, ადგილობრივი მოსახლეობის მატერიალური და შრომითი რესურსების ჩართულობის გააქტიურებაზე და მოსალოდნელი ეკონომიკური სარგებლიანობის ადგილზე კონცენტრირებით.

2.2.1. ტრანსდისციპლინური მიდგომის კონცეფცია

ინოვაციური ტრანსდისციპლინური კონცეფცია – Transdisciplinary concept – არსებითად, გულისხმობს მულტიდისციპლინურ აკადემიურ კვლევებში, პრაქტიკული ცოდნის მქონე დაინტერესებული მხარეების ჩართულობას მისაღები მიზნობრივი ცოდნის ერთობლივად შემუშავებით (co-production). ასეთი მიდგომის აქტუალობა განაპირობა ორმა ძირითადმა ტენდენციამ.

პირველი ტენდენცია ვლინდება საზოგადოებაში, ბოლო ათწლეულების განმავლობაში, აკადემიური და ემპირიული ცოდნის სწრაფ ამაღლებაში, რაც ხშირად ერთმანეთისაგან განცალკევებით ვითარდება. შედეგად, ერთი მხრივ, აკადემიურ სფეროში, ვითარდება მულტიდისციპლინური მეცნიერული ცოდნა, ხოლო მეორე მხრივ, პრაქტიკულ საქმიანობაში, განცალკევებულად გროვდება ემპირიული ცოდნა (Pohl and Wiesmann 2008, 3). ამასთან, თვით მეცნიერებაში ხშირია შემთხვევები, როდესაც კომპლექსური პრობლემის შესწავლა ხორციელდება სხვადასხვა დარგის ფარგლებში ისე, რომ არ ხდება მიღებული ცოდნის სინთეზი პრობლემის კომპლექსური გააზრებისა და გადაჭრისათვის. ტრანსდისციპლინური მიდგომის დანიშნულებაა ამ ვაკუუმის შევ-

სება მეცნიერების პრაქტიკასთან უფრო მჭიდრო დაკავშირებით და მრავალსაქვითი პრობლემების სხვადასხვა მეცნიერების პოზიციებიდან კომპლექსური და ერთიანი ხედვით შესწავლა. ასეთი მიდგომები სათავეებს იღებს გასული საუკუნის 70-იან წლებში და მისი აქტუალობა უწყვეტად მატულობს (Pohl and Wiesmann 2008, 4).

მეორე ტენდენცია დაკავშირებულია მიმდინარე და განვითარებული სოციალური, ეკონომიკური და ბუნებრივი პროცესების მდგრადი განვითარების კონტექსტში განხილვასთან. ამ მიდგომის აქტუალობა ამავე პერიოდში განისაზღვრა და ვითარდება მზარდი მნიშვნელობით და პოპულარობით.

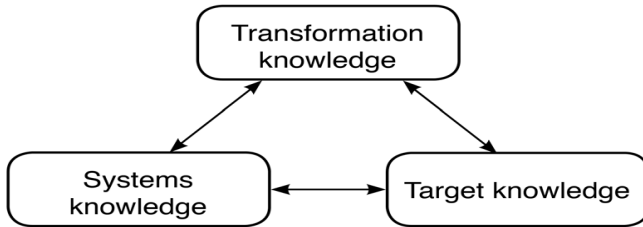
ექსპერტებმა მიუძღვნეს კვლევები ტრანსდისციპლინური ცოდნის განმარტებას, ამ კონცეფციის ადგილის განსაზღვრას ზოგადად ცოდნის სფეროში, მიმართულებების და კომპონენტების კლასიფიცირებას, მიზნებისა და კვლევითი ფაზების განსაზღვრას და სხვა მახასიათებლების შესწავლას.

ცოდნის სახეობებთან მიმართებით ტრანსდისციპლინური კონცეფციის ადგილი შემდეგი შედარებებით არის წარმოდგენილი (Alvargonzález 2011; Griffith 2023; Hirsh 2020):

1. მონოდისციპლინური (ანუ ინტრადისციპლინური) მიდგომა – გულისხმობს შესწავლას ერთი კონკრეტული მეცნიერების პოზიციიდან;
2. მულტიდისციპლინური მიდგომა – ნიშნავს ერთი თემის შესწავლას მეცნიერების განსხვავებული დარგების პოზიციებიდან, მიღებული შედეგების სინთეზის გარეშე;
3. ინტერდისციპლინური მიდგომა – ითვალისწინებს კომპლექსური პრობლემის შესწავლას სხვადასხვა მეცნიერული დარგის მიერ, მიღებული შედეგების სინთეზით. ამ მიდგომას შეიძლება ეწოდოს „მეცნიერება – საზოგადოებისთვის“;
4. ტრანსდისციპლინური მიდგომა – წარმოადგენს კომპლექსური პრობლემის შესწავლას სხვადასხვა მეცნიერების დარგის პოზიციებიდან და, რაც მთავარია, პრაქტიკული ცოდნის ჩართულობით. ეს უკანასკნელი შეიძლება გააჩნდეს და გააჩნიათ ადგილობრივ საზოგადოებას, ორგანიზაციებს და

კომპანიებს, რომლებსაც აქვთ კავშირი გამოსაკვლევ პრობლემებთან. ამ მიდგომამ დაიმკვიდრა სახელი „მეცნიერება საზოგადოებასთან ერთად“.

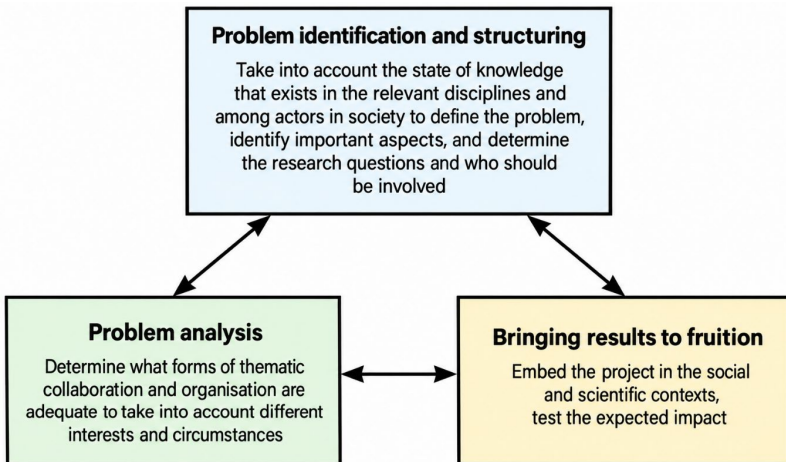
ცოდნის ფორმებად სახელდება საბაზისო (ფუნდამენტური), გამოყენებითი და ტრანსდისციპლინური. ტრანსდისციპლინური ცოდნა შეიცავს სამ ურთიერთდაკავშირებულ და ერთმანეთზე დამოკიდებულ კომპონენტს, როგორებიცაა (Pohl and Hirsch Hadorn 2007, 19, 30) (იხ. ნახ. 2.2.1.1):



ნახაზი 2.2.1.1

წყარო: Muhar et al. 2017

კვლევის ორგანიზების მხრივ ხშირად გამოიყოფა სამი ძირითადი ფაზა, როგორებიცაა (იხ. ნახ. 2.2.1.2):



ნახაზი 2.2.1.2

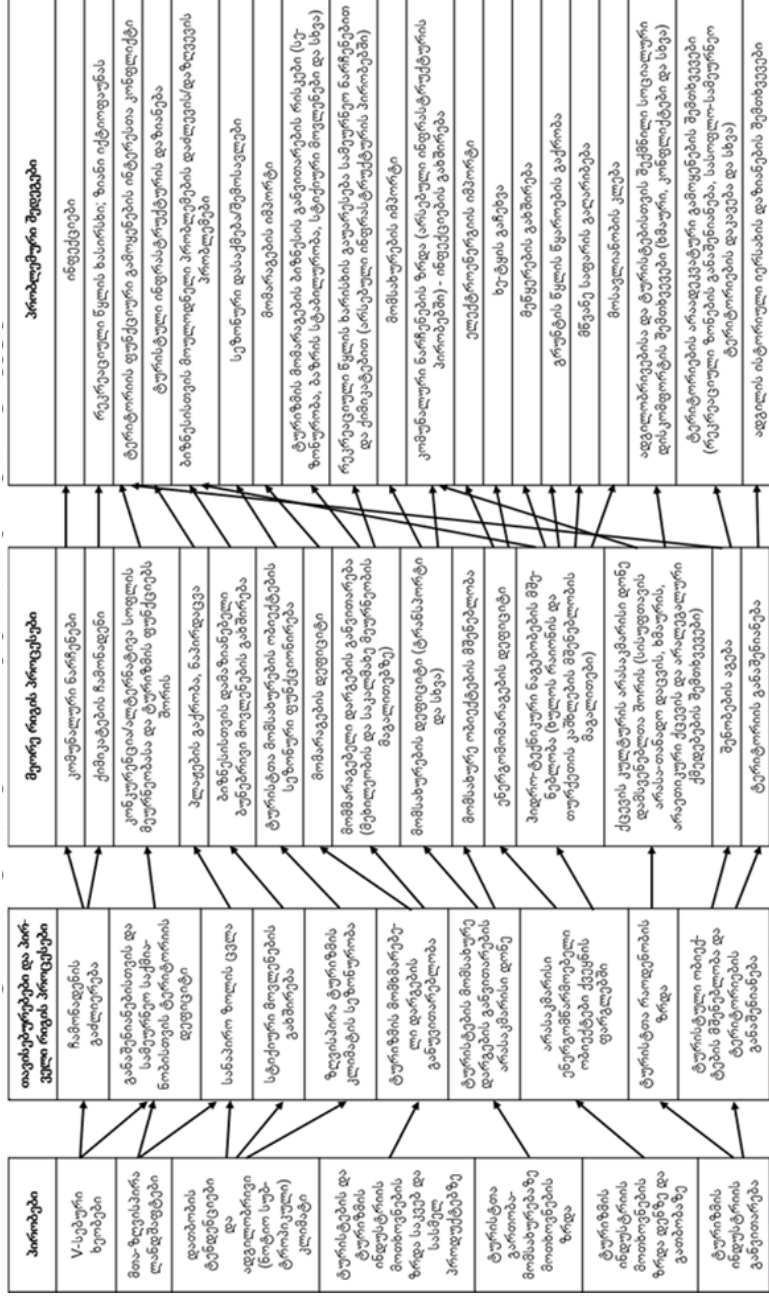
წყარო: Pohl and Hirsch Hadorn 2007

- I. პრობლემის იდენტიფიცირება და სტრუქტურირება (Problem Identification and Structuring);
 - II. პრობლემის ანალიზი და გამოკვლევა (Problem Analysis)
 - III. შედეგების მიღება (Bringing Results to Fruition).
- **ცოდნის სისტემა** – ნიშნავს არსებულ ცოდნას პრობლემებზე, მათ წარმოშობაზე, ზეგავლენის ფაქტორებზე და გარემოებებზე, ასევე, მოსაზრებებს მათი დაძლევის თაობაზე. იგულისხმება როგორც პრაქტიკული, ისე აკადემიური ცოდნა.
 - **მიზნობრივი ცოდნა** – სასურველი და საჭირო ცოდნის მიღება. განისაზღვრება, როგორც ტექნიკური, სოციალური, რეგულაციური, კულტურული და სხვა შესაძლო გზები, რომლებიც ხელს უწყობენ არსებული პრაქტიკული ცოდნის სასურველ ცოდნაში გარდაქმნას;
 - **გარდამავალი ცოდნა** – ცოდნის სისტემიდან მიზნობრივ ცოდნაზე გადასვლა. იგულისხმება ცვლილებების აუცილებლობის განსაზღვრა და ახსნა, სასურველი მიზნების და უკეთესი გამოცდილების მისაღწევად.

გასათვალისწინებელია, რომ ტრანსდისციპლინური მიდგომა არ ნიშნავს სხვადასხვა მეცნიერების მეთოდებისა და მიდგომების კრებულს, იგი უნდა განვითარდეს სპეციალური პარადიგმების შემუშავების გზით. ტრანსდისციპლინური კვლევა, როგორც ნესი, დაკავშირებულია ისეთ საკითხებთან, როგორებიცაა (Pohl and Wiesmann 2008, 32):

- პრობლემის კომპლექსურობის გამოვლენა;
- პრობლემის პრაქტიკულ და მეცნიერულ აღქმას შორის განსხვავების გათვალისწინება;
- აბსტრაქტული ცოდნის დაკავშირება პრობლემის კონკრეტულ ცოდნასთან;
- იმ ცოდნისა და პრაქტიკული ქმედებების გამოვლენა, რომლებიც ხელს შეუწყობენ საერთო ინტერესებში შემავალი შედეგის მიღებას. ასეთ შედეგს დაერქვა „საერთო პროდუქტი“, ხოლო მის მისაღებად საჭირო თეორიული და პრაქტიკული ცოდნის ერთობას – „მიზნობრივი ცოდნა“.

ტრანსდისციპლინური პრობლემები და სავარაუდო სტრუქტურა



წყარო: ხელშეწერილი 2017

ცხრილი 2.2.1.1

პრობლემის იდენტიფიცირების და სტრუქტურუზების შემდეგ უნდა გამოიკვეთოს პრობლემების და მათი დაძლევის მიდგომები.

პრობლემის იდენტიფიცირება და სტრუქტურუზება – საქართველოს მაგალითზე

ტურიზმის მდგრადი განვითარების ტრანსდისციპლინური შესწავლის მაგალითად წარმოდგენილია საქართველოსთან მიმართებით განხორციელებული კვლევა, რომელიც ჩატარდა დაინტერესებული მხარეების ფართო ჩართულობით და მიმართული იყო რეგიონებში არსებული გამოწვევების დადგენაზე, მათ შორის კავშირების გამოვლენაზე და მათი დაძლევის თანმიმდევრობის განსაზღვრაზე (იხ. ცხრ. 2.2.1.1).

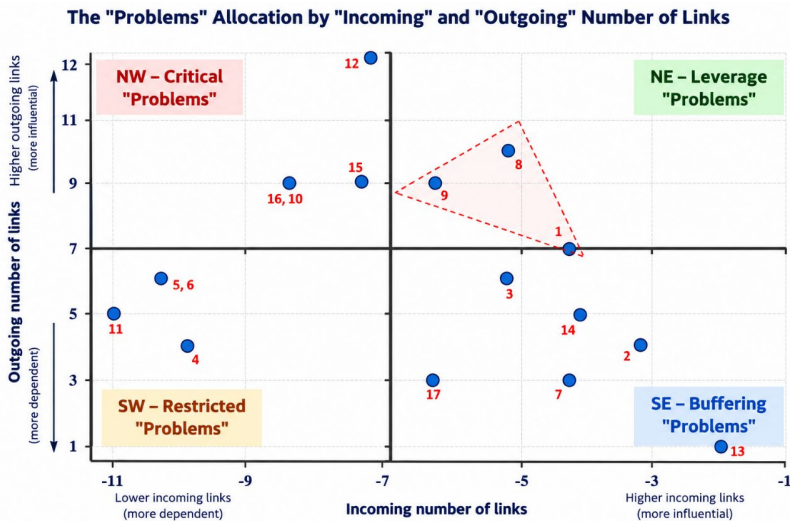
კვლევის პირველ ეტაპზე განხორციელდა პრობლემების პირველადი იდენტიფიცირება. ჩატარებული რაოდენობრივი და თვისებრივი სავსე კვლევების შედეგად დადგინდა 50-ზე მეტი „პრობლემა“ და მათ შორის ურთიერთზეგავლენის კავშირები (იხ. ცხრ. 2.2.1.1).

გამოვლენილი გამოწვევების, ანუ „პრობლემების“ ურთიერთკავშირები კლასიფიცირებულია ორ საბაზო კატეგორიად: „გამავალი კავშირები“ („outgoing links“), როდესაც ერთი პრობლემის დაძლევა დადებით ზეგავლენას ახდენს მეორეზე და „შემავალი კავშირები“ („incoming links“) – როდესაც გარე „პრობლემის“ დაძლევა დადებითად აისახება მოცემულ „პრობლემაზე“. „პრობლემების“ ამ სახით დაწყვილებაში შესაძლოა გამოვლინდეს ორივე სახის კავშირი, ან ამ კავშირების არარსებობა. „პრობლემებს“ შორის გამოვლენილი კავშირების კლასიფიცირება ხდება შემდეგ ოთხ კატეგორიად (საერთაშორისო პრაქტიკაში მიღებული სათაურებით): „კრიტიკული პრობლემები“ (Critical Problems) – რომელთა ფორმირება განაპირობა ბევრმა სხვა „პრობლემა“ და მათი დაძლევა ასევე დადებით ზეგავლენას მოახდენს ბევრი სხვა არსებული „პრობლემის“ მოგვარებაზე;

„ლევერეჯული პრობლემები“ (Leverage Problems) – რომლებიც ნაკლებად არიან განპირობებული სხვა „პრობლემებით“. ამასთან, მათი დაძლევა, ხელს შეუწყობს ბევრი სხვა „პრობლემის“ შემსუბუქებას ან გადაჭრას;

„შეზღუდული პრობლემები“ (Restricted Problems) – ეწოდება იმ კატეგორიას, რომლის ფორმირება განპირობებულია დანიშნულების ადგილის ბევრი სხვა „პრობლემით“ და მათი დაძლევა დადებითად აისახება სხვა „პრობლემების“ მხოლოდ შეზღუდულ რაოდენობაზე;

„ბუფერული პრობლემები“ (Buffer Problems) – განეკუთვნებიან იმ კატეგორიას, რომელთა ფორმირება განპირობებულია მცირედენი სხვა „პრობლემების“ არსებობით, თანაც მათი მოგვარება დადებითად აისახება სხვა „პრობლემების“ ასევე მცირე რაოდენობაზე (გრაფიკული გამოსახულების მაგალითი იხ. ნახ. 2.2.1.3)



ნახაზი 2.2.1.3.

წყარო: *Khelashvili, Khartishvili, and Khokhobaia 2019*

აღნიშნული კლასიფიცირება იძლევა გამოწვევების დაძლევის თანმიმდევრობის განსაზღვრის მათი სხვა გამოწვევებზე დადებითი ზეგავლენის სპექტრის გათვალისწინებით.

ზოგადად, შედარებით ინოვაციური ტრანსდისციპლინური კონცეფცია, ბევრი სხვა ასეთი კონცეფციის მსგავსად, იმყოფება სრულყოფის პროცესში, ექვემდებარება შემდგომ დახვეწას და მორგებას მიმდინარე ცვლად ტენდენციებზე.

2.2.2. თემზე დაფუძნებული მდგრადი განვითარების კონცეფციები

თემზე დაფუძნებული კონცეფციები, მსგავსად სხვა კონცეფციებისა, რომლებიც ინტეგრირებულია ტურიზმის მდგრადი განვითარების კონცეფციაში, გამოირჩევიან როგორც მრავალფეროვნებით, ისე პერიოდული მოდიფიცირებით. ამასთან, მათი გარემოზე კომპლექსური ზეგავლენის ფონზე, პრიორიტეტი, როგორც წესი, ენიჭება სოციალურ ღირებულებებს და მათ კავშირებს ეკონომიკურ და ბუნებრივ გარემოსთან. მოცემულ ნაშრომში განხილულია ორი ასეთი მიმართულება: „გენერაციული ტურიზმი“ და „თემზე დაფუძნებული ტურიზმი“.

„გენერაციული ტურიზმის“ უფრო ვრცელ სათაურად გამოიყენება ტერმინი Generative-based community sustainable tourism development. მისი პირობითი თარგმანია – თემის ტურიზმის მდგრადი განვითარება გარემოს აღდგენაზე დაფუძნებით, რაც რთულად აღიქმება. ამის გათვალისწინებით, მოცემულ ნაშრომში, გამოყენებულია ამ ტერმინის პირობითი თარგმანი – „გენერაციული ტურიზმი“.

„გენერაციული ტურიზმის“ კონცეფცია განვითარდა გლობალური ტურიზმის მხარდის პოპულარობის ფონზე, მისი მდგრადი განვითარების უზრუნველყოფაზე ორიენტირებით და განსაკუთრებულ აქტუალობას იძენს, ტურისტთა მოგზაურობის ადგილებში სოციალური თუ ბუნებრივი გარემოს ღირებულებების დაცვის და აღდგენის კუთხით (Kutlu 2024, 69-81). ამ კონცეფციის ფარგლებში აღსანიშნავია კვლევითი მიდგომა, რომელსაც ეწოდა „ტურიზმის მდგრადი განვითარების მხარდაჭერა“ (Supporting Sustainable Tourism Development – SSTD). მისი აპრობირება განხორციელდა სამხრეთ კორეის ქალაქ ჯეჩონის მაგალითზე (Han et al. 2024).

აღნიშნულ, ე.წ. „გენერაციის“, კონცეფციაში, ზოგადად, მოიაზრება მოგზაურობის ადგილებში არსებული ღირებულებების დაცვა, აღდგენა და ამ პროცესებში ადგილობრივი დაინტერესებული მხარეების პირდაპირი თუ ირიბი ჩართულობა. ავტორები აღნიშ-

ნავენ, რომ ე.წ. „გენერაციულობა“, მისი სწორი წარმართვის პირობებით, მოიაზრება ყველა დაინტერესებული მხარის ინტერესებში. კერძოდ, ტურიზმთან მიმართებით ხდება ვიზიტორებისათვის ადგილის მიმზიდველობის ამაღლება, მოსახლეობისთვის – ჩვეული კულტურული ღირებულებების, ობიექტების და ზოგადად სასურველი გარემოს შენარჩუნება, ხოლო ტურიზმისა და მის მონარაგება-მომსახურების ბიზნესში ჩართული პირებისთვის შემოსავლების მიღების შესაძლებლობის შექმნა (Han et al. 2024).

ზემოხსენებული SSTD-ს კვლევის ავტორებმა შეიმუშავეს მიზნობრივი ქმედებების ინოვაციური ექვსსაფეხურიანი გეგმა, რომელიც ითვალისწინებს: 1) ადგილობრივ მოსახლეობაში გენერაციული პროცესების განმახორციელებელი პირების და ჯგუფების განსაზღვრას; 2) საზოგადოების ინფორმირებულობას დასახულ მიზნებზე; 3) ჩართულ პირებთან კონსულტაციების ჩატარებას სამოქმედო გეგმის დასაზუსტებლად; 4) დაინტერესებული მხარეების ჩართულობის უზრუნველყოფას; 5) დაგეგმილი აქტივობების განხორციელებას ჩართულ მხარეებთან კოორდინირებული მუშაობით; 6) შედეგების შეფასება დაინტერესებული მხარეების ჩართულობით და საზოგადოების ინფორმირებულობით (იხ. ნახ. 2.2.2.1).



ნაშრომის კონცეპტუალურ ღირებულებასთან მიმართებით, ავტორები ხაზს უსვამენ, რომ წარმოდგენილი მეთოდოლოგია გამიზნულია ადგილობრივი მოსახლეობის ეფექტიან ჩართულობაზე ვიზიტორთა დანიშნულების ადგილების მდგრადი განვითარების მართვაში, გარემოს შენარჩუნებისა და აღდგენის (ანუ გენერაციის) ხელშეწყობით. ამასთან, წარმოდგენილი მიდგომა განიხილება ინოვაციურ მიმართულებად ფსიქოლოგიის ე.წ. „ტერიტორიაზე მიჯაჭვულობის“ თეორიაში, რომელიც გულისხმობს ადამიანის ემოციურ კავშირს მისთვის ჩვეულ და ღირებულ გარემოსთან, რაც მნიშვნელოვნად განაპირობებს მის ქცევებს და ღირებულებებს (Bonaiuto et al. 2016; Han et al. 2024; Inalhan, Yang, and Weber 2021). შედეგად, ეს ფსიქოლოგიური პოტენციალი გამოიყენება ტურიზმის დანიშნულების ადგილის მიმზიდველობის გაზრდის, ადგილობრივი მოსახლეობის კეთილდღეობის ამაღლების და გარემოს აღდგენა-შენარჩუნებისთვის.

განხილული კვლევა ფოკუსირებულია კონკრეტულ რეგიონზე. ამასთან, ავტორების აზრით, მიღებული შედეგები უფრო ფართო მნიშვნელობისაა, რადგან შემუშავებული მეთოდოლოგია შეიძლება გამოყენებულ იქნას სხვა დანიშნულების ადგილის მიმართ ადგილობრივ თავისებურებებზე მორგებით. ეს კი მიუთითებს შემდგომი კვლევის საჭიროებაზე სხვადასხვა კულტურულ და გეოგრაფიულ კონტექსტში, შემოთავაზებული მოდელის აპრობირებისა და ეფექტიანობის შესამოწმებლად, დასადასტურებლად და დასახვეწად (Han et al. 2024).

„გენერაციული ტურიზმის“ მიდგომა და გამოვლენილი შედეგები გამოიყენება მარკეტინგულ აქტივობებში შენარჩუნებული და/ან აღდგენილი გარემოს რეკლამირებისთვის, ასევე, ტურისტთა საექსკურსიო მომსახურებაში და ზოგადად ტურიზმის პროფილური მიმართულების მენეჯმენტში. ამ მხრივ, მზარდი პოპულარობით სარგებლობს ე.წ. „გენერაციული ხელოვნური ინტელექტის“ – Generative AI (Generative Artificial Intelligence) – გამოყენება. მისი მეშვეობით ხორციელდება მომსახურების პერ-

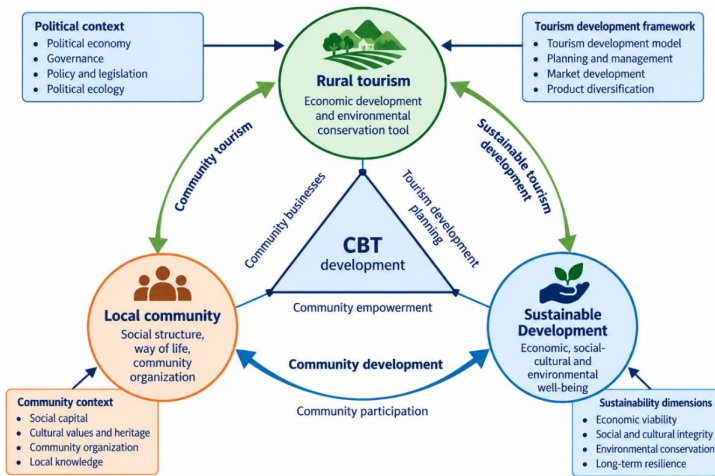
სონალიზაცია, სამოგზაურო და საექსკურსიო ადგილების დაგეგმვის რაციონალიზაცია, გარემოს ვირტუალური წარმოჩენა მარკეტინგული მიზნებისთვის და მრავალი სხვა მიმართულებით (Tham, Michael, and Michael 2024) (უფრო დეტალურად ეს სფერო განხილულია მოცემული ნაშრომის საინფორმაციო ტექნოლოგიებთან დაკავშირებულ თავში).

თემზე დაფუძნებული კონცეფცია (Community-based tourism – CBT) მდგრადი განვითარების კუთხით ასევე მიმართულია ტურისტული დანიშნულების ადგილის მოსახლეობის ჩართულობისა და ინტერესების გათვალისწინებაზე. აღსანიშნავია, რომ თავისი არსით, ეს კონცეფცია პირდაპირ კავშირშია მომდევნო ქვეთავში განხილულ მდგრადი განვითარების „გენერაციის“ კონცეფციასთან. კერძოდ, იგი ორიენტირებულია ადგილობრივი მოსახლეობისათვის დასაქმების შესაძლებლობების შექმნაზე, განსაკუთრებით ისეთ აქტივობებში, როგორებიცაა – ტურიზმის გიდობა, განთავსების საშუალებების მართვა და მომსახურება, კულინარია და ხელოსნური წარმოება (Jackson 2025; Lee 2013; Lee, Jan, and Yang 2013).

CBT, როგორც ცნება, თავდაპირველად განიმარტა მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციის მიერ როგორც „ტურისტული აქტივობები და სერვისები, რომლებიც შემუშავებულია ადგილობრივი მოსახლეობის წევრების მიერ ერთობლივი მუშაობით, კლუბებში ან ჯგუფებში გაერთიანებით, რიგ შემთხვევაში კერძო სექტორთან თანამშრომლობით“ (UN Tourism). შემდგომში, განვითარდა ემპირიული კვლევები, რომლებიც მიმართული იყო დასახლებებში ტურიზმის განვითარების პოტენციალის გამოყენებაზე ადგილობრივი ბუნებრივი, სოციალური და ეკონომიკური გარემოს სრულყოფაზე და განვითარებაზე, დაინტერესებული მხარეების ერთობლივი ჩართულობით.

ამასთან, CBT-ის მზარდი პოპულარობის მიუხედავად, დღემდე არ ჩამოყალიბებულა მისი, როგორც კონცეფციის, საყოველთაოდ მიღებული განმარტება (Jackson 2025). ჩატარებული მზარდი რაოდენობის სამეცნიერო და პრაქტიკულ კვლევებში მკა-

ფიოდ ვლინდება მისი ორიენტირება სოფლისა და სოფლის ტიპის დასახლებებზე, ასევე კერძო სექტორის ჩართულობაზე. CBT კონცეფციაზე დაფუძნებული კვლევები განხორციელდა საქართველოს მთიანი დასახლებების მაგალითზეც (Gugushvili et al. 2020; Khartishvili et al. 2019; Muhar and Khartishvili 2019). ავსტრიის ბოკუს უნივერსიტეტისა და ივ. ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის მკვლევრების მიერ შემუშავდა BTC-ს შესწავლის მოდელი, რომელშიც ასახულია კონცეფციაში გათვალისწინებული წამყვანი კომპონენტები, მათ შორის კავშირები და მიზნობრივი მიმართულებები (იხ. ნახ. 2.2.2.2).



ნახაზი 2.2.2.2

წყარო: Muhar and Khartishvili 2019

წარმოდგენილ მოდელში ხაზგასმულია ორიენტირება სასოფლო დასახლებებზე და მათი მიზნობრივი განვითარების პრიორიტეტებზე, როგორებიცაა: ტურიზმის მხრიდან ხელშეწყობა ადგილობრივი სოციალური, ეკონომიკური გარემოსა და ბუნებრივი გარემოს აღდგენასა და განვითარებაში. ასევე წარმოდგენილია აღნიშნულ კომპონენტებს შორის ურთიერთგავლენის

პოტენციალის მატარებელი მიზნობრივი მიმართულებები – თემზე დაფუძნებული ტურიზმის განვითარება ადგილობრივი ბიზნესის განვითარების სტიმულირებით; განვითარება მდგრადი ტურიზმის მიმართულებით შესაბამისი გეგმების შემუშავებით; და საზოგადოებრივი განვითარება ადგილობრივი მოსახლეობისთვის ახალი შესაძლებლობების შექმნით (Muhar and Khartishvili 2019).

ზოგადად, CBT, როგორც მდგრადი განვითარების კონცეფციის შემადგენელი მიმართულება, განიხილება გაეროს მიერ მიღებული მდგრადი განვითარების 2015-2030 წლების სტრატეგიული მიზნების შესრულების კონტექსტში. კერძოდ, მე-8 მიზანთან მიმართებით – „სტაბილური, ინკლუზიური და მდგრადი ეკონომიკური ზრდის ხელშეწყობა, სრული და პროდუქტიული დასაქმება და ღირსეული სამუშაო ყველასათვის“ (United Nations 2025a). ამ მიზანთან მიმართებით გაეროს მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციის დაკონკრეტებულ მიზანს წარმოადგენს „ღირსეული სამუშაო ადგილები და ეკონომიკური განვითარება“ (UNWTO 2023). პრიორიტეტული ყურადღება ეთმობა ღირსეული სამუშაო ადგილების შექმნას, რაც, მოცემულ კონტექსტში სოციალურ ღირებულებად განიხილება, რომლის განვითარება ეკონომიკურ პირობებზეა დამოკიდებული.

2.2.3. გაზიარების ეკონომიკის ინტეგრირება ტურიზმის მდგრადი განვითარების კონცეფციაში

გაზიარების ეკონომიკა (Sharing Economy) არაერთი განმარტებით მოიხსენიება ლიტერატურაში, თუმცა არსებითად იგი გულისხმობს მესაკუთრეების მიერ დროებით გამოუყენებელი აქტივების იჯარით გაცემას დაინტერესებულ მომხმარებლებზე, ან პირადი მოხმარებისთვის ან ბიზნესის წარმოებისთვის გარკვეული დროის ფარგლებში (Görög 2018; Luo 2023). მომხმარებლები და იჯარის გამცემები, უმეტეს შემთხვევაში, არიან ადგილობრივი მოსახლეები, ხოლო აქტივები წარმოდგენილია მანქანებით, ბინებით, ტერიტორიული სივრცეებით, ასევე გარკვეული ბიზნესსაქმიანობის შესაძლებლობებით. შესაბამისი პროცესები,

შეთავაზებების განთავსება მიმწოდებლების მიერ, შესაძლებლობების მოძიება დაინტერესებული პირების მიერ, შეთანხმებების გაფორმება, თანამშრომლობა, ტრანზაქციების განხორციელება და სხვა, ხორციელდება სოციალური მედიის პლატფორმების მეშვეობით. შესაბამისად, გაზიარების ეკონომიკა გამოირჩევა თავისი სოციალური ღირებულებებით, რომლებიც გამოიხატება ადგილობრივი მოსახლეობისთვის დასაქმებაში, მათ მიერ დამატებითი შემოსავლების მიღების შესაძლებლობებში, რესურსების გამოყენების რაციონალიზაციაში და ა.შ., რაც აახლოებს ამ მიმართულებას მდგრადი განვითარების სტანდარტებთან.

როგორც აღინიშნა, მიუხედავად ამ მიმართულების სწრაფი პოპულარიზაციისა, დღეისათვის, არ არის ჩამოყალიბებული ამ კონცეფციის საყოველთაოდ მიღებული ფორმულირება, ასევე არ არის სრულყოფილად შემუშავებული შესატყვისი რეგულაციები და დადგენილი სტანდარტები. მეტიც, თავად კონცეფციაც მოიხსენიება განსხვავებული ფორმულირებებით, რომელთა შორისაა (პირობითი თარგმანით): „თანამშრომლობითი მოხმარება“ (Collaborative Consumption), „პირისპირი კავშირების ეკონომიკა“ (Peer-to-Peer (P2P) Economy), „ხელმისაწვდომი ეკონომიკა“ (Access Economy), „მოთხოვნების ეკონომიკა“ (On-Demand Economy), „მოკლევადიანი ეკონომიკა“ (Gig Economy), „პლატფორმის ეკონომიკა“ (Platform Economy) და სხვა (Görög 2018, 80-181). ეს გარემოებები, კიდევ ერთხელ მიუთითებენ ინოვაციური ტექნოლოგიების პრაქტიკაში დანერგვის პროცესების წინსწრებას მათ კონცეპტუალურად გააზრებასთან მიმართებით, მათ შორის, მდგრადი განვითარების კონტექსტში.

მიმდინარე ეტაპზე, შემოთავაზებულია განზოგადებული მოდელი, რომელშიც ასახულია „გაზიარების ეკონომიკის“ კავშირი სამ საკვანძო ცნებასთან, როგორებიცაა:

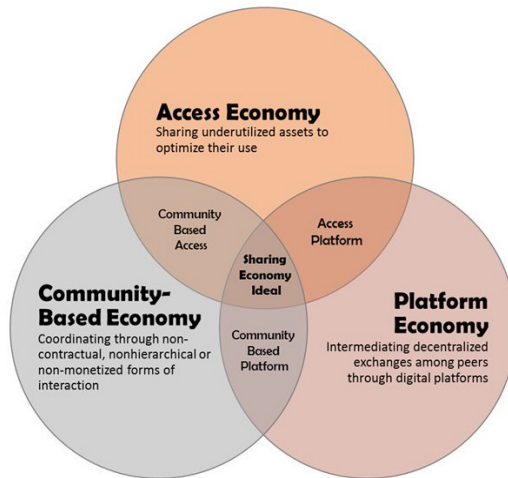
ენ. „წვდომის ეკონომიკა“ (Access Economy) – მოიცავს აქტივობებს, რომლებიც მიმართულია გამოუყენებელი მატერიალური და არამატერიალური პოტენციალის ათვისებისკენ. აქტივობებში

მოიაზრება როგორც კომერციული საქმიანობა, ისე მდგრად განვითარებაზე ორიენტირებული საჯარო-კერძო პარტნიორობის, დროებითი კოოპერირების და სხვა სახის კოოპერატიული ქმედებები.

პლატფორმის ეკონომიკა (Platform Economy) – გულისხმობს ელექტრონული პლატფორმის მეშვეობით, დაინტერესებულ მხარეებს შორის, დეცენტრალიზებული კავშირების დამყარებას და ე.წ ციფრული ეკო-სისტემის შექმნას, რომლის ფარგლებში ხორციელდება საქმიანი ურთიერთობები, ტრანზაქციები, ინფორმაციის გაცვლა და შენახვა, ინფორმაციის უსაფრთხოების დაცულობით.

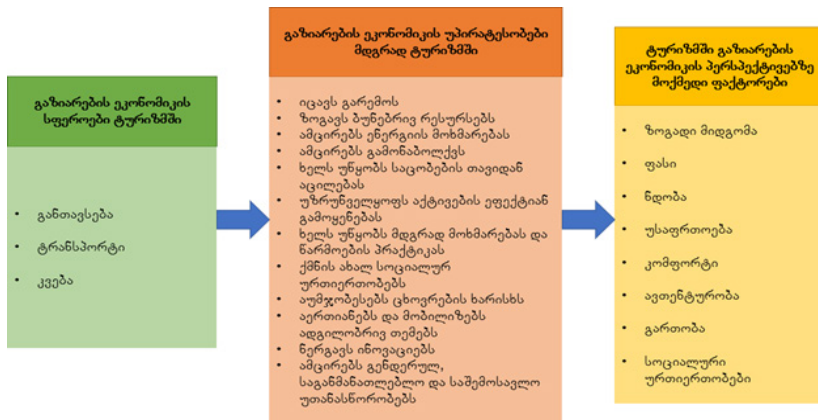
თემზე დაფუძნებულ ეკონომიკაში (Community-Based Economy) მოიაზრება დანიშნულების ადგილის პოტენციალის გამოყენება ადგილობრივი მოსახლეობის ჩართულობით და ადგილობრივი გარემოს ღირებულებების დაცვით.

აღნიშნული სამივე ცნება განიხილება ურთიერთკავშირში, რაც, თავის მხრივ, ქმნის შესაბამის კვლევებზე კომბინირებულ ხედვებს. „გაზიარების ეკონომიკა“ მოიაზრება ყველა განხილული კონცეფციის კვეთების ფარგლებში და წარმოდგენილია მულტიდისციპლინურ მიმართულებად (იხ. ნახ. 2.2.3.1).



„გაზიარების ეკონომიკის“ კავშირი ტურიზმის მდგრადი განვითარების კონცეფციასთან, პირველ რიგში, ვლინდება დაინტერესებული მხარეების მიერ, აქტივების (განთავსების საშუალებების, რეკრეაციული სივრცეების, სატრანსპორტო საშუალებების, კვების ობიექტების და სხვა) გაზიარებით გამოყენებაში გარკვეული პერიოდის ფარგლებში (Roblek, Štok, and Meško 2016). მოხმარება შეიძლება განხორციელდეს ინდივიდუალურად, ან ჯგუფურად, მაგალითად, საექსკურსიო ჯგუფების შექმნით, სატრანსპორტო საშუალებების ჯგუფურად გამოყენებით და ა.შ. მკვლევრებმა განაზოგადეს ამ კონცეფციის პრიორიტეტული სფეროები, მათი უპირატესობებისა და სარგებლიანობის გათვალისწინებით (იხ. ნახ. 2.2.3.2).

თეორიული კონცეპტუალური მოდელი, რომელიც ასახავს გაზიარების ეკონომიკის წვლილს მდგრადი ტურიზმის განვითარებაში



ნახაზი 2.2.3.2

წყარო: Perkumienė, Vienažindienė, and Švagždienė 2021

„გაზიარების ეკონომიკა“, მდგრადი განვითარების კონტექსტში, სხვა კონცეფციებისგან განსხვავებით, გამოირჩევა სოციალურ მდგრადობაზე ორიენტირებით (Buosi 2021; Onete, Pleșea,

and Budz 2018; Perkumienė, Vienažindienė, and Švagždienė 2021). ამ მხრივ, სოციალურ ღირებულებებში მოიაზრება შემდეგი პრიორიტეტული ასპექტები:

- ✓ თანასწორობა
- ✓ დასაქმება
- ✓ ჯანდაცვა
- ✓ სოციალური ერთიანობა, ინკლუზიურობა და საკითხების ურთიერთკავშირში განხილვა
- ✓ განათლება და ცოდნა
- ✓ სოციალური ინფრასტრუქტურა და საცხოვრებელი პირობები
- ✓ სიღარიბის დაძლევა
- ✓ კეთილდღეობა
- ✓ ადგილობრივი მოსახლეობისთვის ძირითად აქტივებზე ხელმისაწვდომობა
- ✓ კარგი მმართველობა
- ✓ ადგილობრივი შესყიდვები (ადგილობრივი მენარმეებისა და სამართლიანი ვაჭრობის მხარდაჭერა)
- ✓ საზოგადოებრივი მხარდაჭერა (სოციალური ზემოქმედება)
- ✓ ძირითადი საჭიროებები, ცხოვრების ხარისხი და ადამიანის კეთილდღეობა
- ✓ საზოგადოების ჩართულობა
- ✓ ღირსეული სამუშაო და უკეთესი სამუშაო პირობები
- ✓ საზოგადოებრივი უსაფრთხოება და დაცვა
- ✓ კულტურული მემკვიდრეობის, ადგილობრივი იდენტობისა და ღირებულებების დაცვა და გაძლიერება
- ✓ ადამიანის უფლებები (ექსპლუატაციის პრევენცია)
- ✓ დემოგრაფია
- ✓ შიმშილის დაძლევა, კვების პროდუქტების უსაფრთხოება და ღირსეული კვებით უზრუნველყოფა
- ✓ ეკონომიკური თვითკმარობა

- ✓ ტურისტების კმაყოფილების მხარდაჭერა
- ✓ ინდივიდუალური ავტონომია და პიროვნების თვითრეალიზაცია
- ✓ რესურსების განაწილება საზოგადოების ხანგრძლივი განვითარების ხელშეწყობისთვის
- ✓ ეთიკური სტანდარტების დამკვიდრება

მდგრადი განვითარების კონტექსტში, „გაზიარების ეკონომიკის“ აქტუალურ სოციალურ გამოწვევად სახელდება არალეგალური აქტივობები, რომლისგანაც ტურიზმის სფერო ჯერ კიდევ არ არის თავისუფალი. ეს გადახრები, ქაოტურად ან წინასწარი განზრახვით, ვლინდება როგორც ტურისტთა მომსახურების სფეროში, ისე თავად ვიზიტორების მხრიდანაც. კვლევები ასევე ავლენენ, რომ ამ სახის ინციდენტების მიმართ ზოგადად ტურისტები არიან უფრო მონწყვლადნი, ვიდრე ადგილობრივი მოსახლეობა. არალეგალური აქტივობების მაგალითებად სახელდება უკანონო ვაჭრობა და მომსახურება, ძალადობრივი ქმედებები, ქურდობა. გამოვლენის ნაკლები სიხშირით გამოირჩევიან სოციალურ ურთიერთობებში აღმოცენებული კონფლიქტური ქმედებები და ქცევები, რომლებიც შეიძლება იყოს კანონით დასჯადი ან სოციალურად მიუღებელი (Al-Ansi 2025; Mawby et al. 2016; Vakhitova, Mawby, and Ozasclar 2024).

ტურიზმის მდგრადი განვითარების სოციალურ ასპექტში ასევე განიხილება კულტურული ტრადიციების თავსებადობასთან დაკავშირებული ურთიერთობები. ამ მიმართულებამ დაიმკვიდრა მდგრადი კულტურული ტურიზმის სახელი. კულტურული და მათ შორის რელიგიური მიმდინარეობები წარმოადგენენ ტურიზმის ერთ-ერთ პრიორიტეტულ მამოძრავებელ ძალას. ამასთან, მათ ახლავთ კონფლიქტების გამოვლენის პოტენციალიც. ამ კონტექსტში, ჩატარებული კვლევები ავლენენ ისეთ მახასიათებელ გამოწვევებს, როგორებიცაა ტრადიციების მიუღებელი კომერციალიზაცია, ქცევითი სტანდარტების დარღვევა, უპატივცემულობის გამოხატვა, ქცევითი ტრადიციების დაპირისპირება ან

გაუთვალისწინებლობა, თაობებს შორის არსებული განსხვავებული ღირებულებებისა და ქცევების არასათანადო გათვალისწინება, კულტურული ობიექტების დაზიანების ჩვევები, ტურისტების მხრიდან გაუთვალისწინებელი და/ან გაუცნობიერებელი ქცევები და გამოთქმები, რომლებიც შეუთავსებელია ადგილობრივ ტრადიციებთან და სხვა (Al-Ansi 2025; Council of the European Union 2021; Raj and Griffin 2017). აღნიშნული გარემოებების და რისკების გათვალისწინებით, აქტუალობას ინარჩუნებს კულტურული ტრადიციების დაცულობის, შენარჩუნების და ადეკვატურად გამოყენების საკითხები (Council of the European Union 2021; Muhamad and Sopjan 2022; კვარაცხელია 2025).

* * *

„გაზიარების ეკონომიკის“ თავისებურებები, ერთობლიობაში, ნათლად ასახავენ ამ კონცეფციის პირდაპირ კავშირს მდგრადი განვითარების კონცეფციასთან, განსაკუთრებით სოციალური ღირებულებების კონტექსტში.

2.3. ტურიზმის მდგრადი განვითარების ბუნებრივ ასპექტებზე ორიენტირებული კონცეფციები და მეთოდები

ტურიზმის მდგრადი განვითარების დამოკიდებულება ბუნებრივ გარემოზე განსაკუთრებული მრავალფეროვნებით გამოირჩევა. პირველი მიახლოებით ეს კავშირები შეიძლება ორ მიმართულებად იქნას განხილული – ტურიზმის ზეგავლენა ბუნებრივ გარემოზე და ბუნებრივი გარემოს ზემოქმედება ტურიზმის განვითარებაზე. ამ მიდგომის ფარგლებში, მოცემულ ნაშრომში, ყურადღება გამახვილებულია მდგრადი განვითარების ასპექტებზე და მის ფარგლებში შემუშავებულ პოპულარულ კონცეფციებზე.

2.3.1. ტურიზმის ბუნებაზე ზეგავლენის შემცირების მიმართულებები

მდგრადი განვითარების კონცეფციის თანახმად, ტურიზმის ინდუსტრიის კავშირი ბუნებრივ გარემოსთან, მსგავსად ეკონომიკური და სოციალური კავშირებისა, განიხილება ორ ასპექტში: ტურიზმის განვითარების ზეგავლენა ბუნებრივ გარემოზე და ბუნებრივი პროცესების ზეგავლენა ტურიზმის განვითარებაზე.

ტურიზმის ზეგავლენა ბუნებრივ გარემოზე ხორციელდება, როგორც ტურისტული აქტივობების, ისე ტურისტული ინფრასტრუქტურის მოქმედების და მშენებლობის შედეგად. ბუნებრივი გარემოს მხრივ, ზიანის მიმღები რისკების მატარებელი კომპონენტებია: ბიომრავალფეროვნება, მცენარეული საფარი, ჰაერი, ნიადაგი და ქანები, წყლები და, ზოგადად, ხედები. ამ სახის ზემოქმედების პროცესებს შორის აღსანიშნავია (Reinsch et al. 2024; ციცაგი და სხვა 2025):

- მშენებლობა და განაშენიანება, განსაკუთრებით მოწყვლადია მთიანი რეგიონები;
- ნიადაგების ზედაპირული „დატკეპნვა“, რაც, ერთი მხრივ, ამცირებს ნალექების გაჟონვას ნიადაგში და მცენარეული ფესვების მეშვეობით წყლის მიღებას, ხოლო, მეორე მხრივ, ზრდის ზედაპირულ ნაკადებს და ნიადაგის ეროზიის პოტენციალს;
- დანაგვიანება და წყლის დაბინძურება, მ.შ. აალებადი მასალის დატოვება;
- ტრანსპორტის გამონაბოლქვი;
- ხმაური, რომელიც წარმოიქმნება ტრანსპორტის მოძრაობით, საწარმოო ობიექტების ფუნქციონირებით, გასართობ და სხვა მიმზიდველ ადგილებში ხალხმრავალი შეკრებებით და სხვა;
- ნადირობა სივრცეებში (სადაც აღნიშნული აქტივობა აკრძალულია);

- მცენარეების განადგურება, განსაკუთრებით კი ხე-ტყის, რაც ხშირად შენობების გათბობის მიზნითაც ხდება მთიან რეგიონებში;
- ხელოვნური წყალსაცავების შექმნა ხეობებში და სხვა.

ტურიზმის ბუნებრივ გარემოზე ზემოქმედების ფართო სპექტრის ფონზე, ქვემოთ წარმოდგენილია მიმართულებები, რომელთა გამოვლენა, გაანალიზება და მართვა დამახასიათებელია მოცემული სფეროსთვის.

გარემოს ნარჩენებით დაბინძურებასთან დაკავშირებით, მათი საერთო მოცულობის სტანდარტულ მაჩვენებელთან ერთად, განსაკუთრებულ ყურადღებას იმსახურებს ნარჩენების კომპონენტების თვითდაშლის მკვეთრად განსხვავებული პერიოდები. ამის მაგალითებია (Awomeso et al. 2010; “A Decomposition Timeline of Different Materials Revealed” 2023):

- სიგარეტის ნამწვავი: 5-10 წელი;
- პლასტმასის ბოთლი: 450 წელი;
- ალუმინის ქილა: 200-500 წელი;
- ქალაღდი: 1.5 თვე;
- მინა: 1 000 000 წელი;
- ბატარეები: 100 წელზე მეტი;
- ბიოლოგიური ნარჩენი: 6 თვე;
- რეზინი: 50-80 წელი;
- ტყავი: 25-80 წელი;
- პოლიეთილენის პარკი: 200-1 000 წელი.

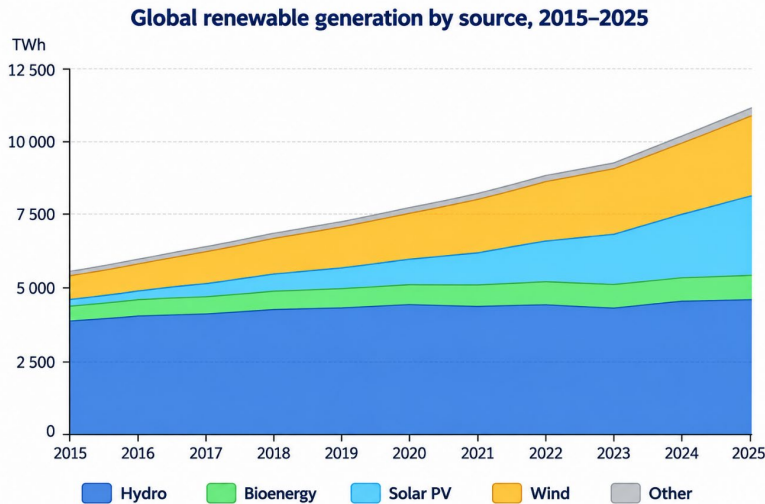
ბუნებრივი გარემოს დაბინძურების მნიშვნელოვან წყაროდ ასევე განიხილება სატრანსპორტო საშუალებების ფუნქციონირება, რაშიც მნიშვნელოვანი წვლილი შეაქვს ტურიზმის ინდუსტრიასაც. გარემოზე ხანგრძლივი და კომპლექსური უარყოფითი ზეგავლენის მხრივ, პრიორიტეტული ყურადღება ეთმობა ნახშირორჟანგს (CO₂) გამოყოფას (Sustainable Travel International 2022). მისი აღრიცხვა წარმოებს CO₂-სა და მისი ეკვივალენტის გაბოლოქვით ერთი მგზავრის ერთ კილომეტრზე გადაყვანისას.

აღნიშნული გასაშუალოებული მაჩვენებლები ნათლად ავლენენ სხვაობებს სატრანსპორტო სახეობებს შორის მათი გარემოზე ზემოქმედების პოტენციალის მხრივ. განსაკუთრებული ინტენსივობით გამოირჩევიან თვითმფრინავები – 148 დან-246 გრ. მგზავრ/კმ ფარგლებში, შემდეგ ბენზინზე მოქმედი მანქანები – 147 გრ მგზავრ/კმ, ავტობუსები – 97 გრ მგზავრ/კმ, ელექტრომანქანები – 47 გრ მგზავრ/კმ და ყველაზე დაბალი ზეგავლენით ხასიათდებიან სარკინიგზო მატარებლები – 35 გრ მგზავრ/კმ. ამასთან, შეფასებითი მონაცემებით, საერთაშორისო მოგზაურთა ნახევარზე მეტი (58%) მგზავრობას ახორციელებს თვითმფრინავების მეშვეობით (Our World in Data 2026a). მაგალითად, საქართველოში, ბოლო, 2024 წლის მონაცემებით, საერთაშორისო ვიზიტორთა 61.5% ჩამოდის სახმელეთო ტრანსპორტით, 37.8% – საჰაერო და 0.7% – საწყლოსნო (GNTA 2024, 4).

ტურიზმის გარემოზე ზეგავლენის შემცირების შესაძლებლობების კონტექსტში ექსპერტები გამოყოფენ 4 ძირითად მიმართულებას: 1) სატრანსპორტო საშუალებების მიერ ენერგიის მოხმარების ზრდის ტემპების შემცირება ტურისტთა მოგზაურობის პერიოდების გახანგრძლივებით. იგულისხმება, რომ დასვენების პერიოდის გაზრდა იმოქმედებს ტურისტების სატრანსპორტო საშუალებებით გადაადგილების სიხშირის შემცირებაზე; 2) ენერგიის მოხმარების დაზოგვა ახალი ტექნოლოგიების დანერგვით საჰაერო და, განსაკუთრებით, სახმელეთო ტრანსპორტში, სასტუმროებში და განთავსების სხვა საშუალებებში; 3) სანვავის ეკონომიური გამოყენება; 4) განახლებადი ენერგიის გამოყენების გაფართოება სასტუმროებში.

მიმდინარე ეტაპზე განსაკუთრებულ ყურადღებას იმსახურებს განახლებადი ენერგიის რესურსების გამოყენება. ამ სფეროს ძირითად რესურსებად მიჩნეულია ჰიდრო, მზის და ქარის პოტენციალი. ასევე, განახლებადი ენერგიის რესურსად გამოიყენება გეოთერმული, საზღვაო (მ.შ. ტალღები), ბიოგაზის (ბიომასის) და ე.წ. სითბური (თერმოელექტროუჯრედების ენერგია, რომლის მეშვეობით ხდება თერმული ენერგიის ელექტროენერგიად გარდაქ-

მნა). გლობალური მონაცემები ნათლად ავლენენ განახლებადი ენერგიის გამოყენების მზარდ ტენდენციას (იხ. ნახ. 2.3.1.1).



ნახაზი 2.3.1.1

წყარო: IEA 2026

ტურისტული ობიექტების მშენებლობისა და ტურისტთა მომსახურების არეალების მოწყობის მხრივ ხშირად ხორციელდება ისეთი სამშენებლო და ორგანიზაციული ღონისძიებები, როგორებიცაა:

- მშენებლობის რეგულაციების, მოთხოვნების, ნორმების სრულყოფა და მორგება ადგილობრივ მოთხოვნებზე და თავისებურებებზე;
- ინფრასტრუქტურის მოწყობა ადგილობრივი თავისებურებების და საჭიროებების გათვალისწინებით;
- ტურისტული აქტივობების არეალის ზონირება;
- ნაგავსაყრელების განლაგება და მოწყობა;
- საპარკინგე ადგილების გამოყოფა;
- ტურისტთა გასაჩერებელი ან/და დაბანაკების ადგილების კეთილმოწყობა;

- გადასახედი ადგილების მონყობა;
- საფეხმავლო ბილიკების გაყვანა;
- დამცავი საშუალებების მშენებლობა;
- გამაფრთხილებელი, საინფორმაციო, სარეკომენდაციო საშუალებების ორგანიზება;
- ტრენინგების ჩატარება და გაცნობითი ხასიათის ინფორმაციის მიწოდების უზრუნველყოფა დაინტერესებული მხარეებისთვის და ა.შ.

2.3.2. ბუნებრივი გარემოს ზეგავლენა ტურიზმზე

ბუნებრივი გარემოს ზეგავლენა ტურიზმზე განსაკუთრებული მრავალფეროვნებით გამოირჩევა. მოცემულ ნაშრომში ყურადღება ეთმობა სამ განზოგადებულ და პრიორიტეტულ ტენდენციას, როგორებიცაა: კლიმატის კომფორტულობა, გლობალური დათბობა, ასევე მთიანი რელიეფის ზეგავლენა განაშენიანებაზე.

კლიმატის კომფორტულობა, როგორც ტურიზმის პრიორიტეტული მამოძრავებელი და მიმზიდველი ფაქტორი, კვლევებში განიხილება მრავალ ასპექტში, რაც ასევე განპირობებულია თავად ტურიზმის სახეობების მრავალფეროვნებით. ქვემოთ ყურადღება გამახვილებულია ორ ასეთ ასპექტზე, რომლებიც გამოირჩევა ზეგავლენის მასშტაბურობით. ესენია, კლიმატის კომფორტულობა ადამიანის ორგანიზმისთვის და გლობალური დათბობის ტენდენცია, რომლის აქტუალობა განიხილება საუკუნოვანი პერსპექტივების ფარგლებში.

კლიმატის კომფორტულობის შეფასება ეფუძნება ე.წ. ტურიზმის კლიმატის ინდექსის კონცეფციას, რომელიც შემუშავდა ჯერ კიდევ გასული საუკუნის 80-იან წლებში (Mieczkowski 1985) და დღემდე ინარჩუნებს აქტუალობას. შეფასება ეფუძნება შემდეგ ფორმულას: $TCI = 8 \cdot Cld + 2 \cdot Cla + 4 \cdot R + 4 \cdot S + 2 \cdot W$. შემადგენელი კომპონენტებია (Mieczkowski, 1985):

Cld – დღის კომფორტის ინდექსი – მაქსიმალური ტემპერატურა და მინიმალური ტენიანობა;

Cla – 24-საათიანი კომფორტის ინდექსი – საშუალო ტემპერატურა და ფარდობითი ტენიანობა;

R – ნალექების რაოდენობა;

S – მზის ნათების ხანგრძლივობა;

W – ქარის სიჩქარე.

შეფასების ქულები იყოფა შემდეგ ხარისხობრივ კატეგორიებად:

90 – 100: იდეალური (Ideal)

80 – 89: შესანიშნავი (Excellent)

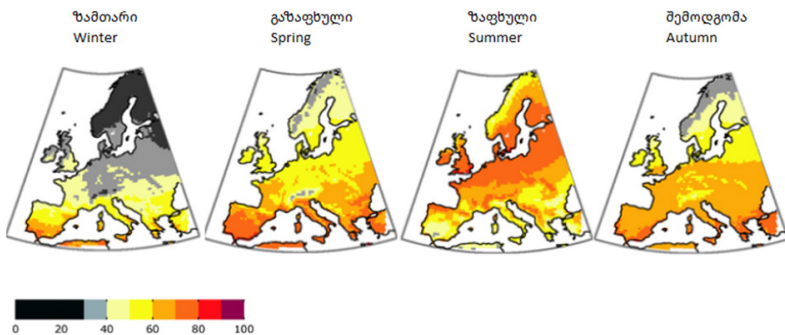
70 – 79: ძალიან კარგი (Very Good)

60 – 69: კარგი (Good)

40 – 59: მისაღები (Acceptable)

40- ზე დაბალი: მარგინალური, არაკომფორტული ცუდი პირობები (Unfavorable).

მაგალითისათვის, აღნიშნული მეთოდით (TCI) კლიმატის კომფორტულობის სეზონური და ტერიტორიული ცვალებადობა წარმოდგენილია ევროპის გარემოს დაცვის სააგენტოს მიერ ჩატარებული კვლევით (European Environment Agency- EEA). მასში ასახულია ევროპის რეგიონში კლიმატის კომფორტულობის ცვალებადობა, „კომფორტულიდან“ „შეზღუდული კომფორტის“ კატეგორიების ფარგლებში, როგორც ტერიტორიულ, ისე წლის სეზონების ჭრილში (იხ. ნახ. 2.3.2.1).



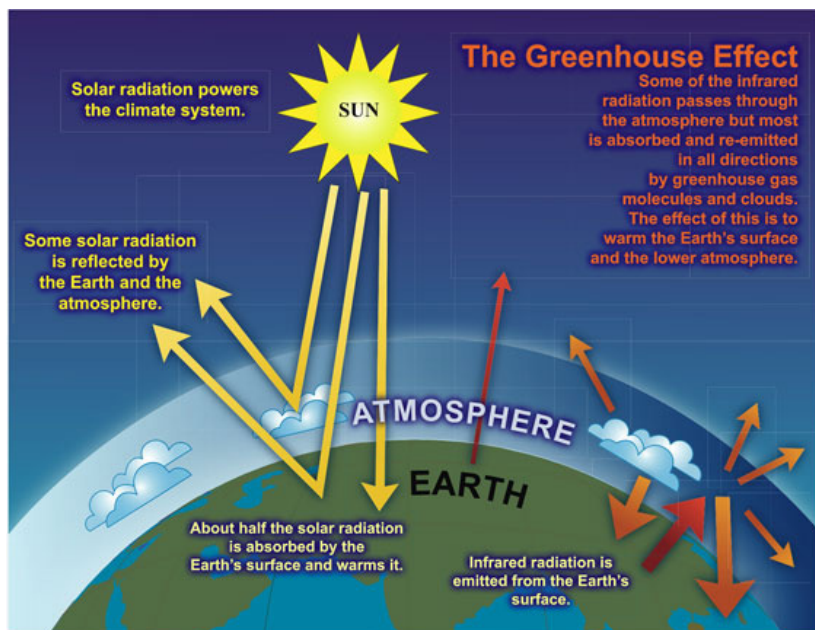
ნახაზი 2.3.2.1

წყარო: European Environment Agency 2012

შემუშავებული რუკები ნათლად ასახავენ კლიმატის კომფორტულობის ცვალებადობას ხმელთაშუაზღვის სანაპირო ზონიდან სკანდინავიის ნახევარკუნძულამდე.

ტურიზმის მდგრადი განვითარების კონტექსტში განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება **კლიმატის გლობალურ ცვლილებებს** და ხანგრძლივ პერიოდში მასთან დაკავშირებულ ე.წ. სათბურის ეფექტის გამოვლენებს.

სათბურის ეფექტის მოქმედების მექანიზმი გარკვეული თანმიმდევრობით და ციკლორობით გამოირჩევა. კერძოდ, დედამიწის ატმოსფერო ირეკლავს მზიდან მიღებული სხივების დაახლოებით 30%, ხოლო 70% აღწევს დედამიწის ხმელეთისა და წყლის ზედაპირს. ზედაპირზე ხდება მიღებული მზის სხივების ნაწილის შთანთქმა, ხოლო ნაწილის – არეკვლა. არეკლილი სხივების ნაწილს კვლავ შთანთქავენ ატმოსფეროში არსებული გაზები, როგორებიცაა ნახშირორჟანგი (CO₂), აორთქლილი წყალი (H₂O), მეთანი (CH₄), აზონი (O₃), და გარდაქმნიან მათ სითბურ ენერგიად (EPA 2023). ბუნებრივია, რომ სხივების შთანთქმის მოცულობა პირდაპირ უკავშირდება აღნიშნული გაზების რაოდენობას ატმოსფეროში. ამასთან, ამ გაზების წარმოქმნის ერთ-ერთი ძირითადი წყაროა ტრანსპორტი, რომელიც ფართოდ და ინტენსიურად გამოიყენება ტურიზმის ინდუსტრიაში. შესაბამისად, კვლევები აჩვენებენ, რომ ტურიზმის წილი გლობალურ დათბობაში აღწევს 8%-ს (Sustainable Travel International). აღნიშნული დათბობის პროცესის სტიმულირება, თავის მხრივ, აძლიერებს აორთქლებას და წყლის ორთქლის მატებას ატმოსფეროში. შედეგად, ისევ მატულობს არეკლილი სხივების გარდაქმნა სითბურ ენერგიაში და ხელმეორედ ძლიერდება დედამიწის ზედაპირზე უკვე მოქმედი დათბობის პროცესი, რასაც ბუნებრივად მოჰყვება ნალექების გამოყოფის მატებაც (იხ. ნახ. 2.3.2.2).



ნახაზი 2.3.2.2

წყარო: *Climate Change Institute 2015*

ნალექიანობის ზრდა, თავის მხრივ, იწვევს წყალდიდობებისა და გვალვების გაძლიერებას, მატულობს ზღვის ზედაპირი, მცირდება თოვლის მყარი საფარის პერიოდი და ძლიერდება მყინვარების დნობის პროცესები.

კლიმატის აღნიშნული ცვლილებები, ბუნებრივია, გავლენას ახდენენ ტურიზმის სექტორზე, როგორც დანიშნულების ადგილების პირობებზე, ისე მათ პროფილურ მიმართულებებზე.

დანიშნულების ადგილზე მოსალოდნელი რისკის მატარებელ პროცესებად და შედეგებად ექსპერტები აღნიშნავენ შემდეგ ცვლილებებს (UNDP Georgia 2026; University of Cambridge 2014):

- ზღვის დონის ამაღლება და ექსტრემალური ამინდის გამოვლენა – საფრთხეს უქმნის სანაპირო ტურისტულ ინ-

ფრასტრუქტურას, ინვეს და აძლიერებს სანაპირო ზონის ეროზიულ პროცესებს, აზიანებს და ტბორავს პლაჟებს;

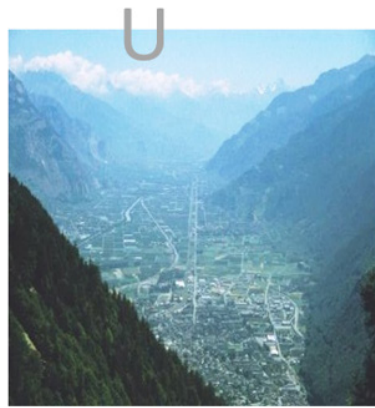
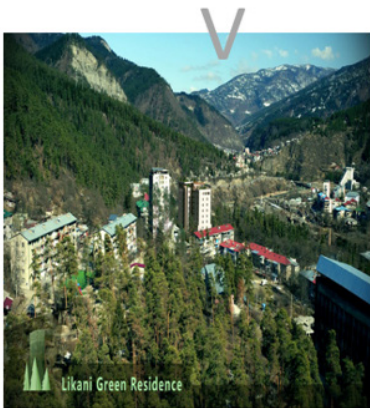
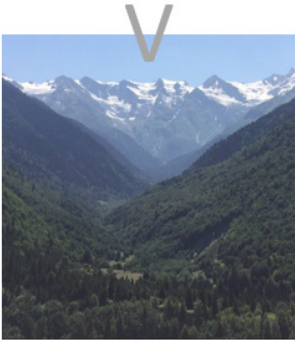
- *ოკეანის მუჟავიანობისა და ზღვის ტემპერატურის მატება* – აზიანებს და ანადგურებს მარჯნის რიფებს;
- *ტემპერატურის მატება* – ამცირებს ზამთრის ზოგიერთი სპორტის დანიშნულების ადგილების მიმზიდველობას, ახდენს გავლენას ბიომრავალფეროვნებაზე და ინვეს ტყის ხანძრების განვითარების რისკებს;
- *წყალდიდობის ან სხვა ექსტრემალური ამინდის სიხშირის მატება* – ზრდის კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლების დაზიანების რისკებს;
- *ექსტრემალური ბუნებრივი პროცესების გახშირება* – ამაღლებს დამსვენებელთა უსაფრთხოების დაცვის აქტუალობას.

ტურისტული აქტივობების მხრივ, განხილულ კონტექსტში აღსანიშნავია (University of Cambridge 2014):

- *წყლის ხელმისაწვდომობის შემცირებამ შეიძლება გამოიწვიოს დავები ადგილობრივ მენარმეებსა და მოსახლეობას შორის;*
- *ექსტრემალური ამინდის გახშირებული მოვლენები გაზრდიან გაურკვევლობას სამენარმეო საქმიანობის წარმართვასთან მიმართებით, განსაკუთრებით ღარიბ ქვეყნებში. ასევე, დაზღვევა შემცირდება იმ ადგილებში, რომლებიც მიდრეკილნი იქნებიან ექსტრემალური ამინდის ცვლილებებისკენ ან ზღვის დონის აწევისკენ;*
- *ემისიების შემცირების მცდელობა გაზრდია სამენარმეო ხარჯებს, განსაკუთრებით ტრანსპორტთან მიმართებით.*

რელიეფული პირობები. ცალკე აღნიშვნას იმსახურებს ტურისტული ინფრასტრუქტურის განაშენიანების გეომორფოლოგიური პირობები, განსაკუთრებით მთიან რეგიონებში, სადაც გარემო უფრო მონყვლადია მშენებლობითი პროცესების მიმართ და ახასიათებს სივრცითი შეზღუდვები. ამ მხრივ, განზოგა-

დებულად შეიძლება დასახელდეს მთის ხეობის ორი გეომორფოლოგიური სახეობა. ერთი, წარმოიქმნება მდინარეების მიერ და სიმბოლურად ეწოდებათ V ტიპის ხეობა. მეორე კატეგორია იქმნება ნელა მოძრავი მასიური მყინვარების მიერ და ეწოდებათ U-ს ფორმის ხეობები (იხ. ნახ. 2.3.2.3).



ნახაზი 2.3.2.3

„V“ ფორმის ხეობები გამოირჩევიან ჰორიზონტალურ ზედაპირთან მიახლოებული სივრცეების მკვეთრი სიმცირით და ციცაბო ფერდობების პრიორიტეტულობით. აღნიშნული პირობები ზღუდავენ განაშენიანების შესაძლებლობებს, აძვირებენ მშენებლობის პრო-

ცესებს, ზრდიან დაცვითი ხასიათის ინფრასტრუქტურის მოწყობის მოთხოვნებს, ასევე იზრდება ბუნებრივ გარემოზე უარყოფითი ზემოქმედების შედეგად ტურისტებზე და ტურისტულ ინფრასტრუქტურაზე უკუგების მიღების რისკები. ამასთან, განაშენიანების შეზღუდვები ამაღლებენ გარემოს მიმზიდველობას გეო-ტურისტული აქტივობებისთვის. მსგავსი სახის ხეობები წარმოდგენილია, მაგალითად, კავკასიის მთიან ზონაში. „ს“-ს ფორმის ხეობებისთვის დამახასიათებელია ვერტიკალურ დახრილობებთან მიახლოებული ფერდობები, შედარებით ფართო გასწორებული ქვედა ზედაპირით, რაც ზრდის განაშენიანების სივრცით შესაძლებლობებს, მ.შ. ტურისტული ინფრასტრუქტურის უფრო ინტენსიური განვითარებისათვის. ამასთან, იზრდება ბუნებრივი გარემოს მიმზიდველობის შენარჩუნების საჭიროებები. აღნიშნული სახის ხეობები დამახასიათებელია ალპური მთებისთვის, რომლებიც, გეოლოგიურ წარსულში, მოექცნენ გამყინვარების გავრცელების არეალში.

2.3.3. ტურიზმის ბუნებრივ გარემოსთან დაკავშირებული კონცეპტუალური მიმართულებები

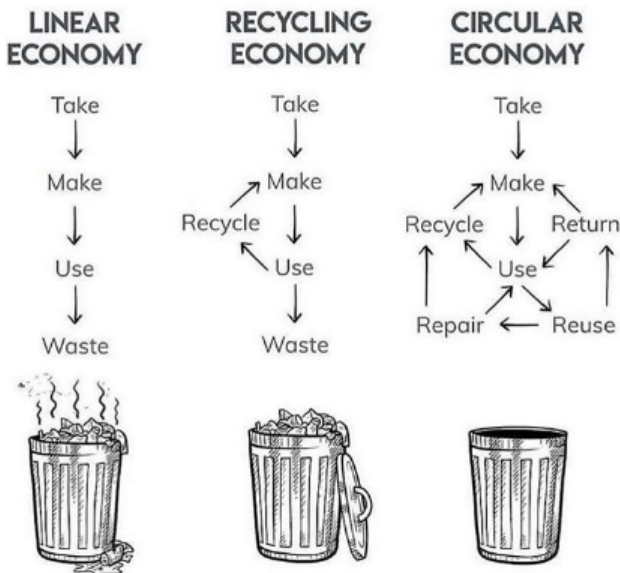
ტურიზმის ბუნებრივ გარემოსთან მჭიდრო და ფართო კავშირებმა საფუძველი ჩაუყარეს ამ ინდუსტრიის ჩართულობას ბუნებაზე ორიენტირებულ ინოვაციურ კონცეფციებში. ქვემოთ განხილულია ამ ტენდენციის ტურიზმთან დაკავშირებული სამი კონცეფცია: მწვანე ეკონომიკა (Green Economy) – მიმართულია ტურიზმის გარემოზე ზეგავლენის შემცირებაზე; ცირკულარული ეკონომიკა (Circular Economy) – გამიზნულია ტურიზმის სფეროში წარმოქმნილი ნარჩენების ხელახლა გამოყენებაზე; და ბიოეკონომიკა (Bioeconomy) – ეხება ტურიზმის მეშვეობით ბუნებრივი გარემოს კონსერვაციასა და აღდგენას.

მწვანე ეკონომიკა ითვალისწინებს რესურსების ისეთ მოხმარებას და პროდუქციის წარმოებას, რომელიც მიზნად ისახავს საზოგადოების კეთილდღეობის ამაღლებას, მომავალი თაობების

ეკოლოგიური რისკებისა და პროდუქტების დეფიციტის თავიდან ასაცილებლად (EPA 2025; UNEP 2018). ტურიზმი აღინიშნება იმ 10 წამყვან ეკონომიკურ დარგს შორის, რომლებსაც შეუძლიათ განსაკუთრებული წვლილი შეიტანონ „მწვანე ეკონომიკის“ განვითარებაში ან შექმნან მასთან დაკავშირებული გამოწვევები (Chikvu 2020). მეცნიერების მიერ ჩატარებულმა ანალიზმა გამოავლინა მიმდინარე ეტაპზე „მწვანე ეკონომიკის“ კვლევების პრიორიტეტული მიმართულებები, რომლებიც ქვემოთ არის წარმოდგენილი შესაბამისი მახასიათებლებით (Toubes and Araujo Vila 2022):

- სუფთა ტრანსპორტი – გულისხმობს ალტერნატიული საწვავის გამოყენებას, საზოგადოებრივი ტრანსპორტის გამოყენების გააქტიურებას, ჰიბრიდული და ელექტრო სატრანსპორტო საშუალებების პოპულარიზაციას;
- განახლებადი ენერგია – ითვალისწინებს მზის, ქარის, გეოთერმული, საზღვაო, მათ შორის, ტალღების, ბიოგაზის და სითბური უჯრედების ენერგიის გამოყენებას;
- წყლის მენეჯმენტი – მოიცავს წყლის და წვიმის გამწმენდი სისტემების, შიგა წყლის ლანდშაფტის და ზოგადად წყლის რაციონალურ მართვას;
- „მწვანე შენობები“ – წარმოდგენილია ენერგიის „მწვანე მოდიფიკატორებით“ (იგულისხმება ენერგო-დამზოგავი მოწყობილობები), „მწვანე სამშენებლო პროდუქტებით და მასალებით“;
- ნარჩენების მართვა – ეხება უტილიზაციას, მასალების გამოყენებას, ნიადაგის ნაყოფიერების გაუმჯობესებას და განმენდას;
- ტერიტორიის გამოყენების მართვა – შეიცავს ორგანულ სოფლის მეურნეობას, ურბანული ტყე-პარკებისა და ტყეების განაშენიანებას;
- ადგილობრივი მოსახლეობის მიერ იმ ღონისძიებების და აქტივობების აღქმა – ახორციელებენ ტურისტული სასტუმროები და თავად ტურისტები.

ცირკულარული ეკონომიკა არის წარმოებისა და მოხმარების მოდელი, რომელიც გულისხმობს არსებული მასალებისა და პროდუქტების გაზიარებას, იჯარით აღებას, ხელახლა გამოყენებას, შეკეთებას, განახლებას და გადამუშავებას (European Parliament 2023). ამასთან, „ცირკულარული ეკონომიკა“, განსხვავებით „მწვანე ეკონომიკისაგან“, გამიზნულია, წარჩენების გადამუშავებით ახალი პროდუქციის წარმოებაზე. პირველი მიახლოებით გამოიყოფა ამ პროცესის სამი ეტაპი, შესაბამისი დამკვიდრებული სახელწოდებებით: „ხაზოვანი ეკონომიკა“ (Linear Economy), რომელშიც იგულისხმება რესურსების მოპოვება, პროდუქციის წარმოება და წარჩენების დატოვება; „მეორადი გადამუშავების ეკონომიკა“ (Recycling Economy) – წარჩენების ნაწილობრივი გადამუშავებით; და „ცირკულარული ეკონომიკა“ (Circular Economy), რომელიც ასევე მოიცხენიება, როგორც „წრიული ეკონომიკა“, ან „განმეორებითი ციკლის ეკონომიკა“, და მიმართულია რესურსების სრულად გადამუშავებაზე (იხ. ნახ. 2.3.3.1).



ნახაზი 2.3.3.1

წყარო: Saint Louis City Recycles 2019

ჩატარებულ კვლევებში აღინიშნება ცირკულარული ეკონომიკის გამოყენების აქტუალობა ტურიზმის მდგრადი განვითარების კონტექსტში. ამ მხრივ, ყურადღებას იმსახურებს ანალიტიკური კვლევა, რომელშიც წარმოდგენილია პრაქტიკაში გამოყენებული ცირკულარული ეკონომიკის პროცესების ამსახველი ცვლადების ფართო ნუსხა, მათი სტანდარტიზაციის მნიშვნელობა და არსებული გამოწვევები (იხ. ცხრ. 2.3.3.1).

ტურიზმის სფეროში ცირკულარული ეკონომიკის კვლევებში ხშირად გამოყენებული მაჩვენებლები

კატეგორია	პროფილური გამოყენების პრაქტიკა	აღწერა
ენერგია	100% მზის ენერგიით წარმოება	მზის ენერგიის გამოყენება ყველა საქმიანობაში
	მზის ენერგიის სისტემა	მზის პანელების მონტაჟი ენერგიის ადგილზე მოხმარებისთვის
	LED განათება (სინათლის გამოსხივების დიოდი – Light-Emitting Diode – LED)	LED განათება (ენერგიის მოხმარების დაზოგვა LED ტექნოლოგიის გამოყენებით)

კატეგორია	პროფილური გამოყენების პრაქტიკა	აღწერა
წყალი	წვიმის წყლის შეგროვება მორწყვისა და დასუფთავებისთვის	წვიმის წყლის გამოყენება სასმელ წყალზე მოთხოვნების შესამცირებლად
	ონკანის წყლის სასმელად გამოყენება	მრავალჯერადი გამოყენების ბოთლებში წყლის ხელახლა შევსების ნახალისება
	სტუმრების მიერ პირსახოცებისა და თეთრეულის ხელახლა გამოყენებაზე ორიენტირება	სტუმრების განწყობა, რომ თავი შეიკავონ პირსახოცებისა და თეთრეულის ყოველდღიური გამოცვლისგან
	შენობიდან ჩამდინარე წყლების ბიოლოგიური განმენდა	განმენდილი წყლის ხელახლა გამოყენება საზოგადოებრივი სივრცეების დასუფთავებისთვის
	ორგანული ნარჩენების კომპოსტირება სასტუმროებში	ორგანული ნარჩენების ბალისთვის სასუქად გამოყენება
	კლიმატის ცვლილების ზეგავლენის კომპენსაცია ტყის აღდგენის პროექტების მეშვეობით	ტყის აღდგენის ინიცირება CO ₂ -ის ემისიების კომპენსაციისთვის
	საკვების ნარჩენების შემცირება	გამოუყენებელი საკვები პროდუქტების გამოყენება საქველმოქმედო ღონისძიებებში

კატეგორია	პროფილური გამოყენების პრაქტიკა	აღწერა
ნახშირბადის კვალი	ადგილობრივი პროდუქტების შეძენა	ადგილობრივი ორგანული პროდუქციის წარმოების მხარდაჭერა
	ორგანული ნარჩენების დაბრუნება	ორგანული სასუქის თვისების მატარებელი ნარჩენების დაბრუნება მიმწოდებლებისთვის
	ელექტრომობილების ალტერნატივად გამოყენება	მდგრადი მობილობის ხელშეწყობა ელექტრომობილების გამოყენებით
	ბიოდეგრადირებადი და ფოსფატების არშემცველი საწმენდი საშუალებების გამოყენება	საწმენდი საშუალებების გამოყენება, რომლებიც არ აბინძურებენ წყალს და ნიადაგს
	ქაღალდის, მუყაოს და პლასტმასის გადამუშავება	გამოუყენებელი მასალების გამოყოფა და გადამუშავება ნარჩენების შესამცირებლად
საწმენდი მასალა	პლასტმასის გამოყენების თანდათანობით გაუქმება	პლასტმასის ნარჩენების შემცირება პლასტმასის გამოყენების აღმოფხვრით ან ბიოპლასტმასის გამოყენებით
ნარჩენები	ნარჩენების მართვის სამსახურებთან თანამშრომლობა	პარტნიორობა ნარჩენების გამტან სამსახურებთან მდგრადი განვითარების პრაქტიკის დანერგვის ხელშეწყობისთვის
	გარემოსდაცვითი ცნობიერების ამაღლება	რესურსების გამოყენებასთან დაკავშირებით ტრენინგების ჩატარება
სხვა		

სახელდება კონცეპტუალური მიდგომის შემდგომი სრულყოფის საჭიროებები. ამ მხრივ აღინიშნება ცირკულარულ ეკონომიკაში გასათვალისწინებელი ცვლადების არაერთგვაროვნება, განსაკუთრებით ეკონომიკურად განვითარებულ და განვითარებად ქვეყნებს შორის; პარამეტრების კლასიფიცირების შემდგომი სრულყოფა, მათი როლის არაერთგვაროვნების ასახვა განსხვავებულ ბუნებრივ ზონებში და სხვა, რაც შემდგომი კვლევების აქტუალურ მიმართულებას წარმოადგენს.

ბიოეკონომიკა (Bioeconomy) ზოგადად და, ტურიზმთან მიმართებითაც გულისხმობს პროდუქციის და მომსახურების წარმოებას ბიოლოგიურად აღდგენადი რესურსების მეშვეობით, მათი რაციონალური გამოყენებით, პირველ რიგში, აღდგენის პოტენციალის შენარჩუნებით (D'Amato et al. 2017). ეს შეიძლება ეხებოდეს მცენარეულის გამოყენებას, შეშის დამზადებას, წყლის მოხმარებას. აღნიშნულ კონტექსტში, ამ მიმართულებამ ასევე დაიმკვიდრა ბიოეკონომიკური ტურიზმის სახელი და კვლევებში ხშირად განიხილება ცირკულარული ეკონომიკისა და ზოგადად მდგრადი განვითარების კონცეფციებთან კავშირში (European Commission 2026).

ევროკავშირის ინიცირებით ჩატარებული კვლევების თანახმად, ტურიზმის ზეგავლენა ბუნებრივ გარემოზე განსაკუთრებით ვლინდება სათბურების გაზების გამოყოფაში, ასევე, წყლის და ადგილობრივი ბუნებრივი გარემოს დაბინძურებაში. ამ მხრივ, განსაკუთრებულად მონყვლად არეალებად სახელდება სანაპირო ზონები და მთიანი არეალები (European Commission 2025; Valverde 2025).

ტურიზმთან დაკავშირებულ ბიოეკონომიკური მომსახურების პრიორიტეტულ სფეროებად განიხილება: გასტროტურიზმი, რომელიც აკავშირებს ტურისტებს და მათ მომსახურებას რეალურად მოქმედ ფერმებთან; ტურისტთა მიღებისთვის ბიომასალით აგებული განთავსების საშუალებების მონყობა და მათი ოპერირება ცირკულარული ეკონომიკის პრინციპებზე ორიენტირებით; ეკოტურიზმის განვითარება, რომელიც ითვალისწინებს გარემოს დაცვის სტანდარტებს; ე.წ. „ჭკვიანი“ და „დაბალ-ნახშირბადიანი“

მოგზაურობის პოპულარიზაცია, რაც ამცირებს ბუნებრივ გარემოზე უარყოფით ზემოქმედებას.

აღნიშნული, ევროკომისიის მიერ ინიცირებული კვლევის თანახმად, ბიოეკონომიკის გრძელვადიან სტარტეგიულ მიზნებად განიხილება (European Commission 2025):

- კონკურენტუნარიანობისა და საინვესტიციო უსაფრთხოების უზრუნველყოფა. არსებული და ახალი ბიოტექნოლოგიური გადანაცვებებისა და ბიოპროდუქტების მასშტაბების და კომერციალიზაციის ზომების იდენტიფიცირება;
- ბიორესურსების გამოყენების ეფექტიანობის ამაღლება ბიოეფექტიანი და ცირკულარული დამუშავების გამოყენებით;
- ბიომასის კონკურენტუნარიანი და მდგრადი მიწოდების უზრუნველყოფა, როგორც რეგიონის შიგნით, ისე ევროკავშირის ფარგლებს გარედან. პირველადი მწარმოებლების როლის გაძლიერება, სასოფლო რაიონებში კეთილდღეობის ამაღლება სამუშაო ადგილების შექმნით და მეტყევეებისა და ფერმერებისთვის შემოსავლების დივერსიფიცირებით, ასევე მათ მიერ ეკოსისტემების შენარჩუნების ნახალისებით;
- სწრაფად მზარდ საერთაშორისო ბაზარზე ევროკავშირის პოზიციონირება ბიომასალების, ბიონარმოების, ბიოქიმიური საშუალებების, აგროსასურსათო და ბიოტექნოლოგიური სექტორების წარმოჩენით.

ბუნებაზე ორიენტირებულმა ტურიზმის განვითარების მზარდმა ტენდენციებმა აქტუალური გახადეს ამ მიმართულების ბიოეკონომიკასთან კავშირის კონცეპტუალურ ქრილში განხილვა. ამ მხრივ, ჯერ არ ჩამოყალიბებულა ერთიანი და საყოველთაოდ მიღებული ხედვა (Rinn et al. 2023).

ტურიზმი ხშირად არის წარმოდგენილი ევროპის ბიოეკონომიკური კონცეფციებისა და სტრატეგიების კვლევებში, რომლე-

ბიც, თავის მხრივ, მოიაზრება მდგრადი განვითარების ჩარჩო-კონცეფციის ფარგლებში. ამასთან, ეს კავშირები არაერთგვაროვნად არის წარმოდგენილი. რიგ კვლევებში ბიოეკონომიკა განიხილება ცირკულარული ეკონომიკის ცალკე მიმართულებად (Kershaw et al. 2021). ამასთან, ტურიზმი ბიოეკონომიკაში არ მოიაზრება როგორც დარგი, რომელიც მოიხმარს ბიორესურსებს ნედლეულის სახით, თავისი პროდუქციის საწარმოებლად (ე.წ. Input-based economy), როგორც ეს ხდება სოფლის მეურნეობაში. ეკონომიკის სტანდარტული დარგებისგან განსხვავებით, ტურიზმი მოიაზრება როგორც სფერო, რომელიც სარგებლობს ბიორესურსებით ტურისტული მომსახურების წარმოებისთვის და დაინტერესებულია მათი ავთენტურობის შენარჩუნებითა და დაცვით (ე.წ. Output-based economy) (Ronzon et al. 2022). ტურიზმის ბიოეკონომიკის თავისებურებებში ასევე სახელდება ენერგიის მოხმარების მინიმიზაცია, დაბინძურების შემცირება, განახლებადი და ადგილობრივი რესურსებისა და პროდუქტების გამოყენება, მყარი ნარჩენების შემცირება, ტურისტული კომპანიების კორპორატიული სოციალური პასუხისმგებლობა და ა.შ.

დღეისათვის არ არის დადგენილი კონკრეტული პარამეტრები, რომლებითაც განისაზღვრება ტურისტული აქტივობების კლასიფიცირება ბიოეკონომიკურ სფეროში, იგივე შეიძლება ითქვას „მწვანე ეკონომიკისა“ და „ცირკულარული ეკონომიკის“ კონცეფციების მიმართ. ამასთან, პოპულარობას იძენენ ტურიზმის ისეთი ვიწრო მიმართულებები, როგორებიცაა „მწვანე ტურიზმი“, „ცირკულარული ეკონომიკა და ტურიზმი“ და სხვა. ბიოეკონომიკის ფარგლებში, ამ მხრივ, ხშირია ტურიზმის შემდეგი სამი მიმართულების განხილვა: „სოფლის ტურიზმი“ (Rural tourism), „ბუნებაზე დაფუძნებული ტურიზმი“ (Natural-based tourism) და „ეკოტურიზმი“ (Ecotourism). მკვლევრების მიერ შემოთავაზებულია განმაზოგადებელი განმარტებაც, რომლის მიხედვით ბიოეკონომიკაზე დაფუძნებული ტურიზმი არის ბიოეკონომიკის შემადგენელი კონცეფცია და მიზნად ისახავს ტურიზმის ეკონომიკური და გარემოსდაცვითი მდგრადობის ხელშეწყობას,

რაშიც ძირითადი აქცენტი კეთდება ბუნებრივი რესურსების ეფექტიან გამოყენებაზე, მათი დაზიანების მაქსიმალურად პრევენციაზე და მიყენებული ზიანის აღდგენაზე (Rinn et al. 2023, 11).

* * *

ტურიზმის ბუნებრივ გარემოსთან კავშირების შესწავლა აკადემიური კვლევების ტრადიციულ სფეროს წარმოადგენს და დღეისათვის უკვე შემუშავებულია მრავალი შესაბამისი კონცეფცია და კვლევითი მეთოდოლოგია. ამასთან, ერთი მხრივ, მიმდინარე ბუნებრივი ტენდენციები, მ.შ. კლიმატური ცვლილებები და, მეორე მხრივ, ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარების ინოვაციური მიმართულებები, კიდევ უფრო ზრდიან ამ პროფილით კვლევების გაგრძელების აქტუალობას. აღნიშნულმა რეალობამ უკვე მისცა დასაბამი ახალი კონცეფციების და მეთოდოლოგიების წარმოჩენას. მათი განხილვა ტურიზმის ბუნებრივ გარემოსთან კომპლექსური კავშირების ასპექტში ავლენს სანყისი სტადიებისათვის დამახასიათებელ გამოწვევებს, როგორებიცაა: ახლად წარმოჩენილი ტერმინების დახვეწა და დანერგვა, სპეციფიკური ტურისტული მიმართულებების დასაბუთებული და სრულყოფილი კლასიფიცირება, პროცესების ამსახველი ცვლადების სტანდარტიზება, სიღრმისეული ანალიზების ჩატარება, შედეგების კონცეპტუალიზაცია და სხვა.

არსებული და ინოვაციური კონცეფციების შემდგომი განვითარება მოცემულ სფეროში განპირობებულია უსაფრთხოებასა და ჯანმრთელობაზე ზრუნვის მოთხოვნების ამაღლებით, ტურისტული მომსახურების ბუნებრივ თავისებურებებზე სპეციალიზებით, ეგზოტიკურ ბუნებრივ ლანდშაფტებზე ტურისტთა უსაფრთხო ნვდომის გაფართოებით, ინოვაციური და სპეციფიკური ტურისტული მიმართულებების განვითარებით, საინფორმაციო ტექნოლოგიების პოტენციალის სრულყოფილად და რაციონალურად გამოყენებით და მრავალი სხვა წარმოჩენილი გარემოებით.

2.4. კრიზისების ტენდენციები და მართვის მიდგომები

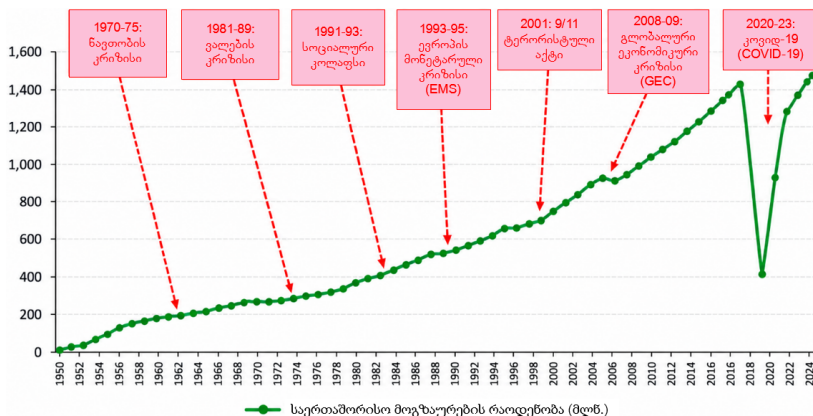
ტურიზმის ინდუსტრია, რომელიც მოსახლეობის გადაადგილებასთან, ჩვეული გარემოს დროებით შეცვლასთან და დანიშნულების ადგილებში ტურისტთა მომსახურების ფართო სპექტრთან არის დაკავშირებული, განსაკუთრებულად მგრძნობიარეა კრიზისულ ვითარებებთან მიმართებით. ეს ზეგავლენა ვლინდება ეკონომიკური, სოციალური, პოლიტიკური თუ ბუნებრივი წარმომავლობის კრიზისებთან და რეცესიებთან მიმართებით. ამასთან, აღნიშნული ვითარებების პერიოდული გამოვლენა გარდაუვალ და ობიექტურ რეალობას წარმოდგენს.

მოცემულ ნაშრომში განიხილება გასული საუკუნის 70-იანი წლებიდან გამოვლენილი რეცესიებისა და კრიზისების ზეგავლენა გლობალურ ტურისტულ მოძრაობაზე, ამ პროცესების კვლევების ფარგლებში დამკვიდრებული საბაზო ცნებები და კონცეფციები, ასევე, კრიზისული ვითარებებით შექმნილი გამოწვევების დაძლევის, ე.წ. რეგენერაციის კონცეფცია.

2.4.1 კრიზისების ზეგავლენა გლობალურ ტურიზმზე (კრიზისები 1970 წლიდან)

კრიზისები, როგორც აღინიშნა, პერიოდულად მეორდება და ისინი შეიძლება განპირობებული იყოს ეკონომიკური, პოლიტიკური, სოციალური და ბუნებრივი ფაქტორებით, ასევე მათი ერთობლივი ან/და თანმიმდევრული ზემოქმედებით. აღნიშნული ტენდენციების ტურიზმზე ზეგავლენის ასახვისათვის ქვემოთ წარმოდგენილია გასული საუკუნის 70-იანი წლებიდან გამოვლენილი გლობალური კრიზისები და მათი ზეგავლენა საერთაშორისო ტურისტთა რაოდენობის ცვალებადობაზე (იხ. ნახ. 2.4.1.1).

კრიზისების ციკლური ზეგავლენა გლობალურ ტურიზმზე (კრიზისები 1970 წლიდან)



ნახაზი 2.4.1.1

წყარო: UN Tourism 2025; World Bank. 2025a

1970-75 წლების ნავთობ-კრიზისი: არაბ-ისრაელის ომის შედეგად ჩაიკეტა სუეცის არხი, რამაც აიძულა, ნავთობის ტანკერების გადაზიდვები განხორციელებულიყო აფრიკის შემოვლით. ამან გამოიწვია ზოგადად ფასების ზრდა და 1973 წლის ფინანსური კრიზისი, რომელიც შემდგომ 1974-75 წლებში გარდაიქმნა რეცესიად. აღნიშნულ პერიოდამდე, 1965-70 წწ, საერთაშორისო ტურისტთა ნაკადის ზრდა შეადგენდა 31.9%-ს, ხოლო მომდევნო 1971-74 წწ-ში იგი დაეცა 5.2%-მდე.

1982-89 წლების ფინანსური კრიზისი ასევე მოიხსენიება, როგორც ვალუბის კრიზისი. იგი განვითარდა 1982-83 წლებში, ლათინურ ამერიკაში შექმნილი რეცესიის შედეგად. ამ პერიოდში მექსიკამ, სადაც სახელმწიფო ინტენსიურად იზიდავდა საინვესტიციო კაპიტალს, განაცხადა, რომ ვერ გადაიხდის ვალუბს.

მსგავსი პრობლემა გავრცელდა სხვა განვითარებად ქვეყნებშიც. შედეგად, დაზარალდნენ ხანგრძლივი სესხების გამცემი და დამფინანსებელი ბანკები, დონორები, ასევე სახელმწიფოების რეზერვები. ამ პერიოდს ასევე მოიხსენიებენ, როგორც „დაკარგულ დეკადას“ (Moreno-Brid and Gómez 2023). გლობალურ ტურიზმთან მიმართებით ზეგავლენა გამოვლინდა მოგზაურთა რაოდენობის ზრდის ტემპის ვარდნაში. კერძოდ, თუ ნავთობის კრიზისის შემდგომ პერიოდში საერთაშორისო ტურისტთა რაოდენობის ზრდის საშუალო წლიური მაჩვენებელი შეადგენდა 5.3%-ს, 1981-83 წლებში იგი დაეცა 0.4%-მდე.

1991-93 წლებში ვითარდება რამდენიმე კრიზისული პროცესი. კვლავ გაჩნდა სესხების პრობლემა, რომელიც დაიწყო ისევ მექსიკიდან და გავრცელდა აზიის და სხვა ქვეყნებში. ამას დაემატა ახლო აღმოსავლეთში ქუვეითსა და ერაყს შორის განვითარებული კონფლიქტი. პარალელურად ვლინდება ყოფილი საბჭოთა კავშირის დაშლის და აღმოსავლეთ ევროპის რესტრუქტურიზაციის შედეგად გამოწვეული პრობლემები, რამაც რადიკალურად შეცვალა საერთაშორისო ეკონომიკური კავშირები და ფაქტობრივად დაშალა შემავალი ქვეყნების ეკონომიკა (IMF 1991). პრობლემები განსხვავებული მიზეზებით წარმოიქმნა და გარკვეული ზემოქმედება მოახდინა საერთაშორისო ტურიზმზე. პირველი ორი წლის განმავლობაში იგი ინარჩუნებდა 6.5%-7.6%-ს ზრდის ტემპს, ხოლო 1993 წელს შემცირდა 3.1%-მდე.

1993-1995 წლებში გამოვლინდა ევროპის მონეტარული სისტემის (EMS) კრიზისი. მის წარმოქმნას ხსნიან ევროპაში ერთიანი მონეტარული სისტემის შექმნის საექვო მოლოდინებით (Winkler 1994). ზეგავლენა ტურიზმზე ძირითადად გამოიხატა ევროპის ქვეყნებში სავალუტო კურსის ცვლილების მოლოდინების შედეგად. კერძოდ, მეტი არჩევანი კეთდებოდა შიგა ტურიზმზე უცხოეთში გამგზავრების სანაცვლოდ. მაგალითად, 1994 წელს საერთაშორისო ტურისტთა რაოდენობის ზრდა დაფიქსირდა 6.3%-ით, ხოლო მომდევნო 1995 წელს – 3%-იანი კლებით.

2001 წელს ქ. ნიუ-იორკში განხორციელებულმა ე.წ. 09/11 ტერორისტულმა აქტმა მნიშვნელოვნად შეაფერხა ტურისტული მოგზაურობები აშშ-ში, რაც განსაკუთრებით გამოვლინდა 2001 IV-2003 II კვარტლების პერიოდში და ტურისტთა ნაკადი აშშ-ში შემცირდა -30%-ით (Cornwell and Roberts 2010). ბუნებრივია, ამ ფაქტმა გარკვეული უარყოფითი ზეგავლენა მოახდინა ტურისტთა მოგზაურობის გლობალურ მაჩვენებელზეც, რომელიც 2001, წინა წლის 7.8% მატების შემდეგ, დაეცა -0.3%-მდე.

2003 წელს გავრცელდა ე.წ. „მძიმე და მწვავე რესპირატორული სინდრომი“ (Severe Acute Respiratory Syndrome – SARS). ამ კრიზისული ვითარების მიმართ ყველაზე მოწყვლად დარგებად გამოვლინდნენ ტურიზმი და საცალო ვაჭრობა, განსაკუთრებით აზიის რეგიონში, მ.შ. ჰონგ-კონგში და ჩინეთში (Wong 2024). იმ დროისათვის შექმნილმა გაურკვეველმა პერსპექტივამ ზეგავლენა მოახდინა ინვესტიციების აქტივობაზე, გაიზარდა ხარჯები პრევენციულ ღონისძიებებზე და საქონლის გადაზიდვებზე. გლობალურ ტურისტულ ბაზარზე SARS-ის ზეგავლენა დაფიქსირდა მოთხოვნის -1.3% შემცირებით წინა წლის 2.9% მატებასთან შედარებით.

2008-09 წლების გლობალური ეკონომიკური კრიზისი (Global Economic Crisis – GES), ზოგჯერ მოიხსენიება, როგორც გლობალური ფინანსური კრიზისი (GFC – Global Financial Crisis), წარმოიქმნა 2007-2008 წლებში, იპოთეკური კრიზისით აშშ-ში, ბანკების გაკოტრებით და საფონდო ბირჟებზე აქციების ფასების ვარდნით. მას დაერთო საერთაშორისო ფრენებზე ფასების მატება, რომელიც მოიხსენიება, როგორც რეცესია (IATA 2008; Türkay and Burak 2022). შედეგად გამოვლინდა ტურისტთა რაოდენობის ზრდის ტემპის დაცემა, ხოლო 2009 წელს აბსოლუტური რაოდენობა შემცირება -4.1%-ით, რამაც, თავის მხრივ, გამოიწვია უმუშევრობის მნიშვნელოვანი ზრდა (ILO 2013).

2020-2023 წლების კოვიდ-19 კორონავირუსის (Coronavirus Disease: COVID-19) კრიზისი გამოირჩევა განხილულ პერიოდში უარყოფითი ზეგავლენის შეუდარებლად დიდი და უპრეცედენტო

მასშტაბით, განსაკუთრებით საერთაშორისო ტურიზმის მიმართ. ვირუსმა გავრცელება დაიწყო 2019 ნოემბერში ჩინეთის ხუბეის პროვინციის ქალაქ უხანში და სანყის პერიოდში განიხილებოდა ადგილობრივ გამოწვევად. შემდგომში ვირუსი სწრაფად გავრცელდა სხვა ქვეყნებშიც და გარდაიქმნა გლობალურ კრიზისად, რომლის პერიოდად განიხილება 2020 წლის 11 მარტიდან – 2023 წლის 5 მაისამდე. საერთაშორისო ტურისტთა რაოდენობამ უპრეცედენტო ვარდნა განიცადა. კერძოდ, მოგზაურთა რაოდენობა შემცირდა 2019 წლის პიკური პერიოდის 1,464 მლნ-დან 2021 წლის მინიმალურ 415 მლნ-მდე, რის შემდეგ გამოვლინდა აღდგენითი ტენდენცია თანმდევ ორ წელიწადში. კერძოდ, საერთაშორისო ტურისტთა რაოდენობა გაიზარდა 917 მლნ-მდე 2022 წელს და 1.305 მლნ-მდე – 2023 წელს. ამ ვარდნამ, ბუნებრივია, მნიშვნელოვნად შეამცირა ტურიზმის როლი ეკონომიკაში. კერძოდ, 2019-2020 წლებში, ტურიზმის ინდუსტრიის წილი გლობალურ მსპ-ში შემცირდა 10.40%-დან 7.6%-მდე, ხოლო დასაქმებაში – 10.50%-დან 9%-მდე (WTTC).

კრიზისის შედეგად მიღებული ზარალის აღსადგენად, ქვეყნებში დაიწყო რიგი ზომების ინიცირება. მაგალითისათვის წარმოდგენილია საქართველოში დასახული და ჩატარებული ზომები და დასახული ამოცანები ტურიზმის სფეროსთან მიმართებით, რომლებიც შეიცავდა როგორც საერთაშორისო პრაქტიკაში მიღებულ ქმედებებს, ისე ქვეყნისათვის სპეციფიკურ აღდგენით ღონისძიებებს.

კრიზისთან დაკავშირებული საბაზო ცნებები და კონცეფციები

ექსპერტები აღნიშნავენ, რომ მიმდინარე ეტაპზე, კრიზისების მეცნიერული კვლევებისა და გაცნობიერების დონე ჩამორჩება განვითარებულ მოთხოვნებს. კოვიდ-19-ის მოვლენებმა არსებითად გაზარდა ამ სფეროს კონცეპტუალური მიდგომებით

გამოკვლევის აქტუალობა, განსაკუთრებით მდგრადი განვითარების კონტექსტში, რომელიც, თავის მხრივ, ორიენტირებულია მოვლენების კომპლექსურ და ურთიერთკავშირში შესწავლაზე. შეიძლება ითქვას, რომ მიმდინარე ეტაპზე მეცნიერული ცოდნა წარმოდგენილია მოვლენებზე რეაგირებების კონცეფციებით, კრიზისების კლასიფიკაციით, ცნებების განმარტებებით და ა.შ., რაც, თავის მხრივ, განიხილება, როგორც წინაპირობა შემდგომი მეცნიერული კვლევებისათვის, რომლებსაც ექნებათ როგორც აკადემიური, ისე პრაქტიკული ღირებულება. აღნიშნულ საკითხთან დაკავშირებით ქვემოთ წარმოდგენილია გლობალურ ეკონომიკურ კრიზისებთან დაკავშირებული ზოგადი ცნებები და კონცეფციები.

ყურადღებას იმსახურებს დამკვიდრებული **ცნებების** და კლასიფიკაციების განხილვა, რადგან მათი საყოველთაოდ მიღებული სტანდარტები ჯერ კიდევ საჭიროებს დახვეწას. კრიზისები არაერთგვაროვანია, როგორც ზეგავლენის სიძლიერით, ისე ხანგრძლივობით, გავრცელების მასშტაბებით და თანმყოფი პროცესების განვითარებით. კრიზისს, როგორც ცნებას, სხვადასხვა განმარტებით მოიხსენიებენ, რომელთა ძირითადი არსი შეიძლება განზოგადდეს შემდეგი ფორმულირებით: დრო, როცა დიდი სირთულეების ან საფრთხეების გამოვლინების პირობებში საჭირო ხდება არასტანდარტული, რთული და მნიშვნელოვანი გადაწყვეტილებების მიღება და განხორციელება. ზიანის მოტანის პოტენციალისა და ხანგრძლივობის კუთხით გამოიყოფა შემდეგი კატეგორიები:

კრიზისი, ეკონომიკურ კონტექსტში, განისაზღვრება, როგორც მოულოდნელი მოვლენა, რომელიც წარმოშობს გაურკვეველობას და საფრთხეებს უქმნის, როგორც დასახული მიზნების განხორციელებას, ისე არსებული მდგომარეობის შენარჩუნებას, ხშირად ხასიათდება სწრაფი განვითარებით, გაურკვეველობით და დაუყოვნებელი მოქმედების განხორციელების აუცილებლობით (Roncaglia 2023). კონცეპტუალურ ჭრილში ეს პროცესი შეიძლება

დაიყოს ორ ჯგუფად. პირველი ჯგუფი მოიცავს კრიზისების განხილვას, როგორც ეგზოგენური ფაქტორებით წარმოქმნილ ეკონომიკაზე ხანგრძლივი ზემოქმედების მატარებელ მოვლენას, რომლის დაძლევა არსებითად დამოკიდებულია ტექნოლოგიებისა და რესურსების განვითარებაზე. მეორე ჯგუფად განიხილება ენდოგენური ფაქტორებით წარმოქმნილი პროცესები, რომლებიც უარყოფით ზეგავლენას ახდენენ ადგილობრივ გარემოზე და საცხოვრებელ პირობებზე (Roncaglia 2023). შევნიშნავთ, რომ კრიზისის მკაცრი რაოდენობრივი კრიტერიუმები არ არის განსაზღვრული.

დეპრესია განიმარტება, როგორც ეკონომიკის განვითარების შეჩერება ან ვარდნა ხანგრძლივი პერიოდის განმავლობაში, ხასიათდება წარმოებისა და საქმიანი აქტივობის შემცირებით, უმუშევრობის ზრდით, საქონელსა და მომსახურებაზე მოთხოვნების ვარდნით. ამ ცნების საყოველთაოდ მიღებული დეტალური და უნივერსალური განმარტება არ არის ჩამოყალიბებული, თუმცა მანიშნებლად ხშირად გამოიყენება ეკონომიკის მსპ-ს ვარდნა 10% და მეტი მაჩვენებლით (Claessens and Kose 2009). დეპრესიას წინ უსწრებს რეცესია. აღსანიშნავია, რომ კონცეპტუალურ ჭრილში, ეს პერიოდები ხშირად ან გაიგივებულია კრიზისებთან, ან არ არის განცალკევებულად განხილული.

რეცესია გამოიყენება იმ ტენდენციის კვალიფიცირების მიმართ, რომელიც ავლენს ქვეყნის ეკონომიკის დეგრადაციას, მსპ-ის მაჩვენებლის კლებით მინიმუმ ორი თანმიმდევრული კვარტლის პერიოდში. ამასთან ხანგრძლივობის ზღვარი არ არის მკაცრად განსაზღვრული. რეცესიები, ეკონომიკური განვითარების ციკლების ჩვეული ეტაპია. აღსანიშნავია, რომ მსპ-ს გარდა, რეცესიის მახასიათებლად ასევე გამოიყენება სხვა მაჩვენებლებიც, როგორებიცაა უმუშევრობის დონე, წარმოების შეფერხება, აქციებზე ფასების ვარდნა, საცალო მომხმარებლების მოთხოვნების შემცირება და სხვა (DifferenceBetween.net 2025).

განხილული თემის კონტექსტში, კრიზისების პროცესებთან დაკავშირებით, ყურადღებას ასევე იმსახურებს ისეთი ცნებების განხილვა როგორებიცაა: „რისკი“, „პრობლემა“, „ინციდენტი“ და „შეფერხება“. ზემოაღნიშნული ცნებების მსგავსად, მათ მიმართაც არ ვლინდება მკაცრად განსაზღვრული და საყოველთაოდ სტანდარტიზებული დეფინიციები. ამასთან, ქვემოთ წარმოდგენილია მათი პოპულარული და განზოგადებული განმარტებები:

- რისკები (Risks): შესაძლებლობა, რომ გარკვეული მოვლენების განვითარება ან პირობების წარმოშობა უარყოფითად იმოქმედებს დანიშნულების ადგილის ან ორგანიზაციის მიზნების შესრულებაზე;

- გამონკვევები (issues): პროცესები ან სიტუაციები, რომლებიც ჯერ არ არიან განვითარებულნი როგორც შემაფერხებელი გარემოებები, მაგრამ არსებობს მოლოდინები, რომ მათი განვითარება წარმოქმნის პრობლემებს და მოახდენს მნიშვნელოვან ნეგატიურ ზეგავლენას დანიშნულების ადგილის ან ორგანიზაციის სტრატეგიულ მიზნებზე, რეპუტაციაზე ან სიცოცხლისუნარიანობაზე;

- ინციდენტი (Incidents): მოვლენები ან სიტუაციები, რომლებმაც შეიძლება შეაჩეროს ან უკვე შეაჩერა დასახული მიზნების შესრულება, გამოიწვია დანაკარგები, საგანგებო მდგომარეობა ან კრიზისი;

- შეფერხება (Disruption): სიტუაცია, როდესაც რთულდება ნორმალური ფუნქციონირების გაგრძელება ან დასახული ამოცანების აღსრულება (European Commission 2024, 27).

არსებობს კრიზისების კლასიფიკაციის სხვადასხვა მიდგომა, რომელთა შორის ხშირად გამოიყოფა შემდეგი მაჩვენებლები (Lartey 2024; Ural 2015):

წარმოშობით: მაგ., ბუნებრივი, ეკონომიკური, სოციალური, პოლიტიკური, რომლებიც, როგორც წესი, ერთმანეთზე ახდენენ ზეგავლენას;

განმეორებადობით: მაგ., ციკლური, პერიოდული, გაუთვალისწინებლად აღმოცენებული;

ხანგრძლივობით: მაგ., გრძელვადიანი, მოკლევადიანი, ეპიზოდური;

სიმძიმის მიხედვით: მაგ., ნაკლებად მძიმე, მძიმე, კატასტროფული;

გავრცელების არეალით: მაგ., ადგილობრივი, შიგარეგონული, ქვეყნის ფარგლებში, გარე-რეგონული, გლობალური;

მდებარეობით: მაგ., ეპიცენტრი, ზეგავლენის ზონა; სამეზობლო;

ეტაპებით: პრევენციის, რეაგირების (Resilience), აღდგენის და განვითარების, დასრულების და შედეგების გამოვლენის. შევნიშნავთ, რომ, აღდგენის ეტაპი გულისხმობს როგორც არსებული მიმართულებით განვითარებას, ისე გადასვლას ალტერნატიულ მიმართულებაზე ან მათ კომბინირებულ განვითარებას.

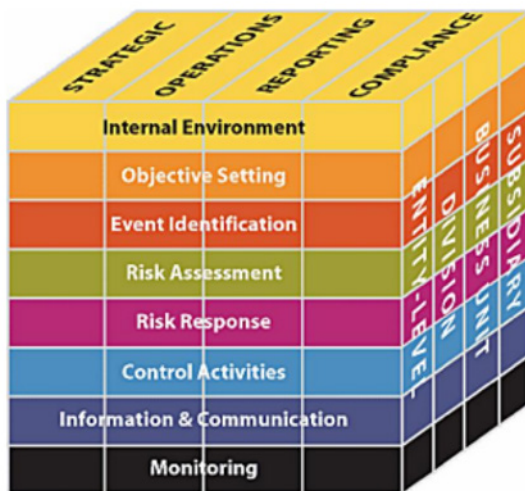
ტურიზმი ერთ-ერთი სექტორია, რომელიც ხშირად განიცდის ეკონომიკურ და ფინანსურ კრიზისებს (Khalid et al. 2019). გარდა ამისა, სექტორზე მოქმედებს სხვა შემაფერხებელი ფაქტორები, როგორებიცაა სეზონურობა, მაღალი ფიქსირებული ხარჯები, ფართო ეკონომიკური კავშირები, გაუთვალისწინებელი ცვლილებები და სხვა, რომლებიც ზრდიან ამ სფეროში კრიზისებისა და ცვლილებების მართვის აქტუალობას. ამ მხრივ, მკვლევრები გამოყოფენ შემდეგ გასათვალისწინებელ თავისებურებებს (Türkay and Burak 2022, 23; van der Waal and Versluis 2017):

1. ტურიზმი გულისხმობს მომხმარებლების მიერ ჩვეული საცხოვრებელი ადგილის დროებით დატოვებას და მათთვის არასტანდარტულ ვითარებაში დროებით ყოფნას;
2. ტურისტები მგზავრობენ ტრანსპორტის სხვადასხვა საშუალებით;
3. ტურისტული მომსახურების – მგზავრობის (ბილეთების, განთავსების საშუალებებში ადგილის, ტურების და სხვა მომსახურების) შეძენა, ხშირად ხდება წინასწარი გადახდებით, რაც იწვევს, საჭიროების შემთხვევებში, ანაზღაურების პრობლემებს;

4. ტურისტების განთავსების საშუალებები, უმეტეს შემთხვევაში, წარმოდგენილია კაპიტალტევადი შენობებით, რომელთა მოცდენა მნიშვნელოვან ზარალს იწვევს, ასევე მათი მშენებლობა და ფუნქციონირება ხშირად უკავშირდება სესხების და ქონებრივი გადასახადების ფიქსირებულ და სისტემურ დანახარჯებს;
5. ტურისტულ ინდუსტრიას ახასიათებს ფართო დარგთაშორისი კავშირები, შესაბამისად ეკონომიკაში შექმნილი პრობლემები ავტომატურად ვრცელდება ტურიზმზე, ხოლო ტურიზმში გამოვლენილი პრობლემები ზეგავლენას ახდენს მისი მიწოდების ჯაჭვის ფართო სტრუქტურაზე;
6. ტურიზმი წარმოადგენს შედარებით შრომატევად დარგს და მისი ფუნქციონირების დაბრკოლება იწვევს უმუშევრობის მწვავე პრობლემებს.
7. ტურიზმის ინდუსტრიის ზეგავლენა გარემოზე ასევე აისახება ადგილობრივ პროდუქტებზე და დამატებით მომსახურებაზე მოთხოვნების შემცირებაში, გაცვლითი კურსის დესტაბილიზაციაში და ცვალებადობაში, სამუშაო ადგილების გაუქმებაში, კაპიტალის გაუფასურებაში და დაკარგვაში.
8. რისკებისგან დაცვის პრიორიტეტულ მიმართულებად სახელდება მომხმარებელთა ნდობის უზრუნველყოფა, თანამედროვე ტექნოლოგიების გამოყენება, რისკების დამცავი და დამზღვევი (ე.წ. მეურვეობის) საშუალებების დანერგვა.

ტურიზმის ინდუსტრიის ზემოაღნიშნული მრავალფეროვნება განაპირობებს რისკების მენეჯმენტის კონცეფციების კომპლექსურობას. მკვლევარების მიერ შემუშავებულ იქნა ე.წ. რისკების მენეჯმენტის ჩარჩო მოდელი – COSO (The Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission) (van der Waal and Versluis 2017). მასში ინტეგრირებულია რისკების მართვის წამყვანი პრინციპები, შემსრულებელი ერთეულები და განსახორციელებელი აქტივობები. კერძოდ, მართვის „განზომილებით“ – სტრატეგია, ოპერაციული ქმედებები, ანგარიშგება, მოთხოვნებთან შესაბამისობა;

მართვის პროცესის მათხოვნადი სტანდარტების მხრივ – ე.წ. „შიგა გარემო“, რომელიც მოიცავს მიზნების დასახვას, ღონისძიებების დადგენას, რისკების შეფასებას, პროცესების გაკონტროლებას, ინფორმაციის მომზადებას და გაზიარებას (კომუნიკაციას), მონიტორინგის განხორციელებას; აქტივობების მართვისა და განხორციელების დონეების მხრივ გამოყოფილია აღმასრულებელი სათაო ორგანიზაცია, მასთან დაკავშირებული განყოფილებები, ბიზნესის სუბიექტები და დაქვემდებარებული ერთეულები (იხ. ნახ. 2.4.1.1).



COSO framework

ნახაზი 2.4.1.1

წყარო: van der Waal and Versluis 2017

აღნიშნული კომპონენტები, ასევე ასახულია მკვლევრების მიერ შემუშავებულ სხვა მოდელებში, სადაც ხაზგასმულია მოქმედებების ეტაპობრიობა (Granger 2000; Ural 2015). შემუშავებულია ასევე რისკების მენეჯმენტის მოდელი, რომელიც ეფუძნება ტურიზმის მდგრადი განვითარების კონცეფციას (Granger 2000; Ural 2015). მასში აქცენტი კეთდება კომპონენტებს შორის კავშირებზე. კერძოდ, რისკების ანალიზისა და შეფასებისთვის გათ-

ვალისწინებულია ადგილობრივ დაინტერესებულ მხარეებთან კომუნიკაცია და კონსულტაციების გავლა პერიოდული ორმხრივი კავშირებით, მომდევნო ეტაპობრივი ქმედებების განხორციელებით, როგორებიცაა: შედეგების მონიტორინგი და განხილვები, მდგომარეობის აღწერა, რისკების გამოვლენა და მათი დაძლევა. მოდელი ასავე ასახავს წარმოდგენილ ქმედებებს შორის კავშირების ციკლურობას, ანუ განმეორებადობას (იხ. ნახ. 2.4.1.2).



Risk Management Process

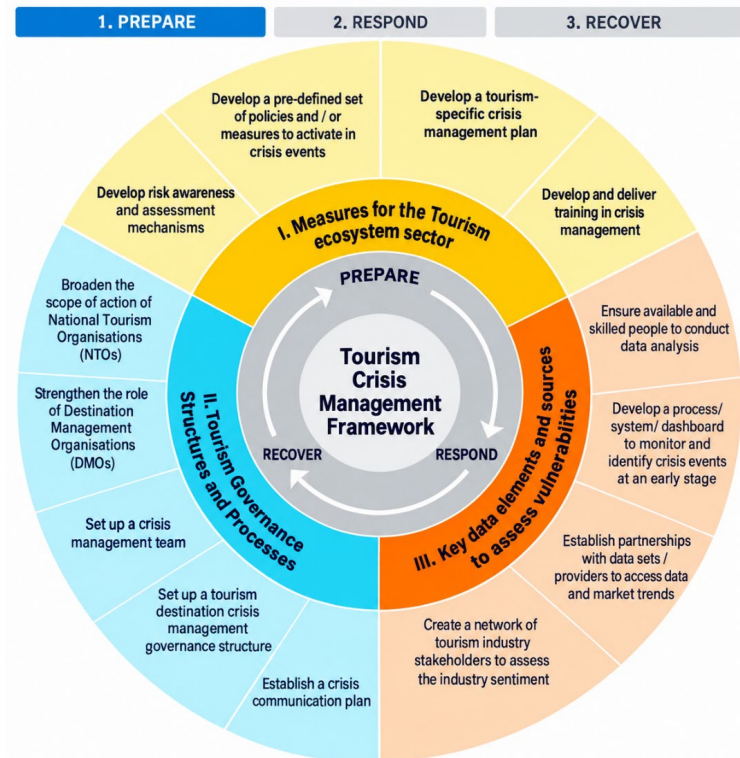
ნახაზი 2.4.1.2

წყარო: Granger 2000

კრიზისების განვითარების პერიოდულად გამოვლენის რეალობამ განაპირობა შესაბამისი კონცეპტუალური მიდგომებისა და ქმედებების რეკომენდაციების შემუშავების საჭიროება. ამ მხრივ, ქვემოთ წარმოდგენილია ევროკავშირის მიერ, კოვიდ-19 პანდემიის კრიზისის მენეჯმენტისა და მართვის გამომწვევებზე შემუშავებული ტურისტული დანიშნულების ადგილების (დესტინაციების) კრიზისების მართვის კონცეპტუალური მოდელი და

რეკომენდაციები. კრიზისული პროცესების მრავალფეროვნებამ და მათმა განხილვამ ასევე მრავალასპექტიან მდგრადი განვითარების კონტექსტში განაპირობება ჩარჩო-მოდელის სტრუქტურის კომპლექსურობა (იხ. ნახ. 2.4.1.3).

კრიზისის მენეჯმენტის ჩარჩო



Crisis Management Framework: PREPARE STAGE

ნახაზი 2.4.1.3

წყარო: European Commission 2024, 118

მოდელში აისახება ტურიზმის კრიზისის მანეჯმენტის სამი ეტაპი. პირველია, კრიზისული ვითარების მიმართ მზაობა, რა-

შიც იგულისხმება შესაბამისი ორგანიზაციების მზადყოფნის დონე, ასევე, კრიზისებზე ან საგანგებო სიტუაციებზე ეფექტიანად რეაგირებისა და მართვის შესაძლებლობები. მეორე, *კრიზისზე რეაგირება*, რაც ითვალისწინებს ორგანიზაციების მიერ კრიზისზე რეაგირების მზაობას და ამ მიზნით ქმედებების დაუყოვნებლვ განხორციელებას, კრიზისების მართვის წინასწარ განსაზღვრული გეგმის შესრულებით, რესურსების მობილიზებით, კრიზისის ზემოქმედების შემცირებით და პრინციპული ინტერესების დაცვით. მესამე ეტაპია, კრიზისული ვითარების აღდგენა – გულისხმობს პოსტ-კრიზისულ პერიოდში პროფილური კომპანიებისა და ორგანიზაციების ფუნქციონირების განახლებას, მათ შორის ნდობისა და რეპუტაციის აღდგენით და კრიზისის უარყოფითი შედეგების დაძლევით.

აღნიშულ ეტაპებთან მიმართებით გამოიყოფა კრიზისის მართვის ქვემოთ წარმოდგენილი სამი პრიორიტეტული სფერო.

პირველი სფერო ითვალისწინებს ტურიზმის ეკოსისტემის განვითარებაზე დაკვირვების, მისი მდგრადობისა და რაციონალური განვითარების ხელშეწყობას. აღნიშნულ კონტექსტში, პრიორიტეტი ენიჭება ისეთ მიმართულებებს, როგორებიცაა: ტურიზმის განვითარების სტრატეგიის მორგება ეროვნული ეკონომიკის განვითარების სტრატეგიაზე, ორიენტირება მდგრადობაზე, რისკების შეფასების მექანიზმების შემუშავება, შეფასებების სისტემური ჩატარება და სავარაუდო რისკებზე რეაგირების სტანდარტების შემუშავება, შესაბამისი სამართლებრივი რეგულაციების დანერგვა, მოთხოვნად საინფორმაციო წყაროებზე წვდომის უზრუნველყოფა, მდგრადობის სრულყოფისა და რისკებზე რეაგირების დაფინანსების საშუალებების განსაზღვრა ეროვნული და რეგიონული წყაროების უპირატესი გათვალისწინებით, ასევე, ღია წვდომის მონაცემთა შეგროვებისა და ანალიზის პლატფორმების გამოყენება ტურიზმთან დაკავშირებული ხელოვნური ინტელექტის სრულყოფით, მ.შ., სხვადასხვა საინ-

ფორმაციო წყაროებიდან ტურიზმის მონაცემების შესაგროვებლად, შესაძლებელია და დასამუშავებლად.

მეორე სფერო მოიცავს ტურიზმში კრიზისების მართვის სტრუქტურებისა და პროცესების შემუშავებას, დაინტერესებულ მხარეებს შორის კოორდინაციას ეფექტიანი და დროული რეაგირების უზრუნველსაყოფად. ამ მიმართულებით წამყვანი როლი ენიჭება შესაბამისი რეგულაციების შემუშავებას ქვეყნის, პროფილური დარგების და რეგიონების დონეზე, დანიშნულების ადგილების (ე. წ. დესტინაციების) მენეჯმენტის სტრუქტურების ფორმირებას და ამოქმედებას ყველა დაინტერესებული მხარის ჩართულობით. ასევე, აღინიშნება კრიზისებზე რეაგირების ჯგუფების შექმნა, სტანდარტების შემუშავება და კრიზისის პერიოდში ჩართულ მხარეებს შორის კომუნიკაციის უზრუნველყოფა, ყველა მხარის ინტერესებისა და პროფილური კვალიფიკაციის გათვალისწინებით.

მესამე სფეროში განიხილება მაჩვენებლები, რომელთა მეშვეობით შესაძლებელი იქნება ტურიზმის სუსტი და დაუცველი ასპექტების გამოვლენა და ასახვა. აღნიშნული ინდიკატორები, თავის მხრივ, ნაწილდება კრიზისის მენეჯმენტის ეტაპების მიხედვით. მზაობის პირველ ეტაპთან მიმართებით სახელდება რისკების, ადრეული გაფრთხილების და გამოვლენის, ასევე მოკლევადიანი და გრძელვადიანი პროგნოზირების ამსახველი მაჩვენებლები. კრიზისზე რეაგირების მეორე ეტაპთან დაკავშირებით განისაზღვრება მაჩვენებლები, რომლებიც ადეკვატურად ასახავენ შექმნილ ვითარებას, გამოიყენება გადანყვეტილებების მიღებაში, ასევე დაინტერესებულ მხარეებთან კომუნიკაციაში და საჯარო ინფორმაციის გავრცელებაში.

საერთაშორისო პრაქტიკის გათვალისწინებით, ევროპის ინოვაციების საბჭოსა და მცირე და საშუალო ბიზნესის აღმასრულებელი სააგენტოს (EISMEA) მიერ წარმოდგენილ იქნა კრიზისების მართვის განზოგადებული მიგნებები ე.წ. SWOT-ს ფორმატში (იხ. ცხრ. 2.4.1.1).

კრიზისების მართვის კონტექსტში გამოვლენილი ყველაზე გავრცელებული ძლიერი და სუსტი მხარეები, შესაძლებლობები და საფრთხეები

	ძლიერი მხარეები	სუსტი მხარეები
დესტინაციის ფარგლებში	მიმზიდველი და მრავალფეროვანი ღირებულებების შეთავაზება	კრიზისული სიტუაციების მართვის გეგმების არარსებობა ან მათი შეზღუდული შესაძლებლობები
	გამოკვეთილად მაღალი რეპუტაცია საერთაშორისო ბაზარზე უსაფრთხოებისა და დაცულობის მხრივ	კრიზისული სიტუაციების მართვის არასაკმარისი გამოცდილება და ტრენინგების ნაკლებობა
	სრულყოფილად განვითარებული მასპინძლობისა და ტურიზმის ინდუსტრია	შეზღუდული საინვესტიციო შესაძლებლობები
		ტურიზმის ორგანიზაციების შეზღუდული პასუხისმგებლობები და კოორდინაციის ნაკლებობა
		მონაცემთა შეგროვებისა და ანალიზის მექანიზმებისა და ინსტრუმენტების ნაკლებობა
	შესაძლებლობები	საფრთხეები
დესტინაციის მიღმა	ტურისტების დაინტერესება ეკოლოგიურად სუფთა და ავტენტური პროდუქტებისა და მომსახურების არჩევანით	ეკოსისტემის დაუცველობა გარკვეული ზემოქმედებების მიმართ
	ციფრული ტექნოლოგიების გამოყენება	შრომითი რესურსების დეფიციტი
	ხელმისაწვდომი ტექნიკური მხარდაჭერა და ტრენინგი	მასობრივი ტურიზმი
	ხელმისაწვდომი დაფინანსების შესაძლებლობები და ფინანსური მხარდაჭერა	სტრატეგიული დაგეგმვის არარსებობა

ცხრილი 2.4.1.1

წყარო: European Commission 2024, 56

მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციის მიერ ასევე შემუშავდა პოსტკრიზისული პერიოდისთვის ჩასატარებელი ღონისძიებები, რომლებიც ეფუძნება ტურიზმის მდგრადი განვითარების კონცეფციას. შემოთავაზებები მოიცავს დაინტერესებული მხარეების ჩართულობას ისეთ მიმართულებებში, როგორებიცაა: საზღვრის უსაფრთხო და შეუფერხებელი მართვა (საჰაერო, საზღვაო და სახმელეთო მიმოსვლა), კერძო სექტორის დარგთაშორისი კავშირების განვითარება, უსაფრთხო საჰაერო მიმოსვლა, მასპინძლობის, ტუროპერატორებისა და ტურსააგენტოების ბიზნესი, შეხვედრების და ღონისძიებების ორგანიზება, ატრაქციონებისა და თემატური პარკების მოწყობა და დანიშნულების ადგილის დაგეგმვა და მართვა (UNWTO 2020).

დასკვნის სახით შეიძლება ითქვას, რომ კრიტიკულ ვითარებებში ტურიზმის მართვის საკითხები ინარჩუნებენ აქტუალობას როგორც პრაქტიკულ, ისე კონცეპტუალურ ჭრილში. მიმდინარე ეტაპზე, პრაქტიკულ გამოწვევებთან დაკავშირებით, აღსანიშნავია რიგი პროცესები და ტენდენციები, რომლებიც განვითარდა და ახდენენ მნიშვნელოვან უარყოფით ზეგავლენას საერთაშორისო ტურიზმზე, მათ შორის მოიაზრება რუსეთ-უკრაინის ომი (2022 წლის თებერვლიდან); საომარი მოქმედებები ლაზის სექტორში (2023 წლის ნოემბრიდან); ირანისა და აშშ-ს კონფლიქტი (2026 წლიდან). ასევე იზრდება გლობალურ კლიმატურ ცვლილებებთან დაკავშირებული პროცესების გათვალისწინების აქტუალობა, მათ შორის ტურიზმთან მიმართებით.

კონცეპტუალური ხედვით აღსანიშნავია, რომ ტურიზმის ინდუსტრიის მართვა კრიზისულ ვითარებებში ჯერ კიდევ სრულყოფის პროცესშია და ცოდნის არსებული დონე საფუძვლად უნდა დაედოს მდგრადი განვითარების საყოველთაოდ აღიარებული სტრატეგიის შემდგომ სრულყოფას, როგორც გლობალურად, ისე რეგიონების, ქვეყნებისა და მათი ტურისტული დანიშნულების ადგილების ფარგლებში.

2.4.2. ინოვაციური რეგენერაციის კონცეფცია

სამეცნიერო კვლევებში პოპულარობას იძენს მდგრადი განვითარების კონცეფციის მოდიფიცირების მიმართულება – ე.წ. „**რეგენერაციული განვითარება**“ (Bellato et al. 2024; Buckton et al. 2023; CBI 2026; Day 2025; Fischer et al. 2024; Gibbons 2020; GSTC 2026; Yunibandhu and Hallinger 2025). ავტორების განმარტებით, მდგრადი განვითარება მიმართულია ეკონომიკურ, სოციალურ და ბუნებრივ გარემოზე ზემოქმედების შერბილებაზე და დაცვაზე, ხოლო ინიცირებული „რეგენერაციული“ მიდგომა გულისხმობს გარემოს განვითარებისთვის სისტემურ ხელშეწყობას (Yunibandhu and Hallinger 2025).

ზოგადად, მდგრადი განვითარების კონცეფციის მსგავსად, რეგენერაციის კონცეფციის მიზანს წარმოადგენს არსებული მდგომარეობის და პროცესების განახლება, მიმდინარე და მომავალი მოთხოვნების გათვალისწინებით, რასაც ახლავს მზარდი აქტიულობა სტრატეგიულად ცვლად სოციალურ, პოლიტიკურ, ეკონომიკურ და ბუნებრივ პირობებში (Reed 2007). ასევე, *რეგენერაციის კონცეფციის ერთ-ერთი საკვანძო ხედვაა გარემოს აღდგენის განხილვა კომპლექსურად, კერძოდ, ცალკეული პროცესების ურთიერთკავშირებისა და ზემოქმედების გათვალისწინებით*. შესაბამისად, „რეგენერაციის“ კონცეფცია არსებითად არ არის მიმართული „მდგრადი განვითარების“ კონცეფციის ჩანაცვლებაზე და მოიაზრება მისი შემდგომი გაფართოებისა და სრულყოფის მიმართულებად (ICCROM 2022; Ririmasse et al. 2026; Yunibandhu and Hallinger 2025).

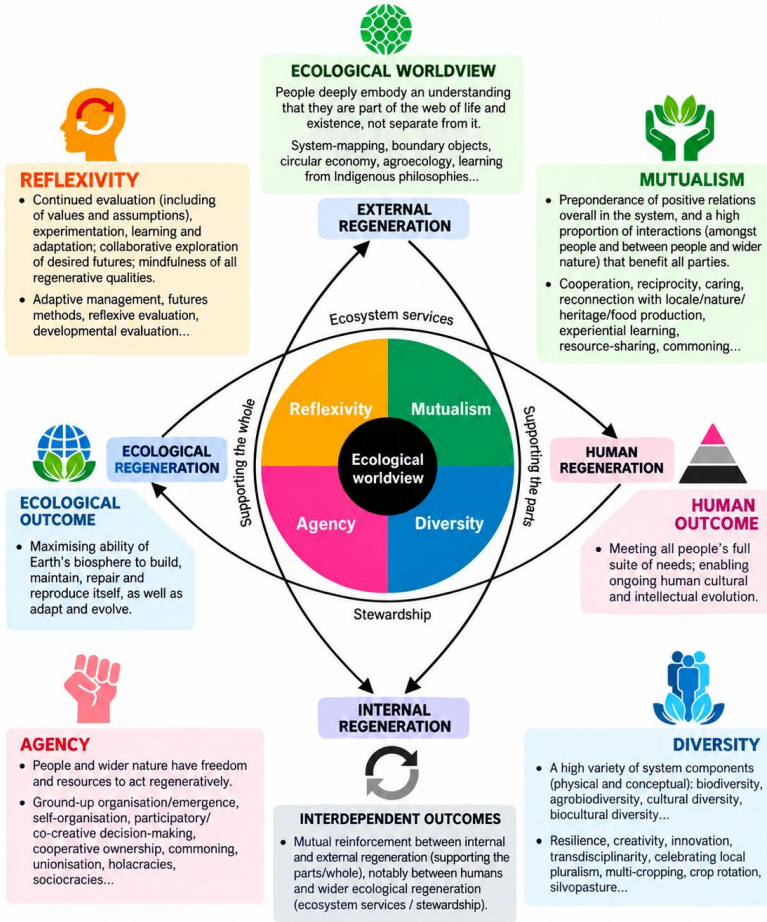
მკვლევრები ხაზს უსვამენ წარმოდგენილი კონცეფციის განსაკუთრებულ მნიშვნელობას კონკრეტული სფეროებისთვის, რომელთა შორის სახელდება ტურიზმისა და მასპინძლობის მიმართულებაც, გარემოს აღდგენის, სოფლის მეურნეობისა და განათლების მიმართულებებთან ერთად (Yunibandhu and Hallinger 2025). ტურიზმის სფეროში, „რეგენარაციის“ კონცეფციის მნიშვნელობას პრიორიტეტულად განიხილავენ ისეთ საკითხებთან მიმართებით, როგორებიცაა: ეკოლოგიური გარემოს აღდგენა, კულტურული ტრადიციების „გაცოცხლება“ და ადგილობრივი მოსახლეობის კეთილ-

დღეობის გაუმჯობესება, განსაკუთრებით სასოფლო არეალებში (Bellato et al. 2024; Buckton et al. 2023; Dredge 2022; Krittayaruangroj et al. 2023). ამასთან, ვლინდება სოციალურ ღირებულებებზე, განსაკუთრებით საცხოვრებელ პირობებზე, ორიენტირება და მათი მხარდაჭერა, როგორც ტურისტული აქტივობების პირდაპირი ხელშეწყობით, ისე ამავე ინდუსტრიის გარემოსთან ეკონომიკური და ეკოლოგიური კავშირების მეშვეობით (ICCROM 2022).

რეგენერაციული კონცეფციის ინოვაციური მიდგომა აისახა დიდი ბრიტანეთის იორკის უნივერსიტეტის მეცნიერის ს. ბაქტონისა და მისი 24 თანაავტორის მიერ შემოთავაზებულ მოდელში. მოდელის აქტუალობის წინაპირობად აღინიშნება, რომ მდგრად განვითარებასთან დაკავშირებულ თანამედროვე კვლევებში, ავტორები ხაზს უსვამენ ორ მნიშვნელოვან გამოწვევას. პირველი გულისხმობს რეგენერაციული სისტემების თემატიკაზე გამოქვეყნებული მზარდი რაოდენობის სტატიების შედარებით არაერთგვაროვნებას, კერძოდ, არასაკმარისი ყურადღების დათმობას მათი კონცეპტუალიზაციის ასპექტების მიმართ, განსაკუთრებით გამოწვევების მულტიდისციპლინური განხილვის კუთხით. მეორე, მიუხედავად იმისა, რომ რეგენერაციული კვლევების დიზაინის, იდენტიფიცირებისა და შეფასების ინოვაციური მეთოდების რაოდენობა მატულობს, არ ხდება მათი ურთიერთკავშირში განხილვა და ერთიან სისტემაში განზოგადება, ამ ცნების ფართო გაგებით (Buckton et al. 2023, 2).

აღნიშული ავტორების მიერ შემუშავებული მოდელი გამოირჩევა კროსდისციპლინური სისტემატიზებული სტრუქტურით და მას ეწოდა „რეგენერაციული ლინზის ჩარჩო“ (The Regenerative Lens framework) (Buckton et al. 2023). იგი მოიაზრება გარემოს მდგრადი განვითარების რეგენერაციის, როგორც განახლებისა და აღდგენის კონცეფციის მოდელი, სხვადასხვა რანგის ტერიტორიული ერთეულების ფარგლებში, მათი შიგა და გარე კავშირებით. აღინიშნება, რომ რეგენერაციული სისტემები მიმართულია ე.წ. კეთილდღეობის პოზიტიური ციკლების განვითარების მხარდაჭერაზე, განსაკუთრებით ადამიანების ბუნებრივ გარემო-

სთან ურთიერთობების კონტექსტში. რეგენერაციის კონცეფცია კონცენტრირებულია პროცესების ასახვაზე და მათ ურთიერთკავშირებზე, ნაცვლად ეკოსისტემის ცალკეული შემადგენელი კომპონენტების წარმოჩენაზე (იხ. ნახ. 2.4.2.1).



The Regenerative Lens framework

Summary framework of the Regenerative Lens, based on the structure of a human eye. The horizontal and vertical arrowed "outlines" of the eye represent the mutually reinforcing dynamics that characterize the outcomes of regenerative systems, with details given in the text outside the eye to the west, east, and south.

ნახაზი 2.4.2.1 წყარო: Buckton et al. 2023

შემოთავაზებული მოდელის ინოვაციურობისა და კომპლექსურობის გათვალისწინებით, ქვემოთ მოცემულია მისი თითოეული კომპონენტის მოკლე განმარტება, კერძოდ რეგენერაციის მიზნობრივი პროცესები, მათი ურთიერთკავშირების მართვისა და მოსალოდნელი შედეგების ასახვით; ასევე წარმოდგენილია პროცესების 5 ძირითადი პარამეტრი.

რეგენერაციის პროცესები განიხილება ორ კატეგორიად თითოეული მათგანის ორ კომპონენტად წარმოჩენით. ერთი კატეგორია ასახავს პროცესების მოქმედების ტერიტორიულ არეალს (რეგიონი, ეკონომიკური არეალი, ქალაქი, საწარმო, თემები და ა.შ.) და, თავის მხრივ, იყოფა ორ დონედ – შიგა, ანუ ადგილობრივი რეგენერაცია (Internal Regeneration) და გარე რეგენერაცია (External Regeneration). მეორე კატეგორია გამოხატავს რეგენერაციის მიმართულებებს – ეკოლოგიურ რეგენერაციას (Ecological Regeneration) და ადამიანისეულ (სოციალურ) რეგენერაციას (Human Regeneration).

ეკოლოგიურ რეგენერაციასთან დაკავშირებით განიმარტება, რომ გარემოს ცალკეული კომპონენტები განიცდიან ენტროპიას – გარდაქმნას – სხვადასხვა სიჩქარით, და გარკვეული პერიოდის განმავლობაში ეს ცვლილებები ფარულად მიმდინარეობს, რაც ქმნის ხანგრძლივი დეგრადაციის პროცესების ფარულად განვითარების რისკებს. აქვე აღინიშნება, რომ რიგი პროცესები ინარჩუნებენ თვითაღდგენის პოტენციალსაც, მეტიც, არის კომპონენტები, რომელთა გაქრობა არ იწვევს სისტემურ ცვლილებებს. ზოგადად, საზგასმულია ბუნებრივი გარემოს თვითაღდგენის თვისებების მხარდაჭერის მნიშვნელობა, თუმცა რიგ შემთხვევაში, ეს თვისებები უპირისპირდება სოციალურ ან/და ეკონომიკურ ინტერესებს, მაგალითად, ბუნებრივი რესურსების მოპოვებას, გამოყენების მაქსიმიზაციას, გარკვეული ღირებულებების მატარებელი ტერიტორიის განსხვავებული სოციალური ან/და ეკონომიკური მიზნებისთვის გამოყენებას და სხვა.

სოციალურ კეთილდღეობაზე ორიენტირებული ე.წ. „ადამიანისეული რეგენერაცია“ („Human regeneration“) და შესაბამისი ეფექტიანობის ამსახველი ე.წ. „ჰუმანური შედეგები“ („Human outcomes“) ეფუძნება ადამიანის კეთილდღეობის ხედვას, რომელიც გულისხმობს მატერიალური, სულიერი და ფსიქოლოგიური მოთხოვნილებების დაკმაყოფილების ფართო სპექტრს. მის ფარგლებში მოიაზრება საცხოვრებელი პირობები და უსაფრთხოება ბუნებრივ, ეკონომიკურ, სოციალურ და პოლიტიკურ ასპექტებში, ჯანმრთელობა, მუშაობა, მატერიალურ პროდუქტებზე ხელმისაწვდომობა, დასვენება, კულტურული და ინტელექტუალური ევოლუცია, თვითდამკვიდრება, სასურველი სოციალურ-კულტურული ურთიერთობების შენარჩუნება-განვითარება, ინფორმირებულობა, მომავლის ხედვა და სხვა. ეს კავშირები და ზემოქმედება განსაკუთრებულ მნიშვნელობას იძენს ტერიტორიული ერთეულის შიგა კავშირების ფარგლებში, თუმცა მათი განხორციელება ხშირად დამოკიდებულია გარე პროცესებზეც. ასევე გადამწყვეტი როლი ენიჭება თავად სოციუმების მიერ ბუნებრივი და სხვა რესურსების რაციონალურ გამოყენებას.

წარმოდგენილ მოდელში ასახულ მიზნობრივ შედეგებად მოიაზრება არა მხოლოდ ცალკე ეკოლოგიური ან სოციალური (ე.წ. ადამიანური) კომპონენტების რეგენერაცია, არამედ მათ შორის ურთიერთხელშემწყობი კავშირების განვითარებაც, რასაც ეწოდება „ურთიერთდამოკიდებული შედეგები“ (Interdependent outcomes). ასეთი კავშირები ითვალისწინებენ რეგენერაციული ურთიერთობების განვითარებას როგორც სისტემის კონკრეტული ტერიტორიის ფარგლებში – „შიგა რეგენერაცია“ (Internal regeneration), ისე იმ უფრო ფართო არეალის ჩარჩოში, რომელშიც იგი მდებარეობს – „გარე რეგენერაცია“ (External regeneration). გარემოსთან კავშირების მართვა და რეგულირება დამოკიდებულია ეკოსისტემის მომსახურების და მართვის სტრატეგიაზე, მის ორგანიზებასა და განხორციელებაზე. ამ მოთხოვნებზე ორიენტირებული რეგენერაციული განვითარება საჭიროებს როგორც სპეციფიკური ინტე-

რესურსების მხარდაჭერის უზრუნველყოფას (Support the parts), ისე მათ ერთიან სისტემურ კონტექსტში განხილვას და მხარდაჭერას (Support the whole). მაგალითად, შიგა რესურსების გამოყენების გაფართოება უნდა მოიცავდეს გარემოს დაცვის, პროდუქტის წარმოების ღირებულების, მენარმეების კვალიფიკაციის მორგებას, მიწოდების ჯაჭვის და სხვა შიგა თუ გარე ფაქტორების ერთობლივ და სისტემურ გათვალისწინებას, სტრატეგიების განსაზღვრას და განხორციელებას.

რეგენერაციის აღნიშნული პროცესების განვითარება და მიზნობრივი შედეგების მიღწევა პირდაპირ კავშირშია, როგორც არსებულ შიგა და გარე სოციალურ, ეკონომიკურ და ბუნებრივ პირობებთან, ისე მათთან დაკავშირებული კომპლექსური პროცესების მართვასთან და რეგულაციებთან. ამ მიმართულების მაგალითებია რესურსების და ტერიტორიების რაციონალური გამოყენება, ეკოლოგიური, სოციალური და ეკონომიკური რისკების მართვა, უსაფრთხოების სტანდარტების დანერგვა, ადგილობრივი და გარე პროფილური კავშირების განვითარება, რისკების პრევენციის, მათზე რეაგირების სტანდარტების დანერგვა, განვითარების სტრატეგიების შემუშავება და მათი განხორციელების პირობების შექმნა, დაინტერესებული მხარეების ჩართულობის უზრუნველყოფა და მრავალი სხვა. განხილულ მოდელში მართვის ეს ასპექტი გამოსახულია ორ კონცეპტუალურ კომპონენტად. ერთია „ეკოსისტემების მომსახურება“, რომელშიც იგულისხმება რეგენერაციული პროცესების მხარდაჭერა, ხოლო მეორე – „პასუხისმგებლიანი მართვა“ (Stewardship), რომელიც ეფუძნება მდგრადი განვითარების პრინციპებს.

ზოგადად, ავტორების განმარტებით, ე.წ. ეკოლოგიური და ადამიანისეული რეგენერაციის პროცესები, გარკვეული ტერიტორიული ერთეულის ფარგლებში, განისაზღვრება, როგორც სისტემები, რომლებიც ხელს უწყობენ კეთილდღეობის ამაღლების პროცესებს (ციკლებს) (Reed 2007).

მოდელის 5 ძირითადი პარამეტრი წარმოდგენილ მოდელში ფორმულირებულია, როგორც KEY QUALITIES FOR ENABLING REGENERATIVE SYSTEMS. ინგლისური ენიდან სიტყვა “QUALITIES“-ის ადეკვატური თარგმნა ქართულად, მოცემულ სპეციფიკურ ასპექტში და პრაქტიკაში მიღებული სინონიმების არჩევანით, არის შეზღუდული. ამის გათვალისწინებით იგი პირობითად გადმოთარგმნილია, როგორც „პარამეტრი“, რაც ხელს უწყობს მის შინაარსობრივ აღქმას მოცემულ კონტექსტში.

„რეგენერაციული ლინზის ჩარჩოს“ კონცეფციის ავტორებმა განსაზღვრეს შესაბამისი მოდელის 5 ძირითადი პარამეტრი, როგორებიცაა (პირობითი თარგმანით) (იხ. ნახ. 2.4.2.1):

- ეკოლოგიური მსოფლმხედველობა, რომელიც აისახება ადამიანის ქცევაში (ecological worldview embodied in human action);
- ურთიერთდამოკიდებულება (mutualism);
- მაღალი მრავალფეროვნება (high diversity);
- ადამიანებისა და არაადამიანების რეგენერაციული მოქმედების შესაძლებლობა (agency for humans and non-humans to act regeneratively);
- უწყვეტი რეფლექსურობა (continuous reflexivity).

„ეკოლოგიური ხედვა“ წარმოადგენს საბაზო კომპონენტს, რომელიც უკავშირდება ცნებას – ეკოლოგიური გარემო – მისი ფართო გაგებით. კერძოდ, ეკოლოგიურ გარემოში მოიაზრება როგორც ბუნებრივი, ისე სოციალური, კულტურული და ეკონომიკური შემადგენლები. მოდელში ასევე დაკონკრეტებულია „ხედვის“ შინაარსი, რომელიც გულისხმობს ადამიანების მიერ გათვითცნობიერებას, რომ ისინი არიან ცოცხალი გარემოს მონაწილეები და არა მისგან განცალკევებული სუბიექტები. „ეკოლოგიური ხედვის“ კვლევით ასპექტებთან დაკავშირებით აღინიშნება ყველა მხარისთვის მისაღები ღირებულებების მხარდაჭერა და გაზიარება (ე.წ. system-mapping), ადგილობრივ ტრადიციებში ჩართულობის მისაღები (დასაშვები) საზღვრები (ე.წ. boundary

objects), ადგილობრივი ღირებულებების შესწავლა (learning from indigenous philosophy), ცირკულარული ეკონომიკის განვითარება, განსაკუთრებით აგროეკოლოგიურ სფეროში და სხვა. ავტორების განმარტებით, იმისათვის, რომ ეს სისტემა განხილულ იქნას რეგენერაციულ ასპექტში, მასში მაქსიმალურად უნდა იქნას გათვალისწინებული შესაბამისი ბიოსფეროს წარმოშობის, შენარჩუნების, თვითაღდგენის თვისებები, ასევე ადაპტირების და შემდგომი ხანგრძლივი განვითარების პოტენციალი, რომელიც უზრუნველყოფს მისი ერთიანი სისტემის შენარჩუნებას ხანგრძლივი დროის განმავლობაში.

„ურთიერთსარგებლიანობის განვითარება“, ავტორების განმარტებით, მიმართულია ფართო ურთიერთობების დამყარებაზე ყველა დაინტერესებულ მხარეს შორის პოზიტიური და სარგებლიანი კავშირების პრიორიტეტული გათვალისწინებით, ასევე, გარემოსთან კეთილგანწყობილი დამოკიდებულების დამკვიდრებით. ამასთან, აღნიშნული კომპონენტი მოიცავს თანამშრომლებთან ურთიერთობების დამყარებას, კოოპერირებას (Cooperation), ზრუნვას (Caring), ადგილობრივი ბუნებრივი და სოციალური თავისებურებების გაცნობიერებას, არსებულ და მემკვიდრეობით მიღებული ტრადიციების გაცნობას, შესაბამისი გამოცდილების მიღებას, რესურსების გაზიარებას და ზოგადად, ადგილობრივ ყოფასთან დაკავშირებას (reconnection with locale/nature/heritage/food production, experiential learning, resource sharing communing...).

ავტორები ასევე აღნიშნავენ, რომ სწორი მოქმედებები ერთიანი ქსელის ფარგლებში, როგორც წესი, უფრო შედეგიანია, ვიდრე ამავე მხარეების განცალკევებული, ინდივიდუალური ქმედებები. მაგალითად სახელდება რესურსების გაცვლა, ფუნქციების განაწილება, ერთიანი ძალისხმევის მიმართვა. ტურიზმის სფეროში, ამ მხრივ, შეიძლება დასახელდეს დაინტერესებული მხარეების ჩართულობა ადგილობრივი ტურიზმის განვითარებაში, რომელიც ხელს შეუწყობს ადგილობრივი აგრობიზნესის განვითარებას, იმპორტის შემცირებას, დასაქმების ამაღლებას, ინფრასტრუქტურის განვითარებას.

რუქტურის განვითარებას და ბუნებრივი გარემოს დაცვას. ასევე აღინიშნება, რომ გასათვალისწინებელია ქსელური მუშაობით ფარული და უარყოფითი შედეგის მიღების რისკები, რაშიც იგულისხმება სოციალურ გარემოში მიუღებელი და ცალკეული მხარეების პირად ინტერესებზე მორგებული ქმედებები.

დივერსიფიცირება (diversity) მოიცავს სისტემის შემადგენელი კომპონენტების ფართო სპექტრს, როგორებიცაა: ბიომრავალფეროვნება, აგრობიომრავალფეროვნება, კულტურული მრავალფეროვნება და ბიოკულტურული მრავალფეროვნება. ამ კომპონენტების ხელშემწყობ მიმართულებებად მოიაზრება მდგრადობა, კრეატიულობა, ადგილობრივი პლურალიზმი, კულტურული მრავალფეროვნების მხარდაჭერა და სხვა. დივერსიფიცირებას შეაქვს თავისი მნიშვნელოვანი წვლილი ეკოსისტემის სტაბილურობაში და რეგენერაციულ განვითარებაში. მაგალითად, მრავალფეროვან, სტაბილურად ჩამოყალიბებულ ბიომრავალფეროვნებას გააჩნია თვითშენარჩუნების და ცვლილებებზე ადაპტირების მეტი უნარი, რაც ამცირებს ადამიანებზე უარყოფით ზეგავლენას, მათ მიერვე გარემოსდაცვითი პირობების დარღვევების პირობებში; კულტურული მრავალფეროვნება ასევე ამცირებს გარემოს ე.წ. უარყოფით ზეგავლენას განსხვავებული ტრადიციების მქონე მოსახლეობაზე და ა.შ. ასევე მნიშვნელოვანია ეკონომიკური დივერსიფიცირება შიგა და გარე კავშირების რაციონალური განვითარებით.

მოქმედების მართვა (Agency). ტერმინი Agency, რომელიც ხშირად აღიქმება, როგორც სააგენტო, მოცემულ კონტექსტში ატარებს რადიკალურად განსხვავებულ შინაარსს და გულისხმობს ბუნებრივი და ადამიანისეული პოტენციალის მართვის შესაძლებლობებს გარემოს რეგენერაციის მიზნით. შევნიშნავთ, რომ ტერმინის ამგვარი შინაარსი წარმოიქმნა ლათინური სიტყვიდან „agere“ – კეთება, ქმედება, რაც ზეგავლენის ან მოქმედების შესაძლებლობებს გულისხმობს (Cousins, Zalewski, 2025). შესაძლებლობებში, აღნიშნულ საკითხთან მიმართებით, იგულისხმება

რესურსების, მათი განკარგვის, დროის, სივრცის, რესურსებზე და სასურველ მოქმედებებზე წვდომის შესაძლებლობები და სხვა საჭირო პირობების არსებობა. ამ კონტექსტში ასევე მოიაზრება ტერიტორიის მართვის არსებული სტრუქტურა, უფლებების იერარქიული განაწილება და მართვის ორგანიზაციული ერთეულების ფუნქციონირება, როგორებიცაა სახელმწიფო, კერძო, საზოგადოებრივი კომპანიები, კოოპერატიული და სხვა სახის ორგანიზაციები და მათი ურთიერთკავშირები, ფუნქციების რაციონალური განაწილებით.

შემონმება-დაკვირვება (Reflexivity) ითვალისწინებს გარემოში მიმდინარე პროცესებზე უწყვეტ დაკვირვებას, ჩატარებული ღონისძიებების შედეგების სისტემურ შეფასებას, კვლევების პერიოდულ ჩატარებას რეგენერაციული განვითარების შესწავლის, დაგეგმვის და განხორციელების მიზნით. ეს აქტივობები ხელს უწყობენ მოსახლეობის მიერ გარემოზე ზემოქმედების პერსპექტიული გამოწვევების უკეთ გაცნობიერებას, მათ შორის იმისაც, რომ რისკის შემცველი სისტემური პროცესების პრევენციისათვის მიუღებელია მის მხოლოდ ცალკეულ კომპონენტებზე კონცენტრირება. ექსპერტები აღნიშნავენ, რომ ზოგადად, ე.წ. რეფლექსურობის სტანდარტების დანერგვა პრაქტიკაში და კერძოდ, ეკოსისტემის რეგენერაციულ განვითარებაში, მზარდი აქტუალობით გამოირჩევა და მათი დარეგულირება ხელს შეუწყობს ეკოსისტემების შენარჩუნებაზე ორიენტირებულ შიგა და გარე კავშირების განვითარებას.

ზოგადად, „რეგენერაციული ლინზის ჩარჩოს“, როგორც კონცეფციის, გამოყენება პრაქტიკაში მნიშვნელოვნად შეუწყობს ხელს პროცესების მდგრად განვითარებას.

რეგენერაციის კონცეფციის წარმოჩენის აქტუალობა აისახა არასამთავრობო საერთაშორისო ხუთი ორგანიზაციის კოალიციის – „ტურიზმის მომავალის“ (Future of Tourism) მიერ შემუშავებულ, ე.წ. 13 სახელმძღვანელო პრინციპში, როგორებიცაა (Future of Tourism Coalition 2025):

- ✓ **მთლიანი სურათის ხედვა:** გულისხმობს, რომ ცნება ტურიზმი, მისი სპეციფიკის გათვალისწინებით, სშირად მოიცავს დანიშნულების ადგილს მთლიანობაში და არა მხოლოდ მასში მოქმედ ამ ბიზნესს. მთლიანობაში, ასევე იგულისხმება, ადგილობრივი ეკოსისტემა, ბუნებრივი რესურსები, კულტურული აქტივები და ტრადიციები, თემები, ესთეტიურად მიმზიდველი ადგილები და ინფრასტრუქტურული ნაგებობები.
- ✓ **მდგრადობის სტანდარტების გამოყენება:** ტურიზმის ინდუსტრიისა და დანიშნულების ადგილების მდგრადი ტურიზმის პრაქტიკაში იმ მინიმალური კრიტერიუმების და სტანდარტების გათვალისწინება (პატივისცემა), რომლებიც საჯაროდ ცნობილია, აღიარებულია საერთაშორისო პრაქტიკაში და დადასტურებულია „გლობალური მდგრადი ტურიზმის საბჭოს“ (GSTC) მიერ.
- ✓ **თანამშრომლობა დანიშნულების ადგილის მართვაში:** ტურიზმის ყველა მიმართულებით განვითარება თანამშრომლობითი მართვის სტრუქტურის მეშვეობით, ადგილობრივი მთავრობის, კერძო სექტორის და სამოქალაქო საზოგადოების ორგანიზაციების თანაბარი მონაწილეობით.
- ✓ **ხარისხის პრიორიტეტულობა რაოდენობაზე:** ტურიზმის განვითარების ორიენტირება მოგზაურობის ხარისხის ამაღლებაზე და არა ვიზიტორთა რაოდენობის ზრდაზე, შესაბამისად, მოგზაურობის პრაქტიკის გაუმჯობესება უნდა ითვალისწინებდეს დანიშნულების ადგილის თავისებურებების შენარჩუნებას და ადგილობრივი მოსახლეობისთვის სარგებლიანობის მხარდაჭერას.
- ✓ **სამართლიანი განაწილების მოთხოვნა:** პოლიტიკის დასახვა, რომელიც მიმართული იქნება დანიშნულების ადგილზე ტურიზმიდან მიღებული სარგებლის უთანაბრო განაწილების დაძლევაზე და ტურიზმიდან მიღებული

შემოსავლების ადგილობრივ თემებში შენარჩუნების მაქსიმიზაციაზე.

- ✓ **ტურიზმის ზენოლის შემცირება:** ტურიზმთან დაკავშირებული ყველა დანახარჯი განხილულ იქნას ადგილობრივი საგადასახადო განაკვეთების კუთხით, ასევე, ეკოლოგიური და სოციალური ზემოქმედების და ობიექტურად მოსალოდნელი ზიანის ერთობლივი გათვალისწინებით. უზრუნველყოფილი იქნას ინვესტიციების საბოლოო შედეგების დადებითი ზეგავლენა ადგილობრივ თემზე და გარემოზე.
- ✓ **ეკონომიკური წარმატების ახლებურად განხილვა:** მსპ-ს ზრდაში პირდაპირი წვლილის განხილვის ნაცვლად, მეტი ყურადღება დაეთმოს დანიშნულების ადგილისათვის სარგებლის მომტან მაჩვენებლებს, როგორებიცაა: მცირე ბიზნესის განვითარება, შემოსავლების განაწილება და ადგილობრივი მიწოდების ჯაჭვების მდგრადობის გაძლიერება.
- ✓ **კლიმატის ზეგავლენის შერბილება:** ძალისხმევის მიმართვა სათბურის გაზების ემისიის შემცირებაზე, რაც მეცნიერულად არის აღიარებული. ინვესტიციის ჩადება მწვანე ინფრასტრუქტურაში, ასევე იმ მავნე ემისიების სწრაფად შემცირებაში, რომლებსაც გამოყოფს ტურიზმთან დაკავშირებული ტრანსპორტი ჰაერში, ზღვაზე და ხმელეთზე.
- ✓ **ერთჯერადი გამოყენების ჭურჭლის მოხმარების შეჩერება:** ტურიზმის ბიზნესში უსაფრთხოების პოსტპანდემიური პერიოდის დასრულების შემდეგ ერთჯერადი გამოყენების პლასტიკური ჭურჭლის გამოყენების ჩანაცვლება ციკლური გადამუშავების საშუალებებით.
- ✓ **ტურიზმისათვის ტერიტორიის გამოყენების შეზღუდვა:** ფართო ტერიტორიული დატვირთულობით გამორჩეული კურორტების კონცენტრირება გარკვეულ არეალებში. კურორტების გაფართოების შეზღუდვა სანაპირო, კუნძულოვან და მთიან არეალებში მათი გეოგრაფიული იდენ-

ტობის, ეკონომიკური აქტივობების თავისებურებების, წვდომისა და კრიტიკულად მნიშვნელოვანი ეკოსისტემების შესანარჩუნებლად.

- ✓ **სარეალიზაციო ბაზრის დივერსიფიცირება:** საერთაშორისო ტურიზმთან ერთად შიგა ტურიზმის პერსპექტიული მიმართულებების გააქტიურება, რომლებმაც შესაძლოა უფრო მეტი მდგრადობა გამოავლინონ კრიზისების მიმართ და გაზარდონ მოქალაქეების მიერ საკუთარი ბუნებრივი და კულტურული მემკვიდრეობის ღირებულების აღქმა.
- ✓ **ადგილის აღქმის დაცვა:** ტურიზმის პოლიტიკასა და ბიზნესში იმ პრაქტიკის ნახალისება, რომელიც მიმართულია ბუნების, ხედების და კულტურული ღირებულებების დაცვაზე და გაუმჯობესებაზე. საჭიროა დანიშნულების ადგილის იდენტიფიკაცია და თვითმყოფადობის შენარჩუნება და ამაღლება. ადგილის მრავალფეროვნება ამოქმედებს მოგზაურობას.
- ✓ **ბიზნესის პასუხისმგებლობით წარმართვა:** განხორციელდეს იმ ტურისტული ბიზნესების და მათთან დაკავშირებული საწარმოების ნახალისება და დაჯილდოება, რომლებიც თავიანთი საქმიანობით მხარს უჭერენ ზემოაღნიშნულ პრინციპებს და აძლიერებენ მაღალი ხარისხის ადგილობრივი მიწოდების ჯაჭვების განვითარებას, ხარისხიანი პროდუქტებისა და მომსახურების მოწოდების სრულყოფით.

ს. ბაქტონისა და მისი თანაავტორების მიერ შემოთავაზებული კონცეფციის პრიორიტეტული ასპექტებია:

- პროცესების დინამიურობა, რაშიც იგულისხმება გარემოს აღდგენაზე და განვითარებაზე ორიენტირება, ნაცვლად გარემოს მხოლოდ დაცვის ასპექტების განხილვისა;
- ეკოლოგიური გარემოსა და ადამიანის ურთიერთდამოკიდებულება და ამ კავშირების კომპლექსურობა;
- ორიენტირება მიზნობრივ შედეგებზე;

- მოდელის განხილვა სხვადასხვა რანგის ტერიტორიული ერთეულის ფარგლებში.

ავტორები ასევე აღნიშნავენ, რომ შემოთავაზებული მოდელი ორიენტირებულია კონცეპტუალურ ასპექტებზე და არა კონკრეტული ინდიკატორების განსაზღვრაზე. მათი დადგენა და განახლება შესაძლებელი იქნება წარმოდგენილი კონცეფციის საფუძველზე, ისეთი მნიშვნელოვანი **გარემოებების გათვალსინინებით, როგორებიცაა:**

- სხვადასხვა დისციპლინებიდან მიღებული ინფორმაციის გამოყენება „ლინზის“ მოდელზე მორგებით, სოციალურ ასპექტებზე ყურადღების გამახვილებით;
- პროცესების ხანგრძლივ დინამიკაზე და შედეგებზე ორიენტირება;
- კომპლექსური პროცესების ჩარჩოს დიზაინის ოპტიმალურ დონეზე გამარტივება.

ბრიტანეთის იორკის უნივერსიტეტის მეცნიერის ს. ბაქტონისა და მისი თანაავტორების მიერ შემოთავაზებული „რეგენერაციის ლინზის ჩარჩოს“ მოდელის ძირითადი თავისებურებები შეიძლება შეჯამდეს შემდეგი განზოგადებული მახასიათებლებით:

პირველი, რეგენერაციული სისტემა და მასში შემავალი საბაზო ცნებები შეიძლება განხილულ იქნას სხვადასხვა რანგის ტერიტორიული ერთეულის ფარგლებში, როგორებიცაა კომპანიის მდებარეობის ადგილი, ქალაქი, ბიოლოგიური რეგიონი და სხვა. მასში მაქსიმალურად უნდა იქნას გათვალისწინებული შესაბამისი ბიოსფეროს წარმოშობის, შენარჩუნების, თვითაღდგენის თვისებები, ასევე ადაპტირების და შემდგომი ხანგრძლივი განვითარების პოტენციალი, რომელიც უზრუნველყოფს მისი, როგორც ერთიანი სისტემის, შენარჩუნებას გრძელვადიან პერიოდში. მნიშვნელოვანია ბუნებრივი გარემოს კომპონენტების თვითაღდგენის თვისებების მხარდაჭერა. ეს თვისებები უპირისპირდება ადამიანის აქტივობებს, რომლებიც მიმართულია რესურსების გამოყენების მაქსიმიზაციისკენ.

მეორე, წარმოდგენილი სისტემური მიდგომა რეგენერაციის აუცილებელ პირობად განიხილება, რის გარეშე, ავტორების მოსაზრებით, შეუძლებელი იქნებოდა აღდგენითი და განვითარებადი რეგენერაციის პროცესების განხორციელება მიმდინარე ცვლად გარემოში. ასევე შეუძლებელი იქნებოდა ერთიანი მსოფლმხედველობის ჩამოყალიბება რეგენერაციის მიზნებზე და გამოვლენილ გამოწვევებზე. ამავე კონტექსტში აღინიშნება, რომ სისტემაში თითოეული კომპონენტი არის ერთმანეთის შემავსებელი და რომ დაძლეული გამოწვევები არ უნდა განიხილებოდეს საბოლოო მიღწევად და საჭიროა მიზნების სისტემური განახლება. და ბოლოს, აღნიშნული მიდგომა მიმართულია სისტემური განხილვის კენცეფციებზე, რითიც ხდება ცალკეულ (დიქტომიურ) გამოვლენებზე კონცენტრირების თავიდან აცილება.

აღსანიშნავია, რომ ჩატარებული კვლევები ჯერ კიდევ რჩება თეორიული განხილვების დონეზე და მათი პოტენციალის გამოყენება პრაქტიკაში სანყის სტადიაზეა (Yunibandhu and Hallinger 2025).

3. ინფორმაციული და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიები ტურიზმში

3.1. ინფორმაციული და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების მოდელები და საკვანძო ცნებები ტურიზმის სფეროში

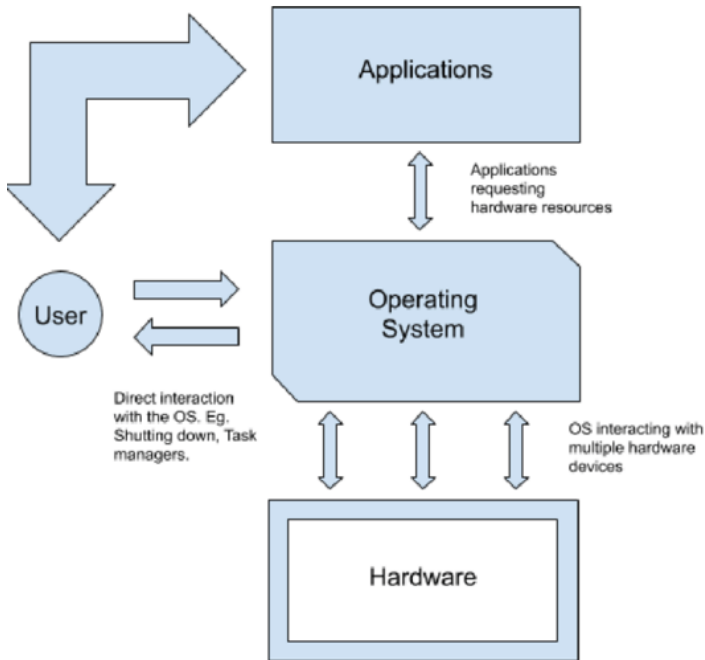
ინფორმაციული და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიები (ICT; ქართულად – ისტ) თანამედროვე ტურიზმის ციფრული ტრანსფორმაციის ერთ-ერთ მნიშვნელოვან საფუძველს წარმოადგენს. მათი სწრაფი განვითარება განაპირობებს ახალი ტექნოლოგიური მოდელების, მართვის მდგომარეობისა და მომსახურების ფორმების ჩამოყალიბებას. ინფორმატიკა წარმოიშვა ისეთი მეცნიერების მიჯნაზე, როგორიცაა: მათემატიკა, ფიზიკა, მიკროელექტრონიკა, სტატისტიკა ელექტრონიკა და სხვა (სიჭინავა და სხვა, 2016). ამ თავეში განხილულია ისტ-ის ტურიზმში გამოყენების ზოგადი მოდელები, ძირითადი მდგომარეობები და საბაზო ცნებები. აღნიშნული საკითხების წინასწარი განხილვა განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია, რადგან ბიზნესში ისტ-ის პრაქტიკული დანერგვა და პოპულარიზაცია ხშირად უსწრებს მისი კონცეპტუალური საფუძვლების სისტემურ გააზრებას. აგრეთვე, საყოველთაოდ აღიარებული და მეცნიერულად გამყარებული საკვანძო ცნებების დამკვიდრებას. შედეგად, აღნიშნულ სფეროში ხშირია ე.წ. არასათანადოდ დაზუსტებული ტერმინების (ბიზნესჟარგონები) გავრცელება. პირველ ქვეთავში განხილულია შესაბამისი საბაზო მოდელები და ცნებები, გლობალურად მოქმედი ქსელები, პროფილური დანიშნულების გლობალური აპლიკაციები, აგრეთვე ამ საშუალებების კონკრეტულ არეალში კომპლექსური გამოყენების სტრუქტურები. მომდევნო ქვეთავში ყურადღება გამახვილებულია ინფორმაციული და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების გამოყენებაზე ტურიზმის პრიორიტეტულ მიმართულებებში, როგორებიცაა

განთავსების საშუალებების ბიზნესი, სამოგზაურო კომპანიების საქმიანობა და ტურისტთა თვითმომსახურების შესაძლებლობები. განხილვისას პრიორიტეტული ყურადღება ეთმობა მიმდინარე ტენდენციების კონცეპტუალურ გააზრებას.

ინფორმაციული და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიები, აპლიკაციები და შესაბამისი ქსელები განსაკუთრებით სწრაფად ვითარდება და განიხილება როგორც მეოთხე ინდუსტრიული რევოლუციისა და ციფრული ტრანსფორმაციის ერთ-ერთი ძირითადი საფუძველი (UN Tourism 2024).

ექსპერტები ისტ-ს ინდუსტრიაში 50-ზე მეტ მიმართულებას გამოყოფენ; აღნიშნული ტექნოლოგიების გამოყენება კი შესაძლებელია ბიზნესაქტივობების პრაქტიკულად ყველა სფეროში. ისტ მოიცავს მონაცემთა შეგროვებას, დამუშავებას, გავრცელებასა და მიზნობრივ გამოყენებას, აგრეთვე დაინტერესებულ მხარეებს შორის ჩართულობისა და კომუნიკაციის უზრუნველყოფას.

ეს პროცესი მნიშვნელოვნად აისახება ტურიზმის სფეროზეც, რასაც განაპირობებს როგორც ტურისტული პროდუქტის მრავალფეროვნება, ისე მის წარმოებასთან დაკავშირებული ფართო დარგთაშორისი კავშირები. ამ ტენდენციამ დაამკვიდრა ელექტრონული ტურიზმის (e-tourism) ცნება (Buhalis 2004). ელექტრონული ტურიზმის სფეროში ისტ-ის გამოყენება ხორციელდება და ვითარდება ბევრი მიმართულებით. განზოგადებულად ექსპერტები გამოყოფენ სამ ასეთ სფეროს: ოპერაციული ინსტრუმენტები და სისტემები, რომლებიც გამოიყენება ტურისტული მოგზაურობის ორგანიზების და სასტუმროების ბიზნესში ეფექტიანობისა და კონკურენტუნარიანობის ასამაღლებლად; სამომხმარებლო პლატფორმები, რომლებსაც ტურისტები იყენებენ ინფორმაციის მოსაძიებლად, მოგზაურობის დასაგეგმად, შესყიდვების განსახორციელებლად და გამოცდილების გასაზიარებლად; და დისტრიბუციისა და კომერციული გარიგებების ინსტრუმენტები, რომლებიც ასრულებენ ტურისტებსა და ბიზნესებს შორის ტრანზაქციების არხების ფუნქციებს.



ნახ. 3.1.1.1

წყარო: Shinde 2020

სტრუქტურული ხედვით, ისტ-ის შემადგენელი კომპონენტებია (იხ. ნახ. 3.1.1):

- აპარატურული უზრუნველყოფა (hardware) მოიცავს ფიზიკურ მოწყობილობებს, მათ შორის პროცესორებს, ქსელურ მოწყობილობებსა და მონაცემთა შენახვის საშუალებებს;
- ოპერაციული სისტემა (Operating System – OS) არის სისტემური პროგრამული უზრუნველყოფა, რომელიც მართავს კომპიუტერულ რესურსებს და უზრუნველყოფს მომხმარებელსა და მოწყობილობას შორის ურთიერთქმედებას; მისი მაგალითებია Windows, Android, iOS და Linux;
- აპლიკაციები არის კომპიუტერული პროგრამები, რომლებიც შექმნილია კონკრეტული სამომხმარებლო ამოცანების ან ფუნქციების შესასრულებლად;

- პროგრამული უზრუნველყოფა (software) ფართო ცნებაა, რომელიც მოიცავს როგორც სისტემურ პროგრამულ უზრუნველყოფას, მათ შორის ოპერაციულ სისტემებს, ისე აპლიკაციურ პროგრამებს. აღნიშნული კომპონენტების ურთიერთკავშირი ასახულია გრაფიკული მოდელის სახით.

ტურიზმის ბიზნესის განვითარების თვალსაზრისით, აღნიშნული კომპონენტებიდან განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია შემდეგი გამოყენებითი ტექნოლოგიური კატეგორიები:

ღრუბლოვანი გამოთვლები (cloud computing) წარმოადგენს მოდელს, რომელიც ინტერნეტის მეშვეობით უზრუნველყოფს დისტანციურ სერვერებზე განთავსებულ გამოთვლით რესურსებზე, მონაცემთა საცავებსა და პროგრამულ სერვისებზე წვდომას მათი შენახვის, დამუშავებისა და გაზიარების მიზნით. ეს არქიტექტურა საშუალებას აძლევს მომხმარებლებს, დაზოგონ საკუთარი მოწყობილობების მეხსიერება და შეინახონ ფაილები და აპლიკაციები ე.წ. „ღრუბელში“, ანუ თავიანთი მოწყობილობების მიღმა. ამასთან, მომხმარებელთა მოწყობილობები – კომპიუტერები, მობილური ტელეფონები და სხვა ციფრული საშუალებები – უზრუნველყოფენ ღრუბლოვან სერვისებზე ონლაინ წვდომას, დიდი მოცულობის მონაცემთა დამუშავებას, ინფორმაციის ინტერნეტით მიწოდებას, გაზიარებასა და შესაბამისი სერვისების მიღებას (Qian et al. 2009).

ბოტი (bot) არის პროგრამული აგენტი, რომელიც ავტომატურად ასრულებს წინასწარ განსაზღვრულ მოქმედებებს ან ინსტრუქციებს. ზოგიერთი ბოტი ეფუძნება მარტივ წესებს, ხოლო უფრო განვითარებული ბოტები იყენებენ ხელოვნური ინტელექტის მეთოდებს, რაც ამცირებს ადამიანის უშუალო ჩართულობის საჭიროებას და ზოგავს მომხმარებლის ან ორგანიზაციის დროს. ბოტები, როგორც წესი, გამოიყენება რუტინული, სტანდარტიზებული ან ხშირად განმეორებადი პროცედურების ავტომატიზებისთვის, მაგალითად, სასტუმრო ნომრების, ავიაბილეთების ან რესტორნებში ადგილების დაჯავშნის, მომ-

სახურების შეკვეთისა და მომხმარებელთა პირველადი კონსულტაციისთვის (Santhanam et al. 2022).

ChatGPT არის გენერაციულ ხელოვნურ ინტელექტზე დაფუძნებული საკომუნიკაციო სისტემა, რომელიც მომხმარებელთან დიალოგურ რეჟიმში ამუშავებს შეკითხვებს, ქმნის ტექსტურ პასუხებს და, შესაბამისი ტექნიკური შესაძლებლობების შემთხვევაში, მხარს უჭერს ხმოვან ან მულტიმოდალურ ურთიერთქმედებას (Abou-Shouk et al. 2025).

ბლოკჩეინი (blockchain) არის განაწილებული ციფრული რეესტრის ტექნოლოგია, რომელშიც ტრანზაქციების ან სხვა მონაცემების ჩანაწერები ჯგუფდება ბლოკებად, კრიპტოგრაფიულად უკავშირდება წინა ბლოკებს და ინახება ქსელის მონაწილე კვანძებში. ასეთი სტრუქტურა ზრდის ჩანაწერების გამჭვირვალობას, გადამოწმებადობასა და ცვლილებების მიმართ მდგრადობას (Nawari and Ravindran 2019).

ინფორმაციული და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების ძირითადი მიმართულებების სისტემურად წარმოსაჩენად, ქვემოთ წარმოდგენილია შესაბამისი ტექნოლოგიური კატეგორიები და მათი გამოყენების მაგალითები ტურიზმის სფეროში (იხ. ცხრ. 3.1.1).

IT-ინდუსტრიის ძირითადი კატეგორიები და მათი გამოყენების მაგალითები ტურიზმის სფეროში		
ტექნოლოგიური მიმართულება ან კომპონენტი	დაკავშირებული ტექნოლოგია, აპლიკაცია ან ინფრასტრუქტურა	გამოყენების მაგალითები ტურიზმის სფეროში
ხელოვნური ინტელექტი (Artificial Intelligence – AI)	მანქანური სწავლება (Machine Learning), ბუნებრივი ენის დამუშავება, რეკომენდაციის სისტემები, პროგნოზირებადი ანალიტიკა	პერსონალიზებული რეკომენდაციები, ჭკვიანი ძიება, მოთხოვნის პროგნოზირება, დაჯავშნისა და მომსახურების პროცესების ავტომატიზაცია.

IT-ინდუსტრიის ძირითადი კატეგორიები და მათი გამოყენების მაგალითები ტურიზმის სფეროში		
ტექნოლოგიური მიმართულება ან კომპონენტი	დაკავშირებული ტექნოლოგია, აპლიკაცია ან ინფრასტრუქტურა	გამოყენების მაგალითები ტურიზმის სფეროში
IT-ით მართული მომსახურება (Managed IT Services)	IT-ინფრასტრუქტურის მართვა, სისტემების მონიტორინგი, ადმინისტრირება და SLA-ზე დაფუძნებული მომსახურება	სასტუმროებისა და ტურისტული კომპანიების საინფორმაციო სისტემების, ქსელების, სერვერების, ღრუბლოვანი სერვისებისა და უსაფრთხოების უწყვეტი მართვა; სისტემების ხელმისაწვდომობის, განახლებისა და ოპერაციული სტაბილურობის უზრუნველყოფა.
ვირტუალური და დამატებული რეალობა (Virtual Reality and Augmented Reality – VR/AR)	ვირტუალური ტურები, დამატებული რეალობის აპლიკაციები, 3D ვიზუალიზაცია	ტურისტული დანიშნულების ადგილების, მუზეუმების, სასტუმროების, მარშრუტებისა და ობიექტების ვირტუალური დათვალიერება და ვიზუალიზაცია
ბიომეტრიკა (Biometrics)	სახის ამოცნობა, თითის ანაბეჭდი და ბიომეტრიული ავთენტიფიკაცია	სტუმრის იდენტიფიკაცია, უსაფრთხო check-in/check-out და დაცული წვდომის უზრუნველყოფა.

IT-ინდუსტრიის ძირითადი კატეგორიები და მათი გამოყენების მაგალითები ტურიზმის სფეროში		
ტექნოლოგიური მიმართულება ან კომპონენტი	დაკავშირებული ტექნოლოგია, აპლიკაცია ან ინფრასტრუქტურა	გამოყენების მაგალითები ტურიზმის სფეროში
ბიოტექნოლოგიები (Biotechnology)	ჯანმრთელობის მონაცემებზე დაფუძნებული პერსონალიზაციის ინსტრუმენტები	გამაჯანსაღებელ და სამედიცინო ტურიზმში მომსახურების პერსონალიზაცია ინდივიდუალური ჯანმრთელობის მონაცემებისა და საჭიროებების გათვალისწინებით.
ბიზნესის პროგრამები (Business Software)	PMS, CRM, ERP, CRS, POS და სხვა ბიზნეს-პროგრამები	სასტუმროებისა და ტურისტული კომპანიების შიგა პროცესების, ჯავშნების, მომხმარებელთა მონაცემების, გაყიდვების, ანგარიშგებისა და რესურსების მართვა.
ჩატბოტები და ვირტუალური ასისტენტები (Chatbots and Virtual Assistants)	AI/NLP-ზე დაფუძნებული სასაუბრო სისტემები	24/7 კონსულტაცია, ხშირად დასმულ კითხვებზე პასუხის გაცემა, ჯავშნების მხარდაჭერა, მომხმარებლის მოთხოვნის პირველადი დამუშავება და პერსონალიზებული რეკომენდაციების მიწოდება.

IT-ინდუსტრიის ძირითადი კატეგორიები და მათი გამოყენების მაგალითები ტურიზმის სფეროში		
ტექნოლოგიური მიმართულება ან კომპონენტი	დაკავშირებული ტექნოლოგია, აპლიკაცია ან ინფრასტრუქტურა	გამოყენების მაგალითები ტურიზმის სფეროში
ლრუბლოვანი ტექნოლოგიები (Cloud Computing)	ლრუბლოვანი საცავი (Cloud Storage)	ჯავშნების, მომხმარებელთა მონაცემებისა და ოპერაციული ფაილების ლრუბლოვან გარემოში შენახვა, გაზიარება და დისტანციური მართვა.
ლრუბლოვანი მონაცემთა ბაზები (Cloud Databases)	რეალურ დროში განახლებადი მონაცემთა ბაზები და მონაცემთა სინქრონიზაციის სისტემები	ჯავშნების, მომხმარებელთა მონაცემების, ხელმისაწვდომი ნომრებისა და ტარიფების რეალურ დროში განახლება, შენახვა და გაზიარება PMS, CRS, OTA და CRM სისტემებში.
სამომხმარებლო პროგრამული უზრუნველყოფა (Consumer Software)	მობილური და ვებბრაუზერული აპლიკაციები, ონლაინ დაჯავშნის პლატფორმები, სამოგზაურო აპლიკაციები	ტურისტების მიერ ინფორმაციის მიღება, მომსახურების მოძიება, შედარება, დაჯავშნა, გადახდა, შეფასებების გაცნობა და მოგზაურობის დაგეგმვა.

IT-ინდუსტრიის ძირითადი კატეგორიები და მათი გამოყენების მაგალითები ტურიზმის სფეროში		
ტექნოლოგიური მიმართულება ან კომპონენტი	დაკავშირებული ტექნოლოგია, აპლიკაცია ან ინფრასტრუქტურა	გამოყენების მაგალითები ტურიზმის სფეროში
მონაცემთა ცენტრების ოპერატორები (Data Center Operators)	მონაცემთა ბაზები (Databases)	PMS, CRS, OTA და CRM სისტემების მონაცემების დაცული შენახვა, დამუშავება და უწყვეტი ხელმისაწვდომობა.
კიბერუსაფრთხოება (Cyber-security)	მონაცემთა დაშიფვრა, წვდომის კონტროლი, უსაფრთხო ავთენტიფიკაცია, ქსელური და აპლიკაციური დაცვა	ტურისტული პლატფორმების, ჯავშნების, გადახდების, პერსონალური და ფინანსური მონაცემების დაცვა არაავტორიზებული წვდომისგან, მონაცემთა დაკარგვისა და კიბერ-რისკებისგან.
ციფრული რეკლამა (Digital Advertising)	ციფრული მარკეტინგი (Digital Marketing)	ტურისტული დანიშნულების ადგილების, სასტუმროებისა და ტურისტული პროდუქტების პოპულარიზაცია საძიებო სისტემებში, სოციალურ მედიასა და ონლაინ სარეკლამო არხებში.

IT-ინდუსტრიის ძირითადი კატეგორიები და მათი გამოყენების მაგალითები ტურიზმის სფეროში		
ტექნოლოგიური მიმართულება ან კომპონენტი	დაკავშირებული ტექნოლოგია, აპლიკაცია ან ინფრასტრუქტურა	გამოყენების მაგალითები ტურიზმის სფეროში
საგანმანათლებლო ტექნოლოგიები (Educational Technology – EdTech)	ჯანმრთელობის ელექტრონული ჩანაწერები (Electronic Health Records – EHR)	ტურიზმის პერსონალის დისტანციური სწავლება; მოგზაურის ჯანმრთელობის მონაცემებისა და სერტიფიკატების მართვა სამედიცინო და გამაჯანსაღებელ ტურიზმში.
ფინანსური ტექნოლოგიები (Financial Technology – FinTech)	ციფრული გადახდები, ტრანზაქციების დამუშავება, თანხის დაბრუნების სისტემები	ონლაინ გადახდები, ტრანზაქციების დამუშავება და თანხის დაბრუნება; თამაშების პლატფორმების გამოყენება დანიშნულების ადგილის გეიმიფიკაციასა და გამოცდილებითი მარკეტინგის ფარგლებში.
გეოგრაფიული საინფორმაციო სისტემა (Geographic Information System – GIS)	GPS, ციფრული რუკები, გეოსივრცითი მონაცემები და სენსორები	გეოსივრცითი მონაცემების, რუკებისა და აპარატურული სენსორების გამოყენებით მარშრუტების, რესურსებისა და ტურისტული ნაკადების ვიზუალიზაცია და ანალიზი.

IT-ინდუსტრიის ძირითადი კატეგორიები და მათი გამოყენების მაგალითები ტურიზმის სფეროში		
ტექნოლოგიური მიმართულება ან კომპონენტი	დაკავშირებული ტექნოლოგია, აპლიკაცია ან ინფრასტრუქტურა	გამოყენების მაგალითები ტურიზმის სფეროში
სახლის ავტომატიზაცია (Home Automation)	იდენტიფიკაციისა და წვდომის მართვა (Identity and Access Management – IAM)	სასტუმროს ჭკვიანი ოთახების მართვა; სტუმრისა და პერსონალის იდენტიფიკაცია, ავტორიზაცია და დაცული წვდომის კონტროლი.
სამრეწველო რობოტიკა (Industrial Robotics)	მომსახურე რობოტები და ავტომატიზებული მოწყობილობები	სასტუმროებში, აეროპორტებში, მუზეუმებსა და ტურისტულ ობიექტებში განმეორებადი მომსახურების, ინფორმაციის მიწოდების, ბარგის გადატანისა და სტუმართა მომსახურების ცალკეული პროცესების ავტომატიზაცია.
ინტერნეტის მომსახურების მიმწოდებლები (Internet Service Providers)	IT სერტიფიცირება (IT Certifications)	ტურისტული ობიექტებისა და პლატფორმების ინტერნეტკავშირის უზრუნველყოფა; პერსონალის ტექნოლოგიური კომპეტენციების სერტიფიცირება.

IT-ინდუსტრიის ძირითადი კატეგორიები და მათი გამოყენების მაგალითები ტურიზმის სფეროში		
ტექნოლოგიური მიმართულება ან კომპონენტი	დაკავშირებული ტექნოლოგია, აპლიკაცია ან ინფრასტრუქტურა	გამოყენების მაგალითები ტურიზმის სფეროში
IT დახმარების პლატფორმები (IT Helpdesk Platforms)	IT დასაქმების სააგენტო (IT Recruitment Agencies)	ტექნიკური პრობლემების ოპერატიული მხარდაჭერა; სასტუმროებისა და ტურისტული კომპანიებისთვის IT-კადრების მოძიება და შერჩევა.
IT სტანდარტები (IT Standards)	კომპიუტერული მხარდაჭერა (IT Support)	ტექნოლოგიური პროცესების სტანდარტიზაცია, სისტემების გამართული მუშაობა და მომხმარებლისა თუ პერსონალის ტექნიკური მხარდაჭერა.
მობილური აპლიკაციები (Mobile Apps)	მობილური მომსახურება (Mobile Services)	მობილური დაჯავშნა, ნავიგაცია, შეტყობინებები, ციფრული ბილეთები, ლოიალობის სერვისები და მომხმარებელთან რეალურ დროში კომუნიკაცია.
ნავიგაციის მომსახურებები (Navigation Services)	Google Maps, GPS	მარშრუტების დაგეგმვა, ობიექტების მოძიება, ადგილმდებარეობაზე დაფუძნებული რეკომენდაციები და ტურისტის გადაადგილების მხარდაჭერა.

IT-ინდუსტრიის ძირითადი კატეგორიები და მათი გამოყენების მაგალითები ტურიზმის სფეროში		
ტექნოლოგიური მიმართულება ან კომპონენტი	დაკავშირებული ტექნოლოგია, აპლიკაცია ან ინფრასტრუქტურა	გამოყენების მაგალითები ტურიზმის სფეროში
პლატფორმა როგორც სერვისი (Platform as a Service – PaaS)	აპლიკაციების შექმნისა და განთავსების ღრუბლოვანი პლატფორმები	ტურისტული აპლიკაციებისა და დაჯავშნის პლატფორმების შექმნა, ტესტირება, განთავსება და მასშტაბირება.
ადამიანისეული რესურსების პლატფორმები (Human Resources Platforms)	HRM სისტემები და პერსონალის მართვის პლატფორმები	სასტუმროებისა და ტურისტული კომპანიების პერსონალის შერჩევა, განრიგის დაგეგმვა, დავირთვის მართვა და საქმიანობის შეფასება.
რობოტიკა (Robotics)	სატელიტური ტექნოლოგია (Satellite Technology)	მომსახურების ავტომატიზაცია; სატელიტური ნავიგაციისა და დისტანციური მონიტორინგის გამოყენება მარშრუტებისა და ტურისტული ნაკადების მართვაში.

IT-ინდუსტრიის ძირითადი კატეგორიები და მათი გამოყენების მაგალითები ტურიზმის სფეროში		
ტექნოლოგიური მიმართულება ან კომპონენტი	დაკავშირებული ტექნოლოგია, აპლიკაცია ან ინფრასტრუქტურა	გამოყენების მაგალითები ტურიზმის სფეროში
უსერვერო გამოთვლა (Serverless Computing)	მასშტაბირებადი ღრუბლოვანი ინფრასტრუქტურა და ფუნქციებზე დაფუძნებული გამოთვლითი სერვისები	ტურისტული აპლიკაციების, დაჯავშნის პლატფორმებისა და მომხმარებელთა მომსახურების სისტემების ცვალებადი დატვირთვის მხარდაჭერა, სწრაფი მასშტაბირება და ოპერაციული ხარჯების ოპტიმიზაცია.
სოციალური მედიის მენეჯმენტი (Social Media Management)	სოციალური მედიის მართვის პლატფორმები, კონტენტის დაგეგმვისა და ანალიტიკის ინსტრუმენტები	ტურისტული დანიშნულების ადგილების, სასტუმროების, ბრენდებისა და ტურისტული შეთავაზებების პოპულარიზაცია სოციალურ მედიაში, მომხმარებელთა ჩართულობის მართვა და კამპანიების ეფექტიანობის ანალიზი.
პროგრამული უზრუნველყოფა, როგორც სერვისი (Software as a Service – SaaS)	კომპიუტერული პროგრამების შექმნა (Software Development)	სასტუმროებისა და სააგენტოებისთვის SaaS-პლატფორმების გამოყენება; ტურისტული პროგრამული პროდუქტების შექმნა, განახლება და ხარისხის უზრუნველყოფა.

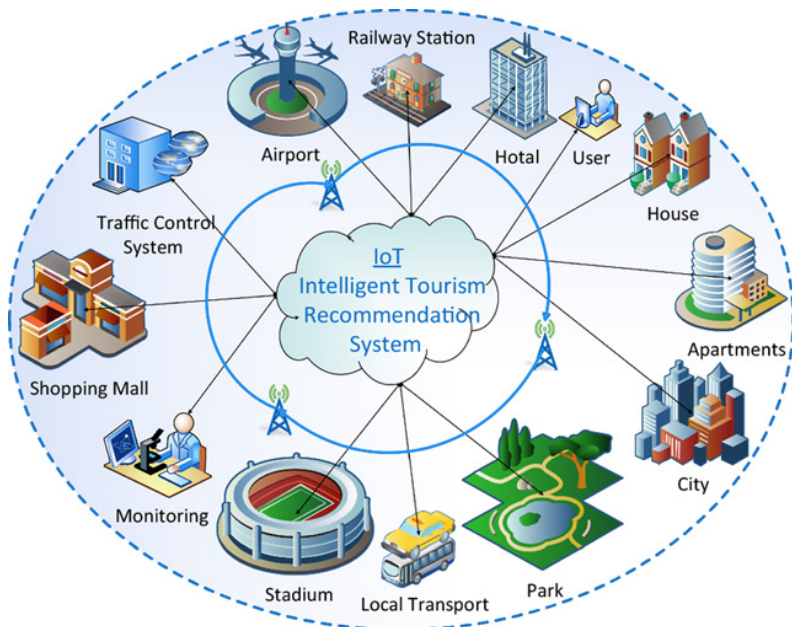
IT-ინდუსტრიის ძირითადი კატეგორიები და მათი გამოყენების მაგალითები ტურიზმის სფეროში		
ტექნოლოგიური მიმართულება ან კომპონენტი	დაკავშირებული ტექნოლოგია, აპლიკაცია ან ინფრასტრუქტურა	გამოყენების მაგალითები ტურიზმის სფეროში
კოსმოსური და სატელიტური ტექნოლოგიები (Space and Satellite Technology)	სატელიტური მონაცემები და სატელიტური ნავიგაცია	მარშრუტების დაგეგმვა, ტურისტული ნაკადების მონიტორინგი, უსაფრთხოებისა და დისტანციური დაკვირვების მხარდაჭერა.
ასტრო ტურიზმი (Astrotourism)	ჭკვიანი ტელესკოპები, ავტომატური ოპტიკა, ტელესკოპები, ბინოკლები, ობსერვატორიების ინფრასტრუქტურა	ვარსკვლავების ყურება, პროფესიონალური ობსერვატორიების მონახულება, დაბნელებების თვალყურის დევნება, პოლარული ნათების ყურება და სერტიფიცირებული ბნელი ცის ნაკრძალებში მოგზაურობა.
სისტემების ინტეგრირება (System Integration)	PMS, CRS, OTA, GDS, CRM, POS და გადახდის სისტემების ინტეგრაცია	ჯავშნების, ტარიფების, მომხმარებელთა მონაცემებისა და გადახდების დაკავშირებული სისტემებით მართვა.

IT-ინდუსტრიის ძირითადი კატეგორიები და მათი გამოყენების მაგალითები ტურიზმის სფეროში		
ტექნოლოგიური მიმართულება ან კომპონენტი	დაკავშირებული ტექნოლოგია, აპლიკაცია ან ინფრასტრუქტურა	გამოყენების მაგალითები ტურიზმის სფეროში
ტელემედიცინა (Telemedicine)	დისტანციური სამედიცინო კონსულტაციის პლატფორმები	მოგზაურთა დისტანციური კონსულტაცია და სამედიცინო/გამაჯანსაღებელი ტურიზმის ციფრული მხარდაჭერა.
ტრანზაქციების დამუშავება (Transaction Processing)	გადახდების, ჯავშნების და თანხის დაბრუნების სისტემები	ჯავშნების, გადახდების, თანხის დაბრუნებისა და სხვა ფინანსური ტრანზაქციების დამუშავება.
ვიდეო თამაშები (Video Games)	ვიდეო თამაშები / გეიმიფიკაცია. სათამაშო კონსოლები (Game Consoles).	გეიმიფიცირებული ტურისტული გამოცდილებები და ტურისტული დანიშნულების ადგილების პოპულარიზაცია
კერძო ვირტუალური ქსელი (Virtual Private Network – VPN)	კერძო ვირტუალური ქსელი (Virtual Private Network – VPN)	დაცული ქსელური კავშირი. საჯარო ან დაუცველ ქსელებში დაცული კავშირის უზრუნველყოფა ტურისტული კომპანიებისა და სასტუმროების მონაცემებზე წვდომისას.

ცხრილი 3.1.1

წყარო: Spacey 2024. ადაპტირებულია Spacey-ის (2024) მიერ გამოყოფილი IT-ინდუსტრიის კატეგორიების საფუძველზე; ტურიზმის სფეროში გამოყენების მაგალითები და ცალკეული კატეგორიების შინაარსობრივი დაკონკრეტება შესრულებულია ი. ხელაშვილის მიერ. **შენიშვნა:** ცხრილში გამოყენებულია შესაბამისი ქართული ტერმინები; იმ შემთხვევებში, როდესაც ქართული ეკვივალენტი ფართოდ დამკვიდრებული არ არის, ტერმინოლოგიური სიზუსტისთვის მითითებულია ინგლისურენოვანი ორიგინალი ფორმულირება.

აღნიშნული კომპონენტების ურთიერთკავშირი განსაკუთრებით მკაფიოდ ვლინდება „ნივთების ინტერნეტის“ კონცეფციაში (Internet of Things – IoT). ზოგადი განმარტებით, IoT არის ტექნოლოგიური ეკოსისტემა, რომელიც აპარატურულ უზრუნველყოფას (hardware) აკავშირებს შესაბამის პროგრამულ უზრუნველყოფასთან (software), ქსელურ და ღრუბლოვანი ტექნოლოგიებთან მონაცემების შეგროვების, გადაცემისა და დამუშავებისთვის (Gillis and Yasar 2026). ქვემოთ წარმოდგენილია აღნიშნული კომპონენტების ურთიერთკავშირის გრაფიკული მოდელის ერთ-ერთი ვარიანტი (იხ. ნახ. 3.1.2).



ნახაზი 3.1.2

წყარო: Song and He 2023

საინფორმაციო ტექნოლოგიებსა და IoT-ეკოსისტემაში გამოყენებული აპლიკაციები მოიცავს მომსახურებისა და ოპერირების

მრავალ მიმართულებას და მნიშვნელოვან პოტენციალს ქმნის ახალი პროდუქტებისა და სერვისების განვითარებისათვის (Leung 2022).

კონცეპტუალურად, „ნივთების ინტერნეტის“ (Internet of Things – IoT) გამოყენება შეიძლება აიხსნას ABCDE ჩარჩოს მეშვეობით, რომელიც ტურიზმის სხვადასხვა სფეროში, მათ შორის მდგრადი განვითარების კონტექსტშიც, ტექნოლოგიური გადან-ყვეტილებების ანალიზისათვის გამოიყენება.

ქვემოთ წარმოდგენილია ამ კონცეფციის, ანუ ე.წ. ABCDE ჩარჩოს, ორი ვერსია. ლიტერატურაში ABCDE აბრევიატურით განსხვავებული ანალიტიკური ჩარჩოებიც გვხვდება. მოცემულ კონტექსტში, პირველ რიგში, განიხილება IoT-ეკოსისტემასთან დაკავშირებული ABCDE ჩარჩო, ხოლო შემდეგ წარმოდგენილია ტურიზმისა და ციფრული მედიის კონტექსტში გამოყენებული ალტერნატიული ინტერპრეტაცია.

პირველი ვერსია მოიცავს შემდეგ კომპონენტებს (Marchesi et al. 2020; QUARTA Technologies 2025):

- A – Analytics – IoT-მონაცემების მეშვეობით მიღებული მონაცემების ანალიზი და ვიზუალიზაცია; დიდი მოცულობის მონაცემთა გამო ამ პროცესის შესრულება ტრადიციული ანალიტიკური ინსტრუმენტებით ხშირად შეზღუდულია.
- B – Big Data – დიდი მონაცემების დამუშავება. ამ კონტექსტში მოიაზრება დიდი მოცულობის დაუმუშავებელი მონაცემები, რომლებიც შეიძლება ინახებოდეს ღრუბლოვანი ინფრასტრუქტურაში. მათი შემდგომი ანალიზის საფუძველზე შეიძლება კანონზომიერებებისა და ტენდენციების გამოვლენა, არსებული პროცესების ავტომატიზაცია ან ახალი პროცესების ავტომატიზებულ მოდელებში აგება.
- C – Connection – მონაცემების დაკავშირება ღრუბლოვანი სერვისებთან ინფორმაციის გადაცემისა და მიღების უზრუნველსაყოფად.

D – Devices – მოწყობილობების მორგება მონაცემებისა და შეტყობინებების მიღება-გაგზავნაზე კონკრეტული მიზნის, მდებარეობისა და სიხშირის გათვალისწინებით.

E – Experience – IoT – გადანაცვებილების მორგება მომხმარებელთა გამოცდილებაზე, მათი მოთხოვნების, მოსალოდნელი გამოწვევებისა და კონკურენტული გარემოს გათვალისწინებით.

იგივე ABCDE სახელწოდების მეორე, განსხვავებული ვერსია ეფუძნება შემდეგ განმარტებებს (Cantoni 2020; De Ascaniis and Cantoni 2022):

Access – წვდომა – ციფრულ მედიას შეუძლია გააფართოვოს ე.წ. მულტიმედია წვდომა. ეს საშუალება, ერთი მხრივ, უზრუნველყოფს მოგზაურობის ადგილების შესახებ მეტი ინფორმაციის მოძიებასა და ეფექტიან გაზიარებას, ხოლო მეორე მხრივ, აუმჯობესებს მოგზაურობის დაგეგმვის შესაძლებლობებს.

Better – უკეთესი – ისტორიული ადგილების საიტებზე მონახულების შემდეგ ვიზიტორების ინფორმირებულობა მატულობს, ხდება ცოდნის ამაღლება და დაინტერესების ზრდა.

Connect – დაკავშირება – ინფორმაციის გაზიარება აახლოვებს მომსახურების მაძიებლებს მომსახურების მიმწოდებლებთან და ზოგადად ადგილობრივ მოსახლეობასთან. ამით უმჯობესდება დაგეგმილი მოგზაურობისგან სიამოვნების და გამოცდილების მიღების პირობები.

Disintermediate – შუამავლის გარეშე – გულისხმობს მიმწოდებლების შესაძლებლობებს პირდაპირ დაუკავშირდნენ პოტენციურ მომხმარებლებს. ამით მწარმოებლებს ეძლევათ კონკურენტუნარიანობის ამაღლების და მომხმარებლების მიმართ მიდგომების პერსონალიზაციის შესაძლებლობები.

Educate – განათლება – დასაქმებულთა კვალიფიკაციის ამაღლების დისტანციურად განხორციელების მნიშვნელობა სწრაფად იზრდება ტურიზმის ბიზნესის გაციფრულებისა და, ზოგადად, დარგის სწრაფი განვითარების პირობებში.

ინფორმაციული და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების ზემოაღნიშნული კომპონენტები აქტიურად გამოიყენება ტურიზმის ბიზნესის სხვადასხვა მიმართულებაში. გაეროს ტურიზმის ორგანიზაციის ექსპერტი აცხადებს, რომ ტურიზმი იყო ერთ-ერთი პირველი სექტორი, რომელმაც გლობალური მასშტაბით განახორციელა ბიზნესპროცესების ციფრული ფორმატირება, რამაც ფრენებისა და სასტუმროების ონლაინ დაჯავშნებაში ციფრულ პიონერად წარმოაჩინა. გაციფრულებულმა ტურიზმის სექტორმა უნდა დაწეროს ინოვაციები და შექმნას ახალი ბიზნეს შესაძლებლობები, რათა უზრუნველყოს სექტორის კონკურენტუნარიანობის ზრდა და მდგრადი განვითარება.

ფუნქციურად, საინფორმაციო და ციფრული ტექნოლოგიები ტურიზმის ინდუსტრიაში მრავალი მიმართულებით გამოიყენება. ამ მხრივ ქვემოთ წარმოდგენილია საკვანძო სფეროები (Ojeyemi 2024).

ონლაინ დაჯავშნები (Online Booking) წარმოადგენს ვებგვერდებსა და მობილურ აპლიკაციებს ფრენების, სასტუმროების, ტურებისა და სხვა ტურისტული სერვისების დასაჯავშნად. ექსპერტები აღნიშნავენ, რომ ამ ინოვაციამ რევოლუციური ცვლილებები მოახდინა ტუროპერატორულ ბიზნესში და განავითარა ონლაინ ტურისტული სააგენტოები (Online Travel Agencies – OTA). ამ აპლიკაციების მეშვეობით შესაძლებელია მოგზაურობის დაგეგმვა; სასტუმროებისთვის კი ისინი ხელს უწყობს ჯავშნების, ინვენტარისა და სტუმრების შესახებ ინფორმაციის მართვას.

მომხმარებელთან ურთიერთობის მენეჯმენტი (Customer Relationship Management – CRM). ეს სისტემები ეხმარება ტურისტულ კომპანიებს მომხმარებლებზე მონაცემების მართვაში, პრეფერენციების გამოვლენაში და მათთან ურთიერთქმედებების პერსონალიზებაში.

ციფრული მარკეტინგი (Digital Marketing). სოციალური მედიის მარკეტინგი, ონლაინ რეკლამა და კონტენტმარკეტინგი აუმჯობესებს პოტენციურ მომხმარებლებზე წვდომის შესაძლებ-

ლობებს და ზრდის დანიშნულების ადგილებისა და სერვისების ბაზარზე წარმოჩენის შესაძლებლობებს.

მობილური ტექნოლოგიები (Mobile Technology): სმარტფონები და პლანშეტები გამოიყენება სხვადასხვა ამოცანების შესრულებისთვის, მათ შორის ნავიგაციის, თარგმანისა და მოგზაურობის შესახებ ინფორმაციის მოძიებისთვის.

დიდი მონაცემები და ანალიტიკა (Big Data and Analytics). ითვალისწინებს სხვადასხვა წყაროდან (მაგ., ონლაინ დაჯავშნების პლატფორმა, სოციალური მედია და სხვა) მოძიებული და შეგროვებული მონაცემების გაანალიზებას მომხმარებლის ქცევის შესასწავლად, ასევე, ფასების ოპტიმიზაციისა და სერვისების პერსონალიზაციის მიზნით.

ბლოკჩეინის ტექნოლოგია (Blockchain Technology): ბლოკჩეინის ტექნოლოგიას, შესაბამისი ტექნიკური, სამართლებრივი და მმართველობითი პირობების არსებობისას, შეუძლია ხელი შეუწყოს ტრანზაქციების, ლოიალობის პროგრამებისა და მიწოდების ჯაჭვის მართვის პროცესებში გამჭვირვალობის, მონაცემთა სანდოობისა და მიკვლევადობის გაუმჯობესებას.

ხელოვნური ინტელექტი და მანქანური სწავლება (AI and Machine Learning). ხელოვნური ინტელექტი ტურიზმში ასრულებს ტრანსფორმაციული კატალიზატორის როლს, რომელიც აუმჯობესებს მომსახურების ხარისხს ჰიპერპერსონალიზებული რეკომენდაციების, 24/7 ხელოვნურ ინტელექტზე დაფუძნებული ჩატბოტებისა და დინამიკური ფასდადების მოდელების მეშვეობით.

სამოგზაურო აპლიკაციები (Travel Applications) – როგორებიცაა მაგალითად TripAdvisor და Google Maps ანვდიან მოგზაურებს ინფორმაციას და მიმოხილვებს, ასევე, ნავიგაციის ინსტრუმენტებს.

ტურიზმის სფეროში, საინფორმაციო ტექნოლოგიების შემდგომი განვითარების ტენდენციებში, ექსპერტები მოიაზრებენ შემდეგ პრიორიტეტულ მიმართულებებს:

გამოცდილების პერსონალიზაცია (Personalized Experiences) გულისხმობს მოგზაურობის გამოცდილების მორგებას მომხმარებლის ინდივიდუალურ პრეფერენციებზე, საჭიროებებსა და ქცევით მახასიათებლებზე.

მდგრადი ტურიზმის (Sustainable Tourism) განვითარების კონტექსტში მზარდ პოპულარობას იძენს ეკოლოგიურად სუფთა ტექნოლოგიების გამოყენება და ეკოტურისტული აქტივობების პოპულარიზაცია.

ჭკვიანი დანიშნულების ადგილების განვითარება (Smart Destinations) გულისხმობს ტექნოლოგიების ინტეგრირებას რესურსების მართვისთვის, ინფრასტრუქტურის რაციონალიზაციისთვის და კონკრეტულ დანიშნულების ადგილებში ვიზიტორების გამოცდილების გასაუმჯობესებლად.

ე.წ. გამოცდილებითი მოგზაურობის პოპულარიზაცია (Focus on Experiential Travel) გულისხმობს მოგზაურებისთვის უნიკალური და დასამახსოვრებელი გამოცდილების შექმნას. ამ ცნებაში ასევე მოიაზრება მოგზაურთა ნებაყოფლობითი, უსაფრთხო და ინტერესზე დაფუძნებული ჩართულობა მომსახურების პროცესში, მაგალითად, კერძების მომზადებაში, ტრადიციული სუვენირების წარმოებაში, ადგილობრივ დღესასწაულებში და ა.შ.

აღნიშნულ ტენდენციებთან დაკავშირებით, ექსპერტები ასევე გამოყოფენ საინფორმაციო ტექნოლოგიების ტურიზმის ბიზნესზე ზეგავლენის ეფექტიანობის პრიორიტეტულ ასპექტებს, რომელთა შორის სახელდება:

პროცედურების ეფექტიანობის ამაღლება (Increased Efficiency): IT სისტემები ამარტივებს ოპერაციებს, ამცირებს ხელით მუშაობას და აუმჯობესებს ბიზნესების საერთო ეფექტიანობას.

მომხმარებელთა გამოცდილების გაუმჯობესება (Enhanced Customer Experience): პერსონალიზებული მომსახურება, ინფორმაციაზე მარტივი წვდომა და დაჯავშნის მარტივი პროცედურები ზრდის მომხმარებლის კმაყოფილებას.

ხარჯების შემცირება (Cost Reduction): ავტომატიზაცია და ონლაინ პლატფორმები ამცირებენ ოპერაციულ ხარჯებს.

ბიზნესის ახალი მოდელების შექმნა (New Business Models): ახალი ტექნოლოგიები, როგორებიცაა ბლოკჩეინი და ხელოვნური ინტელექტი, ხელს უწყობენ ახალი ბიზნესმოდელების – გაზიარების ეკონომიკა და პერსონალიზებული მოგზაურობის გამოცდილება-შექმნას.

გლობალური წვდომის გაფართოება (Global Reach): ციფრული პლატფორმები და მარკეტინგული სტრატეგიები ზრდის და აფართოებს სამომხმარებლო ბაზარზე წვდომას.

3.1.1. ხელოვნური ინტელექტი და დაჯავშნის სისტემები (Artificial Intelligence and Booking Systems)

ტურიზმის სფეროში ინფორმაციული და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების ერთ-ერთი მთავარი ფუნქცია დაჯავშნის პროცესების ორგანიზებაა. ექსპერტთა შეფასებით, ხელოვნური ინტელექტის გამოყენებამ სასტუმროებისა და ტურიზმის ინდუსტრიაში სისტემური და არსებითი ცვლილებები გამოიწვია (Callin. io 2025). ხელოვნური ინტელექტისა და დაჯავშნის სისტემების მეშვეობით შესაძლებელია ხარჯების შემცირება, ამოცანების ავტომატიზაცია, შეცდომების შემცირება, რესურსების გამოყენების ოპტიმიზაცია, მანქანური სწავლებისა და ანალიტიკური ინსტრუმენტების გამოყენება, პროგნოზირება და სხვა. სასტუმროების ტექნოლოგიების პროვაიდერ SiteMinder-ის თანახმად, ხელოვნური ინტელექტის სისტემებს შეუძლიათ ერთდროულად დაამუშაონ ჯავშნებზე ათასობით მოთხოვნა ხარისხის გაუარესების გარეშე, რაც მომხმარებლებთან ტრადიციული პირდაპირი კომუნიკაციით პრაქტიკულად შეუძლებელია. ეს უპირატესობა განსაკუთრებით ღირებულია როგორც დაჯავშნის პიკურ პერიოდებში, ისე ქსელური სასტუმროებისთვის, რომლებიც გამოირჩევიან კავშირების კომპლექსურობითა და აქტივების მართვის ფართო

სპექტრით (QloApps 2025a, 2025b). გარდა ამისა, ხელოვნურ ინტელექტს, რომელიც ბუნებრივი ენის დამუშავების ტექნოლოგიას იყენებს, შეუძლია გააუმჯობესოს მომხმარებელთა მომსახურება პირდაპირი კომუნიკაციის დამყარებით, პერსონალიზებული მიდგომებითა და წამახალისებელი შეთავაზებებით. სტუმარზე ორიენტირებული ეს სისტემა უახლოვდება ხელოვნური ინტელექტის ხმოვანი აგენტების ფუნქციებს, თუმცა მომხმარებლის მიმართ ინდივიდუალური მიდგომების გაცილებით ფართო შესაძლებლობებით გამოირჩევა. ქვემოთ განმარტებულია სასტუმრო ინდუსტრიაში ჯავშნების ორგანიზებასა და მართვაში ხელოვნური ინტელექტის გამოყენების პრიორიტეტული მიმართულებები. განხილვა ეფუძნება ამ სფეროში მომუშავე საკონსულტაციო და მომსახურე კომპანია Callin.io-ის კვლევებს (Callin.io 2025).

უნყვეტი ხელმისაწვდომობა და მომხმარებელთა კმაყოფილება (24/7 Availability and Customer Satisfaction). ჯავშნის განხორციელება, მისი შეცვლის შესაძლებლობა და დადასტურების რეალურ დროში მიღება განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია საერთაშორისო მოგზაურობის დაგეგმვისას, რადგან ასეთი მოგზაურობა ხშირად სხვადასხვა დროის ზონას მოიცავს. თანამედროვე საკომუნიკაციო საშუალებებით – მათ შორის ვებსაიტების, მობილური აპლიკაციების, ტელეფონისა და ჩატის გამოყენებით – დაჯავშნის განხორციელება ნებისმიერ დროს არის შესაძლებელი. კორნელის უნივერსიტეტის სასტუმროების ადმინისტრირების სკოლის მომხმარებელთა კმაყოფილების კვლევის თანახმად, დაჯავშნის პროცედურებში ხელოვნური ინტელექტის გამოყენებამ სტუმრების კმაყოფილების შეფასების ქულები 27%-ით გაზარდა. მოგზაურები განსაკუთრებით აფასებენ დაუყოვნებლივ დადასტურებასა და დაჯავშნის ნებისმიერ დროს განხორციელების ან შეცვლის შესაძლებლობას, სასტუმროს სამუშაო საათებისგან დამოუკიდებლად (Callin.io 2025).

მასშტაბური პერსონალიზაცია (Personalization at Scale). ხელოვნურ ინტელექტს შეუძლია გააანალიზოს სტუმართა კმაყოფილების

ფილების დონე, მათი პრეფერენციები, დათვალიერების ისტორია და სოციალური მედიის აქტივობა. აღნიშნული შესაძლებლობები მართვისა და მომსახურების პროცესების გასაუმჯობესებლად ეფექტიანი რეკომენდაციების შემუშავებას უწყობს ხელს. მაგალითად, თუ სისტემა ამოიცნობს, რომ სტუმარმა ადრე მოითხოვა ლიფტებისგან მოშორებული მშვიდი ოთახი, მას შეუძლია ეს პირობა ავტომატურად გაითვალისწინოს იმავე მომხმარებლის მომავალ დაჯავშნებში. ასეთი შესაძლებლობების ეფექტიანობაზე მიუთითებს Marriott International-ის განაცხადიც, რომლის მიხედვითაც ხელოვნური ინტელექტით გაძლიერებულმა დაჯავშნის სისტემამ დამატებითი გაყიდვები და შემოსავლები 46%-ით გაზარდა. ამ შედეგს საფუძვლად დაედო ინტელექტუალური რეკომენდაციების საფუძველზე პერსონალიზებული პაკეტების მომზადება და ბაზარზე განთავსება, რომლებიც მომხმარებელთა გამოვლენილ პრეფერენციებს ითვალისწინებდა (Callin.io 2025; Marriott 2024).

ხმოვანი დაჯავშნის პროცედურა (Voice-Enabled Booking Experiences). ხელოვნური ინტელექტი შესაძლებელს ხდის დაჯავშნის განხორციელებას ბუნებრივი ხმოვანი კომუნიკაციის საშუალებით, მათ შორის ე.წ. „ჭკვიანი დინამიკების“, მობილური აპლიკაციების ან სასტუმროსთან პირდაპირი სატელეფონო კავშირის მეშვეობით. მოგზაურობისა და სტუმარ-მასპინძლობის მარკეტინგის კვლევითი ცენტრის – Phocuswright-ის – თანახმად, ხმოვანი დაჯავშნები ყოველწლიურად 35%-ით იზრდება და განსაკუთრებით პოპულარული ხდება ახალგაზრდა მოგზაურებს შორის (Phocuswright 2025).

მრავალენოვანი მხარდაჭერა და გლობალური წვდომა (Multilingual Support and Global Reach). ენობრივი ბარიერების დაძლევა საერთაშორისო ტურიზმისთვის კრიტიკულად მნიშვნელოვანია როგორც მომხმარებელთა კმაყოფილების ამაღლებისა და კომუნიკაციის გამარტივების, ისე მიმწოდებლებისთვის კადრებთან დაკავშირებული ხარჯების შემცირების თვალსაზრისით. Amadeus-ის თანახმად, სასტუმროებმა, რომლებიც მრავალენოვან

ხელოვნურ ინტელექტს იყენებენ, საერთაშორისო სტუმრების სეგმენტი 24%-მდე გაზარდეს; ამ შედეგში მნიშვნელოვანი როლი შეასრულა დაჯავშნის პროცესში კომუნიკაციის ბარიერების შემცირებამ (Amadeus 2025).

პროგნოზირებადი ანალიტიკა და დინამიკური ფასდადება (Predictive Analytics and Dynamic Pricing). ტრადიციული ფიქსირებული ტარიფებისგან განსხვავებით, ხელოვნურ ინტელექტს ნომრების ტარიფების რეალურ დროში ოპტიმიზაციისთვის შეუძლია ათასობით ცვლადის ანალიზი, მათ შორის დაჯავშნების ისტორიის, კონკურენტების ფასების, ადგილობრივი მოვლენების, სეზონური ტენდენციების, ამინდზე დაფუძნებული პროგნოზებისა და სხვა ფაქტორების გათვალისწინება. ამ კონტექსტში ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ცვლადია ე.წ. „დაჯავშნის ფანჯარა“ (booking window), ანუ დროის მონაკვეთი დაჯავშნის განხორციელების თარიღსა და რეალურ ჩამოსვლას/სარგებლობას შორის. ამ მაჩვენებლის ანალიზი ეხმარება სასტუმროებს მოთხოვნის პროგნოზირებაში, ტარიფების დაგეგმვასა და შემოსავლების მართვაში. როგორც წესი, უფრო ადრე განხორციელებულ ჯავშნებზე სასტუმროები შეიძლება სთავაზობდნენ შედარებით დაბალ ფასებს ადრეული დაჯავშნის ნახალისების მიზნით, ხოლო ჩამოსვლის თარიღთან მიახლოებისას, მოთხოვნის ზრდის პირობებში, ტარიფები შეიძლება გაიზარდოს. აღნიშნული პროგრამები სპეციალურად არის ადაპტირებული სასტუმროების შემოსავლების მართვაზე. IDeaS Revenue Solutions-ის თანახმად, სასტუმროები, რომლებიც ხელოვნურ ინტელექტზე დაფუძნებულ დინამიკურ ფასდადებას (ფასების დინამიკური განსაზღვრის მეთოდი, რომლის დროსაც ტარიფები იცვლება მოთხოვნის, სეზონურობის, კონკურენციის, ხელმისაწვდომობისა და სხვა ფაქტორების მიხედვით) იყენებენ, ტრადიციულ ფასწარმოქმნის მეთოდებთან შედარებით შემოსავლების 5-15%-იან ზრდას აღწევენ (Callin.io 2025; IDeaS 2025).

ჩატბოტების ინტეგრირება და რეალურ დროში ჩართულობა (Chatbot Integration and Instant Engagement). სასტუმროების ვებსაიტებსა და აპლიკაციებში ხელოვნურ ინტელექტზე დაფუძნებული ჩატბოტების დანერგვა დაჯავშნის პროცედურებს აუმჯობესებს. ტრადიციული დაჯავშნის ფორმებისგან განსხვავებით, ამ ინტერაქტიულ ასისტენტებს შეუძლიათ რეალურ დროში უპასუხონ კითხვებს ნომრების კატეგორიების, კეთილმოწყობისა და ხელმისაწვდომობის შესახებ, რაც მნიშვნელოვნად ამცირებს ჯავშნის შეწყვეტის ან შეთავაზებაზე უარის თქმის მაჩვენებლებს. ტურიზმისა და სტუმარ-მასპინძლობის ტექნოლოგიების პროვაიდერ Revinate-ის თანახმად, სასტუმროები, რომლებიც დაჯავშნის ჩატბოტებს იყენებენ, ტრადიციული ინტერფეისებით მიღებულ ჯავშნებთან შედარებით 25-30%-ით მეტ დაჯავშნას ახორციელებენ.

გამოუცხადებლობის შემთხვევების შემცირება ინტელექტუალური შემდგომი კომუნიკაციის მეშვეობით (Reducing No-Shows with Intelligent Follow-up). სასტუმროს შემოსავლებზე მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს ჯავშნის გამოუყენებლობისა და სტუმრის არგამოცხადების პრაქტიკა. ასეთი შემთხვევების მონიტორინგი, აღრიცხვა და, ზოგიერთ სისტემაში, მოქმედი ჯავშნების რაციონალური გადანაწილება ხელოვნურ ინტელექტზე დაფუძნებული დაჯავშნის სისტემების მეშვეობით ხორციელდება. სასტუმროების საკონსულტაციო კომპანია HotStats-ის თანახმად, განთავსების საშუალებები, რომლებიც ხელოვნური ინტელექტით აღჭურვილ დაჯავშნის სისტემებს იყენებენ, საშუალოდ 45%-ით ამცირებენ დაჯავშნილი ოთახების შემთხვევაში სტუმრების „არგამოცხადების“ მაჩვენებელს (Callin.io 2025; HotStats 2025).

მოგზაურობის ეკოსისტემებთან ინტეგრირება (Integration with Travel Ecosystems). მოცემულ კონტექსტში „ეკოსისტემა“ გულისხმობს მოგზაურობასთან დაკავშირებული სხვადასხვა მომსახურების პლატფორმების ერთობლიობას. იგი სისტემურ სახეს იღებს მაშინ, როდესაც ამ პლატფორმებზე წვდომა ყველა ჩართული მხარისთვის ერთი არხის მეშვეობით ხდება შესაძლებელი.

ასეთი ეკოსისტემა ინტეგრირდება სასტუმროს თანამედროვე, ხელოვნურ ინტელექტზე დაფუძნებულ დაჯავშნის პლატფორმებში. კერძოდ, ეს სისტემები ერთმანეთთან აკავშირებს ავიაკომპანიებს, მანქანის გაქირავების სერვისებს, აქტივობების პროვაიდერებსა და რესტორნების დაჯავშნის პლატფორმების მონაცემთა ბაზებს, რაც კოორდინირებული დაჯავშნების განხორციელებას უწყობს ხელს. მაგალითად, როდესაც სტუმარი სასტუმროს ნომერს ჯავშნის, ხელოვნურმა ინტელექტმა შეიძლება შესთავაზოს აეროპორტის შესაბამისი ტრანსფერი ავიაარეისის ინფორმაციის გათვალისწინებით ან კვების ობიექტების ისეთი არჩევანი, რომელიც დაჯავშნის პროცესში მითითებულ მონაცემებს შეესაბამება. ამგვარად, პოტენციურ მოგზაურებსა და სამოგზაურო პაკეტების ორგანიზატორებს ეძლევათ შესაძლებლობა, ერთი საინფორმაციო წყაროს გამოყენებით დაგეგმონ სამოგზაურო მომსახურების სრული პაკეტი ყველა საკვანძო კომპონენტისა და მათი მაჩვენებლების გათვალისწინებით. Travelport-ის თანახმად, სასტუმროები, რომლებიც ხელოვნური ინტელექტის მეშვეობით ინტეგრირებულ დაჯავშნის პაკეტებს ქმნიან, შემოსავლებს საშუალოდ 38%-ით ზრდიან და სტუმრებისგან უფრო მაღალ შეფასებებს იღებენ (Callin.io 2025; Travelport 2025).

მობილური დაჯავშნის გაუმჯობესებული პრაქტიკა (Enhanced Mobile Booking Experiences). თანამედროვე ხელოვნური ინტელექტის სისტემები მობილური დაჯავშნის პროცესების ოპტიმიზაციას ახდენენ მომხმარებლის პარამეტრების დამახსოვრებით, ფორმების შევსების გამარტივებითა და მდებარეობაზე ორიენტირებული რეკომენდაციების შეთავაზებით. მაგალითად, მოგზაურებმა, რომლებიც დანიშნულების ადგილებში განთავსების საშუალებებს ეძებენ, შეიძლება მიიღონ შეთავაზებები მათი მიმდინარე ან სანყისი მდებარეობის გათვალისწინებით. ყველაზე დახვეწილი სისტემები მობილური მოწყობილობების მეშვეობით ხმოვანი დაჯავშნის შესაძლებლობასაც იძლევა. PhocusWire-ის კვლევის თანახმად, სასტუმროები, რომ-

ლებიც ხელოვნურ ინტელექტზე დაფუძნებულ და მობილურ და-
ჯავშნებზე გათვლილ ინტერფეისებს იყენებენ, სტანდარტულ
მობილურ ინტერფეისებთან შედარებით კონვერსიის მაჩვენებ-
ლის 27-35%-იან ზრდას ავლენენ. ამ კონტექსტში კონვერსია გუ-
ლისხმობს მომხმარებლის სასურველ ქმედებად – კონკრეტულ
შემთხვევაში, ჯავშნად – გარდაქმნას (Callin.io 2025). ინოვაციური
ხმოვანი შეტყობინებების ფუნქციის მქონე მობილური მოწყობი-
ლობები ასევე იძლევა ჯავშნების შეტყობინებების მეშვეობით
განხორციელების შესაძლებლობას, რაც მოგზაურთათვის დამა-
ტებით კომფორტს ქმნის.

**ვირტუალური ტურები და ვიზუალიზაციის გაუმჯობესება
(Virtual Tours and Visualization Enhancement).** ხელოვნურ ინტელექტ-
ზე დაფუძნებულმა დაჯავშნის სისტემებმა სასტუმროს შერჩევის
ვიზუალური კომპონენტი ვირტუალური ტურებისა და ოთახების
ინტელექტუალური ვიზუალიზაციის გამოყენებით გააუმჯობესა.
სტატიკური ფოტოების გარდა, ეს სისტემები ხელოვნურ ინტე-
ლექტს იყენებენ პერსონალიზებული ვირტუალური მარშრუტე-
ბის შესაქმნელად, კონკრეტული ოთახების კატეგორიებისა და
სტუმრების პრეფერენციების გათვალისწინებით. ეს ტექნოლო-
გიები შეიძლება განიხილებოდეს როგორც ვირტუალური რეა-
ლობისა და დამატებული რეალობის (Augmented Reality – AR) გა-
მარტივებული გამოყენება სასტუმროს არჩევისა და დაჯავშნის
პროცესში. ისინი პირდაპირ არ უკავშირდება ხელოვნური ინტე-
ლექტის ე.წ. „ცივ ზარებს“; მათი ძირითადი ფუნქციაა პოტენ-
ციური ტურისტებისთვის ვიზუალური ინფორმაციის მიწოდება,
ინტერესის გაღვივება და ჩართულობის გაზრდა. სასტუმროე-
ბის დიზაინის ფორმა WATG-ის თანახმად, სასტუმროებში, რომ-
ლებიც დაჯავშნის პროცესში ხელოვნური ინტელექტით გაუმ-
ჯობესებულ ვიზუალურ მასალებს იყენებენ, საშუალო დღიური
ტარიფები 12-18%-ით იზრდება. ანალიტიკოსების შეფასებით, ამ
ზრდას ორი გარემოება განაპირობებს: პოტენციური სტუმრები
უკეთ აცნობიერებენ პრემიუმ კლასის ნომრების სამომხმარებლო

ღირებულებას და უფრო ინფორმირებულად ახორციელებენ დაჯავშნას (Callin.io 2025).

ცვლილებებისა და გაუქმებების სანდო დამუშავება (Robust Handling of Modification and Cancellation). ტურიზმის სფეროში ხელოვნური ინტელექტის გამოყენებას განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება ისეთი პროცესების მართვაში, რომლებიც ჯავშნების შეცვლას, პირობების მოდიფიცირებასა და გაუქმებას უკავშირდება. ტრადიციული და ხისტი სისტემებისგან განსხვავებით, ხელოვნური ინტელექტის საშუალებით ასეთი ცვლილებები შეიძლება განხორციელდეს მოთხოვნის შინაარსის უკეთ აღქმითა და გათვალისწინებით. მაგალითად, სისტემა ავტომატურად ამონმებს ხელმისაწვდომ ახალ თარიღებს, აკორექტირებს შესაბამის საფასურს და ცვლილებებს ასახავს ყველა ურთიერთდაკავშირებულ კომპონენტში. სასტუმროების მართვისა და სერვისების მიმწოდებელი კომპანია Cendyn-ის თანახმად, სასტუმროები, რომლებიც მსგავსი ცვლილებების მართვაში ხელოვნურ ინტელექტს იყენებენ, პერსონალის სამუშაო დატვირთვას, რომელიც ცვლილებების დამუშავებას უკავშირდება, 70%-მდე ამცირებენ. ამ გზით განხორციელებული მოდიფიკაციების შედეგად იზრდება სტუმრების კმაყოფილების დონეც (Callin.io 2025).

მონაცემთა უსაფრთხოებისა და კონფიდენციალურობის დაცვა (Data Security and Privacy Compliance). ვინაიდან სასტუმროების ხელოვნურ ინტელექტზე დაფუძნებული დაჯავშნის სისტემები მნიშვნელოვანი მოცულობის პერსონალურ ინფორმაციას ამუშავებენ, წამყვანი ტექნოლოგიური გადაწყვეტილებების მიმწოდებლები პრიორიტეტს ანიჭებენ უსაფრთხოების მკაცრ ზომებსა და რეგულაციებთან შესაბამისობას. თანამედროვე სისტემები მოიცავს კონფიდენციალური ინფორმაციის დაშიფვრის სანდო მექანიზმებს. მათი მეშვეობით ხორციელდება სტუმრების პერსონალური მონაცემების დაცვა, მათ შორის შესაბამის მონაცემებზე წვდომის მრავალსაფეხურიანი კონტროლით. სასტუმროების კიბერუსაფრთხოების ორგანიზაცია Hospitality Technology Next

Generation-ის თანახმად, ხელოვნურ ინტელექტზე დაფუძნებული დაჯავშნის პლატფორმები ტრადიციულ სასტუმრო სისტემებთან შედარებით უფრო უსაფრთხოა. ამავე წყაროს მიხედვით, ხელოვნური ინტელექტით დაცულ სასტუმროებში უსაფრთხოების დარღვევის ინციდენტები 65%-ით ნაკლებია (Callin.io 2025).

ჯვარედინი და დამატებითი გაყიდვების შესაძლებლობები (Cross-Selling and Upselling Opportunities). ხელოვნური ინტელექტის დაჯავშნის სისტემებმა ხელი შეუწყო შეთავაზებების ოპტიმიზაციას დროული, მოთხოვნებზე მორგებული წინადადებებისა და დამატებითი მომსახურებების შეთავაზების გზით. დამატებითი მომსახურების გაყიდვის ტრადიციული მეთოდებისგან განსხვავებით, ინოვაციური სისტემები აანალიზებენ მრავალ ფაქტორს, მათ შორის მოგზაურობის მიზანს, სტუმრის მიერ უკვე გაწეულ ხარჯებს, განთავსების ობიექტში დარჩენის ხანგრძლივობასა და სოციალური მედიის პრეფერენციებს. ამ ცვლადების გათვალისწინებით იქმნება დამატებითი მომსახურებების შეთავაზებების ნუსხა. „სასტუმროს მენეჯმენტის“ კომპანიის კვლევის თანახმად, დამატებითი მომსახურების შეთავაზებისა და გაყიდვის მიმართულებით ხელოვნური ინტელექტის გამოყენებამ სასტუმროებში შემოსავლები საშუალოდ 35%-ით გაზარდა, ხოლო სტუმრების 70%-მა აღნიშნა, რომ ხელოვნური ინტელექტის მიერ შექმნილმა შეთავაზებებმა მათი მომსახურების გამოცდილება გააუმჯობესა (Callin.io 2025).

ხელმისაწვდომობა და ინკლუზიური დიზაინი (Accessibility and Inclusive Design). თანამედროვე სასტუმროებში მნიშვნელოვნად უმჯობესდება შეზღუდული შესაძლებლობის მქონე პირთა წვდომა მომსახურებებზე. ამ თვალსაზრისით, სასტუმროების დაჯავშნის ნამყვანმა პლატფორმებმა მნიშვნელოვანი პროგრესი განიცადა და შეზღუდული შესაძლებლობის მქონე სტუმრებს უკვე შეუძლიათ დაჯავშნის სისტემებში ნავიგაცია სხვა მომხმარებლების მსგავსად. კერძოდ, ინოვაციური სისტემები მოიცავს ისეთ ფუნქციებს, როგორებიცაა ეკრანიდან ინფორმაციის ხმო-

ვანი ნაკითხვა შეზღუდული მხედველობის მქონე პირებისთვის, კლავიატურით ნავიგაციის შესაძლებლობა, ფერთა კონტრასტულობის რეგულირება, ინფორმაციის გამარტივებული წარმოჩენა კოგნიტური წვდომის გასამარტივებლად და სხვ. ხმოვანი დაჯავშნის აპლიკაციები დამატებით შესაძლებლობებს ქმნის მობილობის ან მხედველობის დარღვევის მქონე სტუმრებისთვის. Accessible Travel Online-ის თანახმად, სასტუმროებმა, რომლებიც ხელოვნურ ინტელექტზე მომუშავე ხელმისაწვდომ დაჯავშნის სისტემებს იყენებენ, მომხმარებელთა რაოდენობა დაახლოებით 15%-ით გაზარდეს. ეს გაფართოება მოიცავს შეზღუდული შესაძლებლობის მქონე მოგზაურთა მნიშვნელოვან სეგმენტს, რომლებიც ადრე ციფრული დაჯავშნის პროცესებში პრობლემებს აწყდებოდნენ (Accessible Travel Online 2025).

ჭკვიანი ოთახის ტექნოლოგიასთან ინტეგრირება (Integration with Smart Room Technology). ხელოვნური ინტელექტის მქონე თანამედროვე სასტუმროების დაჯავშნის სისტემები უშუალოდ უკავშირდება სასტუმრო ოთახებში გამოყენებულ ე.წ. „ჭკვიან ტექნოლოგიებს“. სტუმრებს შეუძლიათ ამ ტექნოლოგიების საკუთარი მოთხოვნების შესაბამისად გამოყენება. ინტეგრირებული პლატფორმების საშუალებით სტუმრებს დაჯავშნის პროცესშივე ეძლევათ შესაძლებლობა წინასწარ დაარეგულირონ ოთახის პარამეტრები, მათ შორის ტემპერატურა, განათება, გასართობი საშუალებები და მალევიდარა. აღნიშნული პარამეტრების მართვა შესაძლებელია შესაბამისი ინტერფეისის მეშვეობით. სტუმრის მიერ წინასწარ განსაზღვრული პარამეტრები ავტომატურად ამოქმედდება ოთახში მისი შესვლისთანავე. ჭკვიანი სასტუმროების პროვაიდერ Interel-ის თანახმად, სასტუმროები, სადაც წინასწარ კონფიგურირებული ჭკვიანი ოთახის დაჯავშნაა შესაძლებელი, სტუმრებისგან კმაყოფილების ქულებით 22%-ით უფრო მაღალ შეფასებებს იღებენ და მათთან 18%-ით მეტი ხელმეორე დაჯავშნა ფიქსირდება. ეს ინტეგრაცია მდგრადი განვითარების კონტექსტშიც განიხილება, რადგან სტუმრებს დაჯავშნის

პროცესშივე ეძლევათ შესაძლებლობა აირჩიონ ეკოლოგიურად სუფთა ოთახი სასურველი პარამეტრების გათვალისწინებით.

გამოუყენებელი ჯავშნების აღდგენის სტრატეგიები (Recovery Strategies for Abandoned Bookings). ხელოვნურ ინტელექტზე დაფუძნებულ დაჯავშნის სისტემებს აქვთ მოსალოდნელი შემოსავლის დაკარგვის შემცირების პოტენციალი, რაც მიტოვებული ჯავშნების აღდგენის დახვეწილი სტრატეგიების მეშვეობით ხორციელდება. ამ სისტემებს შეუძლიათ დაადგინონ, რატომ მიატოვა მომხმარებელმა კონკრეტული ჯავშანი – მაგალითად, მაღალი ფასის, სასურველი კომფორტის შესახებ გაურკვევლობის ან ყურადღების გაფანტვის გამო. ამის გათვალისწინებით, სისტემას შეუძლია შეიმუშაოს პერსონალიზებული აღდგენის მიდგომები. Hospitality Net-ის კვლევის თანახმად, სასტუმროები, რომლებიც ხელოვნურ ინტელექტზე დაფუძნებულ ჯავშნების აღდგენის აპლიკაციებს იყენებენ, მიტოვებული ჯავშნების 15-25%-ს იბრუნებენ, რაც მნიშვნელოვან შემოსავალს წარმოადგენს და სხვა შემთხვევაში დაიკარგებოდა (Callin.io 2025; Hospitality Net 2025).

შესრულების ეფექტიანობის ანალიზი და უწყვეტი გაუმჯობესება (Performance Analytics and Continuous Improvement). ხელოვნური ინტელექტის მქონე მონიტინგე სასტუმროების დაჯავშნის პლატფორმები მოიცავს ანალიტიკური პანელების ფართო სპექტრს, რომლებიც მომხმარებლებს დაჯავშნის პროცესებთან დაკავშირებულ საკვანძო ინფორმაციას აწვდის. ეს სისტემები აკონტროლებენ კონვერსიის მაჩვენებლებს თითოეულ ეტაპზე, ადგენენ პროცესის შეწყვეტის წერტილებს, აანალიზებენ მომხმარებელთა ძიების თავისებურებებს და ზომავენ სხვადასხვა ოთახის მოწყობისა და ფასების სტრატეგიების ეფექტიანობას. სასტუმრო ტექნოლოგიების საკონსულტაციო კომპანია Lodging Interactive-ის თანახმად, სასტუმროებმა, რომლებმაც ხელოვნური ინტელექტის საფუძველზე დაჯავშნის ეფექტიანობის ანალიზი გამოიყენეს, დამატებითი მარკეტინგული ხარჯების გარეშე შემოსავლების საშუალოდ 18%-იან ზრდას მიაღწიეს (Lodging Interactive 2025).

ინფორმაციისთვის, ქვემოთ წარმოდგენილია ექსპერტების მიერ მიმდინარე ეტაპზე გამოვლენილი სასტუმროების დაჯავშნის საუკეთესო სისტემები (იხ. ცხრ. 3.1.2.1).

სასტუმროების დაჯავშნის 10 საუკეთესო სისტემა, 2025	
1. Mews	საუკეთესოა ქონების ხილვადობის გასაზრდელად პერსონალიზებადი დაჯავშნის ვიჯეტების გამოყენებით
2. Cloudbeds	საუკეთესოა გაყიდვების გასაუმჯობესებლად, ოთახის ხარისხის გაუმჯობესებით და სხვა დამატებებით.
3. Hotelchamp	საუკეთესოა დაჯავშნების პერსონალიზაციისა და სტუმრების პრეფერენციების დასადგენად
4. SiteMinder	საუკეთესოა პირდაპირი დაჯავშნების გასაზრდელად სწრაფი, გასაგები ინტერფეისით.
5. RateGain	საუკეთესოა პირდაპირი დაჯავშნების გასაზრდელად და მესამე მხარის პლატფორმაზე დამოკიდებულების შესამცირებლად.
6. Profitroom	საუკეთესოა მეტი დაჯავშნის მოსაპოვებლად შესატყვისი მარკეტინგული აქციებით
7. SHR Group	საუკეთესოა შემოსავლის გასაზრდელად დამატებითი „ჭკვიანი“ გაყიდვებით
8. Yanolja	საუკეთესოა მრავალი ქონების დაჯავშნის მარტივად სამართავად
9. Simplotel	საუკეთესოა რეალურ დროში ნომრების ხელმისაწვდომობისა და ფასების ინტეგრირებისთვის
10. Paraty Tech	საუკეთესოა სასტუმროს ონლაინ ხილვადობის გაზრდისათვის

ცხრილი 3.1.2.1

წყარო: Hotel Tech Insight 2025

წარმოდგენილი ხელოვნური ინტელექტისა და დაჯავშნის სისტემების ფუნქციური შესაძლებლობების განხილვა მიუთითებს მათი ბიზნესში გამოყენების ფართო პოტენციალზე. ამ პოტენციალმა ხელი შეუწყო ინოვაციური კონცეფციის – ელექტრონული ტურიზმის (e-tourism – ტურიზმის სფეროში ინფორმაციული და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების გამოყენება მომსახურების დაგეგმვის, დაჯავშნის, რეალიზაციის, კომუნიკაციისა და მართვის პროცესებში), როგორც ელექტრონული ბიზნესის ერთ-ერთი მიმართულების, წარმოჩენასა და განვითარებას. ამ კონცეფციას უკავშირდება მრავალი პროფილური მიმართულება. მარკეტინგის სფეროში განვითარდა ელექტრონული მარკეტინგი, ციფრული მარკეტინგი, მომხმარებლის მიერ გენერირებული კონტენტი (User-Generated Content), პერსონალიზებული მარკეტინგი და სხვ. ფინანსური მენეჯმენტის მიმართულებით დასაბამი მიეცა რეალურ დროში ანალიზის ავტომატიზებულ წარმოჩენას, ფასებისა და შემოსავლების ავტომატიზებულ მართვას, ინვესტიციის უკუგების ავტომატიზებულ ანალიზს და ა.შ.

ცალკე აღნიშვნას იმსახურებს განვითარებადი ელექტრონული ტურიზმის განხილვა ფართო სპექტრის მქონე მდგრადი განვითარების კონცეფციის ჩრდილში. კლასიკური გაგებით, მდგრადი ტურიზმი გულისხმობს ტურიზმის განვითარების განხილვას ეკონომიკურ, სოციალურ და ბუნებრივ გარემოსთან ურთიერთკავშირში, დაინტერესებული მხარეების ჩართულობითა და მათი ინტერესების გათვალისწინებით. შესაბამისად, ელექტრონული ტურიზმის მრავალმხრივი გამოყენების პოტენციალის ათვისება მდგრადი განვითარების კომპლექსური მიზნების მისაღწევად სამეცნიერო კვლევების აქტუალურ მიმართულებას წარმოადგენს.

3.1.2. ბლოკჩეინი – დაინტერესებული მხარეების ურთიერთდაკავშირების ქსელი და ტოკენები

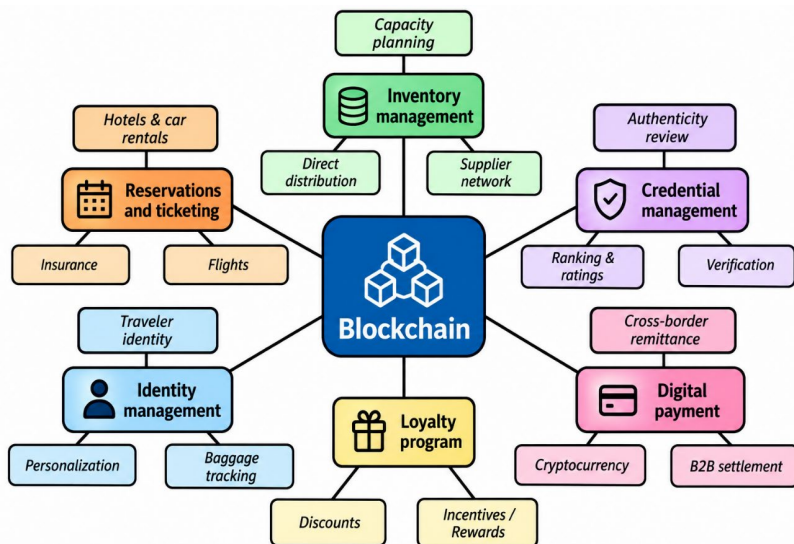
ტურიზმის ინდუსტრიაში ინფორმაციული და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების განვითარება სისტემურ ხასიათს ატარებს

და დარგის ციფრული ტრანსფორმაციის ერთ-ერთ მნიშვნელოვან საფუძვლად განიხილება.

დღეისათვის ტურიზმის სფეროში სულ უფრო ფართოდ გამოიყენება და ვითარდება სხვადასხვა სახის ინფორმაციული და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიები, მათ შორის, ხელოვნური ინტელექტი (Artificial Intelligence – AI), ნივთების ინტერნეტი (Internet of Things – IoT), ბლოკჩეინი (Blockchain) და სხვ. მათი გამოყენების პოპულარობა სწრაფად იზრდება, განსაკუთრებით ახალგაზრდებში (Folgeri, Gričar, and Baldigara 2025, 4; Luo and Zhou 2021, 186–192; Wei, Wang, and Liu 2020). მოცემულ ნაშრომში ამ ტენდენციის განხილვა წარმოდგენილია ორი ურთიერთდაკავშირებული კონცეპტუალური მიმართულებით: ბლოკჩეინის დეცენტრალიზებული ქსელები და ამავე სისტემის განვითარება ტერიტორიული ერთეულების – ქვეყნის, რეგიონისა და სხვა დონეებზე, რაც „დანიშნულების ადგილის ჭკვიანი ტურიზმის“ კონცეფციას უკავშირდება (იხ. შემდგომი ქვეთავი 3.1.4).

ბლოკჩეინი (blockchain, შემდგომში – BC) არის ციფრული, დეცენტრალიზებული და ხშირ შემთხვევაში, განაწილებული რეესტრი, რომელიც ქსელის მონაწილეებს შორის მონაცემების, აქტივებისა და შესაბამისი ტრანზაქციების ჩანაწერებს ინახავს (Nawari and Ravindran 2019). BC-ის ქსელი, რომლის მეშვეობითაც დარგის-ტრიბუტულ მონაწილეებს შორის პირდაპირი ურთიერთკავშირები ხორციელდება, უზრუნველყოფს ინფორმაციის დაცულობის მაღალ დონეს, მონაცემთა ხანგრძლივ შენახვასა და შუამავლების გარეშე, დეცენტრალიზებულ ფუნქციონირებას (El-Rewini et al. 2020). ამ სისტემაში ხორციელდება ინფორმაციის ციფრული ფორმით შენახვა, კრიპტოგრაფიული კოდირება, ტრანზაქციებისა და სხვა შესაბამისი ქმედებების ავტომატიზაცია. ავტორთა ნაწილის განმარტებით, მიუხედავად იმისა, რომ ბლოკჩეინი ყველაზე მეტად ბიტკოინსა და კრიპტოვალუტებთან ასოცირდება, იგი განიხილება როგორც განვითარებადი ტექნოლოგია, რომელსაც შეუძლია მნიშვნელოვანი ცვლილებები შეიტანოს ფინანსებთან და-

კავშირებულ ციფრულ გარემოსა და აქტივობებში, მათ შორის კერძო ბიზნესის ფინანსურ ოპერაციებში, სახელმწიფო სერვისებსა და სხვა სამეწარმეო საქმიანობაში (Nawari and Ravindran 2019; Thees, Erschbamer, and Pechlaner 2020). BC გამოირჩევა მონაწილე მხარეთა ჩართულობისა და კავშირების ფართო სპექტრით (იხ. ნახ. 3.1.3.1).



ნახაზი 3.1.3.1

წყარო: Kwok and Koh 2019

ბლოკჩეინის პრაქტიკული გამოყენება ფართოდ დაუკავშირდა 2009 წელს ბიტკოინის ქსელის ამოქმედებას, როდესაც იგი კრიპტოვალუტის ტრანზაქციების აღრიცხვისა და შესაბამისი ციფრული რეესტრის ფორმირებისთვის გამოიყენეს. კერძოდ, 2008 წელს შემუშავებული ბიტკოინის ტრანზაქციების აღრიცხვისა და შესაბამისი რეესტრების შექმნისთვის. შემდგომში ბლოკჩეინმა პოპულარობა მოიპოვა ეკონომიკის ისეთ მიმართულებებში, როგორებიცაა მიწოდების ჯაჭვი, ლოჯისტიკა, უძრავი ქონებით

ვაჭრობა, ტრანსპორტი, ნავთობისა და გაზის დისტრიბუცია და ზოგადად ენერგეტიკა. სოციალურ სფეროებში პრიორიტეტულ მიმართულებებად გამოიკვეთა ჯანდაცვა და განათლება.

ტურიზმისა და მასპინძლობის ბიზნესის სფეროში BC-ის გამოყენება 2014 წლიდან დაიწყო, ყველა ჩართული დაინტერესებული მხარის სარგებლის გაზრდის მიზნით (Irannezhad and Mahadevan 2020; Rana, Adamashvili, and Tricase 2022). ამ თვისებამ საფუძველი დაუდო BC-ის განხილვას ტურიზმის მდგრადი განვითარების კონცეფციის კონტექსტში, სადაც მისი როლი მაღალი პოტენციალით ფასდება (Dogru, Mody, and Leonardi 2018).

დაინტერესებულ მხარეებში, ანუ აქტორებში, მოიაზრებიან პოტენციური და მოქმედი ტურისტები, სასტუმროები, ავიაკომპანიები, მოგზაურობის სააგენტოები, ტუროპერატორები, გადახდის მომსახურების კომპანიები და ტურიზმთან დაკავშირებული სხვა სუბიექტები. ამავე ცნებაში მოიაზრება ტურიზმის ე.წ. „მიწოდების ჯაჭვის“ მონაწილე ერთეულებიც, მათ შორის უსაფრთხოების, დაზღვევისა და დაცვის უზრუნველყოფის კომპანიები და ორგანიზაციები, პროფილური სახელმწიფო და საზოგადოებრივი ორგანიზაციები და სხვ. აღნიშნული დაინტერესებული მხარეები ერთობლიობაში BC-ში ქმნიან მრავალფუნქციურ და კომპლექსურ ბიზნესკავშირებს. მათი დაკავშირება ხორციელდება სპეციალური აპლიკაციებით, რომლებიც უზრუნველყოფს დაინტერესებული მხარეებისთვის პროფილური მომსახურების მიწოდებას. ამ სფეროში მოქმედ წამყვან კომპანიებს შორის დასახელებულია TRAVA, Webjet, Accenture plc, Life Group Holding და სხვ. (Accenture; Life Group Holding; TRAVA; WebJet).

BC-ის პოტენციური და მოსალოდნელი სარგებელი ტურიზმთან დაკავშირებით მოიაზრება ისეთ საკითხებში, როგორებიცაა პრობლემების მოგვარების ხელშეწყობა, სტუმართა მომსახურების გაუმჯობესება, მომსახურების პერსონალიზაცია და სამომხმარებლო ბაზარზე ლოიალური სეგმენტების განვითარება, მომსახურების ღირებულების შემცირება, ფასების დისკონტირება,

დაგეგმილი მოგზაურობის შეფერხების შემთხვევაში ჯავშნების უფრო დაბალ ფასად გადაცვლის შესაძლებლობა, დაჯავშნის პროცესის სხვადასხვა ეტაპზე გამოვლენილი შეცდომების აღმოფხვრა, ინვენტარის მართვა, ინფორმაციის განახლება, წამახალისებელი შეთავაზებებისა და ჯილდოების გაცემა და სხვ. (Kwok and Koh 2019; Murunantham and Bino 2020; Thees, Erschbamer, and Pechlaner 2020). მომხმარებლისთვის კომფორტული პირობები იქმნება მაშინაც, როდესაც პირდაპირი კავშირები მოქმედებს ავიაკომპანიებსა და ადგილობრივ სასტუმროებს შორის (Irannezhad and Mahadevan 2020). კონცეპტუალურ ჭრილში BC-ის ცნების დასაზუსტებლად ქვემოთ წარმოდგენილია ტურიზმის სფეროში მისი გამოყენების პრიორიტეტული მიმართულებები.

დეცენტრალიზაცია და მიკვლევადობა (Decentralization and Traceability). ეკონომიკურ ასპექტში აღსანიშნავია ბლოკჩეინის პოტენციური ტურიზმის დარგთაშორისი კავშირების სინქრონიზაციისა და ადგილობრივ ეკონომიკაში მათი რაციონალური ინტეგრაციის მიმართულებით. ამ ასპექტის მნიშვნელობა განპირობებულია ტურისტული კომპანიების ფართო, დარგთაშორისი და ხშირად ფრაგმენტული კავშირებით. ასეთი კავშირების რაციონალიზაცია და დეცენტრალიზაცია ხელს უწყობს რეგიონებისა და ეროვნული ეკონომიკის პოზიტიური მიმართულებით განვითარებას, პირველ რიგში ადგილობრივი აგროტურიზმის სტიმულირების გზით. აღნიშნული პოტენციალის გამოყენებას განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება იმ ქვეყნებისა და რეგიონებისთვის, რომელთა ეკონომიკა ტურიზმის ინდუსტრიაზეა ორიენტირებული (European Future Citizens 2024; Kwok and Koh 2019; Rana, Adamashvili, and Tricase 2022).

ადგილობრივი ღირებულებების გამოყენების გააქტიურება. ტურიზმის სფეროში BC-ის გამოყენებას ექსპერტები ადგილობრივი საკვები და სასმელი პროდუქტების სერტიფიცირების მიმართულებითაც განიხილავენ. კერძოდ, სერტიფიკატი მომხმარებლებს წინასწარ აწვდის ინფორმაციას შეთავაზებული

ადგილობრივი პროდუქტების თავისებურებებსა და ხარისხზე. ამასთან დაკავშირებით განიხილება BC-ზე დაფუძნებული ისეთი სისტემის შექმნა, რომელიც ითვალისწინებს ე.წ. ჭკვიანი კონტრაქტების გამოყენებას პროდუქტების გამჭვირვალე, საიმედო და ეფექტიანი კონტროლის უზრუნველსაყოფად. შემოთავაზებული მოდელი პრაქტიკაში გამოიცადა სარდინიის (იტალია) ადგილობრივი საკვები პროდუქტების მაგალითზე. შედეგებმა ამ ტექნოლოგიის გამოყენების სარგებლიანობა გამოავლინა: მისი მეშვეობით მომხმარებლებს შეუძლიათ პროდუქტის შესახებ დეტალური ინფორმაციის მიღება და მისი წარმოშობისა და მახასიათებლების გადამოწმება (Rana, Adamashvili, and Tricase 2022).

არსებობს BC ტექნოლოგიის გამოყენებით ოპერაციული ეფექტიანობისა და მომგებიანობის გაუმჯობესების მრავალი სხვა მაგალითიც. ექსპერტები ვარაუდობენ, რომ BC ტექნოლოგიის ვირტუალურ რეალობასა და ციფრულ მარკეტინგთან შერწყმა მნიშვნელოვნად გაზრდის მისი გამოყენების გავლენას ტურიზმის ინდუსტრიის მდგრად განვითარებაზე, გააძლიერებს დარგის კონკურენტულ უპირატესობებს და ხელს შეუწყობს შემოსავლების ზრდას. ამასთან, აღინიშნება, რომ დღეისათვის ამ პოტენციალის გამოყენება ჯერ კიდევ საწყის ეტაპზეა (Mofokeng and Matima 2018; Rana, Adamashvili, and Tricase 2022).

ჭკვიანი კონტრაქტები და კრიპტოვალუტა. BC-ში მომსახურების საფასურის ტრადიციული მეთოდებით გადახდის ნაცვლად „ჭკვიანი კონტრაქტებისა“ და კრიპტოვალუტის (ბიტკოინის, ეთერიუმისა და სხვ.) გამოყენება მნიშვნელოვნად აუმჯობესებს ჩართულ მხარეებს შორის ტრანზაქციების პროცედურებს და ზოგავს მათ ხარჯებს, რადგან მცირდება ან უქმდება შუამავლის მომსახურების საჭიროება. ახლო მომავალში ასევე მოიაზრება ბლოკჩეინის გამოყენებით სპეციალური ფინანსური ტექნოლოგიების (FinTech) განვითარება, მათ შორის პირველადი მონეტარული შეთავაზებების (Initial Coin Offering – ICO) მექანიზმების გამოყენება, რაც, ექსპერტების აზრით, მენარმეებს კაპიტალის მოზიდვასა და

ტურისტული სანარმოების ფინანსური გამოწვევების დაძლევაში დაეხმარება (Mohanta, Panda, and Jena 2018; Rana, Adamashvili, and Tricase 2022). აღსანიშნავია ბიტკოინსა და კრიპტოვალუტას შორის სხვაობაც, რადგან ისინი ზოგჯერ ერთნაირი მნიშვნელობით გამოიყენება. ბიტკოინი კრიპტოვალუტის ერთ-ერთი სახეობაა, რომელიც ბლოკჩეინის ქსელში იქმნება და გადახდების განსახორციელებლად გამოიყენება, ხოლო კრიპტოვალუტა ზოგადი ტერმინია, რომელიც ციფრული/ვირტუალური ვალუტების ფართო სპექტრს აღნიშნავს (Folgeri, Gričar, and Baldigara 2025, 5; Irannezhad and Mahadevan 2020; Leonidou et al. 2018; Raghavender, Nawaz, and Reddy 2019; Vrontis and Christofi 2019).

BC-ში ჩართული დაინტერესებული მხარეების მიერ ურთიერთსარგებლის მიღების თვალსაზრისით შემუშავებულია მახასიათებლების შემადგამებელი ცხრილი (Rana, Adamashvili, and Tricase 2022, 9-10), რომელიც ქვემოთ არის წარმოდგენილი (იხ. ცხრ. 3.1.3.1).

BC ტექნოლოგიის სარგებელი სხვადასხვა დაინტერესებული მხარისთვის

დაინტერესებული მხარე (Stakeholders)	შედეგები (Repercussions)	ჩარევები (Interventions)
მომხმარებლები	კონფიდენციალობის დაცვა	BC-ში შემოთავაზებულია „კონფიდენციალურობის დიზაინის“ გადაწყვეტა, რომელიც ხელს უწყობს ინფორმაციის დივერსიფიკაციას და მგრძნობიარე მონაცემებზე წვდომის შეზღუდვას.

დაინტერესებული მხარე (Stakeholders)	შედეგები (Repercussions)	ჩარევები (Interventions)
	მოსახერხებელი სამედიცინო ტურიზმი	BC ტექნოლოგია უზრუნველყოფს მარტივ და უსაფრთხო კომუნიკაციას მესამე მხარის ჩარევის გარეშე და შეიცავს გადახდის მოხერხებულ მეთოდებს, გადახდების ავტომატურ გაცემას, ხელშეკრულებით განსაზღვრული ვალდებულებების შესრულებას და მომსახურების ღირებულების შემცირებას.
	ტურისტული აქტივობების უკეთესი დაგეგმვა	BC ტექნოლოგია მხარს უჭერს დაინტერესებული მხარეების ურთიერთქმედებასა და ინფორმაციის გაცვლას მაქსიმალურად მოკლე ვადაში, ასევე ხელს უწყობს უსაფრთხო მოგზაურობას. ეს მიდგომა განსაკუთრებით აქტუალური იყო COVID-19-ის პანდემიის პერიოდში. იგი უზრუნველყოფს სხვადასხვა აქტორის პროცესებისა და ტრანზაქციების უკეთეს სინქრონიზაციას, ამცირებს ხარჯებს და მომხმარებლებს კომფორტულ, ინტეგრირებულ მომსახურებას სთავაზობს. BC ასევე შეიძლება გამოყენებულ იქნას კოსმოსური ტურიზმის უსაფრთხოების უზრუნველყოფის მიმართულებით.
	ოპერირების თავსებადობა	BC შეიძლება გამოყენებულ იქნას მომხმარებლებთან ურთიერთქმედების მისაღწევად, მათთვის ლოიალობის მონეტების დაგროვებისა და მათი გამოყენების შესაძლებლობის შესათავაზებლად.

დაინტერესებული მხარე (Stakeholders)	შედეგები (Repercussions)	ჩარევები (Interventions)
მომხმარებლები და საზოგადოება	პირადობის ციფრული ბიომეტრიული იდენტიფიკაციის სისტემა	BC ამარტივებს მომხმარებლებისთვის ავტორიზაციის პროცესს ტრადიციულ სისტემებში მოთხოვნილი ქალაქის დოკუმენტების საჭიროების აღმოფხვრით. ასევე, BC ამცირებს ტერორიზმის ან კრიმინალური თავდასხმების რისკებს ყალბი დოკუმენტებით მოგზაური ადამიანების გამოვლენით.
მომხმარებლები და მომსახურების მიმწოდებლები	შუამავლების საჭიროების შემცირება	ჭკვიანი კონტრაქტებისა და კრიპტოვალუტების გამოყენებამ შეიძლება შეამციროს გარკვეული ტიპის შუამავლური მომსახურების საჭიროება, გაამარტივოს გადახდები და გაზარდოს ტრანზაქციების გამჭვირვალობა.
	სინქრონიზაცია და ინტეგრაცია	სინქრონიზაციის საშუალებით შესაძლებელია ყოვლისმომცველი ინფორმაციის მიღება, მაგალითად, ბარგის დაკარგვის თავიდან ასაცილებლად (რაც ზრდის მომხმარებლის კომფორტს) და მასთან დაკავშირებული ხარჯების შესამცირებლად (რაც სარგებელს აძლევს მომსახურების მიმწოდებელს).
	მომხმარებლის ლოიალობა	მომხმარებლები დადებითად არიან განწყობილნი მომსახურების მიმწოდებლების მიერ ახალი ტექნოლოგიების დაწერგვის მიმართ. ამრიგად, ამ ქმედებით კომპანიები აღწევენ მომხმარებელთა ლოიალობის უფრო მაღალ დონეს.

დაინტერესებული მხარე (Stakeholders)	შედეგები (Repercussions)	ჩარევები (Interventions)
მომსახურების მიმწოდებლები	მონაცემთა დამუშავების გაუმჯობესება	BC ტექნოლოგია აუმჯობესებს მონაცემთა შეგროვებასა და დამუშავებას; შესაბამისად, ის ეხმარება ტურიზმის სექტორში მოქმედ კომპანიებს გააუმჯობესონ თავიანთი პროდუქტი და მომსახურება, ასევე გაზარდონ მომგებიანობა.
ინდუსტრია მთლიანობაში	სისტემის გაუმჯობესება მიმოხილვებში	BC მხარს უჭერს: (ა) მომხმარებლების შესახებ რეალური მონაცემების შეგროვებას; (ბ) მგრძნობიარე მონაცემების დაცვას გაყალბებისა და მოპარვისგან; (გ) ტურისტების მიერ გამოქვეყნებული მიმოხილვების სანდოობის უზრუნველყოფას, რაც მომსახურების მიმწოდებლების რეპუტაციის ამაღლებას უწყობს ხელს; (დ) მომხმარებლების პირადი მონაცემების მართვას – BC მომხმარებლებს აძლევს შესაძლებლობას, თავად მართონ პირადი ინფორმაცია.
	მიკვლევადობა	პროდუქტის წარმომავლობის მიკვლევადობის გზით, BC ტექნოლოგია მხარს უჭერს ადგილობრივ აგროტურიზმს და ხელს უწყობს რეგიონებისა და ქვეყნის ეკონომიკის განვითარებას.
	უსაფრთხოება	კოსმოსური ტურიზმის უსაფრთხოების გაუმჯობესება შესაძლებელია მონაცემების რეალურ დროში ანალიზით, რაც ხელს უწყობს კოსმოსურ ობიექტებთან შეჯახებასთან დაკავშირებული რისკების თავიდან აცილებას.

დაინტერესებული მხარე (Stakeholders)	შედეგები (Repercussions)	ჩარევები (Interventions)
მცირე ეკონომიკები	ტურისტული მომსახურების ხარისხის გაუმჯობესება	კრიპტოვალუტით გადახდის მეთოდების დამკვიდრებით, ასევე სხვადასხვა დაინტერესებულ მხარეს შორის პირდაპირი კავშირების შექმნით, შესაძლებელია ადგილობრივი ტურიზმის პოპულარიზაცია და ეკონომიკის გაძლიერება.
პატარა და ლარიბი ქვეყნები	დეცენტრალიზაცია	დეცენტრალიზებულმა სისტემებმა შეიძლება ხელი შეუწყოს მონაცემთა გამჭვირვალობისა და მიკვლევადობის ზრდას, თუმცა კორუფციის რისკების შემცირება დამოკიდებულია სისტემის მართვაზე, მონაცემთა ხარისხსა და რეგულაციურ გარემოზე.

ცხრილი 3.1.3.1.

წყარო: Rana, Adamashvili, and Tricase 2022, 9-10. ნათარგმნია ი. ხელაშვილის მიერ.

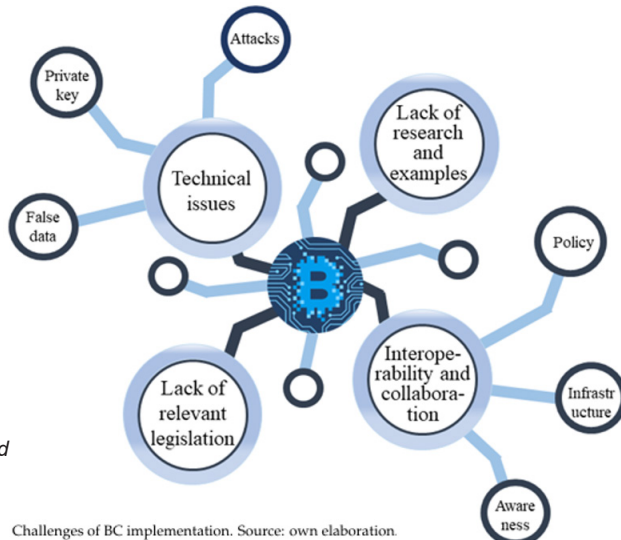
ცალკე აღნიშვნას იმსახურებს BC-ის კიდევ ერთი ინოვაციური კონცეფცია – ტოკენიზაცია, რომელიც ახლად წარმოჩენილ ცნებას, NFT-ს (Non-Fungible Token), უკავშირდება (Lemons 2022). NFT-ის საყოველთაოდ დამკვიდრებული ქართული თარგმანი ჯერ არ არსებობს; პირობითად შეიძლება გამოყენებულ იქნას ფორმა – „არაჩანაცვლებადი ტოკენი“. ამერიკელი მეცნიერების განმარტებით, NFT არის ციფრული აქტივი, რომელსაც შეუძლია წარმოაჩინოს მრავალი ობიექტი, მათ შორის ხელოვნების ნიმუშები (ციფრული ნახატები, ფოტოები, მუსიკა და ვიდეოგამოსახულებები), ბილეთები და სხვ. (Hammi, Zeadally, and Perez 2023, 1). თავად ტოკენი არის ბლოკჩეინში განთავსებული კრიპტოგრაფიული ალგორითმის საფუძველზე შექმნილი ერთგვარი ციფრული სერტიფიკატი. იგი შეიცავს დაცულ ინფორმაციას მისი მფლობე-

ლის უფლებებისა და ვალდებულებების შესახებ, იმავდროულად წარმოადგენს ციფრულ იდენტიფიკატორს და წვდომას მხოლოდ ავტორიზებული მხარეებისთვის უზრუნველყოფს. თავისი დანიშნულებით ტოკენი გარკვეულწილად შეიძლება დაუკავშირდეს აქტივზე უფლებას, თუმცა კრიპტოვალუტისგან მნიშვნელოვნად განსხვავდება: NFT-ის კოპირება, დაყოფა და სხვა იდენტიფიკაციის ღირებულებით ჩანაცვლება შეუძლებელია. სწორედ ამ თვისებების გამო მის სახელწოდებაში გამოიყენება ტერმინი „არაჩანაცვლებადი“ (Hammi, Zeadally, and Perez 2023, 1).

აღნიშნულიდან გამომდინარე, ბლოკჩეინისა და კრიპტოვალუტების კონტექსტში ტოკენიზაცია განიხილება როგორც პროცესი, რომლის ფარგლებშიც ხორციელდება ე.წ. „რეალური სამყაროს აქტივების“ (მაგალითად, უძრავი ქონების, ხელოვნების ნიმუშების ან ფინანსური ინსტრუმენტების) კონვერტაცია ციფრულ ტოკენებად (Aloshyna and Aleksandrov 2025; Binance Academy 2024). ტურიზმთან მიმართებით, სადაც ტოკენიზაცია პერსპექტიულ მიმართულებად მოიაზრება, შესაძლებელია რეალური აქტივების, მაგალითად სასტუმროების, ფინანსური ინსტრუმენტებისა და სხვა ობიექტების, ციფრულ ტოკენებად ასახვა (Folgeri, Gričar, and Baldigara 2025). ციფრული ტოკენების მეშვეობით ფიქსირდება აქტივის მფლობელი და მისი საკუთრების უფლებები; ასევე შესაძლებელია ტოკენებით ვაჭრობა ბლოკჩეინ პლატფორმებზე. ტოკენის ღირებულება წინასწარ მუდმივად განსაზღვრული არ არის და დამოკიდებულია მის გამოშვებასა და ბაზრის პირობებზე. მაგალითად, თუ საოჯახო სასტუმროს ნაგებობა 200,000 ევროდ არის შეფასებული და იგი 200,000 ტოკენად არის ასახული, მაშინ ერთი ტოკენი შეიძლება 1 ევროს ეკვივალენტად განისაზღვროს. ტოკენების რაოდენობის დადგენა შესაძლებელია განსხვავებული პრინციპითაც, მაგალითად 2 მილიონი ტოკენის გამოშვებით; ასეთ შემთხვევაში თითოეული ტოკენი ძირითადი აქტივის 0.0005%-ს წარმოადგენს. ასეთი ტოკენების წარმოდგენა ხდება სპეციალიზებულ პლატფორმებზე (მაგალითად, Ethereum-ზე), რომელთა მეშვეობითაც შესაძლებელია ჭკვიანი

კონტრაქტების შექმნა, კრიპტოვალუტით აქტივების შეძენა ან აქტივებით ვაჭრობა სხვადასხვა ბირჟაზე. გადახდების განხორციელება შესაძლებელია ინტერნეტის მეშვეობით (National Bank of Georgia 2024; Tokens Georgia 2024; Tokenization.ge). მეცნიერები აღნიშნავენ, რომ BC-ზე დაფუძნებული NFT ინოვაცია საინფორმაციო ტექნოლოგიების განვითარებაში განიხილება როგორც მეხუთე რევოლუციური პარადიგმა, თანამედროვე მობილური პარადიგმის შემდეგ (Folgeri, Gričar, and Baldigara 2025, 2; Myrovali, Tzanis, and Morfoulaki 2025; Swan 2015).

ზოგადად, ბლოკჩეინის დანერგვასა და გამოყენებას დღეისათვის ახლავს გამოწვევები, რისკები და შეზღუდვები. ამ კონტექსტში გამოიყოფა შემდეგი მიმართულებები: ა) ტექნიკური არასრულყოფა, რასაც უკავშირდება ჰაკერული შეტევების, პირადი „გასაღებების“ (კოდების) გატეხვისა და ფალსიფიცირებული მონაცემების წარმოჩენის რისკები; ბ) არასაკმარისი პრაქტიკული კვლევები; გ) ერთობლივი ოპერირებისა და თანამშრომლობის შეზღუდვები, რაც გავლენას ახდენს მართვაზე (პოლიტიკაზე), ინფრასტრუქტურის სრულყოფასა და გამოწვევების გაცნობიერებაზე; დ) შესაბამისი რეგულაციების დეფიციტი (Valeri and Baggio 2021) (იხ. ნახ. 3.1.3.2).



ნახაზი 3.1.3.2
წყარო: Rana, Adamashvili, and Tricase 2022, 13

Challenges of BC implementation. Source: own elaboration.

მდგრადი განვითარების თვალსაზრისით, NFT-ის გამოყენებასთან დაკავშირებით დამატებით აღსანიშნავია ისეთი გამოწვევები, როგორებიცაა ელექტრონერგიის დიდი რაოდენობით მოხმარება და მასთან დაკავშირებული გარემოსდაცვითი რისკები, ასევე მოქმედი შუამავალი კომპანიების – ტუროპერატორების, ტურისტული სააგენტოებისა და სხვა სუბიექტების – მომსახურებაზე მოთხოვნის მკვეთრი შემცირების და მათი ფინანსური მდგრადობის შესუსტების შესაძლო რისკები.

BC-ის უპირატესობებში მოიაზრება (Folgieri, Gričar, and Baldigara 2025, 23):

- გამჭვირვალობა და ტარიფების დადგენის პრაქტიკა: უზრუნველყოფს გამჭვირვალე და სამართლიან ბიზნესპრაქტიკას;
- გარემოზე ზემოქმედების შეფასება: მხარს უჭერს ნახშირბადის კვალის გამოთვლას მდგრადობის შეფასებისთვის;
- მონაცემთა უსაფრთხოება: უზრუნველყოფს მონაცემთა უსაფრთხო და ხელშეუხებელ შენახვას;
- დეცენტრალიზაცია: ამცირებს ცენტრალიზებულ მმართველობაზე დამოკიდებულებას, ხელს უწყობს ნდობასა და გამჭვირვალობას;
- ინტეგრაცია არსებულ სისტემებთან: უზრუნველყოფს თანამედროვე მონაცემთა სისტემებთან შეუფერხებელი ინტეგრირების შესაძლებლობას;
- საზოგადოების ჩართულობა: ხელს უწყობს სარგებლის სამართლიან გაზიარებას ადგილობრივ საზოგადოებასთან;

BC-ის ნაკლოვანებები (Folgieri, Gričar, and Baldigara 2025, 23):

- ტექნოლოგიური სირთულე: სწრაფად განვითარებადი ტექნოლოგია მოითხოვს მუდმივ განახლებებსა და მომხმარებლების ამ პროცესებთან ადაპტაციას;
- გარემოსდაცვითი საკითხები: ენერგომოხმარებაზე მაღალი მოთხოვნები შეიძლება ეწინააღმდეგებოდეს ეკოტურიზმის პრინციპებს;

- მონაცემთა დაცვის საკითხი: პერსონალური მონაცემების შეგროვება და შენახვა ზრდის კონფიდენციალურობის რისკებს;
- მარეგულირებელი გამოწვევები: ცენტრალიზებული რეგულირების არარსებობა ბლოკჩეინის ეკონომიკური შოკების მიმართ უფრო მოწყვლადს ხდის.
- ორგანიზაციული მხარდაჭერა: ტურისტული ორგანიზაციების მონაწილეობის უზრუნველყოფა შეიძლება სირთულეებთან იყოს დაკავშირებული.

NFT-ის უპირატესობებში მოიაზრება (Folgeri, Gričar, and Baldigara 2025, 23):

- ვიზიტორების ჩართულობის გაძლიერება: უნიკალური, ინტერაქტიული გამოცდილების მიღება (მაგ. ციფრული სუვენირები);
- დამატებითი შემოსავლების წყაროები: NFT-ები შემოსავალს ქმნიან ციფრული აქტივების მეშვეობით;
- კულტურული მემკვიდრეობის შენარჩუნება: NFT-ებს შეუძლიათ ეთიკური გამოყენების შემთხვევაში ხელი შეუწყონ კულტურული მემკვიდრეობის შენარჩუნებას;
- საგანმანათლებლო შესაძლებლობები: NFT-ები შეიძლება გამოყენებულ იქნას კულტურული განათლებისა და ცნობიერების ამაღლებაში;
- ტექნოლოგიური იმიჯის ამაღლება: NFT-ების გამოყენება ტურისტულ ადგილებს ინოვაციურ და თანამედროვე მიმართულებებად წარმოაჩენს.

NFT-ის ნაკლოვანებები (Folgeri, Gričar, and Baldigara 2025, 23):

- ეთიკური მონეტიზაცია: შეიცავს კულტურული ან ბუნებრივი რესურსების არაეთიკურად გამოყენების რისკებს;
- ციფრული გამორიცხვის რისკები: NFT-ის გამოყენებამ შეიძლება გამორიცხოს ტექნოლოგიებზე ან ფინანსურ რესურსებზე შეზღუდული წვდომის მქონე პირები;

- მომხმარებლის ადაპტაცია: მოითხოვს დაინტერესებული მხარეების ფართო ტრენინგს და მათ მიერ ცვლილებების მართვას;
- ანალიზის სუბიექტურობა: თვისებრივი მონაცემების ანალიზი შეიძლება ექვემდებარებოდეს მკვლევრის მიკერძოებულ მიდგომას;
- განსხვავებული კონტექსტის მაჩვენებლების შედარება: ტურისტული გამოცდილებისა და აქტივობების მრავალფეროვნება ართულებს მატრიცული შედარებისთვის ინდიკატორების სტანდარტიზებას.

ბლოკჩეინისა და კრიპტოვალუტების გამოყენების შეზღუდვები და რისკები

ბლოკჩეინისა და კრიპტოვალუტების გამოყენება ტურიზმისა და მასპინძლობის სფეროში მნიშვნელოვან პოტენციალს ქმნის, თუმცა მათი დანერგვა არ უნდა განიხილებოდეს როგორც უნივერსალური და ავტომატურად ეფექტიანი გადაწყვეტა. ბლოკჩეინი ხელს უწყობს მონაცემთა ჩანაწერების გამჭვირვალობას, მიკვლევადობასა და ცვლილებების მიმართ მდგრადობას, მაგრამ ეს არ ნიშნავს, რომ სისტემაში შეტანილი ყველა მონაცემი თავისთავად ზუსტი ან სანდოა. თუ მონაცემი თავდაპირველად არასწორად არის შეყვანილი, ბლოკჩეინი მხოლოდ ამ ჩანაწერის შენახვასა და მიკვლევადობას უზრუნველყოფს და არა მისი შინაარსობრივი სისწორის გარანტიას. შესაბამისად, მისი ეფექტიანობა დამოკიდებულია მონაცემთა შეყვანის ხარისხზე, ჩართული მხარეების პასუხისმგებლობაზე, ტექნიკურ არქიტექტურასა და სისტემის მართვის წესებზე.

განსაკუთრებით საყურადღებოა კონფიდენციალურობისა და პერსონალური მონაცემების დაცვის საკითხი. საჯარო ბლოკჩეინებში ტრანზაქციები ხშირად გამჭვირვალეა, ხოლო მომხმარებელი შეიძლება იყოს ფსევდონიმური, მაგრამ არა სრულად ანონი-

მური. ტურიზმის სფეროში, სადაც მუშავდება მგზავრის პირადი, ფინანსური, საიდენტიფიკაციო ან სამედიცინო მონაცემები, აუცილებელია დამატებითი დაცვის მექანიზმების გამოყენება, მათ შორის დაშიფვრა, წვდომის კონტროლი, იდენტიფიკაციისა და წვდომის მართვა და შესაბამისი სამართლებრივი რეგულაციების დაცვა. ამიტომ ბლოკჩეინი კონფიდენციალურობას ავტომატურად არ უზრუნველყოფს; არასწორი არქიტექტურის შემთხვევაში კი შეიძლება, პირიქით, მონაცემთა დაცვის დამატებითი რისკები წარმოიშვას.

ტექნიკური თვალსაზრისით, ბლოკჩეინზე დაფუძნებული სისტემები საჭიროებს სპეციალიზებულ ინფრასტრუქტურას, კვალიფიციურ პერსონალს, არსებულ საინფორმაციო სისტემებთან ინტეგრაციასა და მუდმივ კიბერუსაფრთხოების კონტროლს. ჭკვიანი კონტრაქტები, მიუხედავად ავტომატიზაციის მაღალი პოტენციალისა, შეიძლება შეიცავდეს პროგრამულ შეცდომებს ან სრულად ვერ ასახავდეს რეალური მომსახურების პირობებს. ასევე მნიშვნელოვანია ციფრული საფულებებისა და კერძო გასაღებების დაცვა, რადგან მათი დაკარგვა ან მოპარვა შეიძლება აქტივებზე წვდომის დაკარგვასა და ფინანსურ ზიანს იწვევდეს.

კრიპტოვალუტების გამოყენება გადახდის საშუალებად დაკავშირებულია ფინანსურ და რეგულაციურ რისკებთანაც. მათი ღირებულება ხშირად მკვეთრად მერყეობს, რაც ართულებს მომსახურების ფასის სტაბილურ განსაზღვრას, საბუღალტრო აღრიცხვას, საგადასახადო შეფასებასა და მომხმარებლისთვის საბოლოო ღირებულების პროგნოზირებას. გარდა ამისა, გასათვალისწინებელია ტრანზაქციის საკომისიოები, ქსელის დატვირთვა, გადახდის დადასტურების დრო, მომხმარებელთა დაცვის მოთხოვნები და ფულის გათეთრებისა და ტერორიზმის დაფინანსების წინააღმდეგ მოქმედი რეგულაციები. FATF-ის 2025 წლის შეფასებაშიც ხაზგასმულია, რომ ვირტუალური აქტივების ტრანსსასაზღვრო ხასიათი და ცალკეულ იურისდიქციებში არსებული რეგულაციური ხარვეზები ფინანსური დანაშაულის რისკებს ზრდის (FATF 2025). შესაბამისად, კრიპტოვალუტით გადახდა

გარკვეულ შემთხვევებში შეიძლება ამარტივებდეს ტრანზაქციას, მაგრამ იგი არ არის უნივერსალურად უფრო იაფი, სწრაფი ან უსაფრთხო გადაწყვეტა.

ბიტკოინთან დაკავშირებითაც საჭიროა ზუსტი განმარტება. ბიტკოინი კრიპტოვალუტის ერთ-ერთი, კერძოდ, პირველი და ყველაზე ცნობილი სახეობაა, რომელიც ბლოკჩეინ ტექნოლოგიაზეა დაფუძნებული და გამოიყენება ციფრული გადახდებისა და ღირებულების გადაცემისთვის. თუმცა ის არ უნდა გაიგივდეს მთელ კრიპტოვალუტურ ეკოსისტემასთან, რადგან კრიპტოვალუტა უფრო ფართო ტერმინია და მოიცავს სხვადასხვა ტიპის ციფრულ/ვირტუალურ ვალუტებს. ბიტკოინის შემთხვევაში ასევე გასათვალისწინებელია მაინინგთან დაკავშირებული ენერგომოხმარება და გარემოზე ზემოქმედების საკითხები.

ამგვარად, ბლოკჩეინი და კრიპტოვალუტები ტურიზმისა და მასპინძლობის სფეროში შეიძლება განვიხილოთ როგორც პერსპექტიული ტექნოლოგიური ინსტრუმენტები, მაგრამ არა როგორც ყველა პრობლემის ავტომატური გადაწყვეტა. მათი გამოყენება მიზანშეწონილია მხოლოდ მაშინ, როდესაც მკაფიოდ არის განსაზღვრული ბიზნესმიზანი, მონაცემთა მართვის მოდელი, პასუხისმგებელი მხარეები, სამართლებრივი ჩარჩო, კიბერუსაფრთხოების მექანიზმები და მომხმარებელთა დაცვის გარანტიები. ამასთან, FSB-ის 2025 წლის შეფასების მიხედვით, კრიპტოაქტივების რეგულირებაში არსებული საერთაშორისო განსხვავებები და ხარვეზები ზრდის რეგულაციური არბიტრაჟის, ზედამხედველობის სისუსტისა და ფინანსური სტაბილურობის რისკებს; შესაბამისად, საჭიროა რისკებზე დაფუძნებული და კოორდინირებული მიდგომა (FSB 2025).

ჩატარებული კვლევების თანახმად, BC-ის პოპულარიზაციამ უკვე დაადასტურა მისი გამოყენების მაღალი ღირებულება, რაც ვლინდება ბიზნესის პროდუქტიულობის ამაღლებაში, რუტინული პროცესების ავტომატიზებაში, თაღლითობის რისკის შემცირებაში, მონაცემთა უსაფრთხოების უზრუნველყოფის ამაღლებაში, კონ-

ტრაქტების უკეთეს მართვასა და გადახდების განხორციელების მეთოდების გამარტივებაში. ამასთან, აღინიშნება, რომ ტურიზმის ინდუსტრიაში BC-ის გამოყენების საკითხებზე კვლევები ჯერ კიდევ არასაკმარისად არის განვითარებული როგორც მისი პოტენციალის გამოყენებისა და შემდგომი სრულყოფის, ისე გამოვლენილი გამოწვევების დაძლევის მიმართულებით (Valeri and Baggio 2021). ასევე აღინიშნება, რომ ტურიზმის მდგრადი განვითარების ხელშეწყობის მიზნით საჭიროა გაციფრულების მეშვეობით სისტემური კვლევების გაძლიერება (Myrovali, Tzanis, and Morfoulaki 2025, 5).

ბლოკჩეინისა და კრიპტოვალუტების გამოყენებასთან დაკავშირებული რისკები განხილულია როგორც ტურიზმისა და მასპინძლობის სფეროს აკადემიურ ლიტერატურაში, ისე საერთაშორისო რეგულაციურ წყაროებში. განსაკუთრებული ყურადღება ეთმობა მონაცემთა სანდოობას, კონფიდენციალურობას, კიბერუსაფრთხოებას, ღირებულების მერყეობას, რეგულაციურ გაურკვევლობასა და ფულის გათეთრებისა და ტერორიზმის დაფინანსების წინააღმდეგ მოქმედ მოთხოვნებს (Dogru, Mody, and Leonardi 2018; FATF 2025; Nawari and Ravindran 2019; Rana, Adamashvili, and Tricase 2022).

3.1.3. „ჭკვიანი ტურიზმი“ და „ჭკვიანი დანიშნულების ადგილი“

„ჭკვიანი დანიშნულების ადგილის“ კონცეპტუალური ხედვა ითვალისწინებს ინფორმაციული და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების განხილვასა და გამოყენებას კონკრეტული ტერიტორიული ერთეულის ფარგლებში, რაც განასხვავებს მას ზემოთ განხილული მიდგომისაგან, რომელიც მიმართული იყო ამავე ტექნოლოგიების ქსელური კავშირების ანალიზზე.

ცნება „ჭკვიანი“ მოცემულ კონტექსტში გულისხმობს ისეთ აქტივობებს, რომლებიც მიმართულია ეფექტიანი და ოპერატიული გადაწყვეტილებების მიღებაზე. იგი ეფუძნება რეალურ დროში მი-

ღებულის დიდი მოცულობის მონაცემების გაზიარებასა და დამუშავებას. კერძოდ, ინფორმაციული ტექნოლოგიებისა და საკომუნიკაციო ქსელების მეშვეობით ხორციელდება მონაცემთა ინტეგრირება, კომპლექსური ანალიზი, მოდელირება, ოპტიმიზაცია და ვიზუალიზაცია (Gretzel et al. 2015; Harrison et al. 2010).

აღნიშნული ცნების ფარგლებში განვითარდა „ჭკვიანი ქალაქის“ კონცეფცია. როგორც სათაურიდან ჩანს, იგი ითვალისწინებს ქალაქის, როგორც ტერიტორიული ერთეულის, მართვაში სხვადასხვა ტექნოლოგიის ურთიერთდაკავშირებულ გამოყენებას. ამ კატეგორიის ტექნოლოგიებსა და მონაცემებში მოიაზრება ე.წ. „ნივთების ინტერნეტი“ (Internet of Things – IoT), „დიდი მონაცემები“ (Big Data), ხელოვნური ინტელექტი, ბლოკჩეინი და სხვა, რომლებიც ერთობლიობაში ქმნის ქალაქის მართვის სისტემას.

„ჭკვიანი ტურიზმი“ (Smart Tourism) განვითარდა „ჭკვიანი ქალაქის“ კონცეფციის საფუძველზე და წარმოადგენს მის ერთ-ერთ მიმართულებას. ტურიზმის სფეროში აღნიშნული კონცეფცია უკავშირდება ტურისტული დანიშნულების ადგილების მართვას, რომლებიც ლიტერატურაში დანიშნულების ადგილებად (tourism destinations) მოიხსენიება. განვითარებულ „ჭკვიან ქალაქსა“ და „ჭკვიან დანიშნულების ადგილს“ შორის მკაფიო ზღვარი ყოველთვის არ არსებობს. „ჭკვიანი დანიშნულების ადგილი“ ხშირად განისაზღვრება როგორც ტურისტული დანიშნულების ადგილი, რომლის მართვისას გამოიყენება ინტერაქტიული და მონაწილეობითი მიდგომები (Gretzel et al. 2015).

„ჭკვიანი დანიშნულების ადგილის“ კონცეფცია მიზნად ისახავს ადგილობრივი მოსახლეობისა და ტურისტების ცხოვრების ხარისხის გაუმჯობესებას და ორიენტირებულია რესურსების რაციონალურ და ეფექტიან გამოყენებაზე, გარემოს დაცვასა და ზოგადად მდგრად განვითარებაზე. აღნიშნული სისტემა იყენებს სხვადასხვა სახის ინფორმაციულ და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიებს მონაცემთა შეგროვების, შენახვის, გაცვლისა და დამუშავების მიზნით (Buhalis 2003; IGI Global 2025). შესაბამისად, ტურისტული

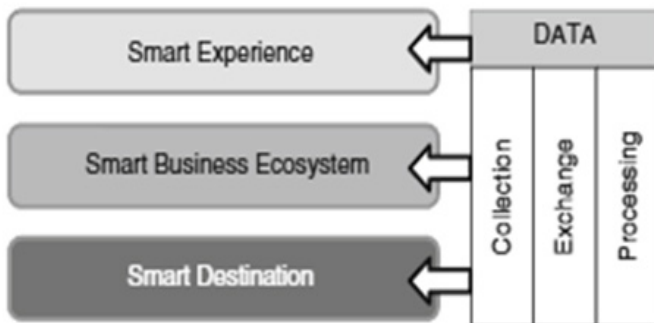
დანიშნულების ადგილის „ჭკვიანი ტურიზმის“ კონტექსტში განხილვის წინაპირობად მოიაზრება ე.წ. ელექტრონული ტურიზმის საშუალებების გამოყენება შესაბამისი ინფორმაციული და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების დანერგვით (Buhalis 2003; 2020).

ამ ტექნოლოგიებს შორისაა:

- დაჯავშნისა და ბილეთების შეძენის აპლიკაციები; გადახდის სისტემები; ხალხმრავლობისა და სატრანსპორტო ნაკადების მართვის სენსორები; ტურისტული დანიშნულების ადგილების გზამკვლევები, რუკები, ვებგვერდები და გიდის აპლიკაციები; ვირტუალური და დამატებული რეალობის საშუალებები;
- მონაცემთა პლატფორმები.

აღნიშნული საშუალებებით, მომხმარებლებს ასევე ეძლევათ შესაძლებლობა საკუთარი მოთხოვნების გათვალისწინებით დაგეგმონ და დაჯავშნონ სატრანსპორტო გადაადგილება, განთავსება, მომსახურებები და სხვა ხელმისაწვდომი და სასურველი აქტივობები.

„ჭკვიანი ტურიზმის“ მრავალკომპონენტური ცნება განზოგადებულად წარმოდგენილია ექსპერტების მიერ შემუშავებულ გრაფიკულ მოდელში (იხ. ნახ. 3.1.4.1)



ნახ. 3.1.4.1.

წყარო: Gretzel et al. 2015

ე.წ. „ჭკვიანი ტურიზმი“ რიგი უპირატესობებით ხასიათდება როგორც ტრადიციული ტურისტული მომსახურების განხორციელების, ისე ზოგადად ბიზნესის წარმართვის თვალსაზრისით. კერძოდ, ტურისტთა მომსახურებისას „ჭკვიან ტურიზმში“ დამატებით გამოიყენება აუდიო-ვიდეო ტექნოლოგიები. ტრადიციული მიდგომა ტურისტების ადგილობრივ მოსახლეობასთან აქტიურ თანამშრომლობას ნაკლებად ითვალისწინებს, ხოლო „ჭკვიანი ტურიზმი“ ორიენტირებულია ყველა დაინტერესებული მხარის აქტიურ ჩართულობაზე, რასაც კოლაბორაციული მიდგომა ეწოდება. დამატებითი მომსახურების ფუნქციასთან მიმართებით „ჭკვიან ტურიზმში“ წამყვანი როლი ენიჭება ტურისტების გართობით და გამოცდილებით ჩართულობას მომსახურების თანაშექმნაში (co-creation, experiential tourism), რაც ტრადიციულ ტურიზმში პრინციპულ კომპონენტს არ წარმოადგენს. განსხვავება ვლინდება ბიზნესპროცესების მართვის კუთხითაც: ტრადიციულ მიდგომაში სახელმწიფოს ჩართულობა მაღალი ზეგავლენით გამოირჩევა, ხოლო ინოვაციური მიდგომა ითვალისწინებს დაინტერესებული მხარეების აქტიურ ჩართულობას, რასაც „მონაწილეობითი მმართველობა“ ეწოდება. სახელმწიფოს როლი ამ შემთხვევაში კონცენტრირდება ბიზნესის მხარდაჭერაზე, საჯარო მონაცემების მომზადებასა და კერძო სექტორის ინტერესების გათვალისწინებაზე.

„ჭკვიანი ტურიზმისა“ და „ჭკვიანი ტურისტული დანიშნულების ადგილის“ აღნიშნული უპირატესობები უშუალოდ უკავშირდება მდგრადი განვითარების კონცეფციის ფუნდამენტურ პრინციპებს (Fernandes, Fernandes, and Jawale 2020, 3) და გაეროს მდგრადი განვითარების მიზნებს. ამ კონტექსტში განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია მიზანი 8 – ღირსეული სამუშაო და ეკონომიკური ზრდა; მიზანი 9 – მრეწველობა, ინოვაცია და ინფრასტრუქტურა; მიზანი 12 – მდგრადი მოხმარება და წარმოება; მიზანი 16 – მშვიდობა, სამართლიანობა და ძლიერი ინსტიტუტები. „ჭკვიანი ტურიზმის“ კონცეფცია მზარდ პოპულარობას იძენს

და შემდგომი გაფართოებით ხასიათდება. ერთ-ერთ ინოვაციურ მიმართულებად ვლინდება „ჭკვიან ტურისტულ დანიშნულები ადგილებს“ შორის კოოპერირების კონცეფცია (Myrovali, Tzanis, and Morfoulaki 2025, 2), რაც ასევე უკავშირდება გაეროს მდგრადი განვითარების მე-17 მიზანს – გლობალურ პარტნიორობას, მათ შორის 17.8 ამოცანას, რომელიც ტექნოლოგიების, განსაკუთრებით ინფორმაციული და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების, გამოყენების ხელშეწყობას ეხება (United Nations 2016).

ემპირიული თვალსაზრისით, დღეისათვის ტურიზმის დანიშნულების ადგილებში ინფორმაციული და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების დანერგვით გამოირჩევა შემდეგი ქალაქები (Fernandes, Fernandes, and Jawale 2020, 3):

ვენეცია (იტალია) – გამოიყენება VeneziaUnica აპლიკაცია, რომელიც ტურისტებს საშუალებას აძლევს, პირდაპირ დაუკავშირდნენ მომსახურების მიმწოდებლებს და სხვებს გაუზიარონ მოსაზრებები და ფოტოები;

ზალცბურგი (ავსტრია) – შემუშავებულია აპლიკაცია Salzburger Mittagsplaner, რომელიც მომხმარებლებს საშუალებას აძლევს შეაგროვონ მონაცემები კვების მომსახურების მიმწოდებლების შესახებ, მათ შორის მენიუს, ფასებისა და მდებარეობის შესახებ, და მათ საშუალებას აძლევს, წინასწარ შეარჩიონ ადგილები და კერძები;

ვაიმარი (გერმანია) – ხდება დამატებული რეალობის კომბინირებული გამოყენება, რუკის აპლიკაციის გამოყენებით. შედეგად, ტურისტებს შეუძლიათ იპოვონ ცნობილი ღირსშესანიშნაობები და ნახონ ისტორიული ფოტოები მობილური მონეობილობის ეკრანზე;

ბარსელონა (ესპანეთი) – იყენებს ე.წ. ნივთების ინტერნეტს (IoT), მათ შორის ჭკვიან სენსორებს, ენერგიის ხარჯების შესამცირებლად და საგზაო უსაფრთხოების გასაძლიერებლად.

გეტებორგი (შვედეთი) – ადგილობრივი თვითმმართველობა, ტურისტული მომსახურების მიმწოდებლებთან ერთად,

იყენებს ციფრულ არხებს ტურისტების გამოცდილების გასაუმჯობესებლად. გარდა ამისა, ქალაქის ვებგვერდი საშუალებას აძლევს ტურისტებს იპოვონ ნებისმიერი ინფორმაცია ქალაქის შესახებ და თუ რაიმე ინფორმაცია ვერ მოიძებნა, ტურისტებს შეუძლიათ დაუკავშირდნენ ვიზიტორთა ცენტრს ჩატის ფუნქციის გამოყენებით.

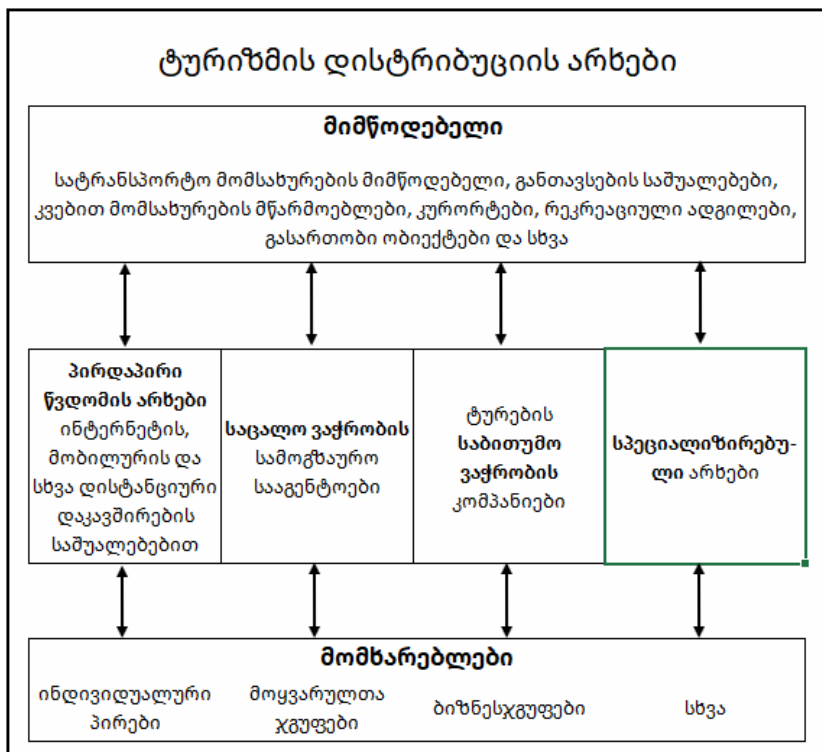
3.2. დისტრიბუციის არხები და არხების მენეჯმენტი

ტურიზმის ინდუსტრიაში ინფორმაციული და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების სტრუქტურული მოდელებისა და კონცეფციების განხილვის შემდგომი ეტაპი ეძღვნება მათი გამოყენების ერთ-ერთ პრიორიტეტულ მიმართულებას – დისტრიბუციის არხებსა და მათი მენეჯმენტის თავისებურებებს სასტუმროსა და სამოგზაურო ბიზნესში. დისტრიბუციის არხები უზრუნველყოფს ტურისტული მომსახურებების, განთავსების საშუალებების, სამოგზაურო პაკეტებისა და სხვა დაკავშირებული პროდუქტების ბაზარზე წარდგენას, რეალიზაციასა და მართვას როგორც შუამავალი, ისე პირდაპირი არხების მეშვეობით.

3.2.1. დისტრიბუციის არხებში ჩართული სუბიექტები და ძირითადი კომპონენტები

დისტრიბუციის არხებში ჩართული სუბიექტები შეიძლება განზოგადდეს ოთხ ძირითად კატეგორიად: მოგზაურები, განთავსების საშუალებები, ტურისტული სააგენტოები და ტუროპერატორები. მოგზაურები სამოგზაურო მომსახურების საბოლოო მომხმარებლები არიან; განთავსების საშუალებები უზრუნველყოფენ საცხოვრებელ და მასთან დაკავშირებულ მომსახურებებს; ტურისტული სააგენტოები, ძირითადად, ასრულებენ შუამავლისა და რეალიზატორის ფუნქციას და მომხმარებელს აწვდიან სხვადასხვა მიმწოდებლის მომსახურებას, მათ შორის ავიაბილეთებს, განთავსებას, მზა ტურისტულ პაკეტებსა და სხვა

სერვისებს. ტუროპერატორები კი, როგორც წესი, ქმნიან და აერთიანებენ ტურისტულ პროდუქტს, მათ შორის ტრანსპორტის, განთავსების, კვების, გიდის მომსახურების, ექსკურსიებისა და სხვა კომპონენტების ერთ პაკეტად ორგანიზებით. მათი საქმიანობა ხშირად უკავშირდება B2B ურთიერთობებს, თუმცა საჭიროების შემთხვევაში მათ შეუძლიათ პირდაპირ საბოლოო მომხმარებელზეც იმუშაონ (იხ. ნახ. 3.2.1.1).



ნახაზი 3.2.1.1

წყარო: Altexsoft 2025b

მათ შორის არსებული განსხვავებები უფრო დეტალურად წარმოდგენილია ცხრილში (იხ. ცხრ. 3.2.1.1.).

ფუნქციები	ტურისტული სააგენტო	ტუროპერატორი
შესათავაზებელი მომსახურება	ანარმოებს სამოგზაურო მომსახურებების დაჯავშნებს, როგორებიცაა ფრენები, სასტუმროები და სხვადასხვა მიმწოდებლის შეთავაზებებისგან წინასწარ შედგენილი ტურისტული პაკეტები	ითვალისწინებს ლოჯისტიკის აქტიურ გამოყენებას; ქმნის და მართავს მთლიან ტურისტულ პაკეტებს, რომლებიც მოიცავს სასტუმროებს, ტრანსპორტირებას, კვებას, და სხვა კომპონენტებს
ფასების სტრუქტურა და შემოსავლების მოდელი	ეფუძნება საკომისიო გადასახადებს; იღებს პროცენტულ წილს დაჯავშნებიდან, რომლებსაც ახორციელებენ მიმწოდებლების მეშვეობით.	თვითონ აწესებს ფასებს; ათანხმებს საბითუმო გაყიდვების განაკვეთებს და იღებს მოგებას, როგორც კომპანიებთან მუშაობიდან (Business to Business – B2B), ისე მომხმარებლებისგან Business-to-Consumer – B2C)
მომხმარებლებთან ურთიერთობა და მათი მხარდაჭერა	ფოკუსირებულია მომხმარებელზე და ორიენტირებულია მომსახურებაზე; ემსახურება მომხმარებლებს ტურების, ფრენებისა და სხვა დაჯავშნებით.	ეფუძნება მომსახურების ჯავშნების ტურპაკეტებში შერწყმას, რომლებიც მოიცავს: მოგზაურობის ლოჯისტიკასა და ადგილზე მომსახურებას
სამოგზაურო პროექტის კონტროლირება	კონტროლის შეზღუდული შესაძლებლობაა; ეყრდნობა მესამე მხარის მიმწოდებლებს და მომსახურების პაკეტებს.	გააჩნია სრული კონტროლის შესაძლებლობა; ქმნის და მართავს მოგზაურობის სრულ პაკეტს, მათ შორის შესრულების გრაფიკს, მიმწოდებლებსა და აქტივობებს

ცხრილი 3.2.1.1.

დისტრიბუციის არხების ტექნოლოგიები ხასიათდებიან ფუნქციური შესაძლებლობების სწრაფი პროგრესითა და ეტაპობრივი განვითარებით. 1983–2013 წლებში მომსახურების რეალიზაცია ხორციელდებოდა ერთი არხის ან ორი ურთიერთდაკავშირებული არხის მეშვეობით. საქმიანობა წარმოებდა ტუროპერატორების, ტურისტული სააგენტოებისა და სასტუმროების ვებგვერდების გამოყენებით (ე.წ. Web 2.0), ხოლო მათ შორის ორმხრივი კავშირები მყარდებოდა ონლაინ ტურიზმის არხების საშუალებით. 2014–2015 წლებში განვითარდა მრავალარხიანი და ურთიერთდაკავშირებული არხების (multi-channel and cross-channel) კონცეფცია, რომელიც წარმოდგენილია სოციალური მედიისა და ღია წვდომის ქსელებით (მაგ., Twitter, Instagram, Facebook, Flickr, Booking.com). ქსელების გამოყენება შესაძლებელი გახდა საბოლოო მომხმარებლისთვისაც, თვითდაგეგმვისა და მომხმარებლის მიერ გენერირებული კონტენტის (user-generated content) ტექნოლოგიების, მათ შორის მობილური ტექნოლოგიების, მეშვეობით. 2016 წლიდან განვითარებულ ტენდენციას ეწოდა ომნიარხული მიდგომა (omni-channel). ამ ეტაპზე წარმოდგენილ ინოვაციურ ტექნოლოგიებს სპეციფიკური ფუნქციების ამსახველი სახელწოდებები ჰქონდა: დამატებული რეალობა, ჭკვიანი ტურიზმი, გეიმიფიკაცია, ტურისტული გამოცდილება, გაზიარების ეკონომიკა, სმარტფონები, თვითმომსახურება და სხვა (Soltani-Nejad et al. 2022). სასტუმროებში განვითარდა მენეჯმენტის, შემოსავლების მენეჯმენტისა და ქონების მართვის აპლიკაციები. RateGain-ის კვლევის თანახმად, სასტუმროების მფლობელების 86% ამ არხებს კრიტიკულად მნიშვნელოვნად მიიჩნევს (RateGain 2023).

დისტრიბუციის არხებთან დაკავშირებით, მათი ფუნქციონირების პრიორიტეტული მიმართულებებია:

- ✓ მონაცემების (შეთავაზებების) რეალურ დროში განახლება;
- ✓ კომპანიის მიერ განთავსებულ მონაცემებზე შეთავაზებებზე) – სასტუმრო ოთახების ხელმისაწვდომობაზე, ფასებზე და სხვა – ცენტრალიზებული კონტროლი, რაც გამორიცხავს მრავალ ინდივიდუალურ ვებსაიტზე შესვლის საჭიროებას;

- ✓ ორმხრივი სინქრონიზაცია – სისტემა იყენებს ორმხრივ კომუნიკაციას იმის უზრუნველსაყოფად, რომ ფასებში ან ხელმისაწვდომობაში შეტანილი ნებისმიერი ცვლილება ზუსტად და მყისიერად აისახოს ყველა არხზე.
- ✓ დისტრიბუციის არხების კონცეფციის განვითარებამ შემოიტანა ინოვაციური ცნებები, ტერმინები და სახელწოდებები. მათ შორისაა:
- ✓ არხების მენეჯმენტი – Channel Management – CM
- ✓ გლობალური დისტრიბუციის სისტემები – Global Distribution Systems- GDS (მაგ., Amadeus, Sabre, Travelport);
- ✓ ონლაინ სამოგზაურო სააგენტოები – Online Travel Agencies – OTA (მაგ., Booking.com; Expedia, Hotels.com; Agoda);
- ✓ მეტაძიების სისტემები – Metasearch Engines (მაგ., Google Hotel Ads, Trivago, Kayak)
- ✓ ნიშური/საბითუმო საიტები, ან სპეციალიზებული საბითუმო დაჯავშნების პლატფორმები – Niche/Wholesale or Niche Specialty Channels. (მაგ., პლატფორმები – სამოგზაურო – Airbnb, Vrbo, HomeAway; სამკურნალო ტურიზმის – AriaMedTour; ეკოტურიზმის – Green Pearls; კულტურული ტურიზმის – TUI).

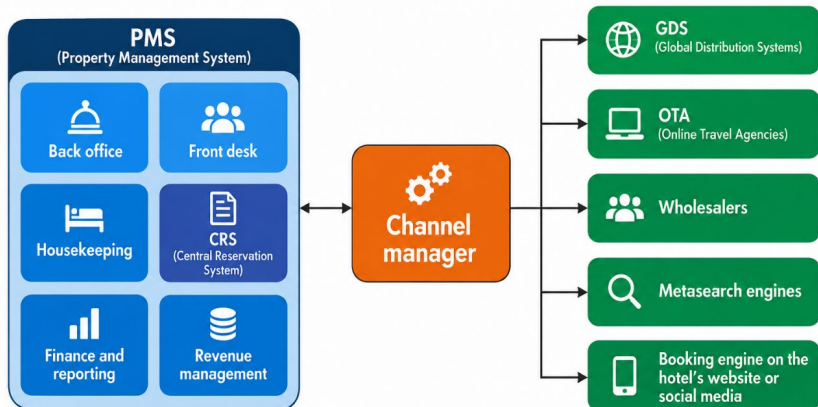
კონცეპტუალური თვალსაზრისით, ფუნდამენტურ ინოვაციურ მიმართულებას წარმოადგენს „არხების მენეჯმენტი“. სხვა სადისტრიბუციო არხებისგან განსხვავებით, არხების მენეჯმენტი არის სპეციალიზებული ინსტრუმენტი, რომელიც უზრუნველყოფს განთავსების საშუალებების სანომრე ფონდისა და ტარიფების პირდაპირ ჩართვასა და მართვას სხვადასხვა სადისტრიბუციო არხში, მათ შორის ონლაინ ტურისტული სააგენტოების (OTA), სასტუმროების ვებგვერდებისა და სხვა დაჯავშნის პლატფორმების საშუალებით. ამასთან, იგი საბოლოო მომხმარებლებს პირდაპირი წვდომის შესაძლებლობასაც აძლევს.

ჩატარებული კვლევების თანახმად, სასტუმროების არხების მენეჯმენტის ბაზარი შეფასდა \$687 მლნ-ად 2022 წელს და მოსალოდნელია, რომ იგი გაიზრდება \$1,618.23 მლნ-მდე 2033 წლისათვის, ხოლო

დაგროვებითი წლიური ზრდის ტემპი (Compound Annual Growth Rate – CAGR) 2023-2033 პერიოდში შეადგენს 8.1%-ს. (RateGain 2023).

ტექნოლოგიური თვალსაზრისით, „არხების მენეჯერის“ პროგრამული უზრუნველყოფა არის ტექნოლოგიური გადანაცვება, რომელიც აკავშირებს სასტუმროს PMS-ს სხვადასხვა დაჯავშნის არხთან. პროცესი ითვალისწინებს კონკრეტული სასტუმროს პლატფორმიდან ოთახებისა და ტარიფების განაწილებას სხვადასხვა ონლაინ დაჯავშნის პლატფორმასა და არხზე, როგორებიცაა OTA, GDS, მეტაძიების სისტემები და პირდაპირი დაჯავშნის არხები (იხ. ნახ. 3.2.1.2).

ROLE OF THE CHANNEL MANAGER IN A HOTEL'S DISTRIBUTION



ასევე, „არხების მენეჯმენტის პროგრამული უზრუნველყოფა“ უზრუნველყოფს დასაჯავშნი ოთახებისა და მათი ტარიფების ავტომატურ განახლებას რეალურ დროში სასტუმროს პროგრამასთან დაკავშირებულ ყველა პლატფორმაზე. ეს ფუნქციები იცავს სასტუმროს გაყიდული ოთახების ხელმეორედ დაჯავშნის-

გან, უზრუნველყოფს შეთავაზებების მყისიერ წარმოჩენას ბაზარზე და ხელს უწყობს შემოსავლისა და დატვირთულობის ზრდას.

დღეისათვის პოპულარობით გამოირჩევა ასეთი 11 პროგრამა, რომლებიც ერთი პროფილით ფუნქციონირებენ, თუმცა განსხვავდებიან გარკვეული უპირატესობებით და მაჩვენებლებით (იხ. ცხრ. 3.2.1.2).

პროგრამული უზრუნველყოფის – “არხების მენეჯერი”-ს შედარება

პროგრამა	ინტეგრირება და მომხმარებელთა კვლევა	სეგმენტი	ფასები	უფასო ცდის შესაძლებლობა
eviivo	27,000+ სასტუმრო	მცირე და საშუალო ზომის სასტუმროები;	ინყება თვეში \$50-დან ერთი ობიექტის მფლობელისთვის; \$125-დან ქსელური სასტუმროებისთვის	არის
RateGain	3,200 + ობიექტი, 100 ქვეყნის	საშუალო და დიდი სასტუმროები	არ არის ღიად გამოცხადებული	არის

SiteMinder	400+ არხი; 35,000 სასტუმრო	სასტუმროების ქსელი; დამოუკიდებელი სასტუმროები	ობიექტზე დამოკიდებული; იწყება 10 ოთახიანი ობიექტებისთვის თვეში \$68 განაკვეთიდან, რასაც ემატება დაყენების და PMS/CRS ინტეგრაციის საფასური	არის
Cloudbeds	300+ არხი	მცირე და საშუალო ზომის სასტუმროები; ჰოსტელები; B&B სასტუმროები; გასაქირავებელი აგარაკები; და სხვა	დამოკიდებულია ობიექტზე და მდებარეობაზე. ხელმისაწვდომია ფასის 4 ვერსიის არჩევანი	არ არის
eZee Centrix	130 + არხი	ყველა სიდიდის სხვადასხვა ობიექტი	დამოკიდებულია ობიექტზე და მის სპეციფიკაზე. იწყება თვეში \$34 განაკვეთიდან 10 ოთახიანი სასტუმროებისთვის (საბაზისო გეგმა)	არის
STAAH	200 + არხი; 10,000 ობიექტი	მცირე სასტუმროები; სასტუმროს ქსელები	იწყება თვეში \$80 განაკვეთიდან	არის

D-edge	300 + არხი	საშუალოდან დიდ სასტუმროებამდე, აპარტოტელელები	ფასი დამოკიდებულია მოთხოვნებზე	არ არის
Rentals United	60 + არხი; 150,000 ობიექტი	გასაქირავე-ბელი აგარაკები	მოქნილი ფასები	არ არის
Octorate	120 + არხი	სასტუმროები; გასაქირავებელი აგარაკები	დამოკიდებულია ობიექტის სპეციფიკაზე	არის
Lodgable	60 + არხი	გასაქირავე-ბელი აგარაკები	მოქნილი ფასები	არ არის

ცხრილი 3.2.1.2.

წყარო: Altexsoft. 2025d; Capterra 2024; HotelTechReport 2025; Roelen-Blasberg 2025

კონკრეტული სასტუმროსთვის „არხების მენეჯმენტის“ პროგრამის არჩევა ხორციელდება შემდეგი კრიტერიუმებით:

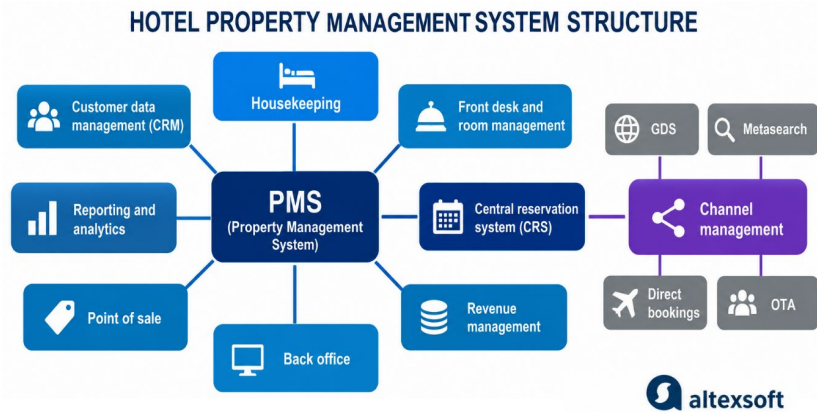
1. მიზნობრივი აუდიტორიის დადგენა: უმნიშვნელოვანესია სამიზნე აუდიტორიისა და მათი პრეფერენციების იდენტიფიცირებისთვის, რაც განაპირობებს დისტრიბუციის არხის არჩევანს;
2. არხის დაფარვის მასშტაბები: დისტრიბუციის არხები განსხვავდებიან ბაზრის დაფარვისა და ბაზარზე წვდომის მაჩვენებლებით. შესაბამისად, გასათვალისწინებელია თითოეული არხის გეოგრაფიული დაფარვა, ონლაინ წარმოჩენის დონე და მათი მომხმარებელთა ბაზა;
3. ხარჯებისა და ინვესტიციის უკუგების გაანალიზება. დისტრიბუციის არხების გამოყენება გარკვეულ ხარჯებთან არის დაკავშირებული, რაც აუცილებელს ხდის მიღებული

სარგებლის შეფასებას. ამისთვის ხდება ისეთი მაჩვენებლების გათვალისწინება, როგორებიცაა წინასწარ გაღებული ხარჯები, მიმდინარე ხარჯები და ჩადებული ინვესტიციის უკუგების პოტენციალი;

4. არხის შესაბამისობის შეფასება: თითოეულ დისტრიბუციის არხს გააჩნია თავისი ძლიერი და სუსტი მხარეები. შესაბამისად, უნდა შეფასდეს მათი თავსებადობა სასტუმროს პროფილურ მომსახურებებთან, ასევე, მისი ბრენდის იმიჯთან და მარკეტინგულ სტრატეგიებთან;
5. არხების სინერგიის პოტენციალის გამოყენება: რიგ შემთხვევაში რამდენიმე არხის გამოყენების კომბინირებამ შესაძლოა სინერგეტიკული ეფექტი წარმოქმნას. შესაბამისად, გასათვალისწინებელია ამ პოტენციალის გამოყენება შეთავაზებების პოპულარიზაციისა და შედეგების მაქსიმალურად ამაღლების მიზნით.

3.2.2. ინფორმაციული და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების გამოყენება სასტუმრო ბიზნესში

სასტუმროების მართვისთვის შექმნილ პროგრამებს ეწოდება ქონების მართვის სისტემა (Property Management System – PMS). მასში შედის სასტუმროს აქტივებისა და მომსახურების რეალიზაციაზე მიმართული სადისტრიბუციო არხების მართვის აპლიკაციები (იხ. ნახ. 3.2.2.1). დღეისათვის შემუშავებულია აღნიშნული აქტივობების მოდელირების არაერთი ვერსია; მოცემულ ნაშრომში გამოყენებულია პროგრამული უზრუნველყოფის კვლევისა და შემუშავების კომპანია Altexsoft-ის მიერ წარმოდგენილი გრაფიკული მოდელი (იხ. ნახ. 3.2.2.1).



ნახაზი 3.2.2.1

წყარო: AltexSoft 2025e

ცენტრალური დაჯავშნის სისტემა (Central Reservation System – CRS) გამოიყენება სასტუმროს ნომრების ონლაინ და ოფლაინ დაჯავშნის სამართავად. იგი შეიძლება წარმოდგენილი იყოს როგორც PMS-ის შემადგენელი მოდული, ისე ცალკე აპლიკაცია. ქსელური სასტუმროების შემთხვევაში, როგორც წესი, CRS უშუალოდ ინტეგრირებულია PMS-თან. დაჯავშნის სისტემა ასევე უნდა იყოს დაკავშირებული ვებგვერდის დაჯავშნის სისტემასთან და დისტრიბუციის სხვა არხებთან, როგორებიცაა GDS, OTA, ტურისტული სააგენტოების ვებგვერდები და სხვ.

CRS-ის სისტემის კონკრეტული ფუნქციები (AltexSoft 2025f):

- ელექტრონული გადახდებისა და ტრანზაქციების განხორციელება;
- ჯავშნების გაუქმებისა და ანაზღაურების შესახებ ინფორმაციის შენახვა და მართვა;
- სტუმრების მიერ გაკეთებულ ჯავშნებზე დასტურის გაგზავნა ელექტრონული ფოსტით. ზოგიერთ აპლიკაციაში ამ ფუნქციას ასრულებს ე.წ. ფრონტ-დესკის პროგრამა (Front Desk Program);

- სასტუმროს ნომრებზე, ანუ ე.წ. ინვენტარზე (inventory), და მათ დაჯავშნაზე მონაცემების დაგროვება, შენახვა და განახლება (ქართულად: ხელმისაწვდომი ნომრები და ტარიფები, Available Rates and Inventory – ARI), აგრეთვე ამ ინფორმაციის გადაგზავნა ფრონტ-დესკზე. აღსანიშნავია, რომ ინვენტარი მოცემულ კონტექსტში გულისხმობს სასტუმროს მიერ ყველა არხზე გასაყიდად ან გასავრცელებლად განთავსებულ ხელმისაწვდომ ნომრების ფონდს. აღნიშნული მონაცემები შეიცავს ინფორმაციას ნომრების რაოდენობაზე, კატეგორიებსა და ფასების განაკვეთებზე;
- ყველა დაკავშირებული არხის მეშვეობით სასტუმრო ნომრების არსებული სტატუსის შესახებ ინფორმაციის შენახვა, განახლება და გავრცელება. სტატუსი შეიძლება კლასიფიცირდეს როგორც თავისუფალი, დაკავებული ან დაჯავშნილი (ინდივიდუალურად/ჯგუფურად), შესაბამისი პერიოდების მითითებით.

სისტემა შეიძლება შეიცავდეს სხვა ფუნქციებსაც, როგორებიცაა ანგარიშგება, მომხმარებლებთან ურთიერთობის მართვა (Customer Relationship Management – CRM) და ტარიფების მართვა. ამასთან, იგივე ფუნქციები შეიძლება წარმოდგენილი იყოს სხვა, გარე აპლიკაციებშიც.

ფრონტ-დესკის (ადმინისტრაციის) სამოქმედო ვალდებულებებისა და ოთახების მართვის მოდული საშუალებას იძლევა, ჩაინეროს ან/და განახლდეს ოთახის დაჯავშნის სტატუსი, განხორციელდეს გადახდები, შემონმდეს სტუმრების შესვლა და გასვლა. ფრონტ-დესკის პროგრამული ფუნქციები პროცედურულად იყოფა 5 თანმიმდევრულ ეტაპად (AltexSoft 2025h):

1) სტუმრის შესვლამდე (Pre-stay)

- ოთახების ხელმისაწვდომობა
- ჯავშანის აღება/დაჯავშნა
- დადასტურების გაგზავნა/გადავადება
- დალოდების რეჟიმში მყოფ სტუმართა სიის შედგენა
- ელფოსტის შაბლონების შექმნა

- ჩამოსვლის/გამგზავრების შესასრულებელი სამუშაოების სიის შექმნა
- ოთახების დალაგების ანგარიშის ნახვა
- ჯავშნებთან დაკავშირებით ნებისმიერი ცვლილების შეტყობინების უზრუნველყოფა.

2) რეგისტრაცია

- ჯავშანის მოძიება (ნახვა) სისტემაში
- ჯავშანის სტატუსის განახლება
- გადასახადის მიღება
- ქვითრის გამოწერა
- გასაღები ბარათების გაცემა
- თვითმომსახურების რეგისტრაციის დაშვება

3) სტუმრის ყოფნის პერიოდი

- სტუმრის ბალანსზე დამატებითი ხარჯების აღრიცხვა
- ოთახების დალაგების ანგარიშის მონიტორინგი

4) სტუმრის გასვლა

- სტუმრის ბალანსის შემოწმება
- ყველა ხარჯის გადახდის უზრუნველყოფა

5) სტუმრის გასვლის შემდეგ

- ჯავშანის დახურვა
- ოთახის სტატუსის განახლება
- სტუმრისთვის ელექტრონული წერილის გაგზავნა მისი გასვლის შემდეგ.

ინოვაციური მოდულები დამატებით ითვალისწინებენ (D'Souza E. and D'Souza K. 2023; Sachani 2023):

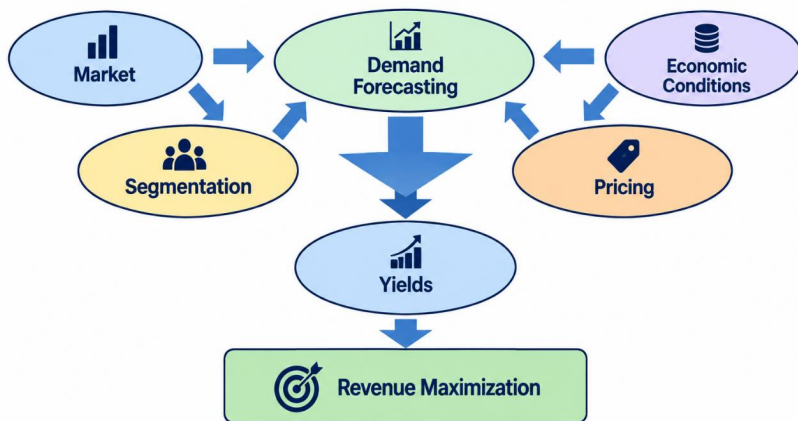
- ოთახების შიგა მონყობილობების სისტემურ კონტროლს, მათ შორის განათების, გათბობის, ვენტილაციისა და სხვა სპეციფიკური პირობების მართვას, რომლებიც შეესაბამება სასტუმროს პროფილურ მომსახურებას;
- არჩევით და რეკომენდებულ ფუნქციად ითვლება სტუმრის შესახებ ინფორმაციისა და მისი გამოცდილების (guest

profile) მონაცემების დაგროვება, მართვა და სასტუმროს მარკეტინგის სამსახურისთვის გაზიარება;

- ზოგიერთი PMS ითვალისწინებს თვითმომსახურების შესაძლებლობებსაც, კერძოდ, თვითმომსახურების რეგისტრაციის კიოსკებთან ინტეგრირების მეშვეობით. კიოსკი ასევე იძლევა რეგისტრაციის ან გასვლის საშუალებას QR კოდის გამოყენებით. იდენტიფიცირებასთან დაკავშირებით აღსანიშნავია ბიომეტრიული მონაცემების ამოცნობა, რომელიც კიდევ უფრო ზრდის სტუმრების დაცულობას.

შემოსავლების მენეჯმენტის მოდული განკუთვნილია ბიზნესისთვის პრიორიტეტული შედეგების ასახვისთვის, კერძოდ, შემოსავლების მიღების სტაბილურობისა და მათი ზრდისთვის. იგი უკავშირდება ისეთი ცვლილებებისა და ტენდენციების გამოვლენას, რომლებიც ეხება საბაზრო მოთხოვნებს, საბაზრო პირობებს (market conditions), მომხმარებელთა ქცევას, დემოგრაფიულ მაჩვენებლებს, შემოსავლებს და სხვ. (იხ. ნახ. 3.2.2.2).

Components of Revenue Management



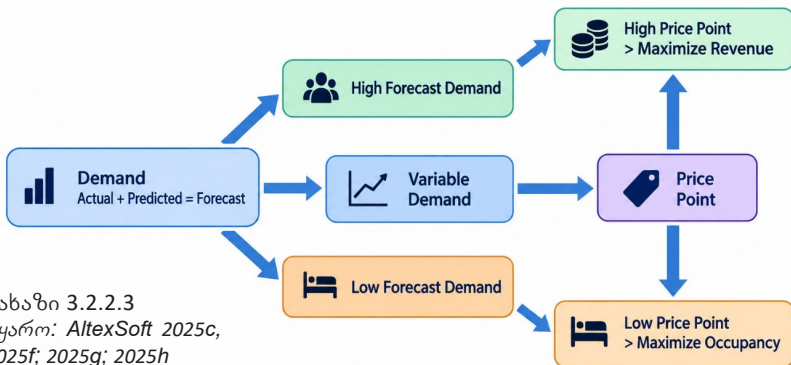
While revenue management workflow doesn't require deep changes, the underlying technology modernization can tangibly increase its efficiency.

ინდიკატორები, რომლებიც აღირიცხება აღნიშნულ მოდულში, წარმოადგენენ ე.წ. ეფექტიანობის საკვანძო მაჩვენებლებს – (Key Performance Indicators – KPI). ესენია:

- სასტუმრო ოთახების დატვირთულობის დონე (Occupancy rate – OCC%);
- სასტუმროში გაჩერების საშუალო პერიოდი (Average Length of Stay – ALOS);
- ოთახის ფასების საშუალო დღიური განაკვეთები (Average Daily Rate – ADR);
- დაჯავშნების ტენდენციები;
- მომსახურებაზე განეული ხარჯები და მათი ღირებულება.

აღნიშნული მაჩვენებლების მეშვეობით შესაძლებელია განხორციელდეს: შემოსავლების მართვა, მომხმარებელთა სეგმენტაცია, მოთხოვნების პროგნოზირება, ფასებისა და გადახდების პირობების რაციონალიზაცია და მორგება სეზონურობაზე, ადგილობრივ ღონისძიებებზე, დღესასწაულებზე, არდადეგებზე და სხვა სპეციფიკურ პირობებზე. ფასების ცვალებადობა, როგორც წესი, ხორციელდება ე.წ. დინამიკური ფასდადების მეთოდის გამოყენებით. იგი ითვალისწინებს მომსახურების ღირებულებებს, კონკურენციის პირობებს და საბაზრო მოთხოვნებს (იხ. ნახ. 3.2.2.3).

Demand Forecasting in Revenue Management



ნახაზი 3.2.2.3

წყარო: AltexSoft 2025c,
2025f; 2025g; 2025h

During peak demand periods, hotels strive to maximize revenue; while during low demand periods hotels should maximize room occupancy.

ქვემოთ წარმოდგენილია შემოსავლების განმსაზღვრელი დინამიკური ფასდადების სტრატეგიები სასტუმროს ბიზნესში შესაბამისი დადებითი და უარყოფითი (გასათვალისწინებელი) მახასიათებლებით. ამასთან მითითებულია წარმოდგენილი ტაქტიკური გეგმების შემუშავებაზე გათვლილი აპლიკაციები (იხ. ცხრ. 3.2.2.1).

ამონაგების მიღების ტაქტიკა შემოსავლების მენეჯმენტში	
შემოსავლებზე გათვლილი ტაქტიკა	გამოყენების პირობები
გაჩერების მაქსიმალური ხანგრძლივობა (MaxLOS)	განისაზღვრება დაჯავშნის პერიოდის ხანგრძლივობის ზედა ზღვარი. ხშირად გამოიყენება შეღავათიანი და ფასდაკლებული ჯავშნების მიმართ.
გაჩერების მინიმალური ხანგრძლივობა (MinLOS)	განისაზღვრება ჯავშნების ხანგრძლივობის მინიმალური ზღვარი. ხშირად გამოიყენება იმ პერიოდების მიმართ, როდესაც მოთხოვნა მაქსიმალურია და მიზანია სტუმრების უფრო ხანგრძლივად დარჩენის ხელშეწყობა.
მიღება დახურულია	უქმდება ჯავშნები პიკური დატვირთვის პერიოდის წინა ან მომდევნო დღეებში, ე.წ. <i>shoulder dates</i> . ხშირად გამოიყენება პიკურ პერიოდში ჩამოსასვლელი სტუმრების წინა ან მომდევნო დღეების დაჯავშნის სტიმულირებისთვის.
განაწილება	სასტუმროს წამყვან პარტნიორებს ეძლევათ შეთანხმებული რაოდენობის ოთახების შეღავათიან ფასად გაყიდვის შესაძლებლობა.
ბოლო ოთახზე წვდომა	სასტუმროს წამყვან პარტნიორებს ეძლევათ გარანტირებული წვდომა შეთანხმებულ ოთახებზე იმ პირობით, თუ ისინი ჯერ არ არის გაყიდული.

ცხრილი 3.2.2.1

წყარო: *AltexSoft 2025c; AltexSoft 2025g*

PMS-ში შემოსავლების შესახებ არსებული ინფორმაციის გათვალისწინებით, ექსპერტებმა წარმოადგინეს ფასების პოლიტიკის სტრატეგიები (იხ. ცხრ. 3.2.2.2).

მიდგომა	განმარტება	დადებითი მხარეები	უარყოფითი მხარეები
ხარჯზე დაფუძნებული ფასწარმოქმნა	გამოიყენება მაშინ, როდესაც ფასწარმოქმნა ეფუძნება ფინანსურ მოტივაციას, მაგალითად, ყველა განუღიხარი ხარჯის დაფარვის შემდეგ გონივრული მოგების მიღების შესაძლებლობას.	უზრუნველყოფს ფინანსისტიკების მიერ სასტუმროსთვის განსაზღვრული კონტრიბუციის მარჟის – შემოსავლებსა და საოპერაციო ხარჯებს შორის სხვაობის – მიზნობრივი განაკვეთის მიღებას.	რთულია ფასის ხარჯებთან მიმართებით ზუსტად განსაზღვრა, რადგან ხარჯები იცვლება პროდუქტის მოცულობასთან ერთად. ეს შეიძლება ინვესტიციის დაბალფასიანობას (underpricing) მოთხოვნის ზრდის პირობებში და მაღალფასიანობას (overpricing) მოთხოვნის შემცირების პირობებში.
ღირებულებაზე დაფუძნებული ფასწარმოქმნა	პირველ ეტაპზე ხდება ინვესტირება პროდუქტებისა და მომსახურების გაუმჯობესებაში, შემდეგ კი მათი შეთავაზება მომხმარებლებსთვის.	ამ მიდგომის სწორად განხორციელება ხელს უწყობს კონკურენტებთან შედარებით უფრო მაღალი შემოსავლის მიღებას, მომხმარებლების მიერ გაუმჯობესებული პროდუქტებისა და მომსახურების ღირებულების გაცნობიერების შედეგად.	ყველაზე დიდ გამოწვევას წარმოადგენს მომხმარებლის შეძენის მზაობის ამაღლება, რათა მან გადაიხადოს ფასი, რომელიც ასახავს პროდუქტის რეალურ ღირებულებას და ადეკვატურად აღიქვას ეს ფასი.

მიდგომა	განმარტება	დადებითი მხარეები	უარყოფითი მხარეები
მომხმარებელზე ორიენტირებული ფასები	ფასწარმოქმნა დამოკიდებულია მოთხოვნაზე კონკრეტულ პერიოდში. მოთხოვნა შეიძლება ნებისმიერ დროს შეიცვალოს.	ფასების მორგება მომხმარებლის გადახდის მზაობაზე ქმნის მაქსიმალური შემოსავლების მიღების პირობებს.	მომხმარებლები ყოველთვის მზად არ არიან მაღალი ფასის გადასახდელად. ამიტომ შემოსავლების მენეჯერის მიზანია არა მხოლოდ მომხმარებლის პრეფერენციების გათვალისწინება, არამედ მათი მზაობის ამაღლება, გადაიხადონ პროდუქტის ხარისხის შესაბამისი ფასი.
კონკურენციაზე ორიენტირებული ფასები	გამოიყენება მაშინ, როდესაც სასტუმროს მენეჯმენტი ორიენტირებულია მომხმარებელთა მიზნობრივი სეგმენტის მოზიდვაზე და ამ საფუძველზე განსაზღვრავს ფასებს.	როგორც წესი, მას შეიძლება მოჰყვეს შემოსავლებისა და დატვირთულობის მნიშვნელოვანი ზრდა.	მიზნობრივ ბაზარზე ორიენტირებამ შეიძლება გამოიწვიოს შეუსაბამო ფასის დაწესება; თუ კონკურენტებიც იმავე ტენდენციას მიჰყვებიან, ვითარდება ფასების სწრაფი შემცირების ტენდენცია.

ცხრილი 3.2.2.2

წყარო: AltexSoft 2025c

ბეკ-ოფისი (Back Office) მოიცავს შიგა ადმინისტრაციულ და მომსახურე საქმიანობებს, განსხვავებით ფრონტ-ოფისისგან, რომელიც მიმართულია სტუმრების მომსახურებასა და მათთან ურთიერთობაზე. PMS-ის ბეკ-ოფისის მენეჯმენტის მოდული გამოიყენება სასტუმროს ისეთ აქტივობებში, როგორებიცაა (AltexSoft 2025a):

- ღონისძიებების მენეჯმენტი და მათი სასურსათო მომარაგება (ე.წ. catering)
- სპა და სპორტული დარბაზების მენეჯმენტი
- პერსონალის მართვა
- ბუღალტრული აღრიცხვა და ფინანსური ოპერაციები
- სასტუმროს მომარაგების და საექსპლუატაციო ხარჯების მართვა
- ინვენტარიზაცია
- გაყიდვების და მარკეტინგული ღონისძიებების მენეჯმენტი და სხვა

ტერმინი „გაყიდვების პუნქტი“ (Point of Sale – POS), ასევე მოიხსენიება როგორც „გაყიდვების წერტილი“, წარმოადგენს სპეციალური პროგრამებით აღჭურვილ აპარატურულ და პროგრამულ სისტემას, რომელიც ახორციელებს და აღრიცხავს მომხმარებლის მიერ პროდუქტის ან/და მომსახურების შესაძენად შესრულებულ გადახდებს როგორც ნაღდი ფულით, ისე საკრედიტო/სადებეტო ბარათებით და საპასუხოდ გასცემს ქვითრებს. POS-ში ჩართული მოწყობილობები მრავალფეროვანია და მოიცავს კომპიუტერებს, მობილურ ტელეფონებსა და სხვა საინფორმაციო ქსელთან დაკავშირებულ სამომხმარებლო მოწყობილობებს. ეს არჩევანი შესაძლებელს ხდის გადახდების დისტანციურად განხორციელებას მობილური ტელეფონის გამოყენებით. კერძოდ, შესაძლებელია ინფორმაციის გაგზავნა მოკლე დიაპაზონის უკაბელო კომუნიკაციის (Near Field Communication – NFC) მეშვეობით და „სწრაფი რეაგირების კოდის“ (Quick Response Code – QR) გამოყენებით. აღნიშნული შესაძლებლობები ზრდის პროცედურის სისწრაფესა და დაცულობას. ასევე, POS ხელს უწყობს ბიზნესის მართვის რაციონალიზაციას ისეთი მიმართულებებით, როგორებიცაა გაყიდვების შეთავაზებების გავრცელება მრავალი არხის გამოყენებით, ინვენტარის მართვა, მომხმარებელთა მოზიდვა და მარკეტინგი, ინფორმაციის მიღება და შენახვა, რომლის გამოყენებაც შესაძლებელია შემდგომი ანალიზისა და გონივრული გადაწყვეტილებების მისაღებად.

POS დაკავშირება სასტუმროს პროფილური ფუნქციების შემსრულებელ სხვა სისტემებთან ხელს უწყობს საქმიანობის ეფექტიანობის ამაღლებას ბევრი მიმართულებით. კერძოდ:

- სასტუმროს PMS – POS: აგზავნის ტრანზაქციების მონაცემებს, ხოლო PMS (და არხის მენეჯერი) – დაჯავშნების მონაცემებს;
- სასტუმროს CRM: POS სისტემა აგზავნის მონაცემებს სტუმრების შესყიდვებისა და გამომხაურების შესახებ, ხოლო CRM – ინფორმაციას ფასდაკლებებზე და პერსონალიზებულ შეთავაზებებზე;
- მარაგების მართვის სისტემა – POS: აწვდის დეტალურ ინფორმაციას გაყიდული მარაგების შესახებ, ხოლო მარაგების მართვის სისტემა – მონაცემებს მარაგების მოცულობის შესახებ;
- გადახდის პლატფორმები: POS სისტემა აგზავნის ტრანზაქციების, საკრედიტო ბარათისა და ბარათის მფლობელის მახასიათებლების შესახებ მონაცემებს, ხოლო გადახდის პლატფორმა აბრუნებს ინფორმაციას განხორციელებულ ტრანზაქციებზე;
- ბუღალტრული აღრიცხვის პროგრამული უზრუნველყოფა: POS წარმოქმნის მონაცემებს განხორციელებულ გაყიდვებზე, გაყიდვების ადგილებზე (როგორებიცაა ფრონტ-დესკი, რესტორანი, ბარი, აუზი და ა.შ.) და თავად გამყიდველებზე, ბუღალტრულ პროგრამაში შესატანად.

სასტუმროს ბიზნესში აღნიშნული სისტემების ურთიერთკავშირში გამოყენება ხელს უწყობს ფართო სპექტრის პროცესების რაციონალიზაციას, კერძოდ: მარაგების მართვას; მიღებული სტუმრების ინტერესებისა და მოთხოვნების შესახებ ინფორმაციის შეგროვებას მარკეტინგის, მომსახურების გაუმჯობესებისა და ზოგადად ფუნქციონირების რაციონალიზაციის მიზნით; გადახდის სხვადასხვა ფორმის უზრუნველყოფას, ვალუტის კონვერტაციას, ტრანზაქციების დაჩქარებასა და მათ უსა-

ფრთხილებას; მონაცემების დაცულობისა და უსაფრთხო შენახვის ამაღლებას; მოთხოვნილი პერიოდისთვის საიმედო ანგარიშგების წარმოებას, რაც ხელს უწყობს მონაცემებზე დაყრდნობილი გადაწყვეტილებების მიღებას გაყიდვების პიკური პერიოდების, შესყიდვების გამოვლენილი თავისებურებებისა და სხვა ფაქტორების გათვალისწინებით.

ამჟამად სასტუმრო ბიზნესში POS პოპულარულ სისტემებად ითვლება (SiteMinder 2025):

- **SiteMinder Pay:** გამოირჩევა სასტუმროს ბიზნესზე ორიენტირებითა და მრავალფუნქციური შესაძლებლობებით; გამორიცხავს გადახდის დამატებითი ტერმინალის საჭიროებას. სტუმრებს შეუძლიათ უსაფრთხოდ განახორციელონ ონლაინ გადახდები სასურველი ფორმით, 24 საათის განმავლობაში;
- **Square:** ახლავს უფასო პროგრამული უზრუნველყოფა და გამოირჩევა აპარატურის შედარებით დაბალი ღირებულებითა და გრძელვადიანი გადახდის შესაძლებლობებით; იგი ბაზარზე ერთ-ერთ ხელმისაწვდომ მოწყობილობად მიიჩნევა. ამასთან, Square არის ზოგადი დანიშნულების სისტემა და არა მხოლოდ სასტუმროს ბიზნესზე ორიენტირებული გადაწყვეტა;
- **Clover:** გამოირჩევა ტერმინალის გამოყენების შედარებითი სიმარტივით, რაც იძლევა კადრების სწრაფად გადამზადების შესაძლებლობას. შეიცავს გადახდების განხორციელების საშუალებას ეკრანის მეშვეობით;
- **Lightspeed:** არის ერთ-ერთი POS სისტემა, რომელსაც აქვს ჩაშენებული სასწავლო რეჟიმი, რაც დღეისათვის ნაკლებად არის წარმოდგენილი სხვა სისტემებში. ეს თავისებავს ხელს უწყობს კადრების შედარებით ადვილად ჩართულობას სისტემის გამოყენებაში.
- **Toast:** ასევე გამოირჩევა გამოყენების სიმარტივით და ზოგიერთი ტექნიკური თავისებურებებითაც, მაგალითად,

შესაძლებელია ეკრანის ფერის შეცვლა, ტექსტის ზომების შეცვლა და სხვა.

მომხმარებელთან ურთიერთობის მართვის (Customer Relationship Management – CRM) პროგრამა მიმართულია სტუმრების შესახებ მონაცემების აღრიცხვასა და შესაბამისი მონაცემთა ბაზის ხელმისაწვდომ ფორმატში შექმნაზე. სასტუმროების PMS-ის CRM მოდული უნდა იყოს ინტეგრირებული ფრონტ-დესკთან და დაჯავშნის სისტემასთან. თუ სასტუმროს აქვს ცალკე, დამოუკიდებელი CRM სისტემა, ამ შემთხვევაში იგი ინტეგრირებული უნდა იყოს PMS-თან. CRM მოდულის ფუნქციების დანიშნულებაა:

- სტუმრის პროფილის მართვა. CRM სისტემები სტუმრების შესახებ მონაცემებს იღებენ სხვადასხვა წყაროდან, როგორებიცაა სასტუმროს ვებგვერდი და ონლაინ ტურისტული სააგენტოები (OTA). ამის საფუძველზე იქმნება სტუმრის ე.წ. პროფილები, რომლებიც შეიცავს საკონტაქტო ინფორმაციას, სტუმრობის ისტორიას, ოთახისა და კეთილმოწყობის პრეფერენციებს. სტუმრის ყოფნის განმავლობაში CRM სისტემა ახორციელებს შესაბამისი მონაცემების გაფართოებასა და განახლებას;
- სტუმრების სეგმენტაცია. სასტუმროს CRM სისტემები ახდენს სტუმრების სეგმენტაციას სხვადასხვა კრიტერიუმის მიხედვით, როგორებიცაა დემოგრაფიული მონაცემები, დაჯავშნის ისტორია, პრეფერენციები და მათ მიერ გაწეული ხარჯების პრაქტიკა. ეს სეგმენტაცია საშუალებას აძლევს მარკეტინგულ სამსახურს, თავისი აქტივობები, მათ შორის მარკეტინგული ღონისძიებები, პაკეტები და მომსახურება, მოარგოს თითოეული სეგმენტის საჭიროებებსა და პრეფერენციებს;
- ჯავშნების მართვა. სასტუმროს პერსონალს შეუძლია ჯავშნების ნახვა, რეალიზაცია, შეცვლა ან გაუქმება პირდაპირ CRM ინტერფეისში და იმავდროულად კონტროლი,

რომ ცვლილებები სინქრონიზებულია და ასახულია ყველა დაკავშირებულ სისტემაში;

- სტუმრებთან კომუნიკაცია. CRM სისტემები ამარტივებს სტუმრებთან კომუნიკაციას მათი ე.წ. „სასიცოცხლო ციკლის“ განმავლობაში. ამ ცნებაში, ბატლერის ამავე სათაურის კლასიკური კონცეფციისგან განსხვავებით (Butler, 2008), მოიაზრება სასტუმროს ვიზიტორთან კომუნიკაციის თანმიმდევრული ეტაპები: პოტენციური სტუმრის დაინტერესება და მარკეტინგული ინფორმაციის მიწოდება, დაჯავშნა, მიღებული სტუმრის რეგისტრაცია, მისი გასვლა და დაჯავშნის შემდგომ პერიოდში კომუნიკაცია მარკეტინგული მიზნებით. კომუნიკაცია ხორციელდება როგორც ინფორმაციის მიწოდებით, ისე პოტენციურ თუ ჩამოსულ ვიზიტორთან ჩართულობითი ურთიერთობით. მაგალითად, ჩამოსვლამდე ელფოსტა შეიძლება მოიცავდეს რეგისტრაციის ინსტრუქციებსა და პერსონალიზებულ რეკომენდაციებს სტუმრის პროფილის მიხედვით; ვიზიტის პერიოდში – დამატებითი მომსახურების შეთავაზებებს, ხოლო გასვლის შემდეგ – შეღავათიანი პირობების შეთავაზებებს განმეორებითი ვიზიტების სტიმულირებისთვის. ამ კავშირებისთვის ხშირად გამოიყენება სხვადასხვა არხი, როგორებიცაა ელფოსტა, SMS, მესენჯერი, სოციალური მედია და სხვა;

- მარკეტინგის ავტომატიზაცია. სასტუმროს CRM სისტემებს შეუძლიათ მარკეტინგული შეთავაზებებისა და პროცედურების ავტომატიზაცია სხვადასხვა არხზე. მაგალითად, ელექტრონული ფოსტის მეშვეობით შესაძლებელია სეგმენტზე მორგებული შეტყობინებების პერიოდულად გაგზავნა, განეულ მომსახურებაზე კმაყოფილების შეფასების შეთავაზება, დღესასწაულებისა და დაბადების დღეების მილოცვა, პოტენციური კლიენტების მოსაზიდად მარკეტინგული შეთავაზებების გაგზავნა და სხვა;

- რეპუტაციის მართვა. CRM სისტემების გამოყენებით სასტუმროებს შეუძლიათ აკონტროლონ, გააანალიზონ და უპასუხონ სტუმრების მიმოხილვებსა და კომენტარებს სხვადასხვა ონლაინ პლატფორმასა და საკომუნიკაციო არხზე. სასტუმროს პერსონალს ასევე შეუძლია შექმნას სტანდარტიზებული პასუხები უარყოფით კომენტარებსა და გამოვლენილ პრობლემებზე. აღნიშნული ქმედებების მიზანია მიღებული გამოხმაურების გათვალისწინებითა და პასუხისმგებლობის დემონსტრირებით სასტუმროს რეპუტაციის ამაღლება და სტუმრებთან პოზიტიური ურთიერთობების განვითარება;
- ანგარიშგება და ანალიტიკა. სტუმართა პროფილის, დაჯავშნის ისტორიისა და მომხმარებელთა გამოხმაურების მონაცემების კონსოლიდაციით CRM სისტემები ქმნის ანგარიშებს, რომლებიც ასახავს სტუმრების ქცევასა და პრეფერენციებს. აღნიშნული მონაცემების კონსოლიდაციით სასტუმროებს შეუძლიათ ბაზარზე მიმდინარე ტენდენციების გამოვლენა, მარკეტინგული კამპანიების ეფექტიანობის შეფასება და ინფორმირებული გადაწყვეტილებების მიღება ბიზნესის შემდგომ განვითარებაზე, მიმდინარე და მოსალოდნელი ცვლილებების გათვალისწინებით. მაგალითად, კორპორატიული მოგზაურების გამოხმაურების ანალიზი სასტუმროებს საშუალებას აძლევს გამოავლინონ გაუმჯობესების საჭირო სფეროები, როგორებიცაა შეხვედრების ოთახების განახლება ან უფრო სტაბილურ Wi-Fi-ში ინვესტირება;
- გარე სისტემებთან ინტეგრირება. იგულისხმება სასტუმროს CRM-ის ინტეგრირება სხვადასხვა პლატფორმასთან მისი ფუნქციური გამოყენების პოტენციალის გასაუმჯობესებლად. მაგალითად, ქონების მართვის სისტემებთან (PMS) დაკავშირების შემთხვევაში ნებისმიერი მონაცემის განახლება ან ცვლილება მყისიერად აისახება ყველა

ურთიერთდაკავშირებულ სისტემაში. PMS-ის დაჯავშნის მონაცემები, სტუმრების პროფილები და ოთახების დეტალები სინქრონიზებულია რეალურ დროში, რაც გამორიცხავს მონაცემების ხელით შეყვანის საჭიროებას და ამცირებს შეუსაბამოების გამოვლენის რისკებს. აღნიშნული მიზნით ინტეგრაციისთვის ასევე მნიშვნელოვანია ელფოსტის მარკეტინგის პლატფორმები, გაყიდვების პუნქტის (POS) სისტემები, ფრონტ-დესკის პროგრამები, ღონისძიებების მართვის სისტემები და სხვა.

ანგარიშები და ანალიტიკა. ზემოთ აღნიშნული CRM-ის ანგარიშებისა და ანალიტიკის პროგრამისგან განსხვავებით, PMS გამოიყენება ბიზნესის ანალიზისა და განვითარებულ ტენდენციებზე დაკვირვების ინსტრუმენტად. მისი მეშვეობით ხდება შესაბამისი მონაცემების შეგროვება და სხვადასხვა ტიპის ავტომატიზებული ანგარიშების გენერირება, როგორებიცაა ღირებულების აუდიტის, ოთახებისა და გადასახადების, ცვლის აუდიტის, სტუმართა შემოსვლის/გასვლის, დასუფთავებისა და სხვა მიმდინარე შემთხვევითი ანგარიშები. ანალიტიკური ფუნქციონალი ასახავს სასტუმროს ძირითად KPI-ებს, რომელთა მონიტორინგი აუცილებელია მუშაობის სრული სურათის მისაღებად, მონაცემებზე დაფუძნებული გადაწყვეტილებების მისაღებად და სტრატეგიული გეგმების დასადგენად.

სტრატეგიული გადაწყვეტილებების მიღების კონტექსტში აღსანიშნავია PMS-ის ფუნქცია, რომელსაც ეწოდება „ბიზნეს ინტელექტი“ (Business Intelligence – BI). იგი მოიცავს ტექნოლოგიური პროცესების ერთობლიობას პროფილური მონაცემების მრავალფუნქციური მართვისა და ანალიზისთვის. კერძოდ, მასში გათვალისწინებულია მიზნობრივი ინფორმაციის შეგროვება, ინტეგრირება, შემოსავლების ასახვა, ანგარიშებისა და პროგნოზების მომზადება, ასევე მონაცემთა საინფორმაციო დაფებზე ვიზუალიზაცია. მისი გამოყენება მნიშვნელოვანია სასტუმრო ბიზნესის ყველა მიმართულებით. საწყისი ინფორმაციის მიღება ხორციელდება თავად PMS-ში მოქმედი სხვა მოდულებიდან, როგორები-

ცაა RMS, ცენტრალური დაჯავშნის სისტემა (Central Reservation System – CRS) და არხების მენეჯმენტი (Channel Management – CM). აღსანიშნავია, რომ BI ორიენტირებულია მრავალწლიური მონაცემების დამუშავებაზე შესაბამისი ტენდენციების გამოსავლენად, რაც მნიშვნელოვანია პროგნოზირებისა და სტრატეგიული დაგეგმვისთვის. ამასთან, მასში ასევე ფიქსირდება არსებული მდგომარეობაც. შედეგები წარმოდგენილია ადვილად აღქმად დიაგრამებსა და სხვა სახის გრაფიკულ გამოსახულებებში (Bluebi, 2025). დღეისათვის სასტუმრო ბიზნესში სამ ყველაზე პოპულარულ BI პროვაიდერად სახელდება: Actabl – გამოიყენება ბრენდულ, აეროპორტთან მდებარე და კონფერენციებზე ორიენტირებულ სასტუმროებში; Lighthouse – პოპულარულია ლუქსის კატეგორიის სასტუმროებში; Duetto – ორიენტირებულია დასასვენებელი სახლებისა და ვილების ტიპის განთავსების საშუალებებზე.

კონცეპტუალური თვალსაზრისით, სასტუმროების PMS წარმოადგენს საწყისი და მრავალმხრივი ინფორმაციის მატარებელ მოდელს, მიზნობრივი დამუშავების აპლიკაციებით, რომელსაც ბიზნესის წარმოებისა და მენეჯმენტის რაციონალიზაციის მნიშვნელოვანი პოტენციალი აქვს. განზოგადებულად, ამ პოტენციალის გამოყენების მოსალოდნელი შედეგებია:

- ხარჯების და ფასების ოპტიმიზირება შესაბამისი შემოსავლებისა და მოგების გაზრდით;
- ტურიზმისათვის დამახასიათებელი მომსახურების ფართო სპექტრის რაციონალური კომბინირება დროში და სივრცეში;
- ბაზრის სეგმენტირება შესაძლო შეთავაზებების მორგებით და სასტუმროების დატვირთულობის სრულყოფით;
- სასტუმროების მომარაგება-მომსახურების რაციონალიზაცია;
- მარკეტინგული აქტივობების, ტაქტიკისა და სტრატეგიის შემუშავება;

- გლობალურ ბაზარზე მიმდინარე მოთხოვნების გათვალისწინება, მომსახურების პერსონალიზაციისა და ბიზნესში არსებული რესურსების ამ ტენდენციებზე მორგების სტრატეგიების შემუშავება;
- კადრების მოზიდვის და შერჩევის მორგება ბიზნესის მოთხოვნებზე, კერძოდ, კვალიფიკაციის, რაოდენობის, დასაქმების სახეობების, სამუშაო რეჟიმის და სხვა კრიტერიუმების ერთობლივი გათვალისწინებით;
- ბიზნესის წარმოების და სასტუმროების ოპერირების სტანდარტების შემუშავება, რაც განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია ქსელური სასტუმროების მიმართ;
- ცვალებად ან/და კრიზისულ ვითარებებში ბიზნესის წარმოების რაციონალიზაციის ალტერნატივების განსაზღვრა;
- ბიზნესის განვითარების მოკლე და გრძელვადიანი გეგმების შემუშავება, მათ შორის კონკურენტული გარემოს გათვალისწინებით და სხვ.

წარმოდგენილი ფართო სპექტრის ფუნქციები სტრატეგიული მნიშვნელობის მქონე კონცეპტუალური მიდგომების გამოკვლევისა და შემუშავების შესაძლებლობას ქმნის. ეს პოტენციური დღეისათვის ნაკლებად არის ათვისებული და შეიძლება განხილულ იქნეს მომავალი სამეცნიერო კვლევების აქტუალურ მიმართულებად.

PMS-ის პოტენციალის გამოყენება წარმოადგენს მნიშვნელოვან წინაპირობას ბიზნესის მდგრადი განვითარებისთვის, ხოლო არასრულყოფილი ან არარაციონალური გამოყენება შესაბამისი მნიშვნელობის რისკებს შეიცავს. ამასთან, PMS, როგორც ტურიზმის ინდუსტრიის გაციფრულების ტენდენციის ერთ-ერთი მამოძრავებელი კომპონენტი, ასევე იმსახურებს მისი გავლენის განხილვას ქვეყნის ეკონომიკის მდგრად განვითარებაზე, მათ შორის კონკურენტული გარემოს ცვლილებებისა და ღირებულებათა ჯაჭვის რაციონალიზაციის კონტექსტში.

3.2.3. ინფორმაციული და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების გამოყენება სამოგზაურო სააგენტოებში

ე.წ. ეკოსისტემის მეორე მხარე წარმოდგენილია სამოგზაურო პროდუქტების დისტრიბუციის არხებით, რომლებიც დაკავშირებულია სასტუმროების PMS სისტემებთან. ამ არხების ძირითადი სახეობებია: გლობალური დისტრიბუციის სისტემა (Global Distribution System – GDS), ონლაინ სამოგზაურო სააგენტოები (Online Travel Agencies – OTA), მეტაძიების არხები (Metasearch), პირდაპირი დაჯავშნის არხები (Direct Booking) და სხვა. მათი სარეალიზაციო პროდუქტებია მოგზაურობასთან დაკავშირებული ჯავშნები, როგორებიცაა სასტუმროში განთავსება, სახმელეთო ტრანსპორტის მომსახურება და მანქანების დაქირავება, ავიაბილეთების შეძენა, სამოგზაურო პაკეტები, ცალკეული მომსახურებების კომბინირება, სხვა ტურისტული აქტივობები და ტურები.

სამოგზაურო პროდუქტების დისტანციურ, ონლაინ დაჯავშნებზე მოთხოვნა გლობალურ ბაზარზე სტაბილურად იზრდება. Online Travel Agency Global Market Report-ის თანახმად, OTA-ს შემოსავლებმა 2024 წელს 253.2 მილიარდი აშშ დოლარი შეადგინა, ხოლო 2034 წლისთვის ნავარაუდებია მათი ზრდა 533.7 მილიარდ აშშ დოლარამდე, 7.2%-იანი დაგროვებითი წლიური ზრდის ტემპით (CAGR) (იხ. ნახ. 3.2.3.1).

ონლაინ მოგზაურობის სააგენტოების ანალიზი



ნახ. 3.2.3.1.

წყარო: GMI 2025

მოგზაურობის ორგანიზების ბიზნესში ჩართული ტურისტული კომპანიები, ზოგადი კლასიფიკაციით, შეიძლება დაიყოს ორ ძირითად კატეგორიად: ტურისტულ სააგენტოებად და ტუროპერატორებად. ტურისტული სააგენტოები, როგორც წესი, ასრულებენ შუამავლისა და რეალიზატორის ფუნქციას: მომხმარებელს აწვდიან ინფორმაციას, ახორციელებენ ტურისტული მომსახურებების დაჯავშნასა და გაყიდვას და უზრუნველყოფენ მომხმარებლის მხარდაჭერას. ტუროპერატორები კი ქმნიან ტურისტულ პაკეტებს, აერთიანებენ სხვადასხვა მომსახურებას – ტრანსპორტს, განთავსებას, კვებას, გიდის მომსახურებას, ექსკურსიებსა და სხვა კომპონენტებს – და ორგანიზებას უწევენ მათ რეალიზაციას როგორც ტურისტული სააგენტოების მეშვეობით, ისე, საჭიროების შემთხვევაში, პირდაპირ მომხმარებელზე.

გლობალური დისტრიბუციის სისტემა – Global Distribution System – GDS

GDS აკავშირებს მომსახურების მრავალ მიმწოდებელს საბოლოო მომხმარებლებთან და ტურისტულ აგენტებთან, რაც მათ რეალურ დროში პირდაპირი დაჯავშნებისა და ტრანზაქციების განხორციელების საშუალებას აძლევს. მომსახურების მიმწოდებელთა სია მოიცავს ავიაკომპანიებს, სასტუმროებს, ავტომობილების გაქირავების კომპანიებს, საკრუიზო გემებსა და ტურისტული მომსახურების სხვა სუბიექტებს. მომხმარებელთა პრიორიტეტულ სეგმენტს წარმოადგენენ კორპორატიული მოგზაურები, რადგან აღნიშნული სისტემების მეშვეობით შესაძლებელია ერთი ტურის ფარგლებში მგზავრობის, განთავსების, კვების და სხვა მომსახურებების დაჯავშნა. GDS-ის წამყვანი სისტემებია Amadeus, Sabre, Travelport/Apollo და Abacus. ქვემოთ წარმოდგენილია მათი მოკლე დახასიათება.

Amadeus – ცენტრალიზებულად იმართება ესპანეთიდან და გააჩნია 30 წელზე მეტი მუშაობის გამოცდილება. იგი ლიდერია GDS-ის გლობალურ ბაზარზე, ოპერირებს პრიორიტეტულად ევროპაში, ასევე, ლათინურ ამერიკაში და აზიაში. მომსახურების პროფილი კონცენტრირებულია ავიაკომპანიებზე, თუმცა ფართოდ სარგებლობენ სასტუმროებიც (Amadeus IT Group), რკინიგზის კომპანიები, ტურისტული სააგენტოები და ტუროპერატორები.

Sabre Corporation – ორიენტირებულია ჩრდილოეთ ამერიკის და აზია-წყნარი ოკეანის ბაზარზე. არის პირველი ონლაინ სადისტრიბუციო კომპანია, რომელიც დაარსა American Airline-მა და IBM-მა 1960 წელს. ემსახურება 425 000-ზე მეტ სამოგზაურო სააგენტოს, ფართოდ გამოიყენება სასტუმროებში. ფასდება, როგორც განსაკუთრებით მოხერხებული სისტემა ბიზნეს-ჯგუფების მოგზაურობის დაგეგმვისთვის.

Travelport GDS შემოსავლებით მესამე კომპანიაა **Amadeus IT-**ისა და **Sabre Corporation Group**-ის შემდეგ. იგი ფლობს და ამუშავებს სამ პოპულარულ პლატფორმას – **Galileo**-ს, **Worldspan**-სა და **Apollo**-ს. მნიშვნელოვანი პოზიციები უკავია ჩრდილოეთ ამერიკის, ახლო აღმოსავლეთისა და აფრიკის ბაზრებზე. ემსახურება მოგზაურობასთან დაკავშირებულ 65 000-ზე მეტ კომპანიას, მათ შორის ავიაკომპანიებს, სასტუმროებსა და ტრანსპორტის გამქირავებელ კომპანიებს. **Travelport**-ის ქსელში გამოირჩევა **Galileo GDS**, რომელსაც სასტუმროების დაჯავშნის გლობალური ბაზრის მეოთხედზე მეტი უკავია. **Apollo** მოქმედებს აშშ-ის, კანადის, მექსიკისა და იაპონიის ბაზრებზე.

Abacus დაარსდა 1988 წელს და ორიენტირებულია აზია-წყნარი ოკეანის ბაზარზე, თუმცა პლატფორმას 100-ზე მეტ ქვეყანაში იყენებენ. იგი ემსახურება 1000-ზე მეტ კომპანიას და მომხმარებლებთან პირდაპირი წვდომის შესაძლებლობაც აქვს. ამ პროფილის კომპანიების სიაში, შემოსავლების მიხედვით, მე-6 ადგილი უკავია.

შემდგომი განვითარების კუთხით, გლობალური დისტრიბუციის ბიზნესში ვლინდება ტრადიციული GDS-ის კონკურენტი ახალი სადისტრიბუციო სისტემები, მათ შორის **NDC**. **NDC (New Distribution Capability)** შემუშავდა საჰაერო ტრანსპორტის საერთაშორისო ასოციაციის (**International Air Transport Association – IATA**) მიერ და გათვლილია ავიაბილეთებისა და მასთან დაკავშირებული მომსახურებების შეთავაზებაზე, დაჯავშნასა და მართვის ინოვაციურ მიდგომებზე. მართვის ინოვაციები აისახება მომსახურების პაკეტების ოპტიმიზაციაში, მათი პერსპექტიულ სეგმენტებზე მორგებაში, მომსახურების პერსონალიზაციაში, დინამიკური ფასდადების გამოყენების ფართო შესაძლებლობებსა და სხვა მიმართულებებში. მომხმარებლები ძირითადად საცალო ვაჭრობაზე ორიენტირებული სამოგზაურო სააგენტოები არიან. პერსპექტივაში **NDC** განიხილება ტრადიციული GDS-ის შესაძლო შემცვლელად (**ALTOUR 2025**).

ონლაინსამოგზაურო სააგენტოები – OTA

აბრევიატურა OTA-ს ორი ურთიერთდაკავშირებული განმარტება აქვს. ერთი არის Online Travel Agency, როგორც პროფილური საქმიანობის მიმართულება, ხოლო მეორე – Online Travel Agent, რაც მოგზაურობის ბიზნესში ჩართულ სუბიექტს, კომპანიას ან ინდემნარმეს გულისხმობს (Taslim et al. 2024). მთლიანობაში OTA წარმოადგენს ონლაინ სამოგზაურო სააგენტოების კატეგორიას, მათ ონლაინ პლატფორმებთან ერთად, რომლებიც შუამავლის როლს ასრულებენ და ტურისტული მომსახურების მწარმოებლებს პოტენციურ მომხმარებლებს უკავშირებენ; ამ მიზნით ისინი ახორციელებენ შესაბამის მარკეტინგულ მომსახურებასაც. სასტუმროების მაგალითზე ეს კავშირები ხორციელდება OTA-ს პლატფორმებისა და სასტუმროების ქონების მართვის სისტემების (Property Management System – PMS) ინტეგრირებით. ასევე ფართოდ არის გავრცელებული OTA-ს პლატფორმების ინტეგრირება მოგზაურობასთან დაკავშირებულ სხვა სისტემებთან, როგორებიცაა ფრენების დაჯავშნის აპლიკაციები, მანქანების გაქირავების მონაცემთა საიტები და სხვა მომსახურებები. პლატფორმებზე წარმოდგენილი მონაცემების განახლება ხშირად რეალურ დროში ხდება.

ზოგადად, OTA-ს პროფილური ფუნქციებია:

მოგზაურობის შესახებ ინფორმაციის მიწოდება

ტურისტული მარშრუტების აგება

მოგზაურობისთვის ხელშეწყობა

ტურის დაგეგმვა და ხარჯთაღრიცხვა

ბილეთების შეთავაზება

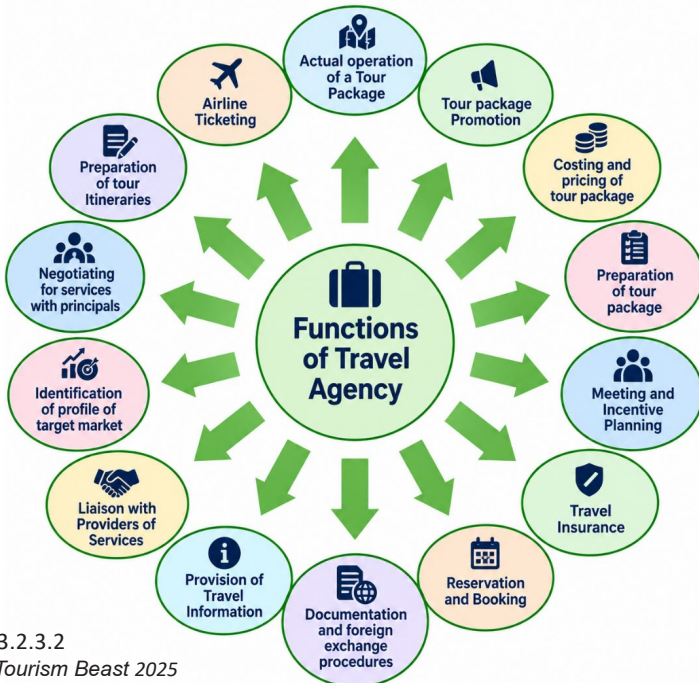
განთავსების დაჯავშნა

კომუნიკაცია

კავშირები და დაზღვევის უზრუნველყოფა და სხვ.

ამასთან, პრაქტიკაში არსებული OTA-ს ფუნქციების სრული ჩამონათვალი უფრო ვრცელია (იხ. ნახ. 3.2.3.2).

შეთავაზებების დისტრიბუცია ხორციელდება სოციალური ქსელებისა და სხვა ციფრული არხების მეშვეობით. OTA კომპანიების მარკეტინგული მომსახურება ზრდის ჯავშნების რეალიზაციას, ამალებს მწარმოებლების ბაზარზე წვდომასა და ხილვადობას. მწარმოებლებისთვის ეს მომსახურება, როგორც წესი, აისახება რეალიზებული ჯავშნის ღირებულებიდან საშუალოდ 15%-იან საკომისიო ტარიფში. მომხმარებლების მხრიდან, მოგზაურებს შეუძლიათ OTA-ს მეშვეობით დაჯავშნონ სასტუმროები და ფრენები, დაიქირაონ ავტომობილები, შეიძინონ ადგილები საკრუიზო გემებზე, იყიდონ დასვენების კომპლექსური მომსახურების პაკეტები და სხვ. ასევე, მოგზაურებს შეუძლიათ პირდაპირ გადავიდნენ სასტუმროს ან ავიაკომპანიის ვებსაიტზე. ამასთან, კვლევებმა აჩვენა, რომ მომხმარებელთა 44% ამ შესაძლებლობას მხოლოდ OTA-ების ფასებთან შედარებისთვის იყენებს.



ნახაზი 3.2.3.2

წყარო: *Tourism Beast 2025*

OTA-ს პროგრამული კავშირები სამოგზაურო მომსახურების მწარმოებლებთან ასევე არაერთგვაროვანია. მაგალითად, აღსანიშნავია ე.წ. „თეთრი ეტიკეტის“ OTA პლატფორმა (white labeling). იგი წარმოადგენს პროგრამულ ინსტრუმენტს, რომელიც მომსახურების მწარმოებლებს სურვილისამებრ აძლევს საშუალებას თავიანთი შეთავაზებები ბრენდულ საიტებზე, მწარმოებლის სახელის მითითების გარეშე, განათავსონ. ამასთან, სააგენტო თავად სთავაზობს პაკეტის დიზაინს, მასთან დაკავშირებული ინტელექტუალური საკუთრების დაცვით, ხოლო ყველა საწარმოო ხარჯი მწარმოებლის მხარეს რჩება. ბრენდული საიტის ფუნქციაა შეთავაზების მარკეტინგის უზრუნველყოფა და მისი დისტრიბუცია. ეს პირობები ნაკლებად ცნობად მწარმოებლებს ეხმარება, გაყიდონ თავიანთი პროდუქცია პოპულარული ბრენდული საიტების სახელით და გაზარდონ შემოსავლები.

დღეს OTA-ს პლატფორმების მრავალი წყარო არსებობს, რომლებიც განსხვავდება ტურისტულ ბაზარზე ორიენტირებით, შეთავაზებების პირობებით, ფასებითა და პლატფორმებთან კავშირების სახეობებით. შესაბამისად, მწარმოებლების მხრიდან შეთავაზებების დისტრიბუციისა და მისი მარკეტინგული მომსახურების არჩევანი საჭიროებს ადეკვატური მარკეტინგული სტრატეგიის შემუშავებას, მონაცემების მორგებას, შეთავაზებების პაკეტის რაციონალურად შედგენას, ფასების განაკვეთებისა და მათი სეზონური ცვლადობის განსაზღვრას, შესაბამისი პლატფორმების არჩევას და სხვა ცვლადების ერთობლივ გათვალისწინებას. პოპულარული OTA პლატფორმებია:

Tripadvisor – მოგზაურობის ორგანიზების სფეროში წარმოადგენს მსოფლიოში ერთ-ერთ უდიდეს პლატფორმას, რომლის საიტზეც შესაძლებელია ინფორმაციის მიღება განთავსების საშუალებებზე, რესტორნებზე, ადგილზე მომსახურების გამოცდილებაზე, ავიაკომპანიებსა და საკრუიზო მარშრუტებზე; შეთავაზებების ფასების შედარება სხვადასხვა მოგზაურობის საიტიდან; სასტუმროებში, ფრენებსა და სხვა მომსახურებებზე დაჯავშნის

განხორციელება; მოგზაურობის მიმოხილვებისა და შეფასებების გაცნობა. 2025 წლის მონაცემებით, აღნიშნული საიტი ყოველთვიურად 463 მილიონ მოგზაურს ემსახურება. დაფიქსირებულია 859 მილიონზე მეტი მიმოხილვა 28 ენაზე და 8.6 მილიონი მოსაზრება განთავსების საშუალებებზე;

Booking Holdings – წარმოადგენს ერთ-ერთ ყველაზე პოპულარულ დაჯავშნის არხს მოგზაურებისთვის მსოფლიოს ყველა სეგმენტსა და ყველა რეგიონში. აღიარებულია გლობალურ ლიდერად ამ სფეროში;

Expedia – ასევე აღიარებულია წამყვან პლატფორმად გლობალურ ბაზარზე. ამასთან, გამოირჩევა პაკეტური ტურების დაჯავშნის პრიორიტეტულობით;

Agoda – განსაკუთრებული პოპულარობით სარგებლობს აზიის ბაზარზე;

Airbnb – სპეციალიზდება მცირე ან უნიკალური განთავსების საშუალებების დაჯავშნაზე. იმ ტურისტებს, რომლებიც სახლიდან შორს, მათთვის ნაკლებად ცნობილ ადგილებში მოგზაურობენ, OTA სთავაზობს ინოვაციურ, ე.წ. „გამოცდილების მიღების“ ტურებს, რაც ხელს უწყობს ადგილობრივი ტრადიციების აღქმასა და სასიამოვნო გამოცდილების მიღებას;

Mr & Mrs Smith –ს პროფილურ მიმართულებას წარმოადგენს მაღალი რანგის, ლუქსის და ბუტიკის (boutique) ტიპის სასტუმროების მომსახურება;

Lastminute.com – როგორც სახელწოდება მიუთითებს, გათვლილია მოკლე დროში დაჯავშნების შეთავაზებებზე, განსაკუთრებით ევროპულ ბაზარზე;

HRS.com – მუშაობს სპეციალიზებულ ბიზნეს-მოგზაურობებზე;

HotelTonight – იძლევა ე.წ. ბოლო წუთში დაჯავშნების განხორციელების შესაძლებლობებს;

Trip.com – არის ყველაზე დიდი OTA ჩინეთში.

სხვა პოპულარულ OTA-ს პლატფორმებში აღსანიშნავია: Almosafer, Cleartrip, Despegar.com, MakeMyTrip.

OTA ბაზრის შესწავლა პერიოდულად ხორციელდება მკვლევრებისა და ექსპერტების მიერ (Tripadvisor 2025). ქვემოთ წარმოდგენილია მენეჯმენტის გლობალური ინსტიტუტის მიერ ჩატარებული კვლევის შედეგები, რომლებიც განხილულ ბაზარზე სისტემურ წარმოდგენას იძლევა (იხ. ცხრ. 3.2.3.1).

ონლაინ ტურისტული სააგენტოების ბაზრის ანგარიშის ატრიბუტები

ძირითადი მაჩვენებლები	დეტალები
ბაზრის მოცულობა და ზრდა	
საბაზისო წელი	2024
ბაზრის მოცულობა 2024 წელს	\$253.2 მილიარდი
პროგნოზირებული პერიოდი 2025 – 2034 წწ CAGR	7.90%
ბაზრის მოცულობა 2034 წ.	\$533.7 მილიარდი
ბაზრის ძირითადი ტენდენციები	
მამოძრავებელი ფაქტორები	გავლენა
მოგზაურობის თვით-ორგანიზებულობის პრიორიტეტული ზრდა	მოგზაურთა მოთხოვნილებების დაკმაყოფილება დაჯავშნის მოქნილ და დამოუკიდებელ შესაძლებლობაზე, რაც ამაღლებს მომხმარებლის კომფორტს;
შემოსავლებისა და მოგზაურობის ხარჯების მართვის გაუმჯობესება	ციფრული ტექნოლოგიების გამოყენებით მომხმარებელთა უფრო დიდი რაოდენობის მომსახურება, პერსონალურ მოთხოვნებზე ორიენტირებით, მაღალი ღირებულების მოგზაურობისა და განთავსების საშუალებების დაჯავშნის შეთავაზებებით.

ინტერნეტისა და სმარტფონების პოპულარობის ზრდა	მოგზაურობის დაჯავშნებზე წვდომის, დაჯავშნის სისწრაფის და უსაფრთხოების გაუმჯობესება
ტექნოლოგიური წინსვლა დაჯავშნის პლატფორმებზე და სერვისებში	უზრუნველყოფს მომხმარებლების მიერ უფრო სწრაფი და უსაფრთხო დაჯავშნის პროცესების განხორციელებას;
ნაკლოვანებები და გამონევენები;	გავლენა
მონაცემთა კონფიდენციალურობისა და უსაფრთხოების საკითხები;	დაჯავშნისა და გადახდის პროცესების მიმართ მომხმარებელთა ნდობის დაქვეითება;
დაჯავშნისა და გაუქმების გართულებული ნესები	იმ მომხმარებლების შეკავება, რომლებიც გამჭვირვალე და უპრობლემო დაჯავშნის პროცესს ანიჭებენ უპირატესობას
შესაძლებლობების გავლენა	
პერსონალიზებული და ხელოვნური ინტელექტზე დაფუძნებული მოგზაურობის გადანყვეტილებების გაუმჯობესება	აუმჯობესებს მონაცემთა ანალიზისა და ხელოვნური ინტელექტის გამოყენებას პერსონალიზებული რეკომენდაციებისა და ხელმისაწვდომი ფასების არჩევანის უზრუნველსაყოფად
გაფართოება ახლად-განვითარებად ბაზრებზე	ახლად-განვითარებად ქვეყნებში ზრდის ინტერნეტისა და სმარტფონების გამოყენების პოპულარიზაციას, რაც ხელს შეუწყობს იმ მოგზაურების რაოდენობის ზრდას, რომლებიც პირველად შეეცდებიან მობილური ტელეფონებით მოგზაურობას.

ბაზრის ლიდერები (2024)	
მონინავე სისტემები	Booking Holdings Expedia Trip.com Airbnb MakeMyTrip ერთობლივი ბაზრის წილი 2024 წელს – 12%
კონკურენტული უპირატესობები	Booking Holdings აძლიერებს თავის კონკურენტულ პოზიციას მობილური აპლიკაციების სფეროში წარმოჩენის გაძლიერებით და დინამიკური ფასდადების შესაძლებლობების გაფართოებით.
	Expedia ინტენსიურად თანამშრომლობს სასტუმროებთან და სხვა მომსახურების მიმწოდებლებთან და ზრდის თავის წარმოჩენას სხვადასხვა ქვეყანაში
	Airbnb-მ წამოიწყო თავის პლატფორმაზე უნიკალური განთავსების საშუალებების, მომსახურების და გამოცდილების ახალი პაკეტის განთავსება, მისი შემდგომი პოპულარიზაციის მიზნით.
	MakeMyTrip ფოკუსირებულია ადგილობრივი მომსახურების შეთავაზებაზე, თავისი ბრენდის იმიჯისა და წარმოჩენის გაძლიერებაზე, კონკურენტუნარიანი ფასების შეთავაზებით
შიგა რეგიონული თავისებურებები	
ყველაზე დიდი ბაზარი	ჩრდილოეთ ამერიკა
ყველაზე სწრაფად მზარდი ბაზარი	აზია-წყნარი ოკეანე

სწრაფად მზარდი ბაზრის მქონე ქვეყნები	საფრანგეთი, ტაილანდი, ინდონეზია, ინდოეთი, არაბთა გაერთიანებული საემიროები, ბრაზილია
პერსპექტიული ხედვები	მობილური აპლიკაციები ხდება დაჯავშნის ძირითადი საშუალებები და უპირატესობა ენიჭება რეალურ დროში განახლებებსა და პერსონალიზაციის სერვისებს.
	მომხმარებელთა ლოიალობის გასაზრდელად ინერგება მომსახურების ჩამოტვირთვის და ჯგუფებში განეწიანების პროგრამული მოდელები
	წარმოებს ხელოვნური ინტელექტის ინტეგრირება მომხმარებლის გამოცდილების გასაუმჯობესებლად და უკეთესი რეკომენდაციების არჩევის უზრუნველსაყოფად.

ცხრილი 3.2.3.1

წყარო: GMI 2025

გამოვლენილი ტენდენციების პარალელურად, მკვლევრები წარმოადგენენ მოსაზრებებს შემდგომი განვითარების ტენდენციებზე. განთავსების საშუალებებთან დაკავშირებული სისტემების მიმართ აღინიშნება მომსახურების 9 ახალი სტრატეგიული მიმართულება (Mews 2025):

- სამიზნე აუდიტორიის განსაზღვრა
- ძლიერი ბრენდის იდენტიფიკაცია
- ადვილად გამოსაყენებელი ვებგვერდის შექმნა
- საძიებო სისტემების ოპტიმიზაცია (Search Engine Optimization – SEO) და საძიებო სისტემების რეკლამირება (Search Engine Advertising – SEA), რომლებიც მიზნად ისახავენ რეკლამის განთავსებას თვალსაჩინო პოზიციაზე საძიებო სისტემებში, ფასიან განყოფილებაში.

- დაჯავშნის პოპულარიზაცია ონლაინ პლატფორმების საშუალებით
- სოციალურ მედიაში მყარი პოზიციის დამკვიდრება
- ადგილობრივი საზოგადოების ჩართულობა
- ადგილობრივ ბიზნესებთან ურთიერთობების განვითარება
- სხვა პროფესიონალებთან პარტნიორობა.

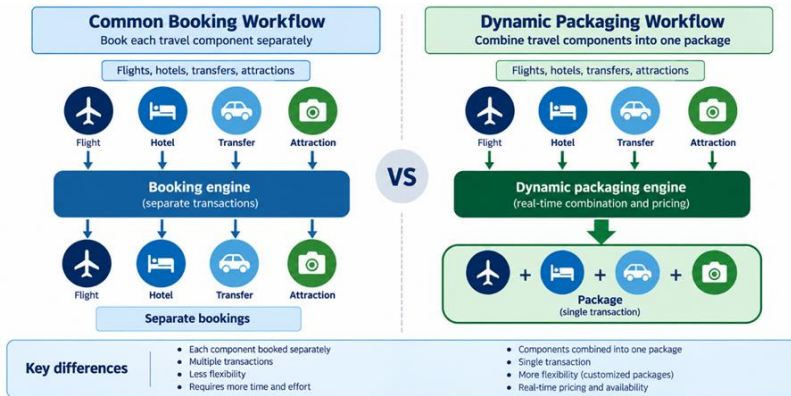
ზოგადად OTA-ს შემდგომი განვითარების პრიორიტეტულ ტენდენციებთან დაკავშირებით, აღინიშნება ორი ძირითადი სფერო, რომლებიც ყველაზე ხშირად არის მოხსენიებული ბოლოდროინდელ საბაზრო კვლევებში.

ერთი ტენდენცია ფასების სტრატეგიას უკავშირდება. ფასების სტაბილურად მატების ფონზე ფართოვდება ფასის მიმართ პრეტენზიულად განწყობილ მოგზაურთა სეგმენტი და მატულობს მათ მიერ სოციალურ ქსელებში საჯაროდ გამოხატული კრიტიკული კომენტარები. ჩატარებულ კვლევაში – სათაურით „შესყიდვის გზა“ – აღნიშნულია, რომ გლობალურად გასაშუალებული ერთი მოგზაური დაჯავშნამდე 45 დღის განმავლობაში 141 გვერდს ათვალიერებს, ხოლო აშშ-ში ეს რიცხვი 277 გვერდს აღწევს. ზოგიერთი კვლევა აჩვენებს, რომ ფასისა და ხარისხის შეფარდება განსაზღვრავს მოგზაურთა საბოლოო გადაწყვეტილებებს. ამ გადაწყვეტილებაზე მოქმედი ფაქტორებია ფასების განაკვეთები, უნიკალური პერსონალიზებული შეთავაზებები, ლოიალობის პროგრამები, ექსკლუზიური შეღავათები და სხვ. აღნიშნული ტენდენციის პირობებში სოციალური ქსელის გარეშე მოქმედი სასტუმროებისა და ტურისტული კომპანიებისთვის რთულდება კლიენტის ყურადღების მიპყრობა. ამასთან, OTA პლატფორმებს ამისთვის მნიშვნელოვანი პოტენციალი გააჩნიათ.

მეორე ტენდენცია განპირობებულია მობილური ტექნოლოგიების გამოყენების მზარდი პოპულარობით. სმარტფონების მომხმარებელთა რაოდენობა გლობალურად, სავარაუდოდ, 2025 წლისთვის 8.4 მილიარდს მიაღწევს, რაც მნიშვნელოვანი ზრდაა 2022 წლის 6.6 მილიარდთან შედარებით. ასევე იზრდება ტელე-

ფონზე დახარჯული დრო. მაგალითად, აშშ-ში ეს დრო 2019 წელს 3 საათი და 45 წუთიდან 2022 წელს 4 საათსა და 29 წუთამდე გაიზარდა. მოგზაურობის მსხვილი ბრენდები აღიარებენ, რომ აპლიკაციებში მომხმარებელთა ჩართულობა ბოლო რამდენიმე წლის განმავლობაში მნიშვნელოვნად გაიზარდა. ამ მხრივ Expedia-მ 2019 წელთან შედარებით 40%-იანი ზრდა დააფიქსირა. მისი შვილობილი კომპანია Vrbo 2022 წელს აშშ-ში ყველაზე ხშირად ჩამოტვირთული მოგზაურობის აპლიკაცია გახდა და ამ მაჩვენებლით Hopper-ს, Booking-სა და თავად Expedia-ს გაუსწრო. Booking-მა კი განაცხადა, რომ ჯავშნების საერთო რაოდენობის 60% მობილური მოწყობილობებიდან ხორციელდებოდა.

კონცეპტუალურ და ტერმინოლოგიურ ასპექტში აღნიშვნას იმსახურებს სადისტრიბუციო ქსელებში ფართოდ გამოყენებული რამდენიმე ცნება, რომლებიც სპეციფიკური შინაარსით გამოირჩევა. მათ შორისაა ინვენტარი. Inventory ქართულად ხშირად ითარგმნება როგორც „მარაგი“, რომელიც საერთაშორისო სტანდარტებით ფინანსური ბალანსის შემადგენელი კომპონენტია. დისტრიბუციის სისტემებთან მიმართებით ასეთი თარგმანი ყოველთვის ზუსტი არ არის, რადგან დაჯავშნადი ერთეულები ფინანსურ ბალანსში მარაგად კი არა, შესაძლოა საკრედიტო დავალიანებებში ან არარეალიზებულ შემოსავლებში აისახოს. გაუგებრობის თავიდან ასაცილებლად, მოცემულ კონტექსტში Inventory შეიძლება განიმარტოს როგორც „დასაჯავშნი რესურსების ფონდი“ ან „ხელმისაწვდომი ჯავშნების ფონდი“. იგი გულისხმობს მომსახურებისა და პროდუქტის იმ ერთეულებს, რომლებიც დაჯავშნას ექვემდებარება – ოთახებს განთავსების საშუალებებში (Accommodation inventory), ადგილებს თვითმფრინავში (Flight inventory), გასაქირავებელ ტურებს და სხვ. ამ ფონდის დამუშავების პროცედურა შეიძლება დაიყოს ორ განზოგადებულ მიმართულებად: „ჩვეულებრივი ჯავშნები“ და „დინამიური ჯავშნები“ (იხ. ნახ. 3.2.3.3).



ნახაზი 3.2.3.3

წყარო: AltexSoft 2025j

„ჩვეულებრივი ჯავშნები“ მოიცავს ჯავშნების იმ კატეგორიას, რომლის პირობები (ფასები, ვადები და სხვ.) შედარებით ხანგრძლივი პერიოდის განმავლობაში უცვლელია. მაგალითად, ასეთ ინფორმაციას შეიძლება მიეკუთვნებოდეს აღწერილობები, სურათები, სამოგზაურო ადგილების რუკები, სასტუმროს კეთილმოწყობა და ა.შ. ასეთი ინფორმაცია, როგორც წესი, ინახება OTA-ს მონაცემთა ბაზაში; ამიტომ, მოგზაურის მიერ ყოველ ჯერზე მოთხოვნის ნაცვლად, სააგენტოები მას ან ცალკე ყიდულობენ, ან API-ის საშუალებით იღებენ და შემდგომი გამოყენებისთვის ინახავენ.

„დინამიკური ჯავშნები“ მუდმივად ცვალებადია როგორც ხელმისაწვდომობის, ისე ტარიფების მხრივ. სააგენტოები „დინამიკურ ჯავშნებზე“ მონაცემებს საკუთარ საიტზე არ ინახავენ და, სანაცვლოდ, API-ების მეშვეობით უზრუნველყოფენ მომხმარებელთა წვდომას მიმწოდებლების სისტემებზე (AltexSoft 2025j). ეს თვისება მარკეტინგულ და ფინანსურ აქტივობებში ტაქტიკური გეგმების დასახვისა და განხორციელების შესაძლებლობას იძლევა (GMI 2025; SiteMinder 2025).

სასტუმრო ნომრების საბითუმო დისტრიბუტორები (Wholesalers / Bedbanks)

ინოვაციური სასტუმრო ნომრების საბითუმო დისტრიბუტორები / Bedbank-ები წარმოადგენენ სადისტრიბუციო ქსელებისა და კომპანიების მეშვეობით სასტუმრო ოთახებისა და სხვა დამატებითი მომსახურებების საბითუმო შეძენა-გაყიდვის ბიზნესს, რაც კონცეპტუალურად B2B ურთიერთობების კონტექსტში მოიაზრება. ტიპური საქმიანობის პროცესი მოიცავს შემდეგ თანმიმდევრულ ეტაპებს: bedbank-ის პროვაიდერი კომპანია სასტუმროებისგან დიდი რაოდენობით ოთახებს (დასაჯავშნი რესურსების სახით) შედარებით დაბალ საბითუმო ფასად ყიდულობს და შემდგომ ე.წ. ბლოკებად (პარტიებად) OTA-ებსა და სხვა სამოგზაურო კომპანიებზე ყიდის. ამით აღნიშნული ბიზნესი სასტუმროებსა და საბითუმოდ მოვაჭრე კომპანიებს შორის ერთგვარი ხიდის როლს ასრულებს (SiteMinder 2025).

ჩართულ მხარეებს შორის სარგებელი შემდეგნაირად ნაწილდება: სასტუმროებს ეძლევათ შესაძლებლობა, გაზარდონ ოთახების დატვირთულობა და შესაბამისი შემოსავლები; სამოგზაურო სააგენტოებისთვის იქმნება მათი პროფილურ მიმართულებებსა და სეგმენტებზე ორიენტირებული შეთავაზებებისთვის სანდო რესურსის უზრუნველყოფის შესაძლებლობა, მათ შორის წინასწარ შეთანხმებული ტარიფებითა და ხელმისაწვდომობით; ხოლო bedbank-მა სარგებელი შეიძლება მიიღოს ოთახების ფონდის შედარებით დაბალ და ფიქსირებულ ფასად შეძენითა და მათი საბითუმო „ბლოკებად“ მომგებიანად რეალიზაციით. ამასთან, აღნიშნულ ბიზნესს, სხვა საბითუმო ვაჭრობის მსგავსად, ახასიათებს შედარებით ხანგრძლივი და მასშტაბური რისკები, რაც ბიზნესის მენეჯმენტში სტრატეგიული და ტაქტიკური აქტივობების სწორად დაგეგმვისა და აღსრულების საჭიროებას ზრდის.

Bedbank-ის პროფილის პოპულარული კომპანიებია:

Hotelbeds – პროფილურ სფეროში ერთ-ერთი უდიდესი და ყველაზე ცნობილი კომპანიაა, რომელიც გამოირჩევა მოგზაურობის დისტრიბუტორების გლობალურ ქსელზე ფართო წვდომით. მათი პლატფორმა შეიცავს დასაჯავშნი რესურსების მართვისა და დინამიკური ფასდადების გამოყენების საუკეთესო შესაძლებლობებს. 2025 წლის მონაცემებით, კომპანია ემსახურებოდა 180 000 სასტუმროს, 185-ზე მეტ დანიშნულების ადგილში.

WebBeds – გამოირჩევა ტურისტულ დისტრიბუტორებთან აქტივობების ფართო მასშტაბით და კონკურენტუნარიანი საკომისიო განაკვეთებით. ამ კომპანიის მომხმარებელთა შორის არიან როგორც ქსელური და ონლაინ სამოგზაურო კომპანიები, ისე ამავე პროფილით ქსელების მიღმა მოქმედი, ე.წ. ოფლაინ ტურისტული სააგენტოები.

Travco – სპეციალიზებულია სასტუმროებისთვის საერთაშორისო ტუროპერატორებთან და სხვა საბითუმოდ მოვაჭრე კომპანიებთან ვაჭრებაზე, მათ პლატფორმებზე წვდომის უზრუნველყოფით, რაც ქმნის ბაზრის ფართო დაფარვის შესაძლებლობებს;

Bonotel – ფოკუსირებულია მაღალი კლასის, ლუქსისა და ბუტიკ-ტიპის სასტუმროების სეგმენტზე და მათთვის ინდივიდუალური მომსახურების შეთავაზებით ხელს უწყობს მაღალი კლასის მოგზაურთა სეგმენტის მოზიდვას;

HotelsPro – ხასიათდება ნომრების განაწილებისა და ფასების მართვისთვის სანდო პლატფორმის შეთავაზებით, რომელიც ფოკუსირებულია რეალურ დროში წვდომის უზრუნველყოფაზე და შეუფერხებელ ინტეგრირებულ მუშაობაზე.

W2M ორიენტირებულია შიგა ტურიზმის მომსახურე კომპანიებზე და მდებარეობს ესპანეთში. მას წვდომა აქვს 500 000-ზე მეტ სასტუმროსთან, აქედან 35 000 სასტუმროსთან – პირდაპირი წვდომით; ასევე აქვს 17 ოფისი 11 ქვეყანაში. შესათავაზებელი პროდუქტების სია, სასტუმრო ოთახების გარდა, მოიცავს

სატრანსპორტო გადაადგილების, მანქანების დაქირავებისა და საექსკურსიო მომსახურებებს (World2Meet 2026).

სხვა ცნობილი კომპანიებია: GRNConnect, Restel, Jumbo tours, Escalabeds, Hoteldo, Welcomebeds, Getaroom, Expedia, Agoda, Dida Travel, Viajes Abreu, Goglobal, Tailorbeds, Smyrooms, Nuitee და Yalago (Eye for Travel 2025).

მეტაძიების სისტემები

მეტაძიების სისტემები წარმოდგენილია ინსტრუმენტებით, რომლებიც აგზავნიან საძიებო მოთხოვნებს მრავალ სხვადასხვა წყაროს მეშვეობით, აჯამებენ შედეგებს და ახდენენ მათ რანჟირებას. ასეთი პლატფორმების მთავარი ამოცანაა ბაზარზე არსებული შეთავაზებების მაქსიმალური რაოდენობის მოძიება და საიტზე წარმოჩენა, რათა მომხმარებელმა შეძლოს მათი შედარება და ინფორმირებული არჩევანის გაკეთება (იხ. ნახ. 3.2.3.4).

სასტუმროებთან მიმართებით ინფორმაცია სანომრე ფონდის ჯავშნებზე (ინვენტარი), ტარიფებზე და სხვა შეთავაზებებზე გადმოტანილია თავად სასტუმროების ვებგვერდებიდან და/ან იმ საიტებიდან, რომლებთანაც ისინი თანამშრომლობენ და სადაც ახდენენ ამ ინფორმაციის განთავსებას. შედეგად, პოტენციურ მომხმარებლებს და სტუმრებს შეუძლიათ ნახონ ფასები, სურათები, წაიკითხონ აღწერილობები და მიმოხილვები, გააკეთონ შედარებები ერთი მეტაძიების საიტზე, სხვა მრავალი პლატფორმის დათვალიერების გარეშე.

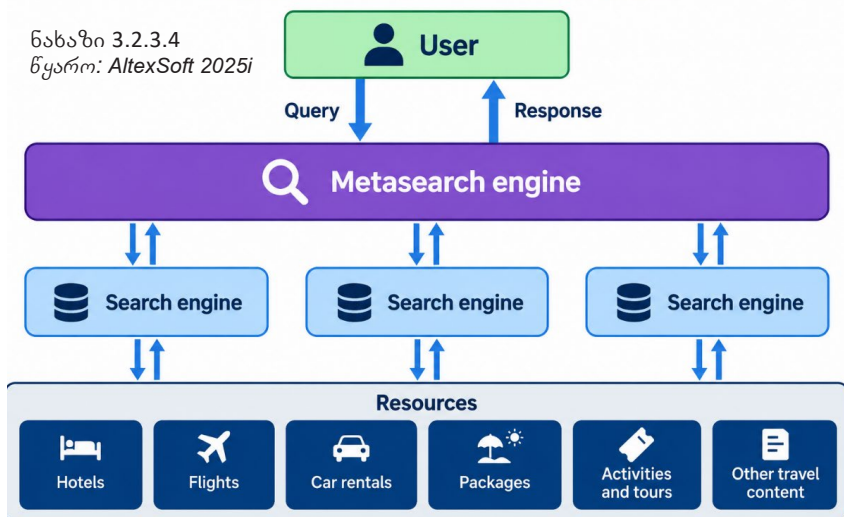
სასტუმროებისა და OTA-ებისთვის მეტაძიების სისტემებთან პარტნიორობის მთავარი სარგებელი მდგომარეობს მათი ონლაინ ხილვადობის გააქტიურებაში და მომხმარებლებზე წვდომის შესაძლებლობების გაფართოებაში. Eyefortravel-ის კვლევის თანახმად, მოგზაურთა 94 პროცენტი სასტუმროების ფასების შესადარებლად მეტაძიების საიტებს იყენებს (Eye for Travel 2025). ამ სისტემების კიდევ ერთ უპირატესობას წარმოადგენს სტუმრების საკონტაქტო ინფორმაციის მოძიება, რაც არ არის გათვალისწინებული OTA-ს ძიების პლატფორმაში.

მეტაძიების სისტემები შემოსავალს რეკლამის განთავსებიდან იღებენ. კლასიკური სცენარით, ეს სისტემები დაჯავშნის განხორციელებას თავად არ ითვალისწინებენ; მათი დანიშნულებაა მომხმარებლების გადამისამართება პარტნიორი კომპანიების ვებგვერდებზე. რეკლამასთან დაკავშირებული გადახდის მოდელები რამდენიმე სპეციფიკური მაჩვენებლით ხასიათდება. ერთია Pay-per-click (PPC) – მოდელი, რომლის დროსაც რეკლამის განმთავსებელი იხდის მხოლოდ მაშინ, როდესაც მომხმარებელი რეკლამას დაწკაპუნებს. მეორეა Cost per Click (CPC) – ერთი დაწკაპუნების საშუალო ღირებულება, რომელიც გამოითვლება რეკლამაზე გაწეული ხარჯის დაწკაპუნებების რაოდენობაზე გაყოფით. მაგალითად, თუ რეკლამის განმთავსებელმა მეტაძიების პლატფორმას რეკლამისთვის 100 აშშ დოლარი გადაუხადა და რეკლამამ 100 დაწკაპუნება მიიღო, ერთი დაწკაპუნების ღირებულება 1 აშშ დოლარია. ამავე კონტექსტში გამოიყენება Cost per Acquisition (CPA), რომელიც გულისხმობს შეძენაზე ან კონვერსიაზე გაწეულ საშუალო ხარჯს. იგი, როგორც წესი, გამოითვლება

Metasearch engines architecture

ნახაზი 3.2.3.4

წყარო: AltexSoft 2025i



რეკლამის მთლიანი ხარჯის მიღებული შედეგების/კონვერსიების რაოდენობაზე გაყოფით (IMC, 2025).

მომსახურების მწარმოებლების ინტეგრირება მეტაძიების სისტემაში შეიძლება განხორციელდეს ყველა შემავალი და-ჯავშნის სისტემის მეშვეობით (connectivity partner) ან პირდაპირ სასტუმროებისა და ტურისტული კომპანიების ჩართულობით, API-ის გამოყენებით (Publiff 2025; Terzinski 2022). ამის მაგალითები იხილეთ ცხრილში 3.2.3.2.

მეტაძიების სისტემების მიმოხილვა					
	მომხმარებლის ძიება	დარგი	ლირებულ-ბის მოდელი	დამაკავშირებელი პარტნიორის არჩევა	პირდაპირი დაჯავშნა
Google Hotel Ads	არ აქვს წვდომა	სასტუმროები	CPC, CPA, PPS	დამაკავშირებელი პარტნიორის მეშვეობით ან APL-ებით	✓
TripAdvisor	თვეში 500 მილიონამდე აქტიური მომხმარებელი	სასტუმროები, რესტორნები, ატრაქციები	CPC, CPA, PPS	დამაკავშირებელი პარტნიორის მეშვეობით	✓
Trivago	თვეში 120 მილიონზე მეტი მომხმარებელი	სასტუმროები	CPC, CPA	დამაკავშირებელი პარტნიორის მეშვეობით ან APL-ებით	✓

Kayak	თვეში დაახლოებით 15 მილიონი ვიზიტი	ფრენები, სასტუმროები, მანქანის დაქირავებები	CPC, CPA, CPI	დამაკავშირებელი პარტნიორის მეშვეობით	x
Hotel-Combined	თვეში დაახლოებით 17 მილიონი მომხმარებელი	ფრენები, სასტუმროები, მანქანის დაქირავებები	CPC	დამაკავშირებელი პარტნიორის მეშვეობით	x
Skyscanner	თვეში 100 მილიონზე მეტი მომხმარებელი	ფრენები, სასტუმროები, მანქანის დაქირავებები	CPC, CPA	არ არის	√

ცხრილი 3.2.3.2

განმარტებები:

CPA – ღირებულება ერთ შეძენაზე/კონვერსიაზე (Cost per Acquisition), ანუ შეძენაზე ან კონვერსიაზე გაწეული საშუალო ხარჯი.

CPC – ღირებულება ერთ დანკაპუნებაზე (Cost per Click) – რეკლამის განმთავსებლის ხარჯი რეკლამის ყოველ დანკაპუნებაზე;

CPI – ღირებულება ერთ ჩვენებაზე (Cost Per Impression) – შემთხვევა, როდესაც შეთანხმებული ტარიფი იხდება რეკლამის 1000 ნახვაზე;

PPS – ღირებულება ერთ გაყიდვაზე (Pay Per Sale) – ფიქსირებული საკომისიო, რომლის გადახდა ხორციელდება მხოლოდ სტუმრის ფაქტობრივი ვიზიტის პირობით.

წყარო: AltexSoft 2025i (თარგმანი ი. ხელაშვილის მიერ)

მეტაძიების სისტემების ჩართულობა სხვა სპეციალიზებულ საძიებო სისტემებთან ხელს უწყობს ინდივიდუალურ ინტერესებზე მორგებული ფართო სპექტრის ინფორმაციის მოძიებას. ეს ხორციელდება საკვანძო სიტყვებისა და თემატური კონტენტის გამოყენებით, როგორებიცაა კონკრეტულ თემასთან დაკავშირებული სიმბოლოები, ტექსტი, სურათები ან ვიდეოები. ამით იზოგება მოთხოვნადი ინფორმაციის მოძიების დრო და შესაძლებელი ხდება სასურველ საკითხზე უფრო სრულყოფილი ინფორმაციის მიღება.

მეტაძიების ტექნოლოგიის მომავალი უკავშირდება ხელოვნური ინტელექტისა და მანქანური სწავლების პროგრესს. ექსპერტების აზრით, მეტაძიების სისტემები ტექნოლოგიურად კიდევ უფრო განვითარდება, ასევე გაფართოვდება მათი ინტეგრირება სხვა აპლიკაციებთან და სერვისულ სისტემებთან. ეს პროცესები ხელს შეუწყობს მომხმარებლისთვის საჭირო ინფორმაციის მოძიებას, მის უფრო სრულყოფილად აღქმასა და პერსონალიზებული შედეგების მიღებას.

3.2.4. „თვითმომსახურების ტექნოლოგიები“ (Self-Service Technology – SST)

ტურიზმისა და მასპინძლობის სფეროში სწრაფ პოპულარობას იძენს ინფორმაციული ტექნოლოგიების გამოყენება, როგორც ტურისტთა მომსახურებაში, ისე ტურისტების თვითმომსახურების მხრივ. ეს პროცესი უშუალოდ უკავშირდება მომსახურების პერსონალიზაციის ტენდენციის სწრაფ განვითარებას და ქმნის მის მიმართ ახალი კონცეპტუალური მიდგომების შემუშავების აუცილებლობას.

„თვითმომსახურების ტექნოლოგიები“ (Self-Service Technology – SST) განიმარტება, როგორც ნებისმიერი სახის ავტომატიზებული სისტემა, რომელიც მომხმარებლებს საშუალებას აძლევს, მომსახურებასთან დაკავშირებული აქტივობები გარე

მხარის დახმარების გარეშე შეასრულონ. უფრო კონკრეტულად, SST მოიცავს ტექნოლოგიურ ინტერფეისს, რომელიც მომხმარებლებს საშუალებას აძლევს, მომსახურების მოთხოვნები თანამშრომლის მინიმალური ჩართულობით ან მისი ჩართულობის გარეშე დაიკმაყოფილონ (Chan and Petrikat 2022).

ტურიზმისა და მასპინძლობის სფეროში გამოყოფენ SST-ს შემდეგ სახეობებს:

- QR კოდები – QR codes
- მანქანური თარგმანი – Machine Translation
- ჩატბოტი – Chatbot (CB)
- ხმოვანი ასისტენტები – Voice Assistants
- ხელოვნური ინტელექტით მართული საიტის ძიება – AI-Powered Site Search
- ვირტუალური რეალობა – Virtual Reality
- დამატებული რეალობა – Augmented Reality
- დაჯავშნის სისტემები – Booking Systems
- კიოსკები/თვითმომსახურების ეკრანები – Kiosks / Self-Service Screens
- ბიომეტრიული მონაცემების ამოცნობის საშუალებები – Biometric Data Recognition
- დრონები – Drones
- რობოტები – Robots

შევნიშნავთ, რომ აღნიშნული აპლიკაციების ნაწილი ატარებს პოლიფუნქციურ ხასიათს, ხოლო ნაწილი კონცენტრირებულია მხოლოდ მომხმარებელთა თვითმომსახურებაზე ან მომსახურების კონკრეტულ მიმართულებაზე. ქვემოთ მოცემულია თითოეული მათგანის ძირითადი მახასიათებლების აღწერა კონცეპტუალურ ასპექტებზე კონცენტრირებით.

QR კოდი – „სწრაფი რეაგირების კოდი“ (Quick-Response Code) წარმოადგენს ორ-განზომილებიან შავ-თეთრი კვადრატებისგან შემდგარ მატრიცულ შტრიხკოდს ინფორმაციის კოდირებისთვის. ფუნქციურად QR ინახავს დიდი მოცულობის კოდირებულ ინფო-

რმაცის, სწრაფი დეკოდირების შესაძლებლობებით, რაც ხორციელდება მობილური მონეობილობებით (მაგ. სმარტფონის სკანირების მეშვეობით). კერძოდ, QR კოდებს შეუძლიათ მოახდინონ 7089 რიცხვითი სიმბოლოს და 4,296 ასო-ციფრული სიმბოლოს აკუმულირება (Kershaw et al. 2021). კოდირება ძირითადად გამოიყენება ობიექტების, ადგილების, საიტების, სერვისების და სხვა მოთხოვნადი „პროდუქტების“ მიმართ. იგი ახდენს „პროდუქტის იდენტიფიცირებას“ და აქცენტს აკეთებს მის აღწერილობებზე (Bi et al. 2008; Starnberger, Frohofer, and Goeschka 2009). ამასთან, მომხმარებელი უნდა იყოს დაკავშირებული ინტერნეტთან და წვდომის უფლების მქონე მომხმარებელს შეუძლია მონაცემთა ბაზაში შესვლა ინფორმაციის მისაღებად. თუმცა, არსებობს ღია წვდომის აპლიკაციებიც და მსურველს ეძლევა პროდუქტის აღწერაზე მყისიერი წვდომის შესაძლებლობა (Emek 2012). თავდაპირველად ეს ტექნოლოგია შეიმუშავა იაპონურმა კომპანია Denson-Wave-მ 1994 წელს მანქანის შეკეთების პროცესში მონეობილობების გასაშვრად (Chung, Hu, and Ko 2010), თუმცა შემდგომში QR-მა მოიპოვა ფართო პოპულარობა და გამოიყენება ბიზნესის, უსაფრთხოების, აკადემიური კვლევების და ბევრ სხვა სფეროში.

QR კოდები ფართოდ გამოიყენება ტურიზმის სფეროშიც. შესაბამის ადგილებში ხდება კოდების განთავსება ე.წ. აბრაზე და მათი სკანირების შედეგად წარმოიქმნება ინფორმაცია ადგილობრივი ისტორიის, კულტურის, ფლორისა და ფაუნის შესახებ (Katlav 2020; Roubay 2019). ტურისტებს საკუთარი სმარტფონებით შეუძლიათ QR გამოყენება მათთვის საინტერესო ადგილების მოსაძიებლად. ასევე ეს ტექნოლოგია გამოიყენება სასტუმროებში და რესტორნების სივრცეებშიც. მაგალითად, ხდება QR კოდის განთავსება ფოიეში, გასაღების ბარათებზე, გამოწერილ ქვითრებზე, ოთახის მომსახურების მენიუზე და სხვა, რაც ხელს უწყობს სტუმრების სრულყოფილ ინფორმირებულობას, პროცედურების გავლის დაჩქარებას და ზოგავს მომსახურე პერსონალის სამუშაო დროს (Kabia and Srinivaasan 2020).

ზოგადად, QR კოდების აპლიკაციების გამოყენება ხელს უწყობს მომსახურე ობიექტის კონკურენტუნარიანობის ამაღლებას (Cinnioğlu 2019) და ტურიზმის ისეთი კონცეპტუალური მიმართულების განვითარებას, როგორებიცაა „ჭკვიანი ტურიზმი“ და „ჭკვიანი დანიშნულების ადგილი“ (Kershaw et al. 2021, 483). ამ მხრივ, აღინიშნება ტურიზმის მდგრადი განვითარების კონცეპტუალური მიდგომის მნიშვნელობა, რაც განპირობებულია დანიშნულების ადგილის კულტურული მემკვიდრეობის, ბუნებრივი გარემოს ადეკვატური აღქმის, რესურსად გამოყენების რაციონალიზაციის, დაინტერესებული მხარეების ჩართულობის, გარემოს მონიტორინგისა და დაცვის ამაღლების, მომხმარებელთა მოთხოვნების გამოკვლევის, კონკურენტული გარემოს და მრავალი სხვა სფეროს ურთიერთკავშირში შესწავლის შესაძლებლობებში (Cinnioğlu 2019; Kershaw et al. 2021).

საერთაშორისო ტურიზმში გამორჩეულ როლს ასრულებს **მანქანური თარგმანი**, რომლის თანამედროვე ვერსია ნეირონული მანქანური თარგმანით არის წარმოდგენილი (Neural Machine Translation – NMT). იგი გათვლილია ტექსტის ავტომატურ თარგმანზე. ამ მხრივ გამოირჩევიან პროგრამები – Lokalise AI და Amazon Translate, DeepL, რომლებიც შედარებით რთული ტექსტის თარგმანზეა ორიენტირებული. რიგ სისტემებს, მაგალითად, IBM Watson Language Translator, გააჩნიათ რამდენიმე ენის ერთიანი ჩართულობით თარგმნის შესაძლებლობები.

მანქანური თარგმანის პროგრამები ასევე გამოირჩევიან სათარგმნი ენების ფართო სპექტრით. მაგალითად, DeepL ითავსებს 29 მეტნილად ევროპულ ენებს, Google Translate ითავსებს 133 ენის თარგმნის შესაძლებლობას, Microsoft Translator – მოიცავს 100 ენის თარგმანს და ა.შ. აღნიშნული შესაძლებლობები სტიმულირებას უწევენ თვითორგანიზებული საერთაშორისო ტურიზმის ტენდენციების განვითარებას.

ქვემოთ წარმოდგენილია მანქანური თარგმანის ძირითადი პროვაიდერები (იხ. ცხრ. 3.2.3.3).

მანქანური თარგმანის ძირითადი პროვაიდერები	
Google Translate	ერთ-ერთი ყველაზე ფართოდ გამოყენებადი და ხელმისაწვდომია. გათვალისწინებულია ათობით ენის თარგმნის შესაძლებლობები. ხელმისაწვდომია ვებ-ინტერფეისის, მობილური აპლიკაციის და დეველოპერებისთვის API-ს სახით.
Azure AI Translator	უზრუნველყოფს თარგმანს სხვადასხვა ენაზე და ინტეგრირებულია ისეთ პროდუქტებში, როგორებიცაა Microsoft Office, Skype და Azure. მოიცავს როგორც მომხმარებლისთვის მოსახერხებელ ვებ-ინტერფეისს, ასევე დეველოპერის ინსტრუმენტებს.
Amazon Translate	წარმოადგენს ღრუბელზე დაფუძნებულ მანქანური თარგმანის სერვისს, რომლის ინტეგრირება შესაძლებელია სხვადასხვა აპლიკაციებში და სერვისებში. მოიცავს ენების ფართო სპექტრს.
DeepL	გამოირჩევა მაღალი ხარისხის ნეირონული მანქანური თარგმანით. ითვალისწინებს რამდენიმე ევროპულ ენას. შეიცავს მოსახერხებელ ვებ-ინტერფეისს მომხმარებლისთვის და API-ს – დეველოპერებისთვის.
IBM Watson Language Translator	ახორციელებს თარგმანს მრავალ ენაზე და ხელმისაწვდომია IBM Cloud პლატფორმის საშუალებით.
Yandex Translate	უზრუნველყოფს თარგმანს სხვადასხვა ენაზე და ხელმისაწვდომია ონლაინ, როგორც Yandex-ის აპლიკაციების შემადგენელი პროგრამა.
SYSTRAN	ორიენტირებულია ბიზნესის სფეროს მანქანური თარგმანის მომსახურებაზე, მათ შორის პროფილური მიმართულებებით, როგორებიცაა ჯანდაცვის, იურიდიული და ფინანსური სფეროები.

ცხრილი 3.2.3.3

წყარო: Poliakova 2024

მანქანური თარგმნის სისტემებს სუსტი მხარეებიც ახასიათებს. სირთულეები შეიძლება გამოვლინდეს ბუნდოვან თარგმანში, განსაკუთრებით მაღალტექნიკური, დიალექტური, საკუთარ სახელებთან დაკავშირებული და სხვა სპეციფიკური გამოთქმების შემთხვევაში (Wolff 2025).

ჩატბოტი (Chatbot – CB) შექმნილია მომხმარებლებთან ბუნებრივი ენით ურთიერთობისთვის და საუბრის სიმულირებისთვის. იგი წარმოადგენს ტექსტზე დაფუძნებულ ხელოვნური ინტელექტის სისტემას, რომლის დანიშნულებაც ინტერაქცია, კითხვებზე პასუხის გაცემა, დავალებების შესრულება და სასტუმრო ოთახების დაჯავშნის ან მომსახურების პროცესში ციფრული ასისტენტის ფუნქციის შესრულებაა. თავისი ფუნქციების ფარგლებში ჩატბოტს შეუძლია მანქანური თარგმანის სისტემის (MT) გამოყენებაც. ჩატბოტების ინტეგრირება შესაძლებელია სხვადასხვა საკომუნიკაციო არხში, როგორებიცაა ვებსაიტები, შეტყობინებების აპლიკაციები, სოციალური მედიის პლატფორმები და ხმოვანი ასისტენტები (Wolff 2025).

ხმოვანი ასისტენტების (VA) მთავარი უპირატესობა ვლინდება ხმოვან რეჟიმში ურთიერთობების წარმართვის შესაძლებლობაში, ე.წ. „ხმოვანი აგენტების“ მეშვეობით. ეს ფუნქცია წარმოადგენს მთავარ უპირატესობას წერილობით კავშირებზე დაფუძნებულ აპლიკაციებთან შედარებით. თავდაპირველად VA გათვლილი იყო ე.წ. ბრძანებებზე პასუხის გაცემაზე (Apple 2025; Google 2025). ამ სისტემის შემდგომმა განვითარებამ შესაძლებელი გახადა გაზიარებული საკითხების კონტექსტის აღქმა და წამებში მილიონობით მონაცემის დამუშავება. თანამედროვე Smart სპიკერები აღჭურვილია WiFi და Bluetooth აპლიკაციებით, რაც უზრუნველყოფს მაღალი ხარისხის ხმოვან გადაცემას და მონაცემების მრავალფუნქციურ გამოყენებას. ამ ტექნოლოგიების პოპულარული ბრენდებია Tivoli Audio და Audio Pro, რომლებიც იყენებენ მონინავე ტექნოლოგიებს, როგორებიცაა, Chromecast-ი და AirPlay-ი. თანამედროვე ხმოვანი ასისტენტების გამოყენებით შე-

საძლებელია: ამინდის განახლებების შემოწმება, ფოსტის გაგზავნა და შემოწმება, ძიება ვიკიპედიაში, ზარების განხორციელება და მიღება, მუსიკის მოსმენა, აპლიკაციების გახსნა, ტექსტური შეტყობინებების გაგზავნა/მიღება, მუსიკის, პოდკასტებისა და აუდიოინგნების მოსმენა და სხვ. ეს შესაძლებლობები ხშირად გამოიყენება შეხსენებების გაგზავნაში, ყოველდღიური დავალებების ორგანიზებაში, დასახული განრიგის მართვაში, ე.წ. ჭკვიანი სახლის მართვაში, პერსპექტიული გეგმების შედგენაში (Patil, Gavali, and Shetty 2021; Step in Academy 2026).

მომავალში ხელოვნური ინტელექტის განვითარებასთან ერთად, ექსპერტები ვარაუდობენ, რომ ხმოვანი ასისტენტების შესაძლებლობები კიდევ უფრო გაფართოვდება, და ამ მხრივ აღინიშნება შემდეგი ფუნქციები:

- პრაქტიკული რჩევების გაცემა
- კარიერული წინსვლისათვის კონსულტაციების შეთავაზება
- ფსიქოლოგიური მხარდაჭერა
- მრავალენოვანი კომუნიკაციის პირობებში აქცენტებისა და დიალექტების გათვალისწინება
- გამოწვევებსა და უსაფრთხოებაზე ინფორმაციის მიწოდება

მიუხედავად მრავალი უპირატესობისა, მნიშვნელოვანია გარკვეული რისკების გათვალისწინება, როგორებიცაა (Patil, Gavali, and Shetty 2021; Step in Academy 2026):

- პირადი ინფორმაციის უსაფრთხოება
- დეზინფორმაციის გავრცელების საფრთხე
- სოციალური იზოლაციის რისკი
- ალგორითმული მიკერძოების საკითხები

ხელოვნური ინტელექტით მართული ძიება (AI-Powered Site Search) უზრუნველყოფს ხელოვნური ინტელექტის გამოყენებით სასურველი ინფორმაციის ეფექტიან და შედეგიან მოძიებას. როდესაც ხელოვნური ინტელექტი გამოიყენება ძიებაში,

იგი, როგორც წესი, ითავსებს მანქანური სწავლებისა და ბუნებრივი ენის დამუშავების (NLP) ქვესისტემებს. ამასთან, სისტემაში გამოიყენება მომხმარებლებისთვის გასაგები სალაპარაკო ენა, რაც ზრდის სისტემის გამოყენების პოპულარობას და შედეგების სრულყოფილად გაგებას. მიღებული პერსონალიზებული პასუხები ხშირად შეჯამებულად გამოისახება, დამატებით ახლავს ხელოვნური ინტელექტის მიმოხილვები და წყაროების ბმულები.

ტურიზმის სფეროში ძიება სრულდება პერსონალიზებული რეკომენდაციების შეთავაზებებით, ასევე, შესაბამისი ბმულების წარმოჩენით და მათზე წვდომის შესაძლებლობებით. ამასთან, პროცესები ხორციელდება რეალურ დროში.

ტურიზმისა და მასპინძლობის სფეროში მოსალოდნელი შედეგები შეიძლება დაჯგუფდეს შემდეგ კატეგორიებად: კითხვებზე მორგებული რეკომენდაციები, სასტუმროების დეტალური შედარებები, ტურისტული და საექსკურსიო მარშრუტების სრული სია მათი აღწერილობით, მ.შ., ტრანსპორტის, აქტივობების და კვების მომსახურების კომპონენტებით. ამით, მომსახურების მიმწოდებლებს ეძლევათ შესაძლებლობა გამოიკვლიონ მიღებული შედეგები, განახორციელონ მოთხოვნებისა და ფასების პროგნოზირება, დაადგინონ მათი რაციონალიზაციის გზები, მოახდინონ მომსახურების უკეთესი მორგება არსებულ და პროგნოზირებად მოთხოვნებზე, განახორციელონ ურთიერთობა დაინტერესებულ მომხმარებლებთან მათ ბუნებრივ ენაზე, მაშინ, როდესაც სხვა მსგავსი სისტემებში ეს შესაძლებლობები შეზღუდულია (Lighthouse 2025).

ხელოვნური ინტელექტით მართული ძიების პოპულარული სისტემებია სასტუმროების სფეროში: AskSuite, ALICE, Revinate, Boom, Hoteza. მოგზაურობის პროფილით პოპულარულია: Perplexity AI, Kayak & Hopper, Google (Sousa, Cardoso, and Dias 2024).

ვირტუალური რეალობა (Virtual Reality – VR) და დამატებული რეალობა (Augmented Reality – AR) გარემოს ციფრულად წარმოჩენაზეა მიმართული. ვირტუალურ რეალობაში (VR) იგულისხმება კომპიუტერული აპარატურისა და პროგრამული უზ-

რუნველყოფის მეშვეობით ხელოვნურად შექმნილი იმერსიული გარემოს რეალურად აღქმა. დამატებული რეალობა (AR) კი რეალურ გარემოს ამდიდრებს კომპიუტერის მიერ გენერირებული ხმებით, ვიზუალური ელემენტებით, ანიმაციებითა და ტექსტური კომენტარებით (Educative 2025; Nikolaidis 2022). აღნიშნულ ცნებებს შორის შედარებითი ანალიზი წარმოდგენილია ქვემოთ მოყვანილ ცხრილში (იხ. ცხრ. 3.2.3.4).

სხვაობა „ვირტუალურ რეალობას“ (VR) და „აუგმენტურ რეალობას“ (AR) შორის		
მახასიათებლები	„ვირტუალური რეალობა“ (VR)	„აუგმენტირებული რეალობა“ (AR)
მომხმარებლის გამოცდილება	VR სრულად იზიდავს მომხმარებლებს სიმულირებულ (ხელოვნურად წარმოსახულ) გარემოში, წყვეტს მის კავშირს რეალურ (ფიზიკურ) სამყაროსთან.	AR ახდენს ვირტუალური გარემოს რეალურ სამყაროსთან ინტეგრირებას, რაც აძლიერებს მომხმარებლის მიერ რეალური სამყაროს აღქმას
გარემოსთან კავშირი	VR ითვალისწინებს მხოლოდ ვირტუალურ გარემოსთან დაკავშირებას, შესაბამისად, საჭირო ხდება სპეციალიზებული ნავიგაციის ან თვალთვალის მონყობილობების დამატება.	AR-ის მეშვეობით ადამიანებს შეუძლიათ ურთიერთკავშირში აღიქვან ვირტუალური და ფიზიკური ობიექტები რეალურ სამყაროში.
საჭირო აპარატურა	VR ხშირად საჭიროებს თავზე დასამაგრებელი სპეციალური მაკონტროლებელი აპარატურის დამატებით გამოყენებას	AR წვდომა შესაძლებელია სმარტფონების, პლანშეტების ან სპეციალიზებული AR სათვალეების მეშვეობით

ცხრილი 3.2.3.4

წყარო: The University of Queensland 2023

ტექნოლოგიურად აღნიშნული „რეალობების“ წარმოჩენა შესაძლებელია როგორც ვებგვერდზე და კომპიუტერულ პლატფორმებზე განთავსებით, ისე სპეციალური სათვალეების მეშვეობით (Head-Mounted Display – HMD).

ვირტუალური რეალობა (Virtual Reality – VR) სასტუმროებთან მიმართებით შეიძლება გამოყენებულ იქნეს სასტუმროს ნაგებობის, მდებარეობის, გარემოს, მისი შიგა სივრცის და ოთახების, ასევე ვირტუალური მომსახურებისა და ტურების წარმოსაჩენად. ამასთან, ეს წარმოჩენა შეიძლება განხორციელდეს სამგანზომილებიან (3D) ფოტო და ვიდეო ფორმატში, რაც მნიშვნელოვნად აუმჯობესებს მათ აღქმას და მიმზიდველობას (Guttentag 2010; Samala et al. 2025; Sousa, Cardoso, and Dias 2024).

აღნიშნული ინოვაციების მიმართ ექსპერტები ასევე აღნიშნავენ, რომ მათი პოტენციალი ჯერ კიდევ ნაკლებად არის გამოკვლეული, მათ შორის ტურისტებისათვის მიმზიდველი ადგილობრივი ტრადიციების (ე.წ. გამოცდილების) წარმოსაჩენად და ზოგადად, ტურიზმის მდგრადი განვითარების ხელშეწყობის მხრივ (Ali and Frew 2014; Samala et al. 2023; Zhu et al. 2025).

დაჯავშნის სისტემები (Booking Systems). ელექტრონულმა პლატფორმებმა, რომელთა მეშვეობით ხორციელდება ყიდვა-გაყიდვის ტრანზაქციები, დაამკვიდრა ტერმინი „ელექტრონული ბაზრის ადგილი“ (Electronic Marketplace) (Wang and Archer 2007). ზოგადად, Marketplace-ის კონცეფცია განიხილება 5 საკვანძო კონტექსტში, როგორებიცაა: (1) მოთხოვნილებები, სურვილები და მოთხოვნები; (2) ბაზრის შეთავაზებები (პროდუქტები, მომსახურება და გამოცდილება); (3) ღირებულება და კმაყოფილება; (4) გაცვლა და ურთიერთობები და (5) ბაზრები (Kotler and Armstrong 2017). დროთა განმავლობაში Electronic Marketplace-ზე ინერგებოდა გადახდების და შეთავაზებების სხვადასხვა საშუალებები, როგორებიცაა პერიოდებით განსაზღვრული წინასწარი გადახდა, დაჯავშნა და გაუქმება.

შემდგომში კიდევ უფრო გაფართოვდა პლატფორმების შუამავლობის (იგივე ინტერფეისების) ფუნქციები როგორც საცალო ისე საბითუმო გარიგებების კუთხით. მხარეებს შორის აქტიური ჩართულობით გამოირჩეოდნენ საავიაციო და სახმელეთო ტრანსპორტი, კვების მომსახურების ბიზნესი და სხვა (Panoiu and Foris 2024). ზოგადად, ტურიზმთან მიმართებით, დაჯავშნის სისტემები (Booking Systems) გათვლილია ურთიერთობების განხორციელებაზე კომპანიებს შორის (B2B), კომპანიებსა და მომხმარებლებს შორის (B2C) და თავად მომხმარებლებს შორისაც (C2C) (Nowak 2023; Panoiu and Foris 2024).

დაჯავშნის ელექტრონული სისტემებისა და პლატფორმების მიმართ, ასევე აღინიშნება, რომ მათი პოტენციალის ათვისება ჯერ კიდევ საწყის ეტაპზეა. კერძოდ, ყველა პლატფორმა, თუნდაც არსებული პოტენციალით, შეიძლება გამოყენებულ იქნეს უფრო ინტენსიურად, როგორც რაოდენობრივი, ისე ხარისხობრივი მაჩვენებლების გამოყენებით (StudySmarter 2024). მოთხოვნად მიმართულებებად განიხილება (StudySmarter 2024):

მკაფიო და ინტუიციურად გასაგები ინტერფეისის შექმნა: იგულისხმება მომხმარებლისთვის მოსახერხებელი ვებსაიტი მარტივი ნავიგაციით, რათა უფრო ადვილად იპოვონ მათთვის საინტერესო ინფორმაცია ზედმეტი სირთულეების გარეშე;

მობილურ მოწყობილობებზე მორგება: დაჯავშნის პლატფორმა სრულად მორგებული უნდა იყოს მობილურ მოწყობილობებზე, რადგან ბევრი მომხმარებელი უპირატესობას ანიჭებს სმარტფონების საშუალებით დაჯავშნას;

პერსონალიზაცია: გულისხმობს მომხმარებლის პერსონალურ ინტერესებზე მორგების შესაძლებლობების გაუმჯობესებას, მ.შ. მათივე გამოცდილების გათვალისწინებით;

საძიებო სისტემების ოპტიმიზაცია (SEO) ოპტიმიზაცია: ითვალისწინებს საძიებო სისტემის ოპტიმიზაციის – SEO-ს გამოყენებას საძიებო სისტემაში ხილვადობის ამაღლებით, რაც ხელს უწყობს მეტი ვიზიტორის მოზიდვას.

ტურიზმის სფეროში ელექტრონული პლატფორმის გამოყენების შემდგომი პოპულარიზაციისა და განვითარების კონტექსტში, ასევე აღინიშნება პროცესების კონცეპტუალურ ჭრილში განხილვის აქტუალობა (Arzoumanidis et al. 2022; Martens 2016; Panoiu and Foris 2024). ამ მიდგომის გამოყენების პოტენციური მდგომარეობს მომხმარებლების მხრიდან დიდი რაოდენობის განხილვების საჯარო და დამოუკიდებელ გამოხატვაში. ეს ინფორმაცია შეიძლება გამოყენებულ იქნეს მრავალი კვლევითი მიზნებისათვის, რომლებიც მიმართული იქნება განვითარების სტრატეგიების დადგენაზე, დანიშნულების ადგილის მართვის და ბიზნესის მენეჯმენტის სრულყოფაზე, კონკურენტული გარემოს და კონკურენტული უპირატესობების გამოვლენაზე, მარკეტინგული აქტივობების განსაზღვრაზე, ფინანსური ანალიზების ჩატარებაზე და სხვა. განსაკუთრებულ ყურადღებას იმსახურებს ინფორმაციის გამოყენება მდგრადი განვითარების მიზნებისათვის. დღეს ამის მაგალითებია ისეთი კონცეფციების დანერგვა და წარმოჩენა, როგორებიცაა „მწვანე ოთახი“, „მწვანე სასტუმრო“ ან „მწვანე დანიშნულების ადგილი“, რომლებიც მზარდი პოპულარობით სარგებლობენ გლობალურ ბაზარზე.

კვლევებისათვის ხშირად გამოიყენება მომხმარებლისა და ბაზრის განხილვის ზემოთ აღნიშნული ხუთი კატეგორიის გათვალისწინებით. ამასთან, უფრო განზოგადებული კონცეპტუალური ხედვით, მიმდინარე ეტაპზე, პრიორიტეტულ მიმართულებად განიხილება პლატფორმების მონაცემების გამოყენება და განხილვა კლასიკური „ტურიზმის სასიცოცხლო ციკლის“ კონცეფციის კონტექსტში. ამ მხრივ ერთ-ერთ მოთხოვნად მიმართულებად სახელდება მდგრადობის ამსახველი ინდიკატორების განსაზღვრა და მათი ჩართვა ონლაინ პლატფორმებზე ძიების ფილტრების ხელშეწყობისათვის. ამ შესაძლებლობის გამოყენება დაეხმარება მომხმარებლებს უფრო მდგრადი არჩევანის გაკეთებაში, ხოლო ბიზნესის მენეჯმენტსა და დარგის მმართველ მხარეებს – მდგრადი

და ცირკულარული ტურიზმის (CT) განვითარების რაციონალურ დაგეგმვაში (Arzoumanidis et al. 2022).

“**კიოსკი**” წარმოადგენს მოგზაურებზე გათვლილ თვითმომსახურების ტექნოლოგიას, რომლის გამოყენება შესაძლებელია ნებისმიერ დროს (24/7), ინფორმაციის მიღებით რეალურ დროში და სხვადასხვა ენაზე. მოთხოვნადი ინფორმაციის არჩევანი მოიცავს ტექსტობრივ და ხმოვან შეტყობინებებს, ასევე რუკებს, რომლებშიც ასახულია ადგილობრივი ატრაქციები, სასტუმროები, სატრანსპორტო მომსახურების საშუალებები, კვების ობიექტებზე და სხვ. კიოსკების განთავსების პოპულარული ადგილებია სასტუმროები, სატრანსპორტო კვანძები, ატრაქციები, პოპულარული ტურისტული მარშრუტები და აქტივობების არეალები. კონცეპტუალურად, კიოსკების ტექნოლოგიები „ჭკვიანი ტურიზმის“ კონტექსტში მოიაზრება. მისი მოქმედების ეფექტიანობა (ე.წ. სარგებლიანობა) ფასდება მომხმარებელთა მიერ მოთხოვნადი ინფორმაციის მიღების სიმარტივით და მიღებული ინფორმაციის აღქმადობით. ასეთი ცვლადების მაგალითებია მომხმარებლების მიერ ტექნოლოგიის გამოყენების ადეკვატურობა (Technology Acceptance Model – TAM), მიღებული ინფორმაციის სარგებლიანობა (Perceived Usefulness – PU), გამოყენების სიმარტივე (Perceived Ease of Use – PEOU), მიღებული სიამოვნება (Perceived Enjoyment – PE), ყურადღების მიპყრობა (Attention), დაინტერესება (Interest), დადებითი ემოციების ინსპირირება (Emotions) და სხვა (Asri, Khairol, and Zulkifli 2024; Suanpang and Pothipassa 2024).

ბიომეტრიული ტექნოლოგიები (Biometric Technology) ტურიზმში მზარდი პოპულარობით გამოირჩევა. მათი დანიშნულებაა პიროვნების იდენტიფიცირება თითის ანაბეჭდების, სახის, ხმის, თვალის ფერადი გარსის (ე.წ., ირისი), ხმოვანი ხელმოწერის, ქცევითი მახასიათებლებისა და სხვა საშუალებებით. თითოეული ეს ფუნქცია ხორციელდება ან ცალკე, ე.წ. უნიმოდალური მონაცემებით, ან 2 და მეტი ფუნქციის შეთავსებით – მულტიმოდალური (ჰიბრიდული) აპარატურით. ტურიზმთან მიმართებით,

მულტიმოდალური მოწყობილობების გამოყენება თითის ანაბეჭდის, და/ან სახის იდენტიფიცირების ფუნქციების კომბინირებით, უფრო პოპულარულია აეროპორტებში, უნიმოდალური მოწყობილობები, თითის ანაბეჭდის ან ხმის იდენტიფიკაციით, ხშირად დაა განლაგებული სასტუმროებში, ხოლო მუზეუმებსა და სხვა საექსკურსიო ობიექტებზე მეტი პოპულარობით სარგებლობენ უნიმოდალური აპარატები სახის იდენტიფიცირების ფუნქციით.

ბიომეტრიული ტექნოლოგიების სარგებლიანობა ტურიზმის სფეროში პრიორიტეტულად გამოიხატება ისეთ საკითხებთან მიმართებით, როგორებიცაა:

- მომსახურების პერსონალიზაცია;
- სტუმრებთან დაკავშირებული კონფიდენციალურობის უზრუნველყოფა;
- სასტუმრო ოთახებზე პერსონალური წვდომის უზრუნველყოფა;
- უსაფრთხოების ამაღლება, როგორც სტუმრების, ისე დასაქმებულების მიმართ;
- შეზღუდული წვდომის და საჯარო სივრცეების გაკონტროლება უსაფრთხოების მიზნით.

აღნიშნული კატეგორიის ზოგიერთი მოდელი ასევე შეიცავს ონლაინ დაჯავშნის პლატფორმებს, ქონების მართვის სისტემებს (PMS), მომხმარებლებთან ურთიერთობების შესაძლებლობებს, ვიდეო დაკვირვების ფუნქციებს და ხელოვნურ ინტელექტს (Anderson, Ackah-Arthur, and Ackon 2025; Ko et al. 2014).

ბიომეტრიული ტექნოლოგიების დანერგვა და გამოყენება უკავშირდება გარკვეულ ხარჯებსა და გამოწვევებს, როგორებიცაა საინვესტიციო და საოპერაციო ხარჯები, კადრების კვალიფიკაციის მორგება, აპარატურისა და მასში დაფიქსირებული მონაცემების უსაფრთხოების უზრუნველყოფა და სხვა (Anderson, Ackah-Arthur, and Ackon 2025).

შეენიშნავთ სხვაობას ზემოთ განხილულ QR-სა და Biometric Technology-ს შორის, რომელთა ფუნქციებიც უსაფრთხოებაზეა

ორიენტირებული. ამასთან, ბიომეტრიული ტექნოლოგიები მიმართულია იდენტიფიცირებაზე, ასევე გამოირჩევა დაცულობის უფრო მაღალი დონით და მასში არაა გათვალისწინებული კოდის გაზიარება. როგორც ზემოთ აღინიშნა, QR კოდი ითვალისწინებს ინფორმაციის გაზიარებას და დისტანციურ დაკავშირებადობაზეა გათვლილი.

ბიომეტრიული ტექნოლოგიების მიმართ იზრდება ინტერესი მათი სამეცნიერო კვლევებში გამოყენების კუთხით (Ruiz-Lacaci 2024). კონცეპტუალური ხედვით, აღნიშნული ტექნოლოგიის გამოყენება იძლევა ღირებული ინფორმაციის შეგროვების საშუალებას სიღრმისეული ანალიზებისა და კვლევების ჩასატარებლად. თემატური მიმართულებები შეიძლება იყოს მომხმარებელთა პრეფერენციების და საუკეთესო გამოცდილების გამოვლენა, ჯანმრთელობის დაცულობის ამაღლება, პროცესების მენეჯმენტის სრულყოფა, მომსახურების მიმართულებებისა და ინფრასტრუქტურის სივრცითი რაციონალიზაცია, სტუმართა სეგმენტაცია და მარკეტინგული ღონისძიებების დაგეგმვა, ბრენდის პოპულარიზაცია, გარემოს დაცვის გაუმჯობესების ხელშეწყობა და სხვა. ამ პოტენციალის გამოყენება ასევე შესაძლებელია მდგრადი განვითარების კვლევითი მიზნებისთვისაც.

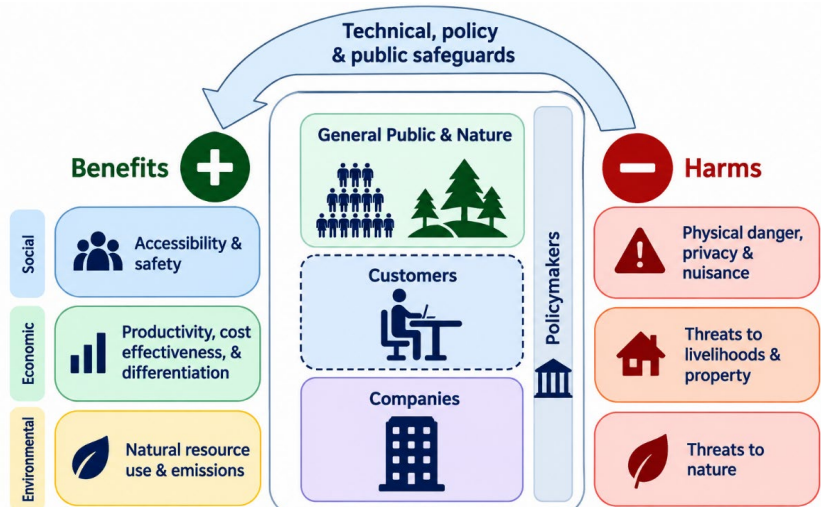
დრონები (Drones) წარმოადგენენ უპილოტო საფრენ აპარატებს (Unmanned Aerial Vehicles – UAV), რომლებიც შეიძლება იმართებოდეს დისტანციურად ან ავტონომიურად და იყენებდეს გლობალური პოზიციონირების სისტემას (Global Positioning System – GPS). მათი მეშვეობით შესაძლებელია სივრცის რეალურ დროში დაკვირვება, აგრეთვე სურათებისა და ვიდეოების გადაღება (Berbeka 2022).

დრონების პოპულარიზაცია ტურიზმში ვლინდება ინოვაციურ ტენდენციად და გულისხმობს ტურისტების მიერ მათ გამოყენებას შთამბეჭდავი სივრცითი ხედების გადასაღებად, სამოგზაურო ადგილების უნიკალური ვიზუალური მასალის შესაქმნელად და საკუთარი სამოგზაურო გამოცდილების გასამდიდრებლად

(StudySmarter 2024). ამ შესაძლებლობებმა დაიმკვიდრეს ვირტუალური ტურების სახელი (Ilkhanizadeh et al. 2020). ტურისტულმა კომპანიებმა დრონების გამოყენება დაიწყეს მარკეტინგული მიზნებისათვისაც, კერძოდ სასტუმროების, ღონისძიებებისა და დანიშნულების ადგილების პოპულარიზაციის მიზნით. მზარდი მნიშვნელობა ენიჭება დრონების გამოყენებას ტურისტთა უსაფრთხოების დაცვის სფეროში, განსაკუთრებით რისკის მატარებელ ტურისტულ მარშრუტებზე, ტრასებზე და აქტივობების სხვა ადგილებში. ამრიგად, დრონის ფუნქციური დანიშნულება ორიენტირებულია ტურისტების თვითმომსახურებაზე (Self-Service), თუმცა გააჩნია ე.წ. ბიზნესსა და მომხმარებლის შორის კავშირები (B2C) და ბიზნესებს შორის კავშირები (B2B) კავშირებიც (Grewal and Sridhar 2021).

ტურიზმის ბიზნესში დრონების გამოყენების მზარდი ტენდენციის ფონზე, მათ მიმართ მეცნიერული კვლევები მხოლოდ საწყის ეტაპზეა (Berbeka 2022). ამასთან, დრონებს დიდი პოტენციალი გააჩნიათ თავისი წვლილი შეიტანონ მდგრადი ტრანსპორტისა და ინფრასტრუქტურის განვითარებაში, მათ შორის გაეროს მდგრადი განვითარების მიზნების შესრულებაში (Beninger and Robson 2025; Foxman and Kilcoyne 1993). ამ მხრივ კვლევების აქტუალურ საკითხებად განიხილება დრონების ბუნებრივ, ეკონომიკურ და სოციალურ გარემოზე დადებითი და უარყოფითი ზეგავლენების პოტენციალის შესწავლა, რაც მოიაზრება ე.წ. მდგრადობაზე ორიენტირებული ინოვაციის ფარგლებში (Sustainability-oriented innovation – SOI). (Beninger and Robson 2025; Sandbrook 2015).

მიმდინარე ეტაპისთვის ჩატარებული კვლევების მიმართულებები განზოგადებულია Beninger და სხვა თანავტორების მიერ შემუშავებულ მოდელში – თემზე ორიენტირებული სარგებლისა და ზიანის ამსახველი ჩარჩო (Beninger and Robson 2025) (იხ. ნახ. 3.2.3.5).



ნახაზი 3.2.3.5

წყარო: Beninger and Robson 2025

Community-centric framework of benefits and harms

წარმოდგენილ მოდელში დრონების გამოყენება ტურიზმში განხილულია ტურიზმის მდგრადი განვითარების კონცეფციის ჩარჩოში – ზეგავლენის დადებითი და უარყოფითი მოსალოდნელი შედეგების ასახვით სოციალურ, ეკონომიკურ და ბუნებრივ ქრილში, ასევე ჩართული მხარეების ხედვების წარმოჩენით.

დრონების დადებითი ზეგავლენის კომპონენტებად აღინიშნება: სოციალურ ასპექტში – ტურისტებისათვის საინტერესო და ძნელად მისაწვდომი ან მიუწვდომელი ადგილების დათვალიერების შესაძლებლობა, მოგზაურთა უსაფრთხოების დაცვაზე გათვლილი მონიტორინგი, მოგზაურობის პერსონალურ ინტერესებზე მორგება, მათ შორის დროის და სივრცის (ადგილების) შერჩევით; ეკონომიკურ ასპექტში – აპარატურის შედარებით

დაბალი თვითღირებულება, მათი უწყვეტ (24/7) რეჟიმში გამოყენების შესაძლებლობა, მომსახურების მიმზიდველობის ამაღლება, ბიზნესისათვის დამაზიანებელი ბუნებრივი პროცესების მონიტორინგი, ასევე, მსუბუქი ტვირთშიდი დრონების მეშვეობით სასტუმროების მოსამარაგებელი პროდუქტების დაბალხარჯიანი ტრანსპორტირება (პროდუქტებში იგულისხმება კვების პროდუქტები, სუვენირები, თეთრეული, სველი წერტილებისთვის განკუთვნილი ერთჯერადი ქიმიკატები და სხვა); გარემოს დაცვის ასპექტში: გარემოზე ზეგავლენის რისკის მატარებელი ბუნებრივი პროცესების მონიტორინგი, ასევე, აღნიშნული მსუბუქი მომარაგების პროდუქტების ეკოლოგიურად სუფთა დრონებით ტრანსპორტირება, რაც ამცირებს სტანდარტული სახმელეთო და საჰაერო ტრანსპორტის გამოყენებას და, შესაბამისად, მათ მიერ გარემოს დამაბინძურებელი ნახშირბადის ემისიებს.

შეზღუდვების მხრივ აღინიშნება: მწყობრიდან გამოსვლის და დაცემის შემთხვევაში ადამიანების დაზიანების რისკები, ტურისტთა და ადგილობრივი მოსახლეობის კონფიდენციალობისა და სიმყუდროვის დარღვევა; ეკონომიკურ ასპექტში – იგივე მიზეზით – ადვილად დაზიანებადი მოწყობილობების მწყობრიდან გამოყვანა (ანძხები, კაბელები და ა.შ.), საჰაერო ტრანსპორტის მოძრაობისთვის რისკების შექმნა, ადგილობრივი მოსახლეობისთვის სამუშაო ადგილების შემცირება; ბუნებრივ გარემოსთან მიმართებით – ნაკრძალებში და ზოგადად დაცულ არეალებში მობინადრე ცხოველების დაფრთხობა და განადგურებაც კი, ფრინველებზე და მათ გადაფრენებზე უარყოფითი ზეგავლენის მოხდენა, რამაც ერთობლიობაში შესაძლოა გამოიწვიოს ადგილობრივი ლანდშაფტის სტრუქტურის დარღვევის პროცესები. ამასთან აღსანიშნავია, რომ უარყოფითი ზეგავლენის რისკების რეალიზაციის ალბათობა ძალიან დაბალია (Beninger and Robson 2025).

ტურიზმში დრონების პოპულარიზაციის ზრდის ფონზე, მათულობს მოთხოვნები შესაბამისი მარეგულირებელი ბაზის შექმ-

ნაზე და გარემოს მდგრადი განვითარების შემდგომ ხელშეწყობაზე (Ilkhanizadeh et al. 2020; StudySmarter 2024). სხვადასხვა ქვეყანაში ტურისტების მიერ დრონების გამოყენებასთან დაკავშირებული რეგულაციები მნიშვნელოვნად განსხვავებულია და წარმოდგენილია დაწყებული ცალკეული შეზღუდვებით, დამთავრებული სრული აკრძალვით (Berbeka 2022). ამასთან, ვლინდება რეგულაციების მიმართ ერთიანი ხედვებიც. მაგალითად, დრონების გამოყენება აკრძალულია სტრატეგიული დანიშნულების ტერიტორიების და მათი მიმდებარე სივრცეების მიმართ, როგორცაცაა აეროპორტები, სამხედრო ზონები და სხვა.

რობოტები (Robots) გათვლილია ვიზიტორთა მომსახურებაზე პერსონალის უშუალო ჩართულობის გარეშე, რასაც განსაკუთრებული მნიშვნელობა მიენიჭა კოვიდ-19 პანდემიის პერიოდში. ამ პროფილის ტექნოლოგიამ დაიმკვიდრა – ჰუმანოიდური რობოტების სახელწოდება (Skubis, Mesjasz-Lech, and Nowakowska-Grunt 2024). აღნიშნული ავტომატიზებული მომსახურება პოპულარული გახდა სასტუმროებში, აეროპორტებში და რესტორნებში.

მისი შესაძლებლობები შეიძლება გამოყენებულ იქნას დროის უწყვეტ (24/7) რეჟიმში ვიზიტორების შესვლის და გასვლის ავტომატური დარეგისტრირებისთვის, ოთახების და სხვა სივრცეების დალაგებისთვის. ასევე გამოყენებადია კონსიერჟის ცალკეული ფუნქციების ჩანაცვლებისთვის ვიზიტორთა ისეთ მომსახურებაში, როგორებიცაა ბარგის გადატანა, სასტუმროს მოსამარაგებელი პროდუქტების შიგა გადაზიდვები და სხვა (Ye, Sun, and Law 2022).

განზოგადებულად, რობოტების გამოყენების პრიორიტეტულ ღირებულებებში აღინიშნება: ოპერაციული ეფექტურობის გაზრდა რუტინული ამოცანების ავტომატიზაციის გზით; მნიშვნელოვანი დანაზოგის მიღება, განსაკუთრებით შრომისა და გრძელვადიანი ოპერაციების ხარჯზე; მომხმარებლის გამოცდილების გაუმჯობესება პერსონალიზებული და სწრაფი მომსახურებით; რეალურ დროში მონაცემების შეგროვება და ანალიტიკა უკეთესი

გადაწყვეტილების მისაღებად; კონკურენტული უპირატესობის მოპოვება ადრეული დანერგვისა და ბრენდის მოდერნიზაციის გზით; რობოტებთან ურთიერთობის ეთიკური უსაფრთხოება, რაც განპირობებულია იმ ფაქტობრივი გარემოებით, რომ რობოტები ვერ მიაყენებენ მორალურ შეურაცხყოფას მომხმარებლებს (Skubis, Mesjasz-Lech, and Nowakowska-Grunt 2024; Thaker 2021)

ცალკე აღნიშვნას იმსახურებს ჯანმრთელობის უსაფრთხოების უზრუნველყოფა ინფექციების გავრცელების პირობებში, რაც ნათლად გამოვლინდა კოვიდ-19 პანდემიის დროს (Skubis, Mesjasz-Lech, and Nowakowska-Grunt 2024).

უარყოფითი თვისებების, რისკებისა და გამოწვევების მხრივ, კვლევებში სახელდება: სამუშაო ადგილების შემცირება; თვითმომსახურების შესაძლებლობის გამოყენებით, ორგანიზებულ მომსახურებებზე მოთხოვნების შემცირება; ტექნოლოგიის მწყობრიდან გამოსვლის რისკები; მომხმარებლის მიერ ტექნოლოგიის მიუღებლობა; ტექნოლოგიებში მნიშვნელოვანი ინვესტირების ჩადების საჭიროება და საოპერაციო ღირებულების მატება; მომსახურების სპექტრის შეზღუდულობა აპლიკაციებში გათვალისწინებული სტანდარტებით (Thaker 2021). ამასთან, ტურიზმთან მიმართებით, ასევე აღსანიშნავია რობოტების ტექნოლოგიების გამოყენების მთავარი ნაკლოვანება, რაც უკავშირდება ვიზიტორების ადგილობრივ მომსახურე პერსონალთან და მოსახლეობასთან ურთიერთობების ჩანაცვლებას. ეს ასპექტი განსაკუთრებით გასათვალისწინებელია ვიზიტორთა იმ სეგმენტების მიმართ, რომლებიც მოგზაურობენ ადგილობრივი ტრადიციების გაცნობისა და განცდის მიზნებით. ზოგადად, ეს თვისება კვლევებში მოიხსენიება, როგორც დე-ჰუმანიზაცია (Lee 2022).

რობოტების ტურიზმის სფეროში გამოყენებასთან დაკავშირებით სამეცნიერო ნაშრომების გამოქვეყნება იწყება 2017 წლიდან (Kuo, Chen, and Tseng 2017) და პიკური პერიოდი გამოვლინდა 2021 წელს, როდესაც კოვიდ-19 პერიოდი არ იყო დასრულებული (Ye, Sun, and Law 2022). კვლევების უმრავლესობა განხორციელდა

აშშ-ს, ჩინეთის და სამხრეთ კორეის ქვეყნებში განლაგებული სა-სტუმროების მიმართ (Ye, Sun, and Law 2022). შესწავლის ასპექტები მოიცავდა ისეთ საკითხებს, როგორებიცაა – უსაფრთხოების უზრუნველყოფა, მომხმარებლის მიერ მიღებული მომსახურების აღქმა და ადამიანურ მომსახურებასთან შედარება, მიღებული გამოცდილების შეფასება, რობოტების მომსახურებასთან მომხმარებლებისა და თანამშრომლების ადაპტირება, მენეჯმენტზე ზეგავლენა, მენეჯმენტში გამოყენების შესაძლებლობები, გადაწყვეტილების მიღების და ეთიკური სტანდარტების დანერგვა და სხვა. კვლევების უმრავლესობა ჩატარებულია სოციოლოგიურ-ფსიქოლოგიური და ტექნოლოგიური მიმართულებებით. მაგალითად, ციფრული ტექნოლოგიის განვითარების ზეგავლენა ტურიზმზე განხილულ იქნა სოციოლოგიურ-ფსიქოლოგიური კონცეფციის, ე.წ. „ბრიკოლაჟი“-ს (bricolage) მიდგომით. იგი გულისხმობს ტურისტის მიერ მისთვის ხელმისაწვდომი საშუალებების გამოყენებას, საკუთარი აქტივობების დამოუკიდებლად და სპონტანურად დაგეგმვისათვის და განხორციელებისათვის. აღინიშნება, რომ ეს შესაძლებლობები გარკვეულ სოციალურ და ეკონომიკურ გამოწვევებს უქმნის ტურისტული მომსახურების ორგანიზატორ კომპანიებს (Skubis, Mesjasz-Lech, and Nowakowska-Grunt 2024). ამასთან, მდგრადი განვითარების კონცეფციის კუთხით ჯერ არ არის ჩამოყალიბებული ფართოდ მიღებული საბაზო მეთოდოლოგია, მიუხედავად იმისა რომ ამ ინოვაციას გააჩნია მნიშვნელოვანი, ურთიერთდაკავშირებული სოციოლოგიური, ეკოლოგიური და ეკონომიკური გამოვლენები. შესაბამისად, ეს მიმართულება განიხილება მომავალი სამეცნიერო კვლევების პერსპექტიულ მიმართულებად.

* * *

ინფორმაციული და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების (ისტ) გამოყენებას ტურიზმის სფეროში, ანუ ელექტრონულ ტურიზმს (e-tourism), გამორჩეულად ფართო შესაძლებლობები აქვს. მიმდინარე ეტაპზე ამ პოტენციალის ათვისების პრიორიტეტულ მიმართულებებს წარმოადგენს მარკეტინგი, მოგზაურთა მომსახურების დივერსიფიცირება, თვითმომსახურების პოპულარიზაცია, კავშირების დეცენტრალიზებული მენეჯმენტი, აპლიკაციების მეშვეობით შეთავაზებების წარმოჩენიდან გადაწყვეტილებების მიღებაზე და, რიგ შემთხვევაში, მათ ავტომატიზებულ განხორციელებაზე გადასვლა, აგრეთვე ბიზნესის საფინანსო და საოპერაციო პროცესების რაციონალიზაცია. ამავე ტექნოლოგიებს მნიშვნელოვანი შესაძლებლობები აქვთ მდგრადი განვითარების აქტიური ხელშეწყობის მხრივ, თუმცა მათი ათვისება ჯერ კიდევ საწყის ეტაპად ფასდება. ასეთ შესაძლებლობებში მოიაზრება: დაინტერესებული მხარეების ფართო ჩართულობა; ურთიერთკომუნიკაციის დამყარების სიმარტივე, მათ შორის ენობრივი ბარიერის შემცირებით; მოგზაურებისთვის მიმზიდველი და იმავდროულად, „მიუწვდომელი“ ადგილების გაცნობა; ეკოლოგიურად დაცული, თუმცა ეკონომიკურად და სოციალურად არასათანადოდ გამოყენებული ადგილების უსაფრთხოდ, მათ შორის დისტანციურად ათვისება; დარგთაშორისი კავშირებისა და ღირებულებათა ჯაჭვის ფუნქციონირების რაციონალიზაცია; ე.წ. „ჭკვიანი ტურიზმისა“ და „ჭკვიანი დანიშნულების ადგილების“ (Smart Destinations) განვითარება; ამ კონცეფციასთან დაკავშირებული „მწვანე ტურიზმისა“ და „მწვანე სასტუმროების“ გავრცელება და სხვ.

ისტ-ის მიმდინარე პროგრესი – როგორც ხელოვნური ინტელექტისა და მონეობილობების ტექნოლოგიური გაუმჯობესების, ისე ქსელური დაკავშირებადობის გაფართოებისა და ღრუბლოვანი გარემოში მონაცემების დამუშავების მიმართუ-

ლებით – კიდევ უფრო ზრდის მის გავლენას ტურიზმის სფეროზე. ეს გავლენა ვლინდება ისეთი ტენდენციების წარმოჩენასა და სწრაფ განვითარებაში, როგორებიცაა ნაღდი ფულის კრიპტოვალუტით ჩანაცვლება, ტრანზაქციების გამჭვირვალობის ზრდა, თვითმომსახურებისა და დეცენტრალიზებული მენეჯმენტის პოპულარიზაცია, პროექტიური გადანაწილებების ავტომატურად მიღების შესაძლებლობების განვითარება, კონკურენტული გარემოს ცვლილებები და სხვ.

ისტ-ს ტურიზმის სფეროში გამოყენების განხილვა შეჯამებულია ორი ასპექტით – ბიზნესის წარმართვისა და შესაბამისი ტენდენციების კონცეპტუალურ ჭრილში განხილვის კუთხით.

ტურიზმის ბიზნესში ისტ-ს გამოყენების კონტექსტში, მკვლევრები გამოყოფენ კონკრეტულ გამოწვევებსა და განვითარების პრიორიტეტულ მიმართულებებს, კერძოდ:

- უპირატესობა აქვთ წამყვან სააგენტოებს. კერძოდ, *Booking Holdings*-ი, უკავია გლობალური ბაზრის 41%, ხოლო *Expedia*-ს – 32%. შედეგად, ისინი ვლინდებიან დომინანტებად ონლაინ მარკეტინგში და მათი წილი მატულობს. ამდენად, მცირე კომპანიებისთვის პერსპექტიულ მიმართულებად მოიაზრება ნიშურ სეგმენტებზე გასვლა;
- მომხმარებელთა ნდობის დეფიციტი, რომლის დაძლევაც წარმოადგენს პრიორიტეტულ გამოწვევას;
- ნაკლები ხილვადობა – დისტრიბუციის არხების სწორი შერჩევა კრიტიკულად მნიშვნელოვანია წარმატების მისაღწევად;
- პერსონალის კვალიფიკაციის ამაღლება პროგრესირებად ტექნოლოგიებთან შესაბამისობისთვის;
- მომხმარებლების ადაპტირება სწრაფად განვითარებად ელექტრონულ ტურიზმთან, მისი შესაძლებლობების სრულყოფილად გამოყენებისათვის.

აღნიშნულიდან გამომდინარე, ექსპერტების მიერ შემუშავებულია კონკრეტული რეკომენდაციები, რომლებიც წარმოდგენილია დანართში (იხ. დანართი 1).

კონცეპტუალური თვალსაზრისით ვლინდება, რომ ისტ-ის ზემოაღნიშნულ სწრაფ პროგრესსა და ტურიზმის ბიზნესში მის პოპულარიზაციას მნიშვნელოვნად ჩამორჩება ამ პროცესების ამ მიმართულებით განხილვა და გამოკვლევა. იგულისხმება ზოგადი ხედვების შემუშავება და კანონზომიერებების გამოვლენა, სისტემური კვლევითი მიდგომებისა და მეთოდოლოგიის დახვეწა, საყოველთაოდ აღქმადი ცნებების ჩამოყალიბება და სტანდარტიზება, ჯანსაღი კონკურენციის სტიმულირების გზების გამოკვლევა და სხვ. ინფორმაციული და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების კომპლექსურობისა და სისტემურობის გათვალისწინებით, ამავე კონტექსტში განსაკუთრებულ მნიშვნელობას იძენს მდგრადი განვითარების უზრუნველყოფაზე მიმართული კვლევების ჩატარება, ყველა დაინტერესებული მხარის ადეკვატური ჩართულობისა და თანმხლები ეკონომიკური, სოციალური და ეკოლოგიური რისკების მინიმიზაციის უზრუნველსაყოფად.

(შენიშვნა: ინოვაციური ტერმინების განმარტებები იხილეთ მოცემული ნაშრომის ბოლოს წარმოდგენილ ტერმინების განმარტებით ლექსიკონში).

4. ინვესტირების და კონკურენტული გარემოს ინოვაციური ტენდენციები ტურიზმში

ტურიზმის მდგრადი განვითარება უშუალო კავშირშია გრძელვადიან ინვესტიციებთან, რომლის წარმატება, თავის მხრივ, მნიშვნელოვნად განისაზღვრება ბიზნესის კონკურენტუნარიანობის უზრუნველყოფით ხანგრძლივ და ცვლად გარემოში. აღნიშნულმა რეალობამ განაპირობა კლასიკური ინვესტიციებისა და კონკურენტუნარიანობის კონცეფციების შემდგომი განვითარება და მათი მორგება მდგრადი განვითარების ინოვაციურ მოთხოვნებზე. ეს მოთხოვნები, პირველ რიგში, გამოიხატება ტრადიციული მიდგომებით ეკონომიკური პირობების განხილვაში სოციალური და ბუნებრივი კომპონენტების ჩართულობით, ხოლო, სარგებლიანობის მხრივ, ბიზნესის გარდა, სხვა მონაწილე მხარეების ინტერესების გათვალისწინებაში. ქვემოთ, თანამიმდევრულად არის განხილული შესაბამისი პრიორიტეტული პროცესები და ტენდენციები.

4.1. ინვესტიციების ძირითადი ობიექტები და ინვესტირების სახეობები ტურიზმის სფეროში

ინვესტირების კავშირი ტურიზმის მდგრადი განვითარების კონცეფციასთან განიხილება ორი ძირითადი კუთხით: *პირველი* – შემადგენელი კომპონენტები და მათი ფუნქციური დაყოფა; და *მეორე* – ინვესტიციების ძირითადი სახეები.

4.1.1. ინვესტიციების ძირითადი ობიექტები და ინოვაციური ფუნქციები

ტურიზმის სფეროში მასპინძლობის მიმართულება დაკავშირებულია სტუმართა განთავსების საშუალებების კაპიტალტევადი აქტივების გამოყენებასთან, რომლებიც, თავის მხრივ, დი-

დი მრავალფეროვნებით გამოირჩევიან. აღნიშნული გარემოება ზრდის ტურიზმში ინვესტიციების კონცეპტუალურ ქრილში განხილვის აქტუალობას. ამ მხრივ, ერთ-ერთ პოპულარულ სფეროს წარმოადგენს ამ აქტივების კლასიფიცირება და რანჟირება.

ქვემოთ წარმოდგენილია ტურისტთა განთავსების საშუალებების კლასიფიცირების ერთ-ერთი პოპულარული ვერსია (სახელწოდებების ორიგინალურ ენაზე მითითებით) (Revfine 2025):

- სასტუმრო (Hotel);
- ჰოსტელი (Hostel);
- განთავსება და საუზმე, პირდაპირი თარგმნით – „სანოლი და საუზმე“ (“B&B” – Bed and Breakfast);
- სტუმრის სახლი (Guest House);
- მოტელი (Motor Hotel – Motel);
- ბოტელი (Boat Hotel – Botel);
- სასტუმრო აპარტამენტი (Apartment Hotel);
- კოტეჯი (ალტერნატიულად გამოიყენება სახელწოდება – Chale);
- ქოხი (Log Cabin);
- კემპინგი (Camping, Camp site);
- ქარავანი (Caravan);
- დასასვენებელი სახლი (Vacation Home);
- დასასვენებელი კოტეჯი (Holiday Cottage);
- კურორტი (Resort);
- საოჯახო სასტუმრო (Homestay);
- საკრუიზო საშუალება (Cruise Accommodation).

საერთაშორისო პრაქტიკაში ჩამოყალიბდა ხსენებული აქტივების უმრავლესობის რანგობრივი და ხარისხობრივი დაყოფა. განთავსების საშუალებების მრავალფეროვნებამ და მომსახურების ხარისხის ფართო დიაპაზონმა წარმოქმნა რანჟირების მეთოდების ბევრი ვერსია, რომლებიც ერთობლიობაში ითვალისწინებენ 200-ზე მეტ მაჩვენებელს (SiteMinder 2025). ამ კლა-

სიფიციენტების განსაკუთრებული აქტუალობა ვლინდება სასტუმროებთან და სხვა კაპიტალტევად ობიექტებთან მიმართებით. დღეისათვის, შეიძლება ითქვას, რომ მეტი პოპულარობა მოიპოვა სასტუმროების 5 ვარსკვლავიანმა შეფასებებმა, თუმცა ასევე გავრცელებულია 7 და 10 რანგიანი (ვარსკვლავიანი) შეფასებებიც. აღნიშნული რანგები (ვარსკვლავები, ქულები და სხვა) ხშირად განისაზღვრება თავად მომხმარებლების შეფასებების ქულების საფუძველზე, რომლებსაც ისინი აფიქსირებენ ღია წვდომის პროფილურ საიტებზე. შეფასების პოპულარული კრიტერიუმებია: ოთახების კომფორტულობა, აღჭურვილობა, სასტუმროში შეთავაზებული სხვადასხვა მომსახურების ხარისხი და ხელმისაწვდომობა მომხმარებლებისთვის, ფასების ადეკვატურობა, ინტერნეტზე წვდომა, უსაფრთხოების დაცულობა, შიგა და გარე ხედები, ობიექტების მდებარეობა, განთავსების საშუალებების პროფილური მიმართულებით მომსახურების ხარისხი და სხვა.

სასტუმრო ინდუსტრიის განვითარების თავისებურებები ასევე ვლინდება პროფილური მომსახურებების ინოვაციურ მიმართულებებშიც. მკვლევრები გამოყოფენ შემდეგ 10 პრიორიტეტულ მიმართულებას, რომლებიც ზეგავლენას ახდენენ მათ არჩევანზე, პოპულარობაზე და, შესაბამისად, საინვესტიციო მიმზიდველობაზე. ქვემოთ წარმოდგენილია მათი ჩამონათვალი და მოკლე დახასიათება.

ვირტუალური რეალობის წინასწარი განხილვა (Virtual Reality Review) – პოტენციური მომხმარებლის მიერ განთავსების საშუალებების, შესაბამისი დანიშნულების ადგილების და შეთავაზებული მომსახურების წინასწარი, ვირტუალური გაცნობა, რაც მნიშვნელოვნად უწყობს ხელს საკუთარ მოთხოვნებზე მორგებული სასტუმროს არჩევას (Balaji et al. 2025).

ხელოვნური ინტელექტით მართული პერსონალიზაცია – სოციალურ ქსელებსა და პროგრამული სერვისების (Software as a Service – SaaS) დახმარებით, ხელოვნური ინტელექტი შესაძლებელს ხდის მომხმარებლებისთვის სწორი კონტენტის, რეკო-

მენდაციებისა და ქმედებების შეთავაზებას, მათი პრეფერენციების შესაბამისად (Cherukuri 2024).

უკონტაქტო კომუნიკაცია (Contactless communication) – სასტუმროს ინდუსტრიის სფეროში, ამ მომსახურებაში იგულისხმება უკონტაქტო მომსახურება და სასტუმროს აღჭურვა თვითმომსახურების, რობოტული სერვისების და ინტერნეტის ე.წ. საგნებზე დაფუძნებული ტექნოლოგიებით. უკონტაქტო მომსახურების გამოცდილებას აქვს პოტენციალი, რომ დააკმაყოფილოს მომხმარებელი – სიხარულისა და გაცემის კომბინირებით (Gajić, Blešić, and Petrović 2024).

მდგრადი განვითარების პრიორიტეტულობა (Sustainability Goes Mainstream) – მდგრადი განვითარების პრინციპებზე დაფუძნებული ინვესტიციები იძენენ მზარდ პოპულარობას და ვლინდებიან ერთ-ერთ პრიორიტეტულ მიმართულებად (BlackRock 2020) (უფრო დეტალურად განიხილება შემდგომ ქვეთავში).

ველნესის ინტეგრირება (Wellness Integration) – ველნეს სასტუმროების კონცეფცია სტუმრების ფიზიკური, ფსიქიკური და ემოციური კეთილდღეობის გაუმჯობესებაზეა ორიენტირებული ჰოლისტიკური მომსახურების მიწოდებით (Jones 2024). აღნიშნული ტენდენციის აქტუალიზაცია განპირობებულია ზოგადად ჯანმრთელობის გაუმჯობესებაზე მოთხოვნილებების ზრდით, მათ შორის გლობალური მოსახლეობის გასაშუალებელი ასაკის მკვეთრი მატებით, რომლის მაჩვენებელი 1950 წელს იყო 20.31, 2025 წელს – 30.86, ხოლო 2100 წლისათვის ნავარაუდევია 41.69 -მდე ზრდა (Galan 2025).

რობოტული დახმარება (Robotic Assistance) – გამოიყენება სხვადასხვა სამუშაოების შესასრულებლად, როგორებიცაა სტუმრის რეგისტრაციაში და მიღებაში დახმარება, ოთახების დალაგება, ოთახებში პროდუქტების მიტანა, ინფორმაციის მიწოდება და განმეორებითი ოპერაციების ავტომატიზაცია ეფექტიანობისა და ვიზიტორების კმაყოფილების გაზრდის მიზნით. ასევე რობოტიზაცია სასტუმრო ინდუსტრიაში ხელს უწყობს ოპე-

რირების ხარჯების შემცირებას და ამ კუთხით – ინვესტიციების უკუგების მატებას (Banu et al. 2024).

ე.წ. „მუშაობა-დასვენების“ განთავსების საშუალება (Workation Accommodation) – საინფორმაციო და დისტანციური მართვის ტექნოლოგიების განვითარება ზრდის მოთხოვნებს ისეთ სასტუმროებზე, საიდანაც შესაძლებელია დისტანციური მუშაობის შეთავსება დასვენებასა და მოგზაურობასთან. ამის აქტუალობა განსაკუთრებით გაიზარდა კოვიდ-19-ის პირობებში. ასევე, მზარდი ტენდენციით გამოირჩევა ე.წ. MICE ტურიზმში მონაწილეთა დისტანციურად ჩართულობის პრაქტიკა. აღნიშნული ტენდენციები ერთობლიობაში ზრდიან ე.წ. „მუშაობა-დასვენების“ ტიპის სასტუმროებში ინვესტირების მიმზიდველობას (Charalambides 2024).

ჰიპერლოკალური გამოცდილება (Hyper-Local Experiences) გულისხმობს მოგზაურობას დანიშნულების ადგილზე გამოცდილების მიღების მიზნით. ჩატარებული კვლევები ავლენენ, რომ ტურისტულ ბაზარზე იზრდება მოთხოვნები ავთენტური მახასიათებლების მატარებელ ადგილებზე, მათი გარემოს გაცნობაზე და ავთენტურობის აღქმაზე, მათ შორის ე.წ. გამოცდილებითი მომსახურების მეშვეობით. ამ სეგმენტის ზრდას და გააქტიურებას ხელს უწყობს შესაბამისი მოთხოვნებზე და მომსახურებაზე ორიენტირებული საინფორმაციო ტექნოლოგიებისა და ქსელების განვითარებაც (Malathy and Kumar 2025). აღნიშნული მოთხოვნების პოპულარიზაცია ადეკვატურად ზრდის ამ სფეროში ინვესტირების მიმზიდველობას.

ჭკვიანი ოთახები (Smart Rooms) – წარმოადგენენ ოთახებს, რომლებიც აღჭურვილია ინტერნეტთან დაკავშირებული მონაცემების ქსელით, ე.წ. „ნივთების ინტერნეტით“ (Internet of Things – IoT). სასტუმრო მომსახურებასთან დაკავშირებით ტექნოლოგიური პროგრესი ერთი მხრივ, ზრდის საინვესტიციო მიმზიდველობას, ხოლო მეორე მხრივ, აძვირებს ინვესტიციებს. ამასთან, თანამედროვე ტექნოლოგიების არასათანადო გამოყე-

ნებამ და გაუმართაობამ შესაძლოა პრობლემების წინაშე დააყენოს სასტუმრო და შეამციროს მისი მიმზიდველობა. მიუხედავად ამისა, ზოგადად, ჩატარებული კვლევები ადასტურებენ ჭკვიანოთახებში ინვესტირების აქტუალიზაციას (Cvijanović, Vujko, and Sekulić 2025; Tyagi and Patvekar 2019).

სასტუმროების მომსახურების ინოვაციური მომსახურების გრაფიკული მოდელი



ნახაზი 4.1.1.1

წყარო: Hospitality ON 2025

გამონერის მოდელი (Subscription Models) – წარმოადგენს ე.წ. სასტუმროს სააბონენტო მოდელს, რომლის მიხედვით, მომხმარებელი ყიდულობს (გამოიწერს) სპეციალურ აბონემენტს

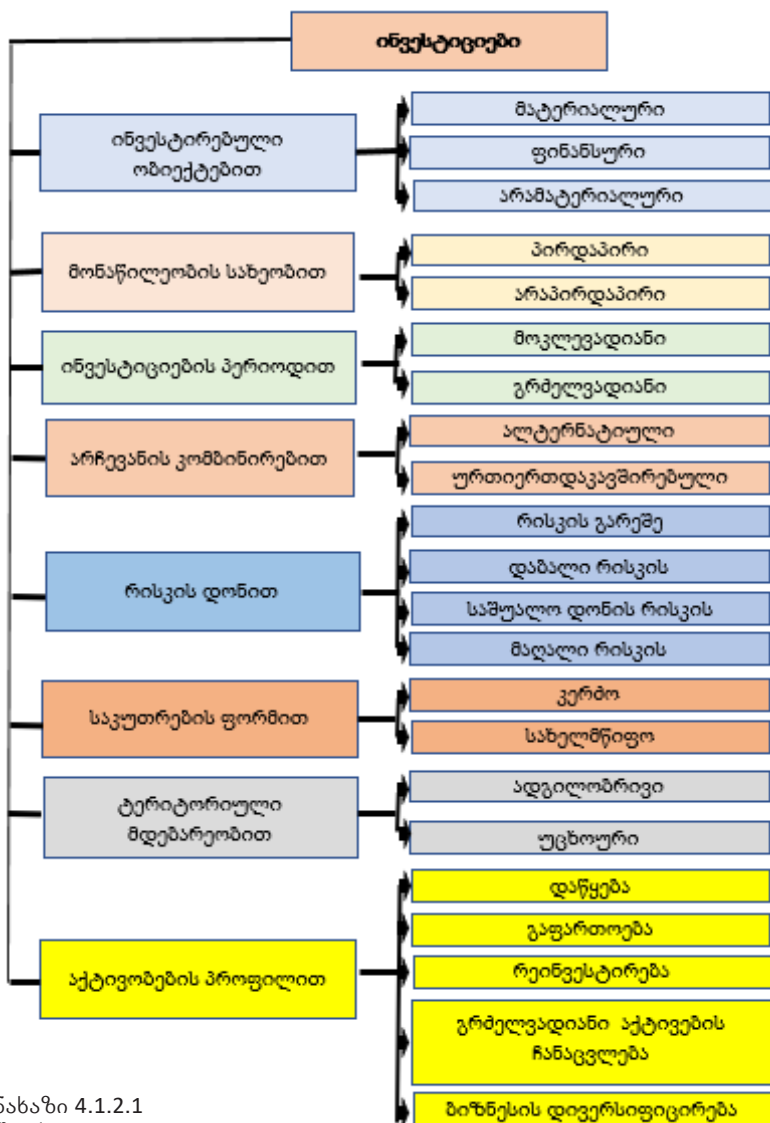
ყოველთვიური ან ყოველწლიური გადასახადით. აბონემენტში ასახული სასტუმროები ვალდებულებას იღებენ განათავსონ ამ კატეგორიის სტუმრები ნებისმიერ დროს, წინასწარი დაჯავშნების გარეშე, აბონემენტში ასახული დამატებითი მომსახურების უზრუნველყოფით. ეს მოდელი პოპულარობას იძენს როგორც საქმიანი, ისე სხვა აქტიური მოგზაურების ბაზარზე. აღნიშნული ფუნქციის მიმართ ვლინდება მზარდი ყურადღება პოტენციური ინვესტორების მხრიდანაც (Kim 2001) (იხ. ნახ. 4.1.1.1).

4.1.2. ინვესტიციების ძირითადი სახეობები

ინვესტიციების განხორციელების სახეობების და კომპლექსურობის მზარდი ტენდენცია, მათ შორის განთავსების საშუალებებთან მიმართებით, ქმნის როგორც საინვესტიციო რესურსების რაციონალურად გამოყენებისთვის გამორჩეულად დიდ პოტენციალს, ასევე ამავე შესაძლებლობების და მიმართულებების სწორად შერჩევის გამონვევებს. ინვესტიციების სახეობები კლასიფიცირდება სხვადასხვა კრიტერიუმით, მათ შორის აქტივობების პროფილური მიმართულებებით, სხვადასხვა კატეგორიის სუბიექტების ჩართულობით, ინვესტირების პერიოდებით, მათი მიზნებისა და საშუალებების კომბინირებით, საინვესტიციო აქტივების მდებარეობით, რისკების დივერსიფიცირებით და დაბალანსებით, საკუთრების ფორმით, პროფილური მიმართულების და სხვა განზოგადებული მაჩვენებლებით.

ქვემოთ წარმოდგენილია ერთ-ერთი პოპულარული მოდელი, რომელიც ასახავს ინვესტიციების ძირითადი ტიპების კლასიფიკაციას (იხ. ნახ. 4.1.2.1), შესაბამისი ცნებების მოკლე განმარტებებით.

სასტუმროებში ინვესტირების სახეობები და საშუალებები



ნახაზი 4.1.2.1

წყარო: Kankhva 2018

1. საინვესტიციო აქტივები (ობიექტები) (Asset Class). ეს არის ინვესტიციების დაჯგუფების ყველაზე გავრცელებული ფორმა, რომელიც ეფუძნება აქტივების მათ ფინანსურ მახასიათებლებს და მასში გამოიყოფა:

- **უძრავი ქონება (Real Estate):** ინვესტიცია საცხოვრებელ ან კომერციულ ობიექტებში მათი გაქირავების ან გადაყიდვის მიზნით. გადაყიდვის მხრივ, ინვესტორის მოლოდინებია, რომ შეძენილი აქტივის ფასი გაიზრდება და შეედლება მისი მომგებიანად გაყიდვა, თუმცა, მას ასევე ახლავს აქტივების გაუფასურების რისკებიც. ასევე აღსანიშნავია, რომ ქონების ბაზარზე შესვლა და ბაზრიდან გამოსვლა შეიძლება მნიშვნელოვან ხარჯებთან იყოს დაკავშირებული, როგორებიცაა აგენტის მომსახურების საფასური, ბრენდის საკომისიო, მოგების გადასახადი და სხვა;

სასაქონლო პროდუქტები (Commodities): მოიცავს ფიზიკურ საქონელს, რომელიც უზრუნველყოფს ინვესტიციების ღირებულების შენარჩუნებას ან გაზრდას. ამ სახის პროდუქტებში მოიაზრება ოქრო, ნავთობი ან სოფლის მეურნეობის პროდუქტები;

ნაღდი ფული და მისი ექვივალენტები: (Cash and cash equivalents): წარმოდგენილია მაღალი ლიკვიდურობის მქონე ინსტრუმენტებით, როგორებიცაა შემნახველი ანაბრები და ხაზინის ვექსილები;

აქციები (Equities): გულისხმობს კომპანიის წილობრივ მფლობელობას, რომელსაც გააჩნია კაპიტალის ზრდის და დივიდენდების მიღების პოტენციალი;

ბონდები (Bonds): არის ფიქსირებული შემოსავლის ფასიანი ქაღალდები (Fixed Income), რომელთა დანიშნულებაა სესხის გაცემა მთავრობებზე ან კორპორაციებზე (მაგ. ობლიგაციები), რაც ინვესტორისთვის უზრუნველყოფს რეგულარულ საპროცენტო შემოსავალს.

2. მონაწილეობის სახეობები – გამოიყოფა პირდაპირი და არაპირდაპირი ინვესტიციების სახეობები.

პირდაპირი ინვესტიცია წარმოადგენს კომპანიის ან ფიზიკური პირის მიერ სხვა ბიზნესში განხორციელებულ მოკლევადიან, საშუალოვადიან ან/და გრძელვადიან კაპიტალდაბანდებას (ჭარაია 2019). ხშირად ეს ტერმინი გამოიყენება პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების მიმართ (Foreign Direct Investment – FDI). თავად უცხოურ ინვესტიციებს ყოფენ 4 სახეობად: ჰორიზონტალური (Horizontal) გულისხმობს ერთ სფეროში ინვესტიციების გეოგრაფიულ განაწილებას ქვეყნების, ან სხვა ტერიტორიული ერთეულების მიხედვით; ვერტიკალური (Vertical) – ინვესტირება სტაბილურ და მომგებიან ბიზნესგარემოში (მაგ., სადაც იაფი მუშახელია, ან დაბალი გადასახადებია და ა.შ.); კონგლომერაციული (Conglomerate) – ინვესტირების განაწილება განსხვავებულ სფეროებში, მაგალითად მაღალი შემოსავლების და რისკის სფეროს კომბინირება დაბალი შემოსავლების და ნაკლებად რისკიან სფეროსთან; და პლატფორმული (Platform) – ინტერნეტ პლატფორმების მეშვეობით ინვესტიციების განაწილება განსხვავებულ ფასიან ქაღალდებში, სხვადასხვა ბირჟებზე დივერსიფიცირებული საინვესტიციო პორტფოლიოს შექმნით.

არაპირდაპირი ინვესტიცია (იგივე, ირიბი ინვესტიცია) გულისხმობს კაპიტალის დაბანდებას ფასიან ქაღალდებში (აქციები, ობლიგაციები შესაბამისი ქვე-სახეობებით) ან ფინანსურ აქტივებში შესაბამის ბირჟებზე ჩართულობით, რაც მიზნად ისახავს პასიური შემოსავლის მიღებას და ხასიათდება უფრო მაღალი ლიკვიდურობით, ვიდრე პირდაპირი ინვესტიციები. ამასთან, ინვესტორი არ მონაწილეობს ბიზნესის მართვაში. შევნიშნავთ, რომ ერთი ფასიანი ქაღალდის განაკვეთი (ფასი) სასტუმროების ბირჟაზე საშუალოდ მერყეობს \$100-\$1000 ფარგლებში, თუმცა არსებობს უფრო მეტი ან ნაკლები განაკვეთებიც, რაც ხელმისაწვდომს ხდის მათ პრაქტიკულად ყველა დაინტერესებული პირისთვის.

3. ინვესტიციების პერიოდი – განისაზღვრება შემდეგ ორ განზოგადებულ კატეგორიაში:

- *მოკლევადიანი პერიოდი* – ფასდება 3 და ნაკლები წლის ხანგრძლივობით;
- *გრძელვადიანი (ხანგრძლივი) პერიოდი* – ხშირად განიხილება 10 წელზე მეტი ხანგრძლივობით და ეს არჩევანი დამახასიათებელია სასტუმრო ბიზნესისათვის.

4. არჩევანის კომბინირება – გულისხმობს ინვესტირების ჩადებას სხვადასხვა მიმართულებით ერთი მიზნობრივი დანიშნულებით. გამოიყოფა ორი ასეთი განზოგადებული მიმართულება – ალტერნატიული და კომბინირებული.

ალტერნატიული ინვესტიციები გულისხმობს ისეთი აქტივების შეძენას, რომლებიც ხშირად ნაკლებად ლიკვიდურია, მაგრამ აქვთ მაღალი უკუგების პოტენციალი. ასეთი აქტივების მაგალითებია კრიპტოვალუტები (ციფრული აქტივები როგორებიცაა Bitcoin ან Ethereum, ჰეჯ-ფონდები), საინვესტიციო ფონდებით მართული კერძო კაპიტალი (Private Equity), ე.წ. „კოლექციები“ – ხელოვნების ნიმუშები, ანტიკვარიატი ან იშვიათი ნივთები და სხვა.

კომბინირებული ინვესტიცია მიმართულია თანხების ჩადებაზე განსხვავებულ, და იმავდროულად, ურთიერთდაკავშირებულ სფეროებში, რაც განაპირობებს მომგებიანობისა და რისკების მოლოდინების დამოკიდებულებას ამ კავშირებზე. დამაკავშირებელი ფაქტორები შეიძლება იყოს: ტერიტორიული ერთეულები – ინვესტიციები ხორციელდება განსხვავებულ სფეროებში მოცემული ტერიტორიის ფარგლებში; პროფილური კავშირები – გულისხმობს განსხვავებულ ტერიტორიაზე მოქმედ ერთი პროფილის ობიექტებში ინვესტირებას; წარმოების ეტაპები – კონკრეტული პროდუქტის წარმოების ეტაპობრივი კავშირები; ერთიან მმართველობაში ან/და მფლობელობაში მოქცეული კავშირები და სხვა.

5. რისკის დონეები – არსებითად გულისხმობს პროგრესის, მათ შორის მდგრადი განვითარების, მრავალი რისკ-ფაქტორით

განზოგადებულ ერთიან შეფასებას. რისკები ხშირად კლასიფიცირდება 3-7 დონიანი დიაპაზონით. ეს მიმართულება წარმოადგენს მრავალ კომპონენტზე და მათ ურთიერთკავშირებზე დაფუძნებულ კონცეფციას, მოცემულ შემთხვევაში წარმოდგენილია რისკის 4- დონიანი შეფასება:

რისკების გარეშე – ეს დონე პირობით ხასიათს ატარებს, რადგან რისკებისაგან აბსოლუტურად თავისუფალი ბიზნესი არ არსებობს, და ამ შემთხვევაში იგულისხმება ყველაზე დაბალი რისკების მატარებელი ინვესტიციები, რომლებიც მიზნად ისახავენ კაპიტალის ღირებულების ხანგრძლივ პერიოდში შენარჩუნებას. ამის მაგალითად შეიძლება დასახელდეს აშშ-ს სახაზინო ობლიგაციები. ამავე კონტექსტში ასევე განიხილავენ ე.წ. „თავდაცვითი ხასიათის“ დაბალი რისკის მატარებელ აქტივებს, როგორებიცაა მყარი ვალუტა და ხანგრძლივ პერიოდში სტაბილურად მოქმედი კომპანიების კორპორაციული ობლიგაციები.

დაბალი რისკების მატარებელ კატეგორიაში ხშირად მოიაზრება ის ბიზნესი და შესაბამისი ფასიანი ქაღალდები, რომლებიც ხანგრძლივ პერიოდში სტაბილურად აწარმოებენ საქმიანობას და მათი ფასიანი ქაღალდები და წილები სანდოდ არის უზრუნველყოფილი გარკვეული ღირებულებებით – წარმატებით მოქმედი საწარმოო ობიექტებით, მაღალი ღირებულების მქონე მატერიალური ობიექტებით, ფულადი რეზერვებით, ფასიანი ქაღალდებით, ფიქსირებული შემოსავლებით და სხვა. ისინი ასევე გამოირჩევიან, რისკების მოლოდინების წარმოჩენის შემთხვევაში, ადვილად გაყიდვის შესაძლებლობებით, მათი ვადის ამონურვამდე (Held-to-maturity).

საშუალო რისკების დონე – არის ყველაზე ფართოდ გავრცელებული კატეგორია, შესაბამისი ფასიანი ქაღალდებით, რომლებიც ხშირად წარმოდგენილია ე.წ. ჩვეულებრივი აქციებით (Common shares, ასევე – Common Stock ან Ordinary shares).

მაღალი დონის რისკებად ფასდება ბიზნესი, ქონება ან/და ფასიანი ქაღალდები, რომლებიც, ერთი მხრივ, მოქმედებენ არას-

ტაბილურ ან ნაკლებად პროგნოზირებად ვითარებაში, ხოლო მეორე მხრივ, მიმდინარე ეტაპზე გამოირჩევიან მაღალი შემოსავლებით. ამ კატეგორიის ერთ-ერთ სახეობას წარმოადგენს ვენჩურული კაპიტალი, რომელშიც მოიაზრება ახლად წამოწყებული, ინოვაციური ბიზნესი – ე.წ. სტარტაპი (Startup), ასევე აქტივები, რომლებიც შეძენილია მოკლევადიან პერიოდში გადაყიდვის მიზნით (Trading), და ე.წ. „გასაყიდად შეთავაზებული“ (Available-for-sale) აქტივები, რომლებიც, როგორც წესი, გათვლილია 1 წელზე მეტი ფლობის პერიოდზე და არ ითვალისწინებს უფრო ადრე გაყიდვას.

6. საკუთრების ფორმები – გამოიყოფა ხშირად ორი, ზოგჯერ სამი და მეტი ფორმა. ესენია *კერძო და სახელმწიფო საკუთრება*, ან/და *საერთაშორისო ორგანიზაციების საკუთრება*. კვლევების მიზნებიდან გამომდინარე, ხდება უფრო დეტალიზებული დაყოფაც – ერთი პირის საკუთრებად, კერძო პირების თანასაკუთრებად და სახელმწიფოსა და კერძო პირის/პირების თანასაკუთრებად.

7. ტერიტორიული მდებარეობა – ასევე ხშირად გამოიყოფა ორი ან სამი კატეგორია – *ადგილობრივი, უცხოური, და საერთაშორისო*, რაც განისაზღვრება ბიზნესის მფლობელი სუბიექტების წარმომავლობით. საერთაშორისო კატეგორია განსაკუთრებულად პოპულარულია ე.წ. „სასტუმროების ქსელთან“ მიმართებით, როგორებიცაა Marriot Int, Jin Jiang Int., Hilton Worldwide და სხვა.

8. აქტივობების პროფილი – კლასიფიცირება დამოკიდებულია კვლევის ან/და გაცნობიერების კონტექსტზე და ასპექტზე, როგორებიცაა ფუნქციური სპეციალიზაცია, მდებარეობა, მასშტაბურობა, მომგებიანობა, ბაზრებზე ორიენტირება და ა.შ. წარმოდგენილ მოდელში ასეთი მიდგომა ეფუძნება ფუნქციონირების პერიოდს.

დანყების ეტაპის ღირებულება და პრიორიტეტულობა განიხილება ახალი ბიზნესის ინიცირებაში ან ახალ ბაზარზე შესვლა-

ში, რაც საწყის ეტაპზე არის რისკის მატარებელი, მაგრამ ხანგრძლივ პერსპექტივაში ფასდება, როგორც მაღალი ღირებულების მომტანი ბიზნესი. ამ სფეროში და ფასიან ქალაქებში ინვესტირება ხდება სტაბილური შემოსავლების მქონე ბიზნესთან და ფასიან ქალაქებთან კომბინირებით.

გაფართოების ეტაპი – ახასიათებს წარმატებულად განვითარებულ ბიზნესს, რომელშიც პირდაპირი ან/და ირიბი ინვესტირების მიზანია შემოსავლების წყაროების გაფართოება, ხოლო, ბიზნესისათვის – ახალი ინვესტირების მოზიდვა კაპიტალის, მ.შ. ხანგრძლივი კაპიტალის გაფართოების მიზნით.

რეინვესტიცია – განსხვავებით გაფართოების სტრატეგიისგან, იგი ითვალისწინებს უკვე არსებული ინვესტირების მიერ მიღებული მოგების ნაწილის დაბრუნებას მოქმედ ბიზნესში. ფასიანი ქალაქების მფლობელებთან მიმართებით რეინვესტირება ხორციელდება დივიდენდების ბიზნესში დაბრუნებით, გარკვეული პერიოდით, სრულად ან ნაწილობრივ, ასევე დამატებითი აქციების შეძენით. აღსანიშნავია, რომ რიგ ქვეყნებში, მ.შ. საქართველოში, მოქმედი რეგულაციების თანახმად, მიღებული მოგებიდან რეინვესტირებული თანხა თავისუფლდება მოგების გადასახადისგან.

ბიზნესის დივერსიფიცირება წარმოადგენს საინვესტიციო რისკების მართვის საკვანძო სტრატეგიას. იგი სრულდება ინვესტირებისთვის განკუთვნილი ფულის გადანაწილებით სხვადასხვა სახის აქტივებზე — აქტივებზე, ობლიგაციებზე, უძრავ ქონებაზე და პროდუქტებზე. იგი მიმართულია ინვესტიციის რისკების დაბალანსებაზე და რისკის საშუალო მაჩვენებლის შემცირებაზე. ამ სტრატეგიას ასევე უწოდებენ ინვესტიციების ღირებულების გასაშუალოებას. წინაპირობას წარმოადგენს მაღალი რისკების და მაღალი შემოსავლების მოლოდინების კომბინირება ზომიერად ან/და დაბალი შემოსავლების და დაბალი რისკების მოლოდინებთან. ასეთი კომბინირება შესაძლოა მოიცავდეს როგორც ტერიტორიული, ისე დარგობრივი გადანაწილების ვერსიებს. ფასიანი ქალაქების კონტექსტში, ეს სტრატეგია გამოიხატება ე.წ. საინ-

ვესტიციო პორტფოლიოს შექმნაში, მათ შორის განსხვავებული ფასიანი ქაღალდების კომბინირებით, როგორებიცაა ბონდი, აქცია, ფულადი სახსრები და მისი ციფრული ეკვივალენტები. ასევე აღსანიშნავია, რომ საინვესტიციო პირობების ცვლილებები ობიექტურ პროცესს წარმოადგენს და პერიოდულად საჭირო ხდება პორტფოლიოს გადაბალანსება. მაგალითად, თუ პორტფოლიო შედგება 70% აქციებისა და 30% ბონდებისაგან, გაურკვეველი პერსპექტივების მოლოდინების შემთხვევაში, რისკების შემცირების მიზნით შეიძლება განხორციელდეს აქციებიდან მიღებული დივიდენდების ობლიგაციებში ჩადება – სტაბილურობის ასამაღლებლად, ხოლო, ხელსაყრელი პირობების გაუმჯობესების მოლოდინების შემთხვევაში, ორიენტირი გადადის მოგების ამაღლებაზე აქციების წილის გაზრდით.

მიუხედავად იმისა, რომ აბსოლუტურად ურისკო ინვესტიცია არ არსებობს, ზემოთ მოცემული სტრატეგიები ხელს უწყობენ ინვესტორებს რისკების ეფექტიანად მართვაში, რისკების შერბილებაში ინვესტორების ფინანსური მიზნების მიღწევაში ცვლად გარემოზე ადეკვატური რეაგირებით.

4.2. ინვესტიციების ინოვაციური ტენდენციები

თანამედროვე ეტაპზე ინვესტიციები ტურიზმში, კონცეპტუალურად შეიძლება დაიყოს ორ პრიორიტეტულ მიმართულებად: მდგრადი განვითარების ინვესტიციები და ინვესტიციები ფასიან ქაღალდებში.

4.2.1. მდგრადი განვითარების ინვესტიციები ტურიზმში

გაერო-ს ვაჭრობისა და განვითარების ორგანიზაციის მიერ განისაზღვრა ტურიზმში მდგრადი ინვესტიციების სახელმძღვანელო 18 პრინციპი, შესაბამისი საინვესტიციო სტრატეგიებისა და პოლიტიკის განმარტებებით (იხ. ცხრ. 4.2.1.1; 4.2.1.2; 4.2.1.3; 4.2.1.4).

1.1 მმართველობის ასპექტი

პრინციპები	საინვესტიციო სტრატეგია და პოლიტიკა
პრინციპი 1: პოლიტიკის თავსებადობა და შიგა დაორ- განიზება	ტურიზმის საინვესტიციო პოლიტიკა უნდა ასახავდეს მთავრობის ერთიან მიდგომას და ეფუძნებოდეს ქვეყნის ტურიზმის და განვითარების სტრატეგიას ზოგადად. ტურიზმის სექტორთან დაკავშირებული ყველა საინვესტიციო მიმართულება უნდა იყოს ურთიერთშემავსებელი და იძლეოდეს სინერგეტიკულ ეფექტს საინვესტიციო პოლიტიკის განხორციელების ყველა ეტაპზე და ყველა დაკავშირებულ დარგთან მიმართებით.
პრინციპი 2: დინამიური პოლიტიკის შემუშავება და რეგულირების უფლება	თითოეულ ქვეყანას აქვს სუვერენული უფლება, განსაზღვროს ტურიზმის სექტორში შესვლისა და ფუნქციონირების პირობები. სახელმწიფოებმა უნდა დაარეგულირონ ტურიზმში ინვესტიციები მდგრადი განვითარების მიზნების მისაღწევად, რეგულარულად გადახედონ თავიანთ პოლიტიკას ეფექტიანობისა და შესაბამისობის თვალსაზრისით, მოარგონ იგი გარემოს ცვალებად პირობებსა და ქვეყნის პრიორიტეტებს.
პრინციპი 3: დაინტერესებულ მხარეთა თანამშრომლობა და კანონის უზენაესობა	საინვესტიციო პოლიტიკის შემუშავებისას განსაკუთრებული ყურადღება უნდა დაეთმოს დაინტერესებულ მხარეებს შორის თანამშრომლობის განვითარებას, კანონის უზენაესობის ინსტიტუციურ პრინციპებთან შესაბამისობას, და უზრუნველყოფილი უნდა იყოს მთავრობების, ადგილობრივი თემების, ბიზნესისა და სამოქალაქო საზოგადოების პროგნოზირებადი, ეფექტიანი და გამჭვირვალე ჩართულობა ტურიზმის სექტორის დაგეგმვაში, განვითარებასა და მართვაში.

პრინციპი 4: ინვესტიციების ხელშეწყობა, ნახალი-სება და დაცვა	ტურიზმში ინვესტირების ხელშეწყობისა და ნახალი-სების პოლიტიკა და სტრატეგიები უნდა შეესაბამებოდეს მდგრადი განვითარების მიზნებს და თავიდან იცილებდეს ინვესტიციებში ზიანის მომტან კონკურენციას. მდგრადი განვითარების ინვესტირები დაცულნი უნდა იყვნენ დისკრიმინაციული მოპყრობისგან და ინვესტიციები უნდა შეესაბამებოდეს კანონების უზენაესობის პრინციპებს.
პრინციპი 5: კორპორაციული მმართველობა და პასუხისმგებლობა	ტურიზმის სექტორში საინვესტიციო პოლიტიკამ ხელი უნდა შეუწყოს ინვესტირების მიერ გარემოს-დაცვითი, სოციალური და მმართველობითი (Environmental, Social and Governance – ESG) ჩარჩოებისა და პრინციპების დაცვას, კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის საუკეთესო საერთაშორისო პრაქტიკის დანერგვას, კარგი კორპორაციული მმართველობის განვითარებას, ასევე ადამიანის უფლებებისა და ძირითადი შრომითი სტანდარტების პატივისცემას და შესაბამისი ვალდებულებების აღიარებას.
პრინციპი 7: საერთაშორისო თანამშრომლობა	ქვეყნებმა უნდა ითანამშრომლონ ტურიზმის სექტორში ინვესტიციებთან დაკავშირებული საერთო პოლიტიკური გამოწვევების დაძლევაში, მათ შორის ყველაზე ნაკლებად განვითარებულ ქვეყნებთან, ზღვაზე გასასვლელის არმქონე განვითარებად და მცირე კუნძულოვან განვითარებად ქვეყნებთან (Small Island Developing States – SIDS). რეგიონულ და გლობალურ საერთაშორისო ორგანიზაციებს შეუძლიათ მნიშვნელოვანი წვლილი შეიტანონ ასეთი თანამშრომლობის მხარდაჭერაში.

ცხრილი 4.2.1.1

წყარო: UN Tourism and UNCTAD 2025

1.2. ეკონომიკური ასპექტი

პრინციპები	საინვესტიციო სტრატეგია და პოლიტიკა
პრინციპი 8: ინფრასტრუქტურა	პოლიტიკამ მხარი უნდა დაუჭიროს იმ ინფრასტრუქტურულ ინვესტიციებს, რომლებიც ხელს უწყობენ ეკონომიკის განვითარებას, ქმნიან დასაქმების შესაძლებლობებს, აძლიერებენ პროდუქტიულობას, აუმჯობესებენ ცხოვრების ხარისხს და ამაღლებენ მდგრადობას. აღნიშნულმა პოლიტიკამ უნდა დააბალანსოს ეკონომიკური განვითარება, სოციალური კეთილდღეობა და ზრუნვა გარემოს დაცვაზე, ასევე უზრუნველყოს მდგრადი, ინოვაციური და ტურიზმის მზარდ მოთხოვნებზე მორგებული ინფრასტრუქტურა.
პრინციპი 9: ტურიზმის დივერსიფიკაცია, ინოვაცია, გაციფრულება და ტექნოლოგია	ქვეყნებმა უნდა შექმნან მარეგულირებელი ჩარჩოები და ნახალისებები ინოვაციების დანერგვის გასამარტივებლად, ციფრული ტექნოლოგიების მხარდასაჭერად, ტექნოლოგიების გასაზიარებლად და გასავრცელებლად, ასევე ისეთი ინვესტიციების წახალისებლად, რომლებიც განავითარებენ მრავალფეროვანი ტურისტული პროდუქტების, სამიზნე ბაზრებისა და სეგმენტების არჩევანს, მ.შ. დანიშნულების ადგილების თვალსაზრისით. პოლიტიკა მიმართული უნდა იყოს მდგრადობის გაძლიერებაზე იმ რისკების შესამცივრებლად, რომლებიც წარმოიქმნება ტურიზმის ერთ მიმართულებაზე, ერთ დანიშნულების ადგილზე ან ერთ სეგმენტზე გადაჭარბებული დამოკიდებულებით.

პრინციპი 10: კავშირები ტურიზმის ღირებულებათა ჯაჭვის დარგებთან	საინვესტიციო პოლიტიკა უნდა ითვალისწინებდეს ტურიზმის ინტეგრირების მნიშვნელობას მის მხარდამჭერ დარგებთან, რაც ქმნის ეკონომიკის გაძლიერებისა და დივერსიფიკირების შესაძლებლობებს, ასევე ხელს შეუწყობს ინვესტირებისა და განვითარების ერთიანი მოდელის შემუშავებას.
პრინციპი 11: ინვესტიციები ტურიზმის სექტორის მცირე და საშუალო საწარმოებისთვის	საინვესტიციო პოლიტიკამ ხელი უნდა შეუწყოს ადგილობრივი და შესაბამისი (იგულისხმება – რამდენადაც მისაღები იქნება) უცხოური მიკრო, მცირე და საშუალო საწარმოების (MSME) ჩართულობას ტურიზმის სექტორში, დაფინანსებაზე წვდომის, პოტენციალის გაზრდისა და მარკეტინგული შესაძლებლობების გამოყენების ხელშეწყობით, დარგის სტაბილურობისა და კონკურენტუნარიანობის ამაღლების მიზნით.

ცხრილი 4.2.1.2

წყარო: UN Tourism and UNCTAD 2025

1.2 სოციალური ასპექტი

პრინციპები	საინვესტიციო სტრატეგია და პოლიტიკა
პრინციპი 12: შრომითი რესურსები და მათი უნარების განვითარება	საინვესტიციო პოლიტიკამ ხელი უნდა შეუწყოს საგანმანათლებლო დაწესებულებებს, კერძო სექტორსა და სამთავრობო უწყებებს შორის პარტნიორობას, რათა შეიქმნას ყოვლისმომცველი სასწავლო პროგრამები, რომლებიც დააკმაყოფილებს შრომის უნარებზე არსებულ და პერსპექტიულ მოთხოვნებს. შრომითი რესურსების მომზადება და უნარების ამაღლება უნდა გასცდეს ტრადიციულ ტრენინგებს და მოიცვას „ციფრული“ განათლება და „მწვანე უნარები“, რომლებიც შეესაბამება ტურიზმის სექტორში მიმდინარე გარდაქმნებს გაციფრულებისა და მდგრადობისაკენ.
პრინციპი 13: კულტურული მემკვიდრეობისა და სოციალური ღირებულებების პატივისცემა	ტურიზმში ინვესტიციები უნდა ითვალისწინებდეს ადგილობრივი თემების მატერიალური და არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის, ტრადიციებისა და ღირებულებების შენარჩუნებასა და დაცვას, უნდა ახალისებდეს ავთენტურობას, ხელს უწყობდეს სიამაყისა და საკუთრების გრძნობის განმტკიცებას და ახალისებდეს ვიზიტორებსა და მაცხოვრებლებს შორის კულტურული ურთიერთობების განვითარებას და კულტურული ღირებულებების გაზიარებას.

პრინციპი 14: სოციალური ინკლუზიურობა და თანასწორობა	საინვესტიციო პოლიტიკამ უნდა წაახალისოს ტურიზმში ინკლუზიური ინვესტიცია, რომელიც უზრუნველყოფს თანაბარი შესაძლებლობების შეთავაზებას საზოგადოების ყველა წევრისთვის, ღირსეული სამუშაო ადგილების შექმნას, სარგებლის განაწილებას ადგილობრივ მოსახლეობაში, მათ შორის დაუცველ, ასევე სოციალურად და ეკონომიურად მონყვლად ჯგუფებს შორის და აარიდებს ნეგატიურ ზეგავლენას ისეთ ჯგუფებზე, როგორებიცაა ბავშვები, ახალგაზრდები, ქალები, ხანდაზმულები, მკვიდრი მოსახლეობა და შეზღუდული შესაძლებლობის მქონე პირები.
პრინციპი 15: ადგილობრივი მოსახლეობის ჩართულობა	საინვესტიციო პოლიტიკამ უნდა უზრუნველყოს ადგილობრივი თემების აქტიური მონაწილეობა ინვესტიციებთან დაკავშირებული გადაწყვეტილების მიღების პროცესებში და უზრუნველყოს მათი პერსპექტივების, საჭიროებების და განვითარების საკითხების გათვალისწინება, მათ შორის, ტურიზმის ინვესტიციების ადგილობრივ თემებსა და მათ საარსებო წყაროებზე ზეგავლენის სისტემატური შეფასებით.

ცხრილი 4.2.1.3

წყარო: UN Tourism and UNCTAD 2025

1.3 გარემოსდაცვითი ასპექტი

პრინციპები	საინვესტიციო სტრატეგია და პოლიტიკა
პრინციპი 16: გარემოზე ზემოქმედება და ბიომრავალფეროვნება	საინვესტიციო პოლიტიკამ უნდა აღიაროს გარემოსდაცვითი საკითხების არსებითი მნიშვნელობა და მხარი დაუჭიროს ტურიზმის განვითარებას, რომელიც მინიმუმამდე დაიყვანს ბუნებრივ გარემოზე უარყოფით ზემოქმედებას, დაიცავს ბუნების ჰაბიტატებს, მათ შორის მდგრადი ინფრასტრუქტურის გამოყენებით, ხელს შეუწყობს საზღვაო ბიომრავალფეროვნებისა და ეკოსისტემების შენარჩუნებასა და აღდგენას ანმყო და მომავალი თაობების საკეთილდღეოდ.
პრინციპი 17: კლიმატის ცვლილების შერბილება და ადაპტირება	საინვესტიციო პოლიტიკამ უნდა გაითვალისწინოს კლიმატის რისკები, შექმნას გარემოზე ზემოქმედების შერბილებისა და ცვლილებებზე ადაპტირების ისეთი ინტეგრირებული მიდგომები, რომელთა მეშვეობით შესაძლებელი იქნება ტურიზმის სექტორის მიერ წარმოებული სათბური გაზების ემისიების შემცირება, ბუნებაზე დაფუძნებული გადაწყვეტილებების მიღება და ნახშირბადის ამოღება, ასევე, მდგრადი ინფრასტრუქტურის სტაბილური განვითარება, რაც ერთობლიობაში შეამცირებს მონყვლადობას და ხელს შეუწყობს მდგრად განვითარებას.
პრინციპი 18: პასუხისმგებლიანი მოხმარება და წარმოება	საინვესტიციო პოლიტიკამ უნდა წაახალისოს ტურიზმის ისეთი განვითარება, რომელიც ეფექტიანად გამოიყენებს რესურსებს, მინიმუმამდე დაიყვანს ნარჩენების წარმოქმნას და დაბინძურებას, განავითარებს ადგილობრივ და სტაბილურ მომარაგებას, ხელს შეუწყობს ცირკულარული ეკონომიკის პრინციპებისა და ბიზნესმოდელების ინტეგრირებას, მდგრადი მოხმარებისა და წარმოების სტიმულირებით.

ცხრილი 4.2.1.4

წყარო: UN Tourism and UNCTAD 2025

ეკონომიკური და გარემოს დაცვის კუთხით, მ.შ. მდგრადი განვითარების კონტექსტში, განხორციელებულმა ინვესტიციებმა დაიმკვიდრეს „მწვანე ინვესტირების“ სახელი. სასტუმრო ინდუსტრიასთან მიმართებით 7 ქვეყანაში ჩატარებულმა კვლევამ გამოავლინა ამ სახის ინვესტიციების ორი პრიორიტეტული მიმართულება. ენერგო ეფექტიანობის მხრივ, რაც ვლინდება საოპერაციო, კერძოდ საექსპლუატაციო ხარჯების შემცირებაში, ასევე ნახშირბადის ემისიის შემცირებაში, რითაც იზრდება ობიექტების მიმზიდველობა და სარგებლიანობა (Huseynli 2022; Milojkovic et al. 2024). ასევე კვლევები ავლენენ ამ სახის ინვესტიციების სუსტ მხარეებსაც. კერძოდ: საწყისი ინვესტიციების მოცულობის მატება ზღუდავს საშუალო და მცირე ბიზნესის ჩართულობას; რთულდება ამ სახის ინვესტიციებზე ნებართვის აღების სამართლებრივი პროცედურები; იქმნება შესაბამისი ინფრასტრუქტურის მორგების დამატებითი საჭიროებები; ეფექტიანობა დამოკიდებული ხდება ადგილობრივ კლიმატურ პირობებზე. ამის მიუხედავად, გრძელვადიანი პერსპექტივისა და მდგრადი განვითარების მნიშვნელობის გათვალისწინებით „მწვანე ინვესტიციების“ კონცეფცია ინარჩუნებს თავის უპირატესობას და იძენს პოპულარობას. განსაკუთრებული ეფექტიანობით, გასაგები მიზეზების გამო, გამოირჩევიან ის არეალები, რომლებიც ხასიათდებიან მზის მაღალი რადიაციით, მ.შ. ხმელთაშუაზღვისპირეთი, კარიბის ზღვის კუნძულების არეალი და სხვა. მაგალითად, მაროკოსა და ხორვატიაში ჩატარებულმა კვლევებმა დაადგინეს, რომ ინვესტირების უკუგება ხორციელდება 2-3 წელიწადში. ზომიერი კლიმატის ზონაში ეს პერიოდი მნიშვნელოვნად მატულობს (Milojkovic et al. 2024). გამოყენების სფეროები მოიცავს გათბობას, განათებას, წყლის განმენდას, ჰაერის კონდიცირებას და ვენტილაციას.

მდგრადი განვითარების ინვესტიციების სოციალური სარგებლიანობის ასპექტები ნაკლებად არის წარმოდგენილი აკადემიურ კვლევებში. ამასთან აღინიშნება ამ ინვესტიციების დადები-

თი ზეგავლენის პოტენციური კულტურული მემკვიდრეობის შენარჩუნებაზე, დანიშნულების ადგილებში დასაქმების ადგილების შექმნაზე, ამავე ადგილების ცნობადობის ამაღლებაზე და სოციალური ინფრასტრუქტურის განვითარებაზე (Huseynli 2022).

რისკებისა და გამონეწევების კონტექსტში მოიაზრება ის მოცემულობა, რომ ინვესტიციებს ბუნებრივად ახლავს წარუმატებლობის რისკებიც. გარდა ამისა, გამონეწევების მაგალითებად ვლინდება არალეგალური აქტივობები, მიგრაციები და ინვესტიციები, სოციალური გარემოს დამაზიანებელი და გადაჭარბებული განაშენიანებები და სხვა (Huseynli 2022).

4.2.2. განთავსების საშუალებები ფასიანი ქაღალდების ბაზრებზე

მსხვილი აქტივების მქონე სასტუმროებისათვის ინვესტირების მოზიდვის საუკეთესო საშუალებას ფასიანი ქაღალდების ბაზრები წარმოადგენენ. ბაზრები, თავის მხრივ, განსხვავდებიან კაპიტალიზაციის მოცულობის მაჩვენებლით. ხშირად გამოიყოფა შემდეგი 3 კატეგორია (Kumar, Sabharwal, and Sakshi 2024).

მსხვილი კაპიტალის (**Large-cap**) მქონე კომპანიების ბაზარი (ხანგრძლივი აქტივების ღირებულება \$10 მლრდ და მეტი);

საშუალო ზომის კაპიტალის (**Mid-cap**) მქონე კომპანიების ბაზარი – დამახასიათებელია მზარდი ბიზნესისათვის (ხანგრძლივი კაპიტალის ღირებულება \$2-\$10 მლრდ);

მცირე კაპიტალის (**Small-cap**) მქონე კომპანიების ბაზარი, ძირითადად მოიცავს ზრდის პოტენციალის და ამასთან რისკების მატარებელ კომპანიებს (<\$2 მლრდ).

მაღალი რანგის და კაპიტალტევადი სასტუმროებისათვის, განსაკუთრებით ქსელური სასტუმროებისათვის, ინვესტიციების მოზიდვა ხორციელდება მსხვილი ფასიანი ქაღალდების საფონდო ბირჟების მეშვეობით. მათ შორისაა უძრავი ქონების საინვესტიციო ტრასტი (Real Estate Investment Trust – აქ და შემდგომ REIT,

იხ. ქვემოთ), ე.წ. ურთიერთდახმარების ფონდი (Mutual Fund), და გაცვლითი სავაჭრო ფონდი (Exchange Trade Fund – ETF). ამ ფონდების მაგალითებია: Vanguard Real Estate ETF (VNQ), Fidelity MSCI Real Estate Index ETF (FREL), State Street Real Estate Select Sector SPDR Fund (XLRE), iShares U.S. Real Estate ETF (IYR), iShares Select U.S. REIT ETF (ICF), Vanguard Global ex-U.S. Real Estate ETF (VNQI), iShares Mortgage Real Estate Capped ETF (REM). ამ სახის აქტივები და ფასიანი ქაღალდები ასევე წარმოდგენილია მრავალპროფილიან ბირჟებზეც, როგორებიცაა NYSE, NASDAQ, Euronext, HKEX, LSE და სხვა.

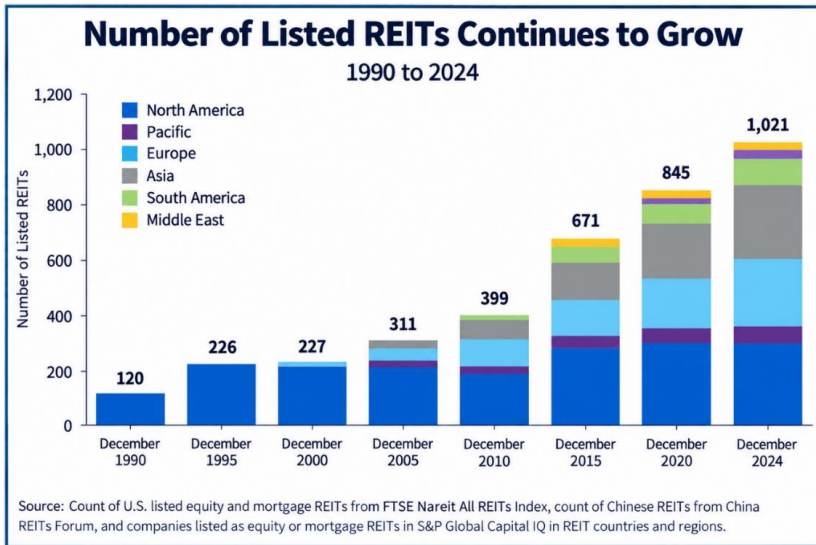
სასტუმროები, როგორც უძრავი ქონების სახეობა, მნიშვნელოვან ადგილს იკავებენ REIT-ს სახეობის ფონდებში (Paek et al. 2021), რომელთა ნაწილის პროფილურ მიმართულებას სასტუმროების აქტივები წარმოადგენენ (Kim 2001).

ზოგადად, უძრავი ქონების საინვესტიციო ტრასტი (Real Estate Investment Trust, შემდგომში – REIT) ორიენტირებულია უძრავ ქონებასთან დაკავშირებულ მსხვილ საინვესტიციო პროექტებში წვრილ ინვესტორთა დანაზოგების მობილიზებაზე. ამ სახის ფონდების პოპულარიზაცია სწრაფად იზრდება როგორც გლობალურად, ისე გეოგრაფიულად. 1990 წელს REIT-ს რაოდენობა შეადგენდა 120-ს და ფუნქციონირებდნენ მხოლოდ ჩრდილო ამერიკაში, ხოლო 2024 წლისათვის მათი რაოდენობა გაიზარდა – 1021-მდე და გავრცელდა მსოფლიოს 7-ვე რეგიონში (იხ. ნახ. 4.2.2.1).

კონცეპტუალურად, მოცემულ ნაშრომში, REIT განიხილება სავაჭრო ბირჟების რამდენიმე კლასიკურ და სპეციფიკურ ასპექტში, როგორებიცაა: ფუნქციონირების მიზანი და შემოსავლების წყაროები, სტრუქტურა და მფლობელობა, ძირითადი ცნებები და ინვესტიციების შეფასებისადმი მიდგომები. ასევე წარმოდგენილია წამყვანი REIT-ები მათი მოკლე დახასიათებებით.

REIT განვითარდა 1960 წელს აშშ-ში და დაიმკვიდრა კლასიკური კონცეფციის სტატუსი. მოგვიანებით მის ფარგლებში განვითარდა ე.წ. მოდერნიზებული პორტფოლიოს ინოვაციური კონცეფცია (Modern Portfolio Theory (MPT)), რომელიც ქმნის უძრავ

ქონებაში ინვესტირების სტრატეგიის ოპტიმიზაციის ახალ შესაძლებლობებს (Habbab, Kampouridis, and Papastylianou 2025).



ნახაზი 4.2.2.1

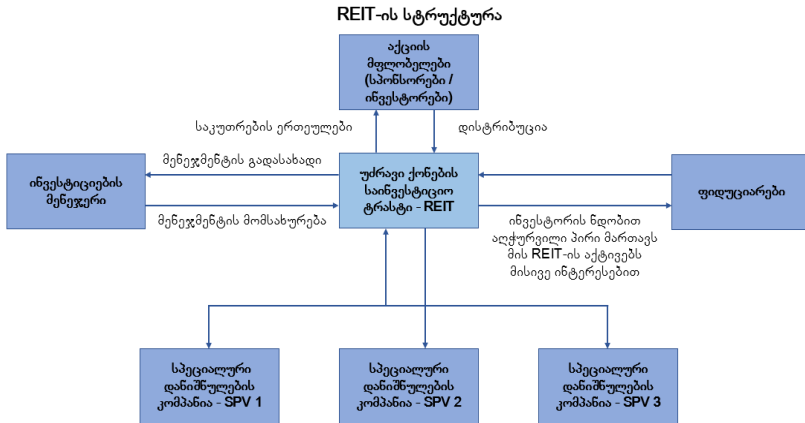
წყარო: *Wechsler and Worth 2025*

აღნიშნული ტრასტის ძირითადი მიზანია წვრილ ინვესტორთა დანაზოგების მობილიზება უძრავ ქონებასთან დაკავშირებული მსხვილი საინვესტიციო პროექტების განხორციელებისათვის. ინვესტირების უკუგებას განაპირობებს შემოსავლების შემდეგი ხუთი ძირითადი წყარო:

- უძრავი ქონების გაქირავება – ქმნის საარენდო (სალიზინგო) შემოსავლებს აქციონერებისათვის;
- აქციონერთა დივიდენდები – ყველაზე გავრცელებული წყარო საინვესტიციო ფონდებში;
- უძრავი ქონების მომგებიანი ყიდვა-გაყიდვა;
- სააქციო კაპიტალის ღირებულების (ფასის) ზრდა;

- იპოთეკური სესხები, კერძოდ, მოკლევადიანი სესხების მოზიდვა და გრძელვადიანი იპოთეკური სესხების გაცემა.

სტრუქტურულად REIT-ი შედგება როგორც ბირჟებისთვის ტრადიციული, ისე სპეციფიკური კომპონენტებისგან (იხ. ნახ. 4.2.2.2).



ნახაზი 4.2.2.2

წყარო: Shukla 2025

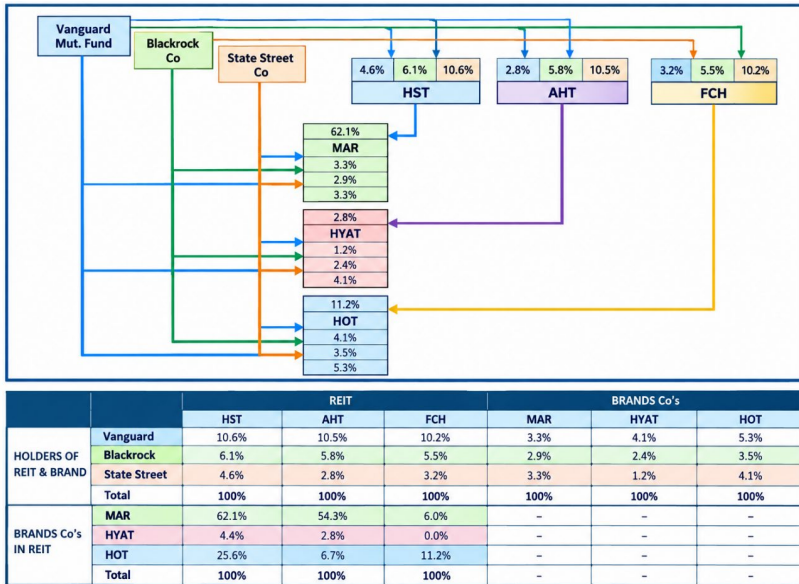
REIT-ს სტრუქტურაში განსაკუთრებულ ყურადღებას იმსახურებს ე.წ. სპეციალური დანიშნულების კომპანია (Special Purpose Vehicle – (SPV)), რომელიც წარმოადგენს REIT-ს მიერ დაქირავებულ ან გარკვეული პერიოდით (ხშირად 5-15 წლით) შექმნილ პროფესიონალურ იურიდიულ სუბიექტს (ხშირად – შეზღუდული პასუხისმგებლობის პარტნიორობას – LLP), რომლის ვალდებულებათა ეფექტიანად მართოს საინვესტიციო პაკეტი შემაჯავლი აქტივები (მოცემულ კონტექსტში – სასტუმროების აქტივები). ამ მხრივ იგულისხმება პორტფოლიოს ღირებულების დაცულობის უზრუნველყოფა მასში შემაჯავლი რომელიმე კონკრეტული აქტივის გაუფასურების უარყოფითი ზეგავლენისგან, აქტივების ეფექტიანი სისტემური მართვის უზრუნველყოფა, აქტივების მენეჯმენტის

ეფექტიანობის გაკონტროლება, სტაბილური შემოსავლების მიღებას ხელშეწყობა და ა.შ. ამ ფუნქციების შესრულების უზრუნველსაყოფად SPV-ი, თავისი მოქმედების პერიოდში, როგორც წესი, ფლობს საინვესტიციო პაკეტის 50%-ს და მეტს, ხოლო სხვა კერძო ინვესტორებს და წილების მყიდველებს ეძლევათ შესაძლებლობა შეიძინონ ბაზარზე ამ პაკეტის არადომინირებული წილი (მაგ., 10%).

ასევე ყურადღებას იმსახურებს უძრავი ქონების საინვესტიციო ტრასტის (REIT) ე.წ. ფიდუციარი (Fiduciary) – ფიზიკური ან იურიდიული პირი, რომელიც აღჭურვილია ინვესტორის ნდობით. უძრავ ქონებაზე სპეციალიზირებული ფიდუციარი მოიხსენიება როგორც მეურვე (Trustee). ზოგადად ფიდუციარის და მათ შორის მეურვეს, ვალდებულებებში შედის ინვესტიციების მენეჯმენტი, განსხვავებით ბროკერისგან, რომელიც კონცენტრირებულია მხოლოდ ფასიანი ქაღალდების ვაჭრობაზე. მეურვე დამქირავებლისგან იღებს ფიქსირებულ ანაზღაურებას განეულ მომსახურებაზე, ბროკერების საკომისიო გადასახადებისგან განსხვავებით.

აღსანიშნავია, რომ ინსტიტუციური ინვესტიციები ხშირად ერთზე მეტი სუბიექტით არიან წარმოდგენილი სასტუმროების ერთსა და იმავე ბიზნესში. მეტიც, ერთი და იგივე ინვესტორი, შესაძლოა ფლობდეს ერთსა და იმავე საკუთრებას (მაგ., სასტუმროების ქსელს) პირდაპირ და ირიბად, სხვა ინსტიტუციური სუბიექტის მეშვეობით. მაგალითად, Vanguard Mutule Fund-ი ფლობს სასტუმროების საინვესტიციო ტრასტში – Host Hotels & Resort (HST-ში) 10.6%-ს, რომელიც არის Marriot Int. Inc-ს 61.1%-ის მფლობელი, ამასთან, Host Hotels&Resort (HST) არის Marriot Int. Inc-ს 3.3% წილის პირდაპირი მფლობელიც. უფრო სრული სტრუქტურა, ნამყვანი საინვესტიციო სუბიექტების და სასტუმრო კორპორაციებისა წარმოდგენილია ქვემოთ წარმოდგენილ ნახაზზე (იხ. ნახ. 4.2.2.3).

REIT-ების და ბრენდების მფლობელი კომპანიების ურთიერთინვესტიციების სქემა



ნახაზი 4.2.2.3

წყარო: ხელაშვილი 2016

REIT-ს კონცეფცია მოიცავს სამ ძირითად ურთიერთდაკავშირებულ ცნებას, როგორებიცაა ხარჯი/თვითღირებულება (Cost), რომელიც მოიცავს პირდაპირ და არაპირდაპირ ხარჯებს; ღირებულება/ფასეულობა (Value) – განისაზღვრება სარგებლის მიღების პოტენციალით და ბაზარზე წარმოდგენილი მოთხოვნებით; ფასი (Price) – წარმოადგენს გამყიდველების მხრიდან დაწესებულ და ბაზარზე შეთავაზებულ განაკვეთებს. ამ ცნებების საფუძველზე განვითარდა შესაბამისი კონცეპტუალური დებულებები.

ხარჯები/თვითღირებულება REIT-ს კონტექსტში, ხანგრძლივი და საოპერაციო ხარჯების სტანდარტული კომპონენტების გარდა, მოიცავს დაფინანსებისა და მართვის საკომისიოებს, რომლებიც

გავლენას ახდენენ წმინდა შემოსავალსა და დივიდენდების გადახდაზე. ამასთან, ფასიანი ქაღალდის პირველადი შეძენის შემდეგ, მისი თვითღირებულება შემდგომ გადაყიდვებში განისაზღვრება შეძენისას გაწეული ხარჯებით. ამ მხრივ, პოპულარულ კონცეფციას წარმოადგენს ბიზნესში ფართოდ მიღებული კაპიტალის საშუალო შენონილი ღირებულება (Weighted Average Cost of Capital – WACC), რომელიც განიხილება REIT კონტექსტში, შესაბამისი მოდიფიცირებით. კერძოდ, მზარდი ყურადღება ეთმობა გარემოს, სოციალური და მმართველობის ფაქტორების (Energy, Social, Governance – ESG) ინტეგრირებას WACC-ში. გარემოს ბუნებრივი კომპონენტის კონტექსტში მოიაზრება ისეთი ფაქტორების ზეგავლენა, როგორებიცაა ნახშირბადის ემისია, ნარჩენების მართვა, ენერგოეფექტიანობა, კლიმატის ცვლილებები და სხვა; სოციალურში – კორპორაციული კულტურა, კავშირები დაინტერესებულ მხარეებთან, ადგილობრივ სოციალურ-კულტურულ ღირებულებებთან და ა.შ.; ეკონომიკურში (ასევე მოიხსენიება როგორც მმართველობითი ასპექტი) იგულისხმება მმართველობის სტრუქტურა და სტილი, აუდიტი, უფლებების და ვალდებულებების სტრუქტურა, კავშირები ბიზნესის მფლობელებთან და მეწილეებთან (Khazzoum, Shaindlin, and Tanlak 2023). აღნიშნული მიდგომა ნათლად ასახავს მდგრადი განვითარების კონცეფციის მიდგომას.

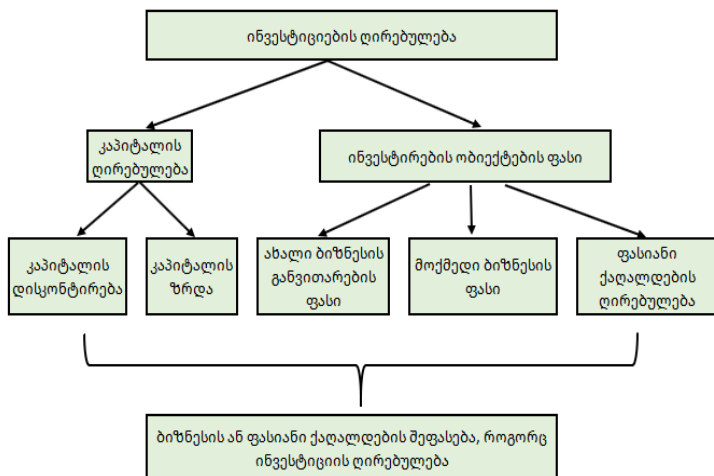
ღირებულება/ფასეულობა აღნიშნულ ფონდებთან მიმართებით განისაზღვრება ბიზნესის მომგებიანობით, უკუგების პერიოდით და განაკვეთებით, აქტივების გადაყიდვების პოტენციალით. ამ ცნების ფარგლებში REIT-თან მიმართებით პოპულარობა მოიპოვა კონცეფციამ, რომელიც შეისწავლის უძრავი ქონების ოპერირებიდან მისაღებ უკუგებას და ეწოდება „ოპერირებიდან მიღებული ფონდები“ (Funds from Operation – FFO) (Hardin et al. 2019).

ფასებთან მიმართებით პოპულარობით სარგებლობს CAPM – Capital Asset Pricing Model-ს კონცეფცია. იგი განვითარდა ჯერ კიდევ გასული საუკუნის 60-იანი წლებიდან და დღესაც ფართოდ გამოიყენება აქტივის მოსალოდნელი უკუგებისა და რისკების

შესაფასებლად, როგორც ბირჟებზე ვაჭრობის, ისე მეცნიერული კვლევების მიზნებისთვის. კერძოდ, ბირჟის ტრეიდერები ამ კონცეფციით სარგებლობენ სავაჭრო გადანაცვტილებების მიღებისას, ხოლო აკადემიური მკვლევარები – ფინანსური მოდელების გაუმჯობესებისთვის, მოდიფიცირებისთვის და ეკონომიკაში ე.წ. მიღება-გამოშვების (Input-Output) მოდელის გაანალიზებისთვის (Liao 2023).

ინვესტიციების შეფასების კონცეფცია ეყრდნობა ორ კომპონენტს: საინვესტიციო კაპიტალის ღირებულებას და ინვესტიციის ობიექტის ღირებულებას და ფასს. კაპიტალის ღირებულება, თავის მხრივ, განისაზღვრება: ა) დროის ფაქტორით, რომელიც ზემოქმედებს ფულის გაუფასურებაზე (ე.წ. დისკონტირება) და ბ) ინვესტიციებიდან მოსალოდნელ შემოსავლებზე, რომლებიც ზრდიან კაპიტალის ღირებულებას. საინვესტიციო ობიექტის ღირებულებას კი განაპირობებს ან დანახარჯები, რომლებიც სჭირდება ახალი ბიზნესის განვითარებას (მაგალითად, სასტუმროს აშენებას), ან/და – ფასი, რომელიც უნდა იყოს გადახდილი მოქმედი ბიზნესის ან ფასიანი ქაღალდების შესაძენად (იხ. ნახ. 4.2.2.4). აქვე აღვნიშნავთ, რომ საინვესტიციო ხარჯებში შედის სხვა კომპონენტებიც, როგორებიცაა საკონსულტაციო, არქიტექტურული, საშუამავლო და სარეკლამო კომპანიების მომსახურების ხარჯები, ლიცენზიების და რეგისტრაციის გადასახადები, წარმომადგენლობითი ღონისძიებებთან და მივლინებებთან დაკავშირებული ხარჯები და სხვა.

ბიზნესის და ფასიანი ქაღალდების შეფასების ლოგიკური სქემა



ნახაზი 4.2.2.4

წყარო: ხელაშვილი 2016

დღეისათვის REIT-ებს ახასიათებთ 5 პროფილური მიმართულება: უძრავი ქონების REIT-ი, ჰიბრიდული REIT-ი, საჯარო ვაჭრობის REIT-ი, კერძო REIT-ი, არასაჯარო ვაჭრობის REIT-ი. სასტუმროებისათვის პოპულარულ მიმართულებას წარმოადგენენ უძრავი ქონების და ჰიბრიდული REIT-ები (BlockchainX 2025). უფრო სრული სურათის წარმოსადგენად, ქვემოთ მოცემულია წამყვანი REIT-ების ჩამონათვალი, მათი სპეციფიკის მოკლე დახასიათებით და შესაბამისი განმარტებებით (იხ. ცხრ. 4.2.2.1)

სასტუმროების ფასიანი ქაღალდების უმსხვილესი ტრადიციული უძრავი ქონების საინვესტიციო ტრასტები (REIT-ბი)

სასტუმროების ტრასტები	სპეციფიკა	კომენტარი
Host Hotels & Resorts (HST): კაპიტალიზაცია 2025: \$12.84 მლრდ წყარო: Host Hotels & Resorts 2026	საცხოვრებელი და განთავსების ობიექტების REIT, რომელიც სპეციალიზებულია უმაღლესი და მაღალი კლასის სასტუმროებზე.	S&P 500-ში შემავალი კომპანია, რომელიც წარმოდგენილია NASDAQ-ზე (არა ბლოკჩეინზე დაფუძნებული REIT). არის ყველაზე დიდი სასტუმრო REIT, რომელიც ორიენტირებულია მაღალი კლასის სასტუმროების ფასიან ქაღალდებზე. აქციების შეძენა და გაყიდვა ხორციელდება ტრადიციული ბროკერების მეშვეობით. არ გამოვლენილა ტოკენიზებული აქტივების გაყიდვის შემთხვევაში.
Apple Hospitality REIT (APPLE): კაპიტალიზაცია 2025: \$2.85 წყარო: Apple Hospitality REIT 2026	ფლობს 200-ზე მეტ მაღალი კლასის მომსახურებაზე ორიენტირებულ სასტუმროს, ძლიერი და სტაბილური დივიდენდებით.	ვაჭრობას ტრადიციულად ახორციელებს ნიუ-იორკის საფონდო ბირჟაზე (NYSE), საბროკერო ანგარიშების მეშვეობით.

სასტუმროების ტრასტები	სპეციფიკა	კომენტარი
Park Hotels & Resorts (PK): კაპიტალიზაცია 2025: \$2.16 მლრდ. წყარო: Park Hotels & Resorts 2026	არის წამყვანი სასტუმრო კომპანია პრემიუმ სასტუმროების მრავალფეროვანი პორტფოლიით.	დარეგისტრირებულია ნიუ-იორკის საფონდო ბირჟაზე (NYSE), როგორც უძრავი ქონების საჯარო საინვესტიციო სავაჭრო ტრასტი (REIT). აქციებით ვაჭრობა ხორციელდება ტრადიციული საბროკერო ანგარიშების მეშვეობით.
Pebblebrook Hotel Trust (PEB) კაპიტალიზაცია 2025: \$1.36 მლრდ. წყარო: Pebblebrook Hotel Trust 2026	ფოკუსირებულია მაღალი კლასის, დამოუკიდებელ და ბრენდულ სასტუმროებზე მსხვილ ურბანულ ბაზრებზე.	არის ტრადიციული, საჯარო ვაჭრობის REIT-ი, რომელიც დარეგისტრირებულია ნიუ-იორკის საფონდო ბირჟაზე (NYSE) და არა ბლოკჩეინზე დაფუძნებულ პლატფორმაზე. ინვესტირებას ახორციელებენ მაღალი კლასის, სრული სერვისის სასტუმროებში და არ უშვებენ აქციებს კრიპტოვალუტის ან ტოკენიზებული ბლოკჩეინ პლატფორმების მეშვეობით.
Summit Hotel Properties (INN): კაპიტალიზაცია 2025: \$0.550 მლრდ წყარო: Summit Hotel Properties 2026	ცნობილია ისეთ მსხვილ ბრენდებთან პარტნიორობით, როგორებიცაა Hyatt, Marriott და Hilton.	არის ტრადიციული, საჯარო ვაჭრობის REIT-ი, რომელიც დარეგისტრირებულია ნიუ-იორკის საფონდო ბირჟაზე (NYSE). ორიენტირებულია პრემიუმ ბრენდების, პროფილური მომსახურების სასტუმროების ფლობაზე.

სასტუმროების ტრასტები	სპეციფიკა	კომენტარი
Ryman Hospitality Properties (RHP): კაპიტალიზაცია 2025: \$6.33 მლრდ წყარო: Ryman Hospitality Properties 2026	სპეციალიზებულია Gaylord-ის სასტუმროებისა და გასართობ ადგილებზე.	არის ტრადიციული საჯარო ვაჭრობის უძრავი ქონების საინვესტიციო ტრასტი (REIT), რომელიც დარეგისტრირებულია ნიუ-იორკის საფონდო ბირჟაზე. ფუნქციონირებს როგორც ტრადიციული REIT, რომელიც ფლობს მაღალი კლასის საკონფერენციო სასტუმროებს (მაგ., Gaylord Hotels) და გასართობ აქტივებს, როგორიცაა Grand Ole Opry.

ცხრილი 4.2.2.1

მაღალი (ლუქსის) რანგის მონინავე REIT-ის კატეგორიაში ასევე აღსანიშნავია Ashford Hospitality Trust, რომელიც ფოკუსირებულია აქტივების გაყიდვების მეშვეობით სესხების შემცირებაზე და DiamondRock Hospitality Company, რომლის პროფილურ მიმართულებას წარმოადგენს კაპიტალის ეფექტიანობის ამაღლება (Borchersen-Keto et al. 2025), ასევე გაყიდვებზე ორიენტირებული Braemar Hotels & Resorts და RLJ Lodging Trust (Hotel Investment Today 2026). ევროპის ბაზარზე აღინიშნება REIT-ს მზარდი მნიშვნელობა, სადაც წარმოდგენილია Essendi-ს სასტუმროები (აქტივები შეადგენს 7.6 მლრდ ევროს) და Covivio-ს სასტუმროები (აქტივები უტოლდება 6.5 მლრდ ევროს), რომელთა ქონების ჯამური რაოდენობა 800 ერთეულამდე ადის (Hospitality ON 2025).

ტურიზმის ბიზნესის მდგრად განვითარებას ხელს უწყობს ინვესტირების დივერსიფიცირება იმ კომპანიების აქციებში, რომლებიც განსხვავდებიან პროფილური მიმართულებით და,

იმავედროულად, ასრულებენ ერთმანეთის შემავსებელ ფუნქციებს (მაგ., სასტუმრო, სატრანსპორტო, ტუროპერატორული და სხვა მსგავსი კომპანიები). ამ სტრატეგიის მნიშვნელობამ დასაბამი მისცა ე.წ. ბირჟაზე ვაჭრობადი ფონდების (Exchange-Traded Fund – ETF) სფეროში მოგზაურობაზე ორიენტირებული სახეობების განვითარებას – Travel ETF (ETF Database 2026; Nyukorong 2020; ფინედუ 2026).

ტურიზმისა და მასპინძლობის ინდუსტრიის სხვა მიმართულებები, როგორებიცაა ტუროპერატორები, ტურისტული სააგენტოები, და განსაკუთრებით საექსკურსიო და სხვა მომსახურების ბიზნესები, გამოირჩევიან შედარებით დაბალი გრძელვადიანი და მაღალი საბრუნავი კაპიტალის ფარდობებით. შესაბამისად, ამ სფეროში ინვესტიციების მოზიდვის აქტუალობის ფონზე, პრიორიტეტულ მნიშვნელობას იძენს საბრუნავი კაპიტალის მართვის რაციონალიზაცია. ამ მხრივ, მზარდი პოპულარობა მოიპოვა ჯავშნებით ვაჭრობამ ბლოკჩეინების მეშვეობით შესაბამისი პროფილური პლატფორმებისა და კრიპტოვალუტის გამოყენებით. მიმდინარე ეტაპზე, მონინავე პროფილური პლატფორმებია (თავიანთი ტოკენებით): LockTrip (LOC), Dtravel (TRV), AVINOC (AVINOC), Ariva (ARV). პირდაპირი ჯავშნები ეხება სატრანსპორტო გადაადგილებებს, განთავსების საშუალებებს და ტურიზმთან დაკავშირებულ მომსახურების სხვა სახეობებს.

საერთაშორისო ბიზნესში ჩართული ტურისტული კომპანიების საბრუნავი კაპიტალის მართვის რაციონალიზაციაში, ასევე პრიორიტეტული როლი ენიჭება ვალუტის გაცვლითი კურსების განაკვეთებს და მათ ცვლილებას. ამ მიმართულებით ფუნქციონირებენ საერთაშორისო გადარიცხვების მომსახურე კომპანიები, რომლებიც ინტერფეისის მეშვეობით ემსახურებიან ტურისტულ კომპანიებს საერთაშორისო გადარიცხვების განხორციელებაში, განსხვავებული ვალუტის სახეობების გაცვლითი კურსების რაციონალური ფარდობების გათვალისწინებით (მაგ., კომპანია Moneycorp).

4.2.3. ინვესტიციების გაციფრულება სასტუმრო ინდუსტრიაში – REIT გაციფრულება

ინვესტიციებისა და საფონდო ბირჟებზე ვაჭრობის გაციფრულების მიმდინარე ტენდენციას მნიშვნელოვანი ცვლილებები შეაქვს ამ სფეროში, განსაკუთრებით REIT-ის ფუნქციონირებაში. მზარდ პოპულარობას იძენს ბლოკჩეინის ქსელში ინოვაციური და კრიპტოგრაფიულად დაცული ციფრული ვალუტის (ე.წ. კრიპტოვალუტის) გამოყენება ელექტრონული გადარიცხვებისთვის და მასთან დაკავშირებული ინფორმაციის შენახვისთვის. სტანდარტული ფულისგან განსხვავებით კრიპტოვალუტა, პირველ რიგში, გამოიყენება „დეცენტრალიზებული“ ორმხრივი ელექტრონული გადარიცხვებისთვის, რომლებიც არ ექვემდებარებიან სახელმწიფოს ან ცენტრალური ბანკების რეგულაციებს, ხორციელდება შუამავალი ბანკის ჩართულობის და ზედამხედველობის გარეშე. ამასთან, ხდება აქტივების ღირებულებებზე და გადარიცხვებზე ინფორმაციის სანდო შენახვა, ე.წ. „დასაწყობება“. ასეთმა „დასაწყობებულმა“ მონაცემებმა დაიმკვიდრეს „ციფრული ოქროს“ (digital gold) სახელი (Suchitra, Lohit, and Subramanyan 2025).

კრიპტოვალუტა შედგება კოინებისა და ტოკენებისგან. **კოინები** იქმნება ბლოკჩეინის ეკოსისტემაში, როგორც მის ფარგლებში მოქმედი საყოველთაოდ მიღებული სტანდარტიზებული ციფრული მონეტა. მაგალითად Bitcoin (BTC) გამოიყენება დეცენტრალიზებული, ორმხრივი (peer-to-peer) ტრანზაქციებისთვის, Ethereum (ETH) – ჭკვიანი კონტრაქტებისთვის, Solana (SOL) – სწრაფი ტრანზაქციებისთვის და სხვა. მათი დისტრიბუცია, უმეტეს შემთხვევაში, ხორციელდება ბლოკჩეინში მოქმედი, ე.წ. „ინფორმაციის მოძიების“ (mining), არხების მეშვეობით. კოინების უპირატესობა გამოიხატება მხარეებს შორის სავაჭრო ურთიერთობების უფრო მარტივად წარმართვაში, მონეტების, როგორც ვალუტის შენახვით და გადახდების განხორციელებით.

მეორე მხრივ, **ტოკენები (tokens)**, კოინებისგან განსხვავებით, წარმოადგენს ბლოკჩეინის პლატფორმებზე (ხშირად Ethereum-ზე) „ჭკვიანი კონტრაქტების“ ფარგლებში დამატებით შექმნილ კრიპტოვალუტას. მასში გათვალისწინებულია ისეთი ფუნქციების შესრულება, როგორებიცაა აპლიკაციებზე წვდომის ნებართვის აღება, გადარიცხვების განხორციელება, აქტივების ტრანზაქციებზე დაკვირვება, აქციების გაციფრულებულ ფორმატში წარმოჩენა და ა.შ. ინვესტიციებთან მიმართებით, ტოკენების გამოშვება მიზნად ისახავს ახალი ინოვაციური ბიზნესისათვის, ე.წ. startup-ისთვის, დაფინანსების გამარტივებულ ფორმატში მოზიდვას. ეს პროცესი ხორციელდება ბლოკჩეინში კონკრეტულ პროექტზე გათვლილი ახალი ტოკენების შექმნით და ბაზარზე შეთავაზებით. ამით ფინანსების მოზიდვის პროცედურა თავისუფლდება მკაცრი მარეგულირებელი ზედამხედველობისგან, რაც ზრდის პროექტის მიმზიდველობას. ამასთან, აღნიშნული პროცედურის გამარტივებას, ბუნებრივად ახლავს ინვესტირების რისკების მატებაც. ტოკენების შექმნა, როგორც წესი, ხორციელდება კოინებით. აღნიშნულ ფორმატში საინვესტიციო პროექტის ინიცირებას ეწოდება „მონეტების პირველადი შეთავაზება“ (Initial Coin Offering – ICO).

კოინებსა და ტოკენებს შორის ფუნქციური სხვაობა განზოგადებულია დართულ ცხრილში (იხ. ცხრ. 4.2.3.1).

კოინები	ტოკენები
ჩაშენებულია ბლოკჩეინში ამავე ბლოკჩეინის ტექნოლოგიის გამოყენებით.	ემატება უკვე მოქმედ ბლოკჩეინს.
შექმნა მოითხოვს მნიშვნელოვან რესურსებს და უნარებს.	შექმნა შედარებით უფრო ადვილია.

დისტრიბუცია, უმეტეს შემთხვევაში, ხორციელდება ინფორმაციის მოძიების (mining) არხების მეშვეობით.	დისტრიბუცია, უმეტეს შემთხვევაში, ხორციელდება „მონეტების პირველადი შეთავაზებით“ (Initial Coin Offering – ICO).
გამოიყენება ვალუტის შენახვისა და გადარიცხვებისთვის.	მოქმედია ერთ კონკრეტულ გამოყენებულთან მიმართებით
ვალიდურია ვაჭრობაში ჩართულ ყველა იმ მხარესთან მიმართებით, რომლებიც იყენებენ მოცემულ ვალუტას.	ვალიდურია მხოლოდ ერთ კონკრეტულ მოვაჭრესთან მიმართებით.
მაგალითები: ბიტკოინი, ლაიტკოინი და სხვა (Bitcoin, Litecoin etc.).	მაგალითები: ეთერიუმი (Ethereum), რიფლი (Ripple) და სხვა.

ცხრილი 4.2.3.1

წყარო: Govindasamy, Vardhini, and Sai Das 2022, 3

5 პოპულარული კრიპტოვალუტა

ბიტკოინი (Bitcoin - BTC)	ეთერიუმი (Ethereum - ETH)	ტეთერი (Tether - USDt)	აშშ დოლარის კოინი (U.S. Dollar Coin - USDC)	ბინანს კოინი (Binance Coin-BNB)
შეიქმნა 2009 წ. სატოში ნაკამოტოს ფსევდონიმით	კრიპტოვალუტა და ბლოკჩეინის პლატფორმა	სტაბილური კოინია	სტაბილური კოინია	შეიქმნა 2017 წ.
არის პირველი კრიპტოვალუტა	შეიქმნა 2016 - 2024 წლებში და ფასი გაიზარდა \$11-დან \$720.01 მდე	უზრუნველყოფილია ფიზიკური ვალუტით, როგორცაა აშშ დოლარი, ევრო და ჰიმოთეტურად უტოლდება შესაბამისი ვალუტის ღირებულებას.	უზრუნველყოფილია აშშ დოლარით და ორიენტირებულია USD1:USDC1 ფარდობის უზრუნველყოფაზე. USDC-ი გამოშვებულია Ethereum-მა და გამოყენებულია გლობალური ტრანზაქციების განხორციელებისათვის	ბინანს კოინი წარმოადგენს კრიპტოვალუტის სახეობას, რომლითაც შესაძლებელია ვაჭრობა და საფასურების გადახდა. იგი წარმოადგენს მსოფლიოში ერთ-ერთ უმსხვილეს გაცემული კრიპტოვალუტას. ფასი 2017 წ.-ს იცვლებოდა \$0.15 დან \$8.64-მდე; ხოლო 2025 წელს \$350-დან \$860-მდე
საბაზრო კაპიტალიზაცია - \$2ტრლნ-მდე, 2025 წ	საბაზრო კაპიტალიზაცია - \$391 მლრდ-ზე მეტი, 2025 წ	საბაზრო კაპიტალიზაცია - \$184 მლრდ-მდე მეტი, 2025	საბაზრო კაპიტალიზაცია - \$75.6 მლრდ-მდე, 2025	საბაზრო კაპიტალიზაცია - \$120.6 მლრდ-მდე, 2025

ცხრილი 4.2.3.2

წყარო: CoinMarketCap 2022; Govindasamy, Vardhini, and Sai Das 2022, 3

განახლების წყაროები: Binance 2026; Lu, Venditti, and Kuo 2025

კონცეპტუალურად ყურადღებას იმსახურებს კრიპტოვალუტის ფუნქციური სპეციალიზაცია. ქვემოთ წარმოდგენილია 5 პოპულარული კრიპტოვალუტა, მათი ფასების ზრდის ტენდენცია აშშ დოლარის ეკვივალენტში, და საბაზრო კაპიტალიზაციის მასშტაბები (იხ. ცხრ. 4.2.3.2) მომდევნო განმარტებებით სასტუმროებში ინვესტირებასთან მიმართებით „ჭკვიანი კონტრაქტების“ მეშვეობით.

**ფიატური ვალუტა (Fiat Currency) არის სახელმწიფო ხელისუფლების მიერ გამოშვებული ფული, რომელსაც არ გააჩნია შინაგანი ღირებულება (მაგალითად, ოქროს ან ვერცხლის მხარდაჭერა) და მისი ღირებულება ეფუძნება მხოლოდ მთავრობისადმი ნდობასა და კანონიერ ძალას. ის წარმოადგენს ლეგალური გადახდის საშუალებას და გამოიყენება საქონლისა და მომსახურების შესაძენად.*

REIT-ს ფუნქციონირებაში გაციფრულების ინტეგრირების პროცესი მოითხოვს ჭკვიანი კონტრაქტებისა და ბლოკჩეინში ასახული აქციების ტოკენიზაციას. *ჭკვიანი კონტრაქტი* გულისხმობს ბლოკჩეინში შექმნილ უძრავ ქონებასთან დაკავშირებული გაციფრულებული ხელშეკრულების გაფორმებას. მას ასევე უწოდებენ ინტერნეტის უძრავ ქონებას ან გაციფრულებულ უძრავ ქონებას. აღნიშნულ კონტრაქტში აისახება საინვესტიციო და სავაჭრო პროცედურების ავტომატიზებული მართვის პირობები, წინასწარ განსაზღვრული სტანდარტების დაცვით. შესაბამის პროცედურებში იგულისხმება: პროფილური ჩანაწერის შეტანა, მოძიება, განხილვა, კონტრაქტის დადება, მართვა და დახურვა, დივიდენდების გაცემა, ინვესტორის ავთენტურობის ასახვა, პროცედურების სიზუსტისა და გამჭვირვალობის უზრუნველყოფა. არსებითად ეს კონტრაქტი ასრულებს თვითმომსახურების ფუნქციებს. ასეთი თვითკონტრაქტების სისტემები ზრდიან ეფექტიანობას და ამარტივებენ ადმინისტრაციულ ფუნქციებს (Fernandes, Fernandes, and Jawale 2020; Khalil and Al-Zubaidie 2025).

ბლოკჩეინში სტრუქტურირებულ REIT-ში საკუთრება გაიცემა ციფრული ტოკენების სახით. ციფრული ტოკენები ასახავენ

იმ ქონებას, სადაც თითოეული ტოკენი წარმოადგენს საკუთრების ნაწილს, ხმის მიცემის და დივიდენდის მიღების უფლებებით. შედეგად ინვესტორებს ეძლევათ საშუალება შეიძინონ ქონების პრაქტიკულად ნებისმიერი წილი, მსხვილი წილის ან მთელი ქონების შეძენის ვალდებულების ნაცვლად. ასეთი, ე.წ. „ფრაქციული ერთეულების“ შეძენა აფართოებს საინვესტიციო პორტფოლიუმის დივერსიფიცირების შესაძლებლობებს მინიმალური გადასახადების გამოყენებით.

სასტუმროების შეძენა, ხორციელდება ისეთი მოქმედი კრიპტოვალუტის მეშვეობით, როგორებიცაა: ბიტკოინები (BIT), ეთერიუმი (ETH), სტაბილური მონეტები (USDT, USDC) და Non-Fungible Token (NFT). ამასთან, სასტუმროს აქტივი უნდა იყოს წინასწარ წარმოდგენილი ბლოკჩეინში შესაბამის გაციფრებულ ფორმატში.

საინვესტიციო ტრანზაქციების არხები შეიცავენ კრიპტოვალუტის ჰეჯ-ფონდებს (მაგ. Pantera Capital, Gryscale) და ზოგადად ფონდების ტრანსფერის სპეციალიზებულ ელექტრონულ აპლიკაციებს – Electronic Funds Transfer EFT-ებს (მაგ. IBIT, FBTC). ტრანზაქციების არჩევანი უკავშირდება საინვესტიციო შეთავაზებების სპეციფიკას. კერძოდ, მაღალი ღირებულების სასტუმროების მიმართ პრიორიტეტულად გამოიყენება ბიტკოინი (BTC) და ეთერიუმი (ETH). ცვლადი ღირებულების აქტივებში ინვესტირებისათვის რეკომენდებულია შედარებით სტაბილური კრიპტოვალუტის გამოყენება, როგორებიცაა Tether (USDT) and USD Coin (USDC). სპეციფიკური ღირებულების მატარებელი აქტივების, მაგ., სასტუმრო ოთახების შეთავაზებისას, ან თანმხლები ლოიალური პროგრამების ბაზარზე წარსადგენად, გამოიყენება არაგაცვლადი ტოკენები – Non-Fungible Tokens (NFT). ასევე, უძრავი ქონების შეძენისთვის და სხვა ტრანზაქციებისთვის პოპულარობით სარგებლობს – Solana (SOL), ხოლო სასტუმროებში წარმოდგენილი შედარებით მცირე ღირებულების ობიექტების, ან სასტუმროების ლოიალური პროგრამების გადახდებისთვის სარგებლობენ ისეთი ტოკენებით, როგორებიცაა მაგალითად Binance Smart Chain (BSC).

ბლოკჩეინზე დაფუძნებული REIT-ების ყველაზე მნიშვნელოვანი უპირატესობა მდგომარეობს მის გამჭვირვალობაში. კერძოდ, თითოეული ტრანზაქცია, საკუთრების ცნობა და დივიდენდის გადახდა აღირიცხება და ფიქსირდება უცვლელ რეესტრში. შესაბამისად, ინვესტორებს ეძლევათ სრული და გარანტირებული წვდომა ფონდის მართვის ყველა დეტალზე და შემოსავლების გადახდის წესებზე. ბლოკჩეინი ასევე იძლევა მეორად ბაზარზე წვდომის და სავაჭრო აქტივობების წარმართვის შესაძლებლობას, მ.შ. ტოკენების გატანით და/ან შემოტანით, რაც ზრდის მათ ლიკვიდურობას.

ბაზარზე აქტივობების განსახორციელებლად პირდაპირი ჩართულობის შესაძლებლობა, შუამავლების გარეშე, ათავისუფლებს ინვესტორებს საბროკერო, კლირინგული და სადეპოზიტო მომსახურების ხარჯებისაგან. ამასთან, ტრანზაქციები, როგორებიცაა გადასახადების განხორციელება, დივიდენდების მიღება და ჭკვიანი კონტრაქტებით გათვალისწინებული სხვა ტრანზაქციები, ხორციელდება ავტომატიზებულად და უფრო სწრაფად ვიდრე სტანდარტულ ბაზარზე. ასევე, ინვესტორებს შეუძლიათ REIT ტოკენებით ვაჭრობა კრიპტოვალუტის ბირჟებზე.

საკუთრებასთან დაკავშირებული ყველა ინფორმაცია, მათ შორის ინვესტორების ჩანაწერები და ტრანზაქციები, ინახება უცვლელ ბლოკჩეინ რეესტრში. ამასთან ეს მონაცემები დაცულია თაღლითობისა და მანიპულაციებისგან, შეუძლებელია ასევე ნებისმიერი ცვლილების ჩატარება არაავტორიზებული პირების მიერ. დეცენტრალიზებული და გამჭვირვალე ჩანაწერების მეშვეობით, შესაძლებელია პოტენციურ ინვესტორთა მიმართ ნდობის ამაღლება და დაინტერესებულ მხარეებს შორის დავების შემცირება. ამასთან, ჭკვიანი კონტრაქტის დანერგვა ხსნის რიგი რეგულაციური ხასიათის შემოწმების ჩატარების აუცილებლობას, როგორებიცაა ინვესტორის სტატუსის, დივიდენდების გაცემის და წესების დაცვის შემოწმებები. ქსელში დაფიქსირებული მონაცემების კონფიდენციალობისა და უსაფრთხო ფლობის დაცულობა წარმოა-

დგენს ბლოკჩეინში ჩართულობის კიდეც ერთ უპირატესობას, რაც ზრდის ფონდის მიმართ სანდოობას და მის მიმზიდველობას.

ბლოკჩეინში ინტეგრირება ასევე შესაძლებელს ხდის ინვესტიორების ერთმანეთთან პირდაპირ დაკავშირებას და სავაჭრო ურთიერთობების წარმართვას ფონდის შუამავლობის გარეშე, რაც, ამ მხრივაც, ავლენს უპირატესობას სავაჭრო პროცედურების კლასიკურ მოდელთან შედარებით.

მნიშვნელოვანია აღინიშნოს, რომ ტრადიციული REIT-ებისგან განსხვავებით, ბლოკჩეინ REIT-ები არ შემოიფარგლება კონკრეტული რეგიონებით. ამ ტექნოლოგიის მეშვეობით ინვესტირება ფონდში ხელმისაწვდომია დედამიწის ნებისმიერი ადგილიდან, სადაც არსებობს წვდომა ინტერნეტზე და ციფრულ საფულეზე. ეს ასევე ხელს უწყობს ფულადი ნაკადების მოძრაობის გაუმჯობესებას და ბაზრის მასშტაბის გაფართოებას (BlockchainX 2025). აღნიშნული პრიორიტეტული თვისებები ხელს უწყობს დაინტერესებული პირების ფართო ჩართულობას საინვესტიციო აქტივობებში, რაც გლობალურად ზრდის დაინტერესებას მდგრადი განვითარების პირობების შენარჩუნებასა და სრულყოფაში.

4.3. ტურიზმის მდგრადი განვითარება და კონკურენტული გარემო

თანამედროვე კონკურენტული გარემო სწრაფად ცვალებადი და დინამიურია. თავდაპირველად იგი განიხილებოდა კონკურენციაში შემავალი ბიზნესერთეულების შედარების ფარგლებში, შესაბამისი ფინანსური მაჩვენებლების გამოყენებით, მათ შორის ტურიზმთან მიმართებითაც. შემდგომში მზარდი მნიშვნელობა მოიპოვა კონკურენციის ტერიტორიულ ჭრილში განხილვამ, რაც ტურიზმის ხედვით, მოგზაურობის დანიშნულების ადგილს წარმოადგენს. ტურიზმის დანიშნულების ადგილი ხშირად ქვეყნის დონეზე განიხილება და გულისხმობს მისი კონკურენტუნარიანობის შესწავლას საერთაშორისო და გლობალურ

ფარგლებში. კონკურენციის აღნიშნულ ტერიტორიულ ქრილში განხილვა, ბიზნესის ფინანსური მაჩვენებლების გარდა, ლოგიკურად მოითხოვს მაკროეკონომიკური, სოციალური და ეკოლოგიური ასპექტების ჩართულობასაც. ამით, კონკურენციის კონცეფცია უკავშირდება შედარებით ინოვაციურ მდგრადი განვითარების კონცეფციას, რომელიც, როგორც ცნობილია, განიხილავს პროცესების განვითარების მაკროეკონომიკურ, სოციალურ და ეკოლოგიურ გარემოსთან ურთიერთკავშირში, როგორც ქვეყნის, ისე საერთაშორისო რეგიონისა და გლობალურ დონეებზე. დღეისათვის ტურიზმის კონკურენციის კონცეფციის შერწყმა ტურიზმის მდგრადი განვითარების კონცეფციასთან უფრო ცალკეული მიმართულებებით არის წარმოდგენილი, რაც ამ სფეროს უნარჩუნებს შემდგომი განვითარებისა და დახვეწის აქტუალობას.

4.3.1. კონკურენტუნარიანობის კლასიკური და თანამედროვე კონცეფციები

ტურიზმთან დაკავშირებული კონკურენციის კლასიკური კონცეფციის განვითარებასთან მდგრადი განვითარების ასპექტების ჩართულობის მაგალითები წარმოდგენილია ცხრილში (იხ. ცხრ. 4.3.1.1).

კონცეფციებისა და ავტორების საძიებელი, სფეროებისა და წლების მითითებით

<u>კონცეფცია</u>	<u>სფერო</u>	<u>ავტორ(ებ)ი</u>	<u>წელი</u>
ბუდაპეშტის დეკლარაცია ევროკავშირის კონკურენტუნარიანობაზე ფოკუსით ერთიანი ბაზრის გაძლიერების, ინდუსტრიების მხარდაჭერის, მომხმარებელთა დაცვის, კვლევის, <u>დაცული და მდგრადი სივრცის უზრუნველყოფაზე</u>	ზოგადი – საერთაშორისო და რეგიონული კონკურენტუნარიანობა	Council of the European Union 2024	2024
კონკურენტუნარიანობის შეფასების მოდელი (ეროვნულ, პროვინციულ და საქალაქო ტურიზმში)	ტურიზმი – დანიშნულების ადგილის კონკურენტუნარიანობა	Zekan et al.	2022
კონკურენტუნარიანობა <u>მდგრადობის შეფასების ინდექსით</u>	ტურიზმი – დანიშნულების ადგილის კონკურენტუნარიანობა	Gao et al.	2021
კონკურენტუნარიანობის შეფასება კულტურისა და ტურისტული ნაკადების კოორდინაციის საშუალებით	ტურიზმი – დანიშნულების ადგილის კონკურენტუნარიანობა	Li and Du	2021

<u>კონცეფცია</u>	<u>სფერო</u>	<u>ავტორ(ებ)ი</u>	<u>წელი</u>
ტურისტული მიმართუ- ლებების კონკურენტუნა- რიანობის თეორიული საფუძვლები	ტურიზმი – და- ნიშნულების ადგილის კონკუ- რენტუნარიანობა	Faur and Ban	2020
ტურისტული დანიშნულე- ბის ადგილის კონკურენტ- უნარიანობის მრავალმხ- რივობის კონცეფცია <u>მდგრადობის პრინციპების</u> გათვალისწინებით	ტურიზმი – და- ნიშნულების ადგილის კონკუ- რენტუნარიანობა	Goffi, Cucculelli, and Masiero	2019
კონკურენტუნარიანო- ბის განსაზღვრა მთლიან სამამულო პროდუქტში ტურიზმის საერთო კონტ- რიბუციის მიხედვით	ტურიზმი – და- ნიშნულების ადგილის კონკუ- რენტუნარიანობა	Cvelbar et al.	2016
„ტურიზმში კონკურენტ- უნარიანობის გაზომვის ინდიკატორები: სახე- ლმძღვანელო დოკუმენ- ტი“	ტურიზმი – ეროვ- ნული კონკუ- რენტუნარიანობა	Dupeyras and MacCallum	2013
ტურისტულ დანიშნულე- ბის ადგილზე კონკურენტ- ტუნარიანობის მიღწევის 3 კონცეფცია: <u>მდგრადი</u> ტურისტული დანიშნულე- ბის ადგილების განვითა- რება, დანიშნულების ად- გილის მართვის დაგეგმვა, ხარისხის კომპლექსური მართვის დანერგვა	ტურიზმი – და- ნიშნულების ადგილის კონკუ- რენტუნარიანობა	Risteski, Kocevski, and Arnaudov	2012

<u>კონცეფცია</u>	<u>სფერო</u>	<u>ავტორ(ებ)ი</u>	<u>წელი</u>
მდგრადი კონკურენტ-უნარიანობის ინდექსი SolAbility	ზოგადი – ეროვნული კონკურენტუნარიანობა	SolAbility	2012
ორმაგი ალმასის მოდელი – Dual Double Diamond – DDD	ზოგადი – საერთაშორისო კონკურენტუნარიანობა	Cho, Moon, and Kim	2009
გლობალური რისკების ანგარიში	ზოგადი – ეროვნული კონკურენტუნარიანობა	World Economic Forum	2007
მოგზაურობისა და ტურიზმის კონკურენტუნარიანობის ინდექსი	ტურიზმი – ეროვნული კონკურენტუნარიანობა	World Economic Forum (TTCI)	2007
გლობალური კონკურენტ-უნარიანობის ინდექსი	ზოგადი – ეროვნული კონკურენტუნარიანობა	World Economic Forum (GCI)	2006
ტურისტული მიმართულების კონკურენტუნარიანობის შემფასებელი მოდელი: ფასი, ეკონომიკური გახსნილობა, ტექნოლოგია, ინფრასტრუქტურა, ტურიზმი, სოციალური განვითარება, <u>გარემო</u> , ადამიანისუფლი რესურსები	ტურიზმი – დანიშნულების ადგილის კონკურენტუნარიანობა	Gooroochurn and Sugiyarto	2005
დანიშნულების ადგილის კონკურენტუნარიანობის ინტეგრირებული მოდელი	ტურიზმი – დანიშნულების ადგილის კონკურენტუნარიანობა	Dwyer and Kim	2003

<u>კონკრეტული</u>	<u>სფერო</u>	<u>ავტორ(ებ)ი</u>	<u>წელი</u>
„კონკურენტუნარიანობის მოდელი»: 36 ელემენტი	ტურიზმი – დანიშნულების ადგილის კონკურენტუნარიანობა	Ritchie and 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: მიკრო და მაკრო გარემო	ტურიზმი – დანიშნულების ადგილის კონკურენტუნარიანობა	Crouch and Ritchie	1999

<u>კონცეფცია</u>	<u>სფერო</u>	<u>ავტორ(ებ)ი</u>	<u>წელი</u>
კონკურენტუნარიანობის გაზომვის მოდელი 7 მახასიათებლის გამოყენებით: ადგილის ხელმისაწვდომობა; მომსახურების ხარისხი; საერთო ხელმისაწვდომობა (ფასის კუთხით); ადგილის იმიჯი; <u>კლიმატი და გარემო</u> ; მიმზიდველობა	ტურიზმი – დანიშნულების ადგილის კონკურენტუნარიანობა	Govers and Go	1999
დანიშნულების ადგილის კონკურენტუნარიანობის მოდელი: მაკროეკონომიკური ინდიკატორები; მინოდება; მოთხოვნა; ტრანსპორტი; პოლიტიკა	ტურიზმი – დანიშნულების ადგილის კონკურენტუნარიანობა	De Keyser and Vanhove	1994
დანიშნულების ადგილზე კონკურენციაში წარმატების მიღწევის 4 პრინციპი: <u>გარემო – წინა პლანზე</u> ; ტურიზმი – ლიდერი სექტორი; ბაზარზე სადისტრიბუციო არხების გაძლიერება; დინამიური კერძო სექტორი	ტურიზმი – დანიშნულების ადგილის კონკურენტუნარიანობა	Poon	1993
ალმასის მოდელი	ზოგადი – ეროვნული კონკურენტუნარიანობა	Porter	1990

<u>კონცეფცია</u>	<u>სფერო</u>	<u>ავტორ(ებ)ი</u>	<u>წელი</u>
კონკურენტუნარიანობის მსოფლიო რეიტინგი	ზოგადი – ეროვნული კონკურენტუნარიანობა	IMD	1989
ხუთი ძალა: ბაზარზე შესვლის ბარიერები, შემცვლელების საფრთხე, კონკურენცია, მყიდველების ძალაუფლება, გამყიდველების ძალაუფლება	ზოგადი – ბიზნესის კონკურენტუნარიანობა	Porter	1979
ცხრილი 4.3.1.1 თარგმნილია ლ. თაყაიშვილის მიერ			

კომპანიებს შორის კონკურენციასთან დაკავშირებულ კონცეფციებს შორის აღსანიშნავია პორტერის მიერ შეთავაზებული ბიზნესის კონკურენტუნარიანობის შეფასების მოდელი. პორტერმა გაზომვადი კრიტერიუმები შემოიტანა. მან კონკურენტუნარიანობის ცნება კონკრეტულ დარგთან მიმართებით განიხილა. გრძელვადიან პერიოდში, პორტერის „ხუთი ძალის“ მიხედვით ანალიზი ინდუსტრიის ან ბაზრის ფუნდამენტური მიმზიდველობის გამოაშკარავების საშუალებას იძლევა (Moore 2015; Porter 1979). აღნიშნული ანალიზი დაფუძნებულია იმ დაშვებაზე, რომ ინდუსტრიის მიმზიდველობა ბაზრის სტრუქტურაზეა დამოკიდებული, რადგან ბაზრის სტრუქტურა ბაზრის მონაწილეთა ქცევაზე ახდენს გავლენას (Dälken 2014).

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). ამასთან, თანამედროვე პირობებში სტრატეგიულ განვითარებაში მზარდ როლს თამაშობს მდგრადი განვითარების ხედვის ჩართულობა, მათ შორის სოციალური და ეკოლოგიური ფაქტორების გათვალისწინებით.

ტურისტული ნაკადების ზრდასთან ერთად (მიუხედავად COVID-19 პანდემიის პერიოდში ჩავარდნისა), რაც ეკონომიკური სარგებლის მიღების კუთხით დადებითი მოვლენაა დანიშნულების ადგილებისთვის, თავად ადგილების რაოდენობაც იზრდება, შესაბამისად მატულობს კონკურენცია მათ შორის. კონკურენციასთან გასამკლავებლად კი კონკურენტუნარიანობის მაჩვენებლების გაუმჯობესება ერთ-ერთი გამოსავალია, რაც თავის მხრივ, გაამარტივებს ვაჭრობასა და ინვესტიციების მოზიდვას.

კომპანიის კონკურენტუნარიანობა დამოკიდებულია შესაბამის ინდუსტრიაზე, ეკონომიკაზე, ქვეყანაზე, რომელშიც ის ფუნქციონირებს. ამასთან, კომპანიის მომგებიანობის მთავარი განმსაზღვრელი თავად ინდუსტრიის მიმზიდველობაა (Porter 1998, 4). ამ დაკვირვებამ, თანმიმდევრულად მიიყვანა თეორია იქამდე, რომ კომპანიების კონკურენტუნარიანობის გარდა მეცნიერებმა, მკვლევრებმა და საერთაშორისო ორგანიზაციებმა დაიწყეს მუშაობა უფრო ფართო მიმართულებით.

აღსანიშნავია, რომ საერთაშორისო ორგანიზაციების მიერ შემოთავაზებულ განმარტებებში კონკურენტუნარიანობის შესახებ მდგრადობის კონცეფცია ყოველთვის ხაზგასმულია, შესაბამისად, თანამედროვე ვითარებაში, კონკურენცია და მისი განვითარების უნარი მდგრადობის გარეშე აღარ განიხილება. ისტორიულად, ტურისტული დანიშნულების ადგილებზე კონკურენტუნარიანობის მოდელის მორგება 60-იანი წლებიდან დაიწყო (Stankova and Vasenska 2017).

მსოფლიო ეკონომიკური ფორუმი, რომელიც ქვეყნებს შორის კონკურენტუნარიანობას 1979 წლიდან აფასებს, მას განმარტავს,

როგორც „ინსტიტუციების, პოლიტიკის და ფაქტორების ერთობლიობას, რომელიც ქვეყნის პროდუქტიულობის დონეს განსაზღვრავს“ (World Economic Forum). Dwyer-ის თანახმად, ეკონომისტები კონკურენტუნარიანობას განიხილავენ – ფასებისა და ქვეყნების ეკონომიკის გათვალისწინებით, მენეჯმენტის და სტრატეგიის მკვლევრები – კონკრეტული კომპანიების წრილში, ხოლო სოციოლოგიისა და პოლიტიკური თეორიის მკვლევრები – სოციალური, პოლიტიკური და კულტურული მახასიათებლების მიხედვით (Dwyer and Kim 2003, 371). მსოფლიო ეკონომიკური ფორუმის მიხედვით ეკონომიკა კონკურენტუნარიანია, თუ ის **მდგრადი განვითარების** გზით ხელს უწყობს საზოგადოების კეთილდღეობის გაუმჯობესებას. დამატებით, კონკურენტუნარიანობის კლიმატი ასტიმულირებს ბიზნესს და იცავს სტაგნაციის გამონევენებისგან (Ritchie and Crouch 2003, 141).

გაეროს მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაცია ტურისტული დანიშნულების ადგილის კონკურენტუნარიანობას განმარტავს, როგორც დანიშნულების ადგილის უნარს ნაყოფიერად გამოიყენოს საკუთარი ბუნებრივი, კულტურული, ადამიანისეული, ადამიანის მიერ შექმნილი და კაპიტალური რესურსები. ამასთან, ხარისხიანი, ინოვაციური, ეთიკური და მიმზიდველი ტურისტული საქონლისა და მომსახურების განვითარების და მიწოდებისთვის, განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება **მდგრადი განვითარების** საერთო ხედვისა და სტრატეგიული მიზნების გათვალისწინებას. მდგრადი განვითარების კონტექსტში, საკვანძო საკითხებად ასევე განიხილება ტურიზმის სექტორის დამატებითი ფასეულობის შექმნა, ბაზრის კომპონენტების გაუმჯობესება და დივერსიფიცირება, მიმზიდველობის ოპტიმიზაცია, ადგილობრივი მოსახლეობის და ვიზიტორებისთვის სარგებლის გაზრდა (UN Tourism).

OECD-ის ტურიზმის კონკურენტუნარიანობის ინდიკატორების ანგარიშის განმარტების თანახმად, ტურისტული დანიშნულების ადგილის კონკურენტუნარიანობა განისაზღვრება, როგორც ადგილის უნარი, რეზიდენტებისა და არარეზიდენტების

ბისტვის მიმზიდველობის ოპტიმიზაცია ხარისხის, ინოვაციისა და ტურისტული სერვისების მიმზიდველობის მაღალი დონის მიღწევა. აგრეთვე, ადგილობრივ და გლობალურ ბაზარზე ბაზრის წილის მოპოვების პირობებში, ტურიზმის მხარდამჭერი რესურსების ეფექტიანი და **მდგრადი** გამოყენების უზრუნველყოფა (Dupeyras and MacCallum 2013, 7).

საერთაშორისო ორგანიზაციების გარდა, მკვლევრების მიერ შემოთავაზებულ განმარტებებში, განსაკუთრებით ტურიზმთან მიმართებით, მდგრადობის პრინციპები კვლავ წამყვანია.

Ritchie-ისა და Crouch-ის განმარტებით, კონკურენტუნარიანობა ტურიზმის ინდუსტრიაში შეიძლება განისაზღვროს, როგორც „დანიშნულების ადგილის უნარი გაზარდოს ტურიზმის დანახარჯები, ვიზიტორებისთვის ატრაქციებისა და შთამბეჭდავი გამოცდილების შექმნით, ხელმისაწვდომი ფასის დანესებით, **ადგილობრივი მოსახლეობის კეთილდღეობის ზრდის და ბუნებრივი კაპიტალისა და ინვესტიციების მხარდაჭერით მომავალი თაობებისთვის**“ (Ritchie and Crouch 2003).

ზოგი ავტორის მიერ ტურისტული დანიშნულების ადგილის კონკურენტუნარიანობა განისაზღვრება, როგორც მისი უნარი, ტურისტული დანიშნულების სხვა ადგილებთან შედარებით, ბაზარს მიაწოდოს უკეთესი საქონელი და მომსახურება (Dwyer and Kim 2003).

ზემოაღნიშნული განხილვა აჩვენებს, რომ კონკურენტუნარიანობის შესაფასებლად ერთიანი მოდელი ან კრიტერიუმების (მაჩვენებლების) შეთანხმებული სისტემა არ ჩამოყალიბებულა, თუმცა მოდელის შემუშავება/დანერგვის მრავალი მცდელობა არსებობს.

ამასთან, შემუშავებულია მოდელები მრავალი სხვადასხვა ავტორის და საერთაშორისო, ავტორიტეტული ორგანიზაციის მიერ. აღნიშნული მოდელების მთავარი მიზანია ისეთი ინსტრუმენტის დანერგვა, რომელიც კომპლექსურად შეაფასებს ტურისტულ პროდუქტს (ან/და დანიშნულების ადგილს) და დაა-

დგენს იმ კრიტერიუმებს, რომლებიც პრიორიტეტულია პროდუქტის ეფექტიანობისთვის მდგრადობის კონცეფციის გათვალისწინებით.

ლიტერატურაში გვხვდება ბიზნესის, დანიშნულების ადგილისა და ეროვნული კონკურენტუნარიანობის მრავალი თეორიული მოდელი (Cho, Moon, and Kim 2009; Crouch and Ritchie 1999; Cvelbar et al. 2016; De Keyser and Vanhove 1994; Dupeyras and MacCallum 2013; Dwyer and Kim 2003; Faur and Ban 2020; Gao et al. 2021; Goffi, Cucculelli, and Masiero 2019; Gooroochurn and Sugiyarto 2005; Govers and Go 1999; Hassan 2000; Heath 2002; IMD 1989; Li and Du 2021; Poon 1993; Porter 1979, 1990; Risteski, Kocovski, and Arnaudov 2012; Ritchie and Crouch 2003; SolAbility 2012; World Economic Forum 2001, 2007; Zekan et al. 2022) (იხ. ცხრ. 4.3.1.1). ამასთან, მრავალია იმ მოდელთა რაოდენობაც, რომელთა მიზანია ტურისტული დანიშნულების ადგილის კონკურენტული პოზიციის გაანალიზება (Dwyer et al. 2003; Enright and Newton 2004; Gomezelj Omerzel and Mihalič 2008; Sirše and Mihalič 1999).

ცალკე კვლევები ეძღვნება კონკურენციაში წარმატების მიღწევის ასპექტებს. მათ შორის აღსანიშნავია შემდეგი ავტორები და მათი ნაშრომები: Porter-ის ინდუსტრიის ეროვნული კონკურენტული უპირატესობის თეორია, (ე. წ. 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 განსაზღვრული ხუთი ინდიკატორი (De Keyser and Vanhove 1994), Go და Govers-ის კონკურენტუნარიანობის შვიდი მახასიათებელი (Govers and Go 1999).

ცალკე ყურადსალეზია Ritchie და Crouch-ის კვლევები. მათ კონკურენტუნარიანობის მოდელზე მუშაობა 1999 წელს დაიწყეს და 2003 წლამდე მას სხვადასხვა ფაქტორით ამდიდრებდნენ (Ritchie and Crouch 2003). მოდელის ერთ მხარეს შედარებითი, მე-

ორე მხარეს კი – კონკურენტული უპირატესობებია მოცემული (Popescu and Pavlović 2012). აღნიშნული მოდელი ორ გარემოზე ამახვილებს ყურადღებას (Ritchie and 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, რაც პირდაპირ კავშირშია მდგრადი განვითარების ხედვასთან.

Ritchie და Crouch-ის მოდელი კონკურენტუნარიანობის 36 ელემენტზე ამახვილებს ყურადღებას, რომლებიც 5 ძირითად ფაქტორშია განაწილებული (Crouch and Ritchie 1999; Goffi, Cucculelli, and Masiero 2019, 3; Ritchie and Crouch 2003). იგი ერთმანეთისგან აცალკევებს შედარებით უპირატესობებს, რომლებიც ტურიზმის რესურსების ხელმისაწვდომობას უზრუნველყოფენ და, კონკურენტულ უპირატესობებს, რომლებიც დანიშნულების ადგილის რესურსების გრძელვადიან პერიოდში გამოყენების უნარს უკავშირდებიან (Goffi, Cucculelli, and Masiero 2019, 3), რაც მდგრადობის განმსაზღვრელი ასპექტია.

Ritchie-სა და Crouch-ის მოდელის ევოლუციური ვარიანტი წარმოდგენილი აქვთ Dwyer-სა და Kim-ს (Dwyer and Kim 2003; Goffi, Cucculelli, and Masiero 2019, 4; Ritchie and Crouch 2000). მათი მოდელის თანახმად, უნდა მოხდეს არსებული და შექმნილი რესურსების განცალკევება და, ასევე, „მოთხოვნის პირობების“ იდენტიფიცირება, რაც ტურისტული დანიშნულების ადგილის კონკურენტუნარიანობისთვის მნიშვნელოვანია (Goffi, Cucculelli, and Masiero 2019, 4). ამავე ავტორებმა ტურისტული დანიშნულების ადგილის (Tourism Destination Competitiveness – TDC) კომპლექსური განმარტება შემოგვთავაზეს, რომელიც ორივე ხედვას მოიცავს: დანიშნულების ადგილის შემოსავლის მიღება პირდაპირ კავშირშია ტურისტებისთვის დამაკმაყოფილებელი და შთამბეჭდავი სერვისის შეთავაზებასთან, რაც ხელს შეუწყობს ერთი მხრივ,

შემოსავლების მიღების სტაბილურობას, ხოლო მეორე მხრივ, ვიზიტორთა მოთხოვნების შენარჩუნებას. ამ დროს დანიშნულების ადგილზე მცხოვრებ ადგილობრივთა კეთილდღეობა და ადგილის ბუნებრივი კაპიტალი შენარჩუნებულ იქნება მომავალი თაობებისთვის (Goffi, Cucculelli, and Masiero 2019, 3; Ritchie and Crouch 2000, 2).

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

მდგრადი განვითარების ასპექტები კონკურენტუნარიანობასთან კავშირში ასევე აღინიშნება Goffi და Cucculelli-ის, Faur და Ban, Gao et al. და Zekan et al.-ის ნაშრომებში (Faur and Ban 2020; Gao et al. 2021; Goffi, Cucculelli, and Masiero 2019; Zekan et al. 2022). ამასთან, Li და Du თვლიან, რომ კონკურენტუნარიანობის გადამწყვეტ ელემენტებს შორის საკვანძოა კულტურული ფაქტორების გათვალისწინება (Li and Du 2021).

მკვლევართა უმეტესობამ (მ. შ. De Keyser and Vanhove 1994; Govers and Go 1999; Hassan 2000; Poon 1993) კონკურენტუნარიანობის სხვადასხვა დეტერმინანტი გამოავლინეს, შემდეგ კი დაყვეს ისინი მათი ბუნებისა და დაკავშირებული ინდიკატორების სახეობების მიხედვით. ეს დეტერმინანტები მოიცავენ გარემო ფაქტორებს (Govers and Go 1999; Poon 1993; Ritchie and Crouch 2003; World Economic Forum 2006, 2007b), მაკროეკონომიკას

(De Keyser and Vanhove 1994), ტრანსპორტს (De Keyser and Vanhove 1994), მოთხოვნას (De Keyser and Vanhove 1994; Dwyer and Kim 2003; Hassan 2000; Porter 1990), მინოდებას (De Keyser and Vanhove 1994), მდგრადობას (Faur and Ban 2020; Gao et al. 2021; Goffi, Cucculelli, and Masiero 2019; Hassan 2000; Heath 2002; Risteski, Kocevski, and Arnaudov 2012; World Economic Forum 2006; Zekan et al. 2022), ფასს (Dwyer and Kim 2003; Gooroochurn and Sugiyarto 2005; Govers and Go 1999; Ritchie and Crouch 2003; World Economic Forum 2007b), ინფრასტრუქტურას (Dwyer and Kim 2003; Ritchie and Crouch 2003; World Economic Forum 2006, 2007b), და სხვა მრავალ ფაქტორსა და დეტერმინანტს.

მიუხედავად იმისა, რომ ყველა დანიშნულების ადგილისთვის კონკურენტუნარიანობის შეფასების უნივერსალური მეთოდი ჩამოყალიბებული ჯერაც არაა, ამკარაა მსგავსება Dwyer-ისა და Kim-ის მიერ ჩამოყალიბებულ ინდიკატორებსა და მსოფლიო ეკონომიკური ფორუმის მიერ, მოგზაურობისა და ტურიზმის კონკურენტუნარიანობის ინდექსში ჩამოყალიბებულ ინდიკატორებს შორის. მსგავსება ვლინდება მრავალ ასპექტში, განსაკუთრებით კი მდგრადობასთან დაკავშირებულ საკითხებში.

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 ხორციელდებოდა და შედეგები ყოველწლიურად ქვეყნდებოდა „გლობალური კონკურენტუნარიანობის ანგარიშში“ (The Global Competitiveness Index – GCI). მას საფუძვლად ჯ. საქსისა და გ. სტოუნის კონკურენტუნარიანობისადმი მიდგომები უდევს.

მსოფლიო ეკონომიკური ფორუმი (World Economic Forum – WEF), რომელიც 1971 წელს დაარსდა, კონკრეტულად კონკურენტ-

უნარიანობის საკითხებზე კი – 1979 წლიდან მუშაობს, ეროვნულ კონკურენტუნარიანობასთან დაკავშირებული საკითხების შესწავლაში ოთხი დეკადის განმავლობაში აქტიურადაა ჩართული (აქ და შემდგომში მსოფლიო ეკონომიკური ფორუმის „მოგზაურობისა და ტურიზმის კონკურენტუნარიანობის ინდექსი“ მოიხსენიება, როგორც TICI) (World Economic Forum 2007b). მისი მიზანია ზრდისა და კეთილდღეობის მამოძრავებელ ძალებში უკეთესი გარკვევა (World Economic Forum 2007b). ის IATA-სთან (International Air Transport Association), UN Tourism-სთან და WTTC-სთან (World Travel and Tourism Council) თანამშრომლობს (World Economic Forum 2007b).

ამ ანგარიშის გამოქვეყნება შეწყდა პანდემიამდე, ბოლო ანგარიში გამოქვეყნდა 2019 წელს. მის ერთგვარ ჩამნაცვლებელს ამჟამად წარმოადგენს 2006 წლიდან წელიწადში ერთხელ გამოცემული გლობალური რისკების ანგარიში (Global Risks Report) (World Economic Forum 2007a). აღნიშნულ ანგარიშში კონკურენტუნარიანობის და სხვა მაჩვენებლების უფრო სიღრმისეული კვლევაა წარმოდგენილი, რომელიც თითოეული შესწავლილი ქვეყნისთვის ყველაზე მძაფრ 5 რისკს ასახელებს, რაც კიდევ ერთხელ ადასტურებს მდგრადობის ასპექტის შენარჩუნების მნიშვნელობას (World Economic Forum 2007a). ეს ჩვენ მიერ განხილული მეორე ანგარიშია.

ინდექსების მესამე ნაირსახეობაა ასევე მსოფლიო ეკონომიკური ფორუმის მიერ გამოქვეყნებული ანგარიში. მოგზაურობისა და ტურიზმის კონკურენტუნარიანობის ინდექსი პირველად 2007 წელს გამოქვეყნდა (TICI) (Pulido-Fernández, Andrades-Caldito, and Sánchez-Rivero 2015), რომელიც ანგარიშის ბირთვია.

ინდექსების მიზანია მწკრივებში თითოეული ქვეყნის შესახებ არსებული ინფორმაციის, ქვეყნის ტურიზმის კონკურენტუნარიანობასთან, ინდექსების გამოყენებით, დაკავშირება (Pulido-Fernández, Andrades-Caldito, and Sánchez-Rivero 2015). ინდექსები, რომელიც მოგზაურობისა და ტურიზმის კონკურენტუნარიანობის

ანგარიშის სახელითაა ცნობილი, 2019 წლამდე, ორ წელიწადში ერთხელ ქვეყნდებოდა. ამ შემთხვევაშიც, მოხდა ცვლილებები და მის ნაცვლად ფორუმმა დაიწყო მოგზაურობისა და ტურიზმის განვითარების ინდექსის გამოქვეყნება (Travel & Tourism Development Index (აქ და შემდგომში TTDI), (World Economic Forum 2021). აღნიშნული ანგარიში ქვეყნით უფრო ფართოდ განიხილება.

ცვლილებების მიუხედავად, ზემოაღნიშნული მოგზაურობისა და ტურიზმის კონკურენტუნარიანობის ინდექსის მთავარ დანიშნულებას წარმოადგენდა სტანდარტებთან შედარებადი (ბენჩმარკინგი) ინსტრუმენტების შექმნა, რომლებიც ქვეყნებს კონკურენტუნარიანობის საკვანძო საკითხების იდენტიფიცირების შესაძლებლობას იძლეოდნენ. ასევე ისეთი პლატფორმის შექმნა, რომელიც მთავრობას, ბიზნესსა და საზოგადოებას დიალოგის გამართვის შესაძლებლობას მისცემდა (World Economic Forum 2007b). მსოფლიო ეკონომიკაში მოგზაურობისა და ტურიზმის (Travel & Tourism – T&T) ინდუსტრიის განსაკუთრებული მნიშვნელობიდან გამომდინარე, მოგზაურობისა და ტურიზმის კონკურენტუნარიანობის ანგარიში (TTCI) მიზნად მსოფლიოში ტურიზმისა და მოგზაურობის კონკურენტუნარიანობის ზრდის ფაქტორების დადგენას ისახავდა (WEF 2007b).

ანგარიშის მიზანს ასევე წარმოადგენდა, იმ ფაქტორებისა და პოლიტიკის აღწერა, რომელიც ხელს უწყობდა მოგზაურობისა და ტურიზმის სექტორის განვითარების სტრატეგიის შემუშავებას სხვადასხვა ქვეყანაში (WEF 2007b).

აღსანიშნავია, რომ TTCI ქვეყნდებოდა 2007-დან 2019 წლის ჩათვლით ყოველ მეორე წელს (World Economic Forum 2019). 2019 წლის შემდეგ, 2021 წელს მოსალოდნელი იყო ახალი ანგარიშის გამოქვეყნება, თუმცა გლობალურმა პანდემიამ კვლევის პროცესი შეაფერხა (WEF 2019). 2022 წელს მსოფლიო ეკონომიკურმა ფორუმმა გამოაქვეყნა შემოკლებული, განახლებული ანგარიში, სადაც შესამჩნევია გარკვეული განსხვავებები წინა წლებში გამოქვეყნებულ ანგარიშებთან შედარებით (WEF 2019; World

Economic Forum 2021). მათ შორის, შეიცვალა როგორც ანგარიშის სახელწოდება, ისე ინდიკატორთა დასახელებები (შესაბამისად, მონაცემები), თუმცა საბაზო მაჩვენებლები და აქცენტები უცვლელი დარჩა.

ქვეყნის კონკურენტუნარიანობის შეფასების მეთოდოლოგიებს შორის **მეოთხეა** შვეიცარიაში მდებარე განვითარების მართვის საერთაშორისო ინსტიტუტის მიერ (International Institute for Management Development – IMD) შემუშავებული ანგარიში. 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). ინსტიტუტი აღნიშნავს, რომ 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). აღსანიშნავია, რომ ინსტიტუტი ოცდაათ წელზე მეტი ხანია, რაც იკვლევს სხვადასხვა ქვეყნების კონკურენტუნარიანობას. შევნიშნავთ, რომ საქართველო ამ ქვეყნების სიაში არ არის (2026 წლამდე).

ყურადსაღებია კიდევ ერთი, **მეხუთე** მეთოდოლოგია – ევროპის რეგიონული კონკურენტუნარიანობის ინდექსი (European Commission 2022). აქაც შევნიშნავთ, რომ ანგარიში საქართველოს არ სწავლობს. ის ევროკავშირის წევრი ქვეყნების ეკონომიკების კონკურენტუნარიანობას (70 ინდიკატორით) დეკადის მანძილზე აფასებს (European Commission 2022).

კონკურენტუნარიანობის ჩვენ მიერ განხილული ინდექსების **მეექვსე** სახეობაა 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. შედგება 127 ინდიკატორისგან, რომლებიც 5 სუბ-ინდექსშია გაერთიანებული: ბუნებრივი კაპიტალი, რესურსთა ეფექტიანობა და ინტენსიურობა, ინტელექტუალური კაპიტალი, მთავრობის ეფექტიანობა და სოციალური კაპიტალი (SolAbility 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 (OECD 2017). აღნიშნული ანგარიში **მეშვიდეა** ჩვენ მიერ განხილულთა შორის (OECD 2017). აღსანიშნავია, რომ ტურიზმის კომიტეტის მიერ შედგენილი ინდიკატორების სისტემა ქვეყნდება 2010 წლიდან.

ყურადღებას გავამახვილებთ Dwyer-სა და Kim-ის მიერ, დანიშნულების ადგილის კონკურენტუნარიანობის ინტეგრირებულ მოდელზე. აღნიშნულ მოდელში უხვადაა მდგრადობასთან დაკავშირებული მაჩვენებლები, რაც კიდევ ერთხელ უსვამს ხაზს მდგრადობის პრინციპების მზარდ მნიშვნელობას ტურისტული პროდუქტის შექმნისას (იხ. ცხრ. 4.3.1.2).

<u>Dwyer-სა და Kim-ის დანიშნულების ადგილის კონკურენტუნარიანობის ინტეგრირებული მოდელი (Dwyer and Kim 2003, 400–405)</u>
Endowed Resources – არსებული რესურსები
<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
შექმნილი რესურსები
<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 სიიოლე (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)
შოპინგის გამოცდილების მრავალფეროვნება
გართობა
თემატური/გასართობი პარკები
გართობის ხარისხი/ნაირსახეობა
ლამის ცხოვრება
<u>განსაკუთრებული ღონისძიებები (ფესტივალები)</u>

<u>დამხმარე ფაქტორები</u>
<u>ძირითადი ინფრასტრუქტურა</u>
ვიზიტორთა საჭიროებების (needs) ადეკვატური 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
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
<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>
ბიზნესკავშირები/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, დაინტერესებულ მხარეთა 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/მკაფიოება
დანიშნულების ადგილის მარკეტინგის აქტივობათა ეფექტიანი მონიტორინგი
დანიშნულების ადგილის გამოცდილებათა ეფექტიანი შეფუთვა/დაპაკეტება
ეროვნული ტურისტული ორგანიზაციის (NTO) მიერ მიზნობრივი ბაზრების იდენტიფიცირება
ეროვნული ტურისტული ორგანიზაციის (NTO) მიერ სხვა ეროვნულ 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 ინდუსტრიით დაინტერესებულ მხარეთა 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 ტრენინგში
კერძო სექტორის ვალდებულება (commitment) ტურიზმში/მასპინძლობაში განათლებასა და ტრენინგში
ტრენინგისა და განათლების პროგრამათა სწრაფი რეაგირება ვიზიტორთა მოთხოვნების ცვლილებებზე
ტურიზმის/მასპინძლობის სატრენინგო პროგრამების მრავალფეროვნება და 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 მხრიდან ბუნებაზე გავლენების კვლევა და მონიტორინგი
<u>სიტუაციური პირობები (situational conditions)</u>
<u>კონკურენტული (მიკრო) გარემო</u>
ადგილობრივი ბიზნესგარემო დანიშნულების ადგილი
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 კომპანიებს 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 ადგილთან
მანძილი წარმოშობის ძირითად ბაზრებამდე (Major origin markets)
წარმოშობის ძირითად ბაზრებამდე მოგზაურობის დრო
<u>გლობალური (მაკრო) გარემო</u>
გლობალური ბიზნესკონტექსტი
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

<u>დაცულობა/უსაფრთხოება</u>
დანიშნულების ადგილზე ვიზიტორთა დაცულობის ხარისხი
დანიშნულების ადგილზე ტურისტებთან მიმართებით ჩადენილ დანაშაულთა რაოდენობა
<u>მოთხოვნის ფაქტორები</u>
დანიშნულების ადგილის ცნობადობა
დანიშნულების ადგილის აღქმა
დანიშნულების ადგილის მახასიათებლები
<u>ბაზრის ეფექტიანობის ინდიკატორები</u>
<u>ვიზიტორთა სტატისტიკა (რიცხვნობა)</u>
უცხოელ ვიზიტორთა რაოდენობა
უცხოელ ვიზიტორთა რაოდენობის ზრდის ტემპი
დანიშნულების ადგილის ბაზრის წილი – მსოფლიოში, რეგიონში
ბაზრის წილის ცვლილებები
დარჩენის საშუალო ხანგრძლივობა
განმეორებითი სტუმრობა
<u>ვიზიტორთა სტატისტიკა (დანახარჯები)</u>
უცხოელ ვიზიტორთა დანახარჯები
უცხოელ ვიზიტორთა დანახარჯების ზრდის ტემპი
ტურიზმზე მთლიან დანახარჯებში დანიშნულების წილი – მსოფლიოში, რეგიონში
დანახარჯების წილის ცვლილება
ექსპორტში ტურიზმის პროცენტული წილი უცხოური ვალუტის შემოდინებისას

<u>ტურიზმის წვლილი (კონტრიბუცია) ეკონომიკაში</u>
ტურიზმის წვლილი დამატებით ღირებულებაში (აბსოლუტური მნიშვნელობა და პროცენტები, ზრდის ტემპი):
ადგილობრივი ტურიზმი
საერთაშორისო ტურიზმი
დასაქმებაში ტურიზმის წვლილი (აბსოლუტური რიცხვები; პროცენტული მნიშვნელობა სრულ დასაქმებაში 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
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

ცხრილი 4.3.1.2

თარგმნილია ლ. ოქროშიძის მიერ

2020-იანი წლიდან კონკურენტუნარიანობის მოდელები და კონცეფციები იცვლიან სახეს და ხდებიან მეტად ორიენტირებული ინოვაციაზე, მდგრადობასა და დინამიურ შესაძლებლობებზე (Castro Ijiri et al. 2025).

კიდევ ერთი ყურადსაღები მაგალითია ევროსაბჭოს კონკურენტუნარიანობის საბჭოს მიერ (Council of the European Union 2024) ბუდაპეშტის დეკლარაციის გამოქვეყნება ევროკავშირის კონკურენტუნარიანობაზე 2024 წელს. საბჭო ცენტრალურ როლს თამაშობს ევროკავშირის კანონებისა და პოლიტიკის განვითარებასა და დანერგვაში. მისი ფოკუსი მიმართულია ერთიანი ბაზრის გაძლიერების, ინდუსტრიების მხარდაჭერის, მომხმარებელთა დაცვის, კვლევის, დაცული და მდგრადი სივრცის უზრუნველყოფაზე ევროპის სტრატეგიული ავტონომიის, კონკურენტუნარიანობის, დაცულობის, ინოვაციის წახალისების, ბიზნესის მხარდაჭერის და ციფრული ეკონომიკის მიმართულებებისკენ.

დეკლარაცია გათვლილია 2024-2029 წლებზე. ის შედგება სამი ძირითადი სეგმენტისგან, რომელთაც პრიორიტეტული მნიშვნელობა ენიჭება:

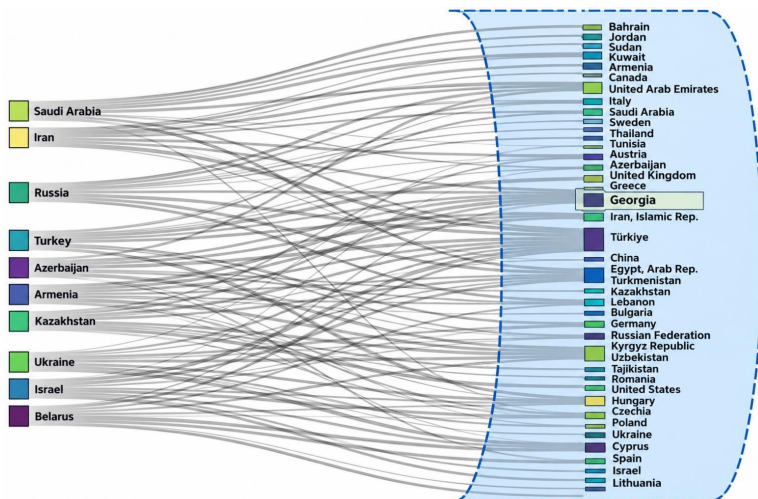
1. ინოვაციის თვალსაზრისით არსებული ნაკლოვანებების აღმოფხვრას;
2. დეკარბონიზაციისა და კონკურენტუნარიანობის დაკავშირებას;
3. ქარბი დამოკიდებულების შემცირებას და უსაფრთხოების გაზრდას.

4.3.2. სეგმენტზე ორიენტირებული გეო-კონკურენტული გარემო

ტურიზმის სფეროში კონკურენციის შესწავლის ერთ-ერთ ინოვაციურ მიდგომას წარმოადგენს ე.წ. „ტურისტული დანიშნულების ადგილის სეგმენტზე ორიენტირებული გეო-კონკურენტული გარემო“-ს კონცეფცია (Segment-Centric Geo-Competitive Environment of a Tourism Destination – SGE-TD) (Khelashvili 2023). იგი გამოირჩევა კონკურენტი დანიშნულების ადგილების განსაზღვრის სპეციფიკით. კერძოდ, კონკრეტული ტურისტული დანიშნულების ადგილის კონკურენტული გარემო განისაზღვრება მის წამყვან სეგმენტში პოპულარობით გამორჩეული დანიშნულების ადგილების ერთობლიობით. ამ ერთობაში, მოიაზრება როგორც აღნიშნულ სეგმენტებში საერთო პოპულარობის მქონე დანიშნულების ადგილები, ისე თითოეული მათგანისთვის დამახასიათებელი პრიორიტეტული სამოგზაურო ადგილები.

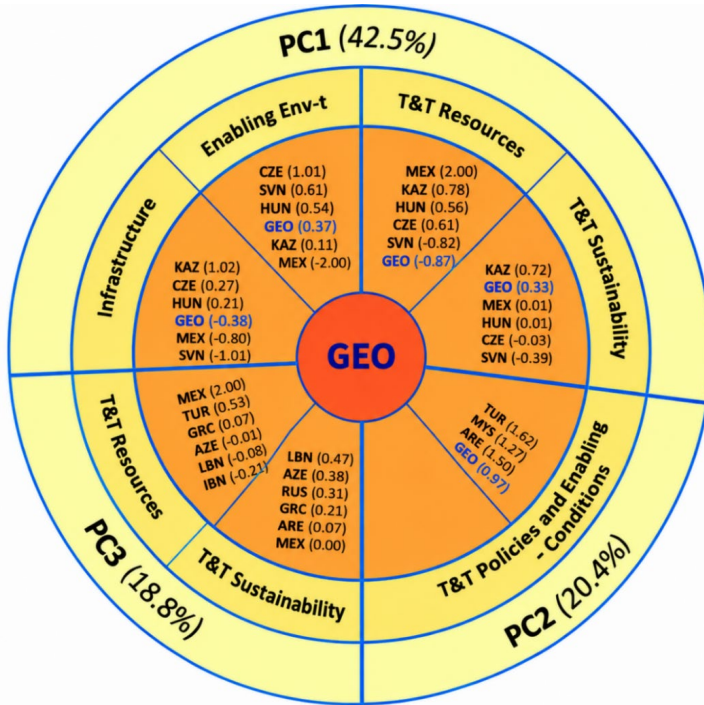
ეს მიდგომა შემუშავდა 2024-25 წლებში და გამოყენებულ იქნა საქართველოს მაგალითზე (Khelashvili 2023). წამყვან სეგმენტებად განისაზღვრნენ ის ქვეყნები, საიდანაც საქართველოში წლიურად ჩამოდიოდა 20 ათასზე მეტი ტურისტი, ხოლო კონკურენტ დანიშნულების ადგილებად – ამ ქვეყნებში 10 ყველაზე პოპულარული სამოგზაურო ქვეყანა. შესაბამისად დადგინდა საქა-

რთველოს ტურიზმის 23 გენერატორი ქვეყნის 61 პოპულარული სამოგზაურო ქვეყანა, რომლებიც განიხილებოდა საქართველოს კონკურენტუბად და შესაბამისი გეოკონკურენტული გარემოს შემადგენელ კომპონენტებად (იხ. ნახ. 4.3.2.1).



ნახაზი 4.3.2.1

შემდეგ ეტაპზე განხორციელდა ამ ქვეყნების შედარებითი ანალიზი მსოფლიო ეკონომიკური ფორუმის მიერ განსაზღვრული მოგზაურობისა და ტურიზმის კონკურენტუნარიანობის 5 ინდექსით (Travel and Tourism Competitiveness Indexes – TCI), რომლებიც წარმოდგენილია 5 განზოგადებული მაჩვენებლით (dimensions), მათში შემავალი 23 სვეტით (Pillar) და 102 ცალკე ინდიკატორით (World Economic Forum 2024, 8). შედეგად დადგინდა საქართველოს პოზიცია აღნიშნულ კონკურენტულ გარემოში ცალკეული მაჩვენებლისა და კონკურენტი ქვეყნის მიმართ (იხ. ნახ. 4.3.2.2).



ნახაზი 4.3.2.2

აღნიშნული მიდგომა მოიცავს მდგრადი განვითარების მარ-ვენებლებსაც (ე.წ სვეტს) (T&T Sustainability), რომელიც თავის მხრივ კონკრეტდება 6 შემადგენელი ცვლადით, როგორებიცაა: გარემოს მდგრადობა (Environmental Sustainability), მოგზაურობისა და ტურიზმის ენერგომდგრადობა (T&T Energy Sustainability), დაბინძურება და გარემოს პირობები (Polution and Environmental Conditions), ბუნების დაცულობა (Preservation of Nature), მოგზაურობისა და ტურიზმის სოციალურ-ეკონომიკური ზეგავლენა (T&T Socioeconomic Impact), და მოგზაურობაზე და ტურიზმზე მოთხოვნების მდგრადობა (T&T Demand Sustainability) (World Economic Forum 2024, 8). ჩატარებული ანალიზის შედეგად, მდგრადობის

მაჩვენებლებით, საქართველოს უახლოეს კონკურენტებად გამოვლინდა აღმოსავლეთ ევროპის რამდენიმე ქვეყანა და მექსიკა.

წარმოდგენილი „სეგმენტზე ორიენტირებული გეოკონკურენტული გარემოს“ კონცეფცია შეიძლება გამოყენებულ იქნას სეგმენტაციისა და კონკურენტული დანიშნულების ადგილების განსხვავებული კლასიფიცირებით, ასევე კონკურენტული ცვლადების კვლევის მიზნებზე მორგებით, მათ შორის, მდგრადი განვითარების მაჩვენებლების სრულყოფით.

ზოგადად, აღსანიშნავია, რომ ტურიზმის კონკურენციის კონცეფციებში მდგრადი განვითარების კომპონენტების გათვალისწინების აქტუალობა მატულობს, რაც ზრდის შესაბამისი კვლევითი მეთოდოლოგიების შემუშავებისა და მიღებული შედეგების პრაქტიკაში დანერგვის აქტუალობას.

* * *

ტურიზმის ინდუსტრიაში ინვესტირების ტენდენციებისა და კონცეფციების განხილვა აჩვენებს, რომ ეს სფერო გამოირჩევა ხანგრძლივი აქტივების მრავალფეროვნებით და მათში ინვესტორების დივერსიფიცირებული შესაძლებლობებით. ამ პროცესებს ახლავს ხანგრძლივი ინვესტირების უკუგების მაღალი პოტენციალი, თუმცა არ არის დაცული წარუმატებლობის და გარემოს უარყოფითი ზეგავლენის რისკებისგანაც. შესაბამისად, მატულობს დაინტერესება მდგრადი განვითარების პირობების შენარჩუნებაში.

მიმდინარე ეტაპზე განვითარებული ტენდენციების კუთხით ყურადღებას იმსახურებს სამი ურთიერთდაკავშირებული მიმართულება: პირველია, მდგრადი ინვესტიციების დანერგვის პოპულარიზაცია; მეორე – ინვესტიციების მოზიდვის გააქტიურება ფასიანი ქაღალდების საინვესტიციო ფონდების მეშვეობით, განსაკუთრებით REIT ბაზრების გამოყენებით; და მესამე – მორგება ინვესტიციების გაციფრულების ინოვაციურ და სწრაფად მზარდ ტენდენციაზე, რომელიც ყველაზე თვალ-

საჩინოდ ვლინდება კრიზტოვალუტის პოპულარიზაციისა (მ.შ. ე.წ. ტოკენიზაციის) და ელექტრონული სავაჭრო აქტივობების გააქტიურებაში.

ტურიზმში ინვესტირების განხორციელების პოპულარიზაცია კრიზტოვალუტის მეშვეობით, ფასიანი ქაღალდების განაკვეთების ფართო არჩევანით, მნიშვნელოვნად ზრდის დაინტერესებულ მხარეთა წვდომისა და ჩართულობის შესაძლებლობებს. ამ მხრივ აღსანიშნავია ინვესტიციებზე წვდომის პოტენციალის გამოყენება როგორც გარე ინვესტიციების მოზიდვაში, რაც განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია მცირე ეკონომიკის მქონე ქვეყნებისთვის, ისე ადგილობრივი მოსახლეობის ჩართულობის გააქტიურებაში. ეს თვისებები ქმნიან ბიზნესის მდგრადი განვითარების დანერგვის შესაძლებლობებს ამ კონცეფციის ყველა ასპექტში. კერძოდ, ზრდის ადგილობრივი მოსახლეობის დაინტერესებას დანიშნულების ადგილის მიმზიდველობის შენარჩუნებასა და ამაღლებაში, ბიზნესის სტაბილურ ფუნქციონირებაში, ადგილობრივი ეკონომიკის რაციონალური განვითარებისა და მისი საექსპორტო პოტენციალის სტიმულირებაში, ეკოლოგიური უსაფრთხოების უზრუნველყოფაში, ბუნებრივი და სოციალური პირობების დაცულობასა და გაუმჯობესებაში.

აღნიშნული ტენდენციების კონტექსტში შეიძლება შეფასდეს განთავსების საშუალებებში ინვესტირების მზარდი ტენდენციაც საქართველოში. იგულისხმება, ადგილობრივი მოსახლეობის საინვესტიციო აქტივობებში ჩართულობის შემდგომი გააქტიურება, მათ შორის მეორად ინვესტიციებში, და ამ მიზნით ციფრული ტექნოლოგიების გაცნობიერების ამაღლება. ეს შესაძლებლობები აქტუალურს გახდის მდგრადი განვითარების კონცეპტუალური მიდგომების შემდგომ სრულყოფას და კვლევების გაღრმავებას ინოვაციურ ტენდენციებზე მორგებით. განსაკუთრებულ ყურადღებას იმსახურებს გრძელვადიანი უცხოური და ადგილობრივი ინვესტირების სტრატეგიების

დახვეწა, ბიზნესგარემოს, საბაზრო მოთხოვნებისა და კონკურენტული გარემოს ცვლილებების პროგნოზირება.

კონკურენციის ასპექტების მდგრადი განვითარების კონცეფციაში ინტეგრირება ჯერ კიდევ განვითარების პროცესშია, რაც ვლინდება, როგორც კონკურენციის მაჩვენებლების საერთაშორისოდ მიღებული სტანდარტების ცვლილებებში, ისე ინოვაციური კონცეფციების შეთავაზებების მრავალფეროვნებაში.

პროფილური საერთაშორისო ორგანიზაციების მიერ შემუშავებული ტურიზმის დანიშნულების ადგილების კონკურენტუნარიანობის მეთოდოლოგია განიცდის პერიოდულ განახლებას, როგორც ცვლადების, ისე სტრუქტურიზაციისა და ცალკეული ტერმინების მიმართ.

ტურიზმის კონკურენტუნარიანობის კონცეპტუალური მიდგომები, ასევე გამოირჩევიან კლასიკურ მიდგომებზე დაფუძნებული ინოვაციური მოდელების მოდიფიცირებით და მათი მდგრადი განვითარების ასპექტებზე ორიენტირების შესაძლებლობების ასახვით, რაც ჯერ კიდევ საწყის ეტაპზეა. მოცემულ ნაშრომში წარმოდგენილი სეგმენტზე ორიენტირებული გეო-კონკურენტული გარემოს კონცეფცია, რომელიც შემუშავდა ერთი ქვეყნის მაგალითზე, ასევე შეიძლება გამოყენებულ იქნას როგორც ტურისტთა სეგმენტაციის განსხვავებული მეთოდების გამოყენებით, ისე დანიშნულების ადგილის სხვა ტერიტორიული ერთეულების კლასიფიცირებით, ტურიზმის მდგრადი განვითარების ასპექტების და მოთხოვნების გათვალისწინებით.

განზოგადებით შეიძლება ითქვას, რომ თანამედროვე პერიოდში ინვესტიციების და კონკურენტუნარიანობის კონცეფციები საჭიროებენ ცვლადების გამორჩეულად ფართო სპექტრის ჩართულობას, მათ ურთიერთკავშირში განხილვას, ასევე, სარგებლიანობის შეფასებას ჩართული მხარეების ინტერესების გათვალისწინებით.

დასკვნა

თანამედროვე გლობალური ტურიზმი გამოირჩევა მრავალნლიური სტაბილური განვითარებით, მიუხედავად პერიოდული სტაგნაციებისა და იმ მნიშვნელოვანი ვარდნისა, რომელიც ამ დარგმაც განიცადა კოვიდ-19 კრიზისის პერიოდში. აღნიშნულ გლობალურ ტენდენციას ახლავს რიგი თავისებურებები, მათ შორის, მოგზაურობების ფართო პოპულარიზაცია და გეოგრაფიული გაფართოება, საბაზრო მოთხოვნების დივერსიფიცირება და შესაბამისი მომსახურების პერსონალიზაცია, ინოვაციური ტურისტული პროდუქტების წარმოჩენა, დარგთან დაკავშირებული რისკებისაგან დაცულობის მზარდი აქტუალიზაცია, ბიზნესის წარმოების მოდერნიზაცია და გაციფრულება, საინვესტიციო პირობების მოდერნიზაცია, კონკურენტული გარემოს ცვლილებები და სხვა.

განსაკუთრებულ აღნიშვნას იმსახურებს ტურიზმის განვითარების განხილვა საერთაშორისოდ მიღებული მდგრადი განვითარების მოთხოვნებთან შესაბამისობაში. ამასთან, ხშირია ის მოსალოდნელი და ჩვეული პროცესები, როდესაც პრაქტიკული ქმედებები და მონოდისციპლინური კვლევები წინ უსწრებენ მდგრად განვითარებაზე ორიენტირებულ მულტიდისციპლინურ სისტემურ კვლევებსა და კონცეფციების შემუშავებას.

მოცემული ნაშრომის ფარგლებში ჩატარებული კვლევების განხილვა მიუთითებს, რომ ტურიზმის მდგრადი განვითარების მზარდი მონოდისციპლინური კვლევების ფონზე, ვითარდება კომპლექსური ცვლადების შემცველი ანალიტიკური მოდელები და ხდება მათი ინტეგრირება მდგრადი განვითარების კვლევებში. ამასთან, მატულობს მიმდინარე და მოსალოდნელი ეკონომიკური, სოციალური და ბუნებრივი პროცესების ტურიზმის განვითარებასთან ურთიერთკავშირში მულტიდისციპლინური მიდგომით განხილვის აქტუალობა და შესაბამისი სისტემური მეთოდოლოგიის სრულყოფა.

ტურიზმის მდგრადი განვითარების კვლევების პერსპექტიულ მიმართულებებს შორის ვლინდება, ახლადწარმოჩენილი ტერმინებისა და ცნებების დახვეწა, სტანდარტიზება და დანერგვა, სპეციფიკური ტურისტული მიმართულებების დასაბუთებული და სრულყოფილი კლასიფიცირება, პროცესების ამსახველი ცვლადების სტანდარტიზება, სიღრმისეული დარგობრივი და/ან ცალკეულ ასპექტებზე ორიენტირებული ანალიზების განმაზოგადებელ კონცეფციებში ინტეგრირება, ინოვაციური ტენდენციების გარემოზე ზეგავლენის ხანგრძლივ პერსპექტივაში განხილვა და სხვა.

ტურიზმის მდგრადი განვითარების კონცეფციის მორგება ახალ და პერსპექტიულ ტენდენციებზე განსაკუთრებულ აქტუალობას იძენს იმის გათვალისწინებითაც, რომ ახლოვდება გაეროს მიერ მიღებული და მოქმედი მდგრადი განვითარების 2015-2030 წლების სტრატეგიული გეგმის დასრულების ეტაპი, ხოლო ტურიზმის ინდუსტრია ინარჩუნებს გლობალურად მზარდი განვითარებისა და გაფართოების ტენდენციებს.

გამოყენებული ლიტერატურა

- ბრეგაძე, გიორგი. 2018. „ტურიზმის განვითარების ეკონომიკური პოლიტიკის ფორმირების პრიორიტეტები“. სადოქტორო დისერტაცია, ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი.
- გაფრინდაშვილი, გიორგი. 2020. ხარჯ-სარგებლიანობის ანალიზი (CBA). თბილისი: ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი
- კვარაცხელია, ნიკო. 2025. „გიდი, როგორც პროფესია და მოსაზრებები ტურისტული გიდის პროფესიული სრულყოფისათვის“. *Georgian International University GIU the Interdisciplinary Science Journal* 1 (1). <https://doi.org/10.61950/giu.1.2025.9301>
- საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო. 2025. საქართველოს ტურიზმის სტრატეგია. თბილისი: საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია. <https://www.economy.ge/?page=news&nw=2653>
- საქართველოს პარლამენტი. 2023. საქართველოს კანონი ტურიზმის შესახებ. <https://api.gnta.ge/storage/files/doc/sak-art-velos-kanoni-turizmis-shesaxeb.pdf>
- საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური (GEOSTAT). 2021. „საქსტატი ტურიზმის სატელიტური ანგარიშების წარმოებას იწყებს“. GEOSTAT. <https://www.geostat.ge/ka/single-news/2420/sakstati-turizmis-satelituri-angarishebis-tsarmoebas-itsqebis>
- საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური (GEOSTAT). 2024. „Tourism Statistics and Tourism Satellite Accounts“. <https://www.geostat.ge/en/modules/categories/658/tourism-statistics>
- საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური (GEOSTAT). 2026. „ტურიზმის სტატისტიკა“. <https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/100/turizmis-statistika>

- საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური (საქსტატი).
2025. ოფიციალური სტატისტიკური მონაცემები. <https://www.geostat.ge>
- საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია (GNTA).
2024. საქართველოს ტურიზმის სტატისტიკური მიმოხილვა 2024. <https://api.gnta.ge/storage/files/doc/saqartvelos-turizmis-statistikuri-mimokhilva-2024.pdf>
- საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია (GNTA).
2026. „კვლევები“. GNTA. <https://gnta.ge/კვლევები>
- საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია (GNTA).
2026. „ტურიზმის სტატისტიკა“. <https://gnta.ge/en/research/en-statistikuri-monatsemebis-mimokhilva>
- სიჭინავა, დემურ, სეთურიძე, რუსუდან, მელეშვილი, თინა, ყირიშვილი, დარეჯანი, გოგნაძე, თეიმურაზი, ნაკაშიძე, გულადი, ტიკიშვილი, მზია, ჯაფიაშვილი, ცირა, გოგიჩაიშვილი, ვაჟა. 2016. ინფორმატიკა ეკონომიკასა და ბიზნესში. პრაქტიკუმი.
- ფინედუ. 2026. „ბირჟაზე ვაჭრობადი ფონდი“. <https://www.finedu.gov.ge/ge/birzhaze-vachrobadi-fondi-1>
- ციცაგაი, მ., ბოლაშვილი, ნ. და გულაშვილი, ზ. 2025. ატმოსფერული ნალექების ეროვნული პოტენციალის მოდელირება და კარტოგრაფირება საქართველოში. თბილისი. <https://digitallibrary.tsu.ge/book/2025/May/books/monografia-atmosferuli-wigni.pdf>
- ჭარაია, ვახტანგ. 2019. პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების როლი და მნიშვნელობა ქვეყნის ეკონომიკური ზრდისთვის (საქართველოს მაგალითზე). სადისერტაციო ნაშრომი, ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი. <https://dspace.nplg.gov.ge/bitstream/1234/132408/1/Disertacia.pdf>
- ხელაშვილი, იოსებ. 1992. ტურიზმის მარკეტინგის საფუძვლები. თბილისი: საბა.

- ხელაშვილი, იოსებ. 2016. ინვესტირების საფუძვლები სასტუმრო ინდუსტრიაში. თბილისი: გამომც. „მერიდიანი“.
- ხელაშვილი, იოსებ. 2017. „პრობლემების იდენტიფიცირება ტურიზმში ტრანსდისციპლინური მიდგომების გამოყენებით (საქართველოს მაგალითზე)“. გლობალიზაციის გამოწვევები ეკონომიკასა და ბიზნესში: II საერთაშორისო სამეცნიერო კონფერენციის მასალები, 356-360. თბილისი: ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი.
- “A Decomposition Timeline of Different Materials Revealed! Could Your Packaging Outlive Mankind?” 2023. Challenge Packaging. April 18, 2023. <https://www.challengepackaging.co.uk/blog/slowest-waste-materials-to-decompose/>
- Abelson, Peter. 2022. “Cost-Benefit Analysis: Then and Now.” Tax and Transfer Policy Institute Working Paper No. 5/2022. Canberra: Crawford School of Public Policy, Australian National University. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4080682>
- Abou-Shouk, Mohamed, Ayman Safi Abdelhakim, Sayed Darwish Elgarhy, and Mostafa Abdulmawla. 2025. “ChatGPT Usage Intention for Tourism and Hospitality Customers.” *Tourism Recreation Research* 50 (2): 180–98. <https://doi.org/10.1080/02508281.2025.2465962>
- Aburumman, Asad A. 2020. “COVID-19 Impact and Survival Strategy in Business Tourism Market: The Example of the UAE MICE Industry.” *Humanities and Social Sciences Communications* 7, no. 1: 1–11. <https://doi.org/10.1057/s41599-020-00630-8>
- Accenture. “Accenture Homepage.” <https://www.accenture.com/us-en>
- Accessible Travel Online. 2025. “Accessible Travel Press.” <https://accessibletravel.online/>
- Adekunle, Abiola Abdul, Ifeoluwa Oreofe Adekujajo, Chioma Ann Udeh, Franciscamary Chinyere Okonkwo, Chibuike Daraojimba, and Damilola Emmanuel Ogedengbe. 2024. “Educational Tourism: A Review of Global Trends and Opportunities for the U.S. Market.” *Educa-*

- tion & Learning in Developing Nations 2, no. 1: 27–36. <https://doi.org/10.26480/eldn.01.2024.27.36>
- Al-Ansi, Amr. 2025. “Organized Crimes, Cultural Heritage, and Sustainable Tourism: A Configurational Analysis.” *Sustainable Development* 33 (1). <https://doi.org/10.1002/sd.3355>
- Albaladejo, Isabel P., and María Pilar Martínez-García. 2017. “The Post-Stag-
nation Stage for Mature Tourism Areas: A Mathematical Model-
ling Process.” *Tourism Economics* 23, no. 2: 387–402. <https://doi.org/10.5367/te.2015.0533>
- Ali, Alisha, and Andrew Frew. 2014. “ICT and Sustainable Tourism Develop-
ment: An Innovative Perspective.” *Journal of Hospitality and Tourism
Technology* 5 (1): 2–16. <https://doi.org/10.1108/JHTT-12-2012-0034>
- Aloshyna, Anastasiia, and Alexey Aleksandrov. 2025. “Tokenization of Re-
al-World Assets (RWA): A Bridge Between Traditional Finance and
Blockchain.” *Baltic Journal of Legal and Social Sciences*, no. spec-4:
15–24. <https://doi.org/10.30525/2592-8813-2025-spec-4>
- Alsamawi, Ali, Norihiko Yamano, and Akash Kohli. 2024. “Estimating the
Global Economic Impacts of International Tourism.” *OECD Science,
Technology and Industry Working Papers*, No. 2024/12. Paris: OECD
Publishing. <https://doi.org/10.1787/a978348f-en>
- AltexSoft. 2025a. “Back-Office Software for Travel and Hospitality.” Altex-
Soft Services. [https://www.altexsoft.com/travel-technology/backof-
fice-software/](https://www.altexsoft.com/travel-technology/backof-
fice-software/)
- Altexsoft. 2025b. “Distribution Channel.” Glossary. [https://www.altexsoft.
com/glossary/distribution-channel/](https://www.altexsoft.
com/glossary/distribution-channel/)
- AltexSoft. 2025c. “Dynamic Pricing Explained: Use in Revenue Manage-
ment and Pricing Optimization.” AltexSoft Blog. [https://www.altex-
soft.com/blog/dynamic-pricing-explained-use-in-revenue-manage-
ment-and-pricing-optimization/](https://www.altex-
soft.com/blog/dynamic-pricing-explained-use-in-revenue-manage-
ment-and-pricing-optimization/)
- Altexsoft. 2025d. “Hotel Channel Managers: Key Providers and How to
Choose a Channel Manager.” Altexsoft Blog. [https://www.altexsoft.
com/blog/hotel-channel-managers-key-providers-and-how-to-
choose-a-channel-manager/](https://www.altexsoft.
com/blog/hotel-channel-managers-key-providers-and-how-to-
choose-a-channel-manager/)

- AltexSoft. 2025e. “Hotel Property Management Systems: Products and Features.” AltexSoft Blog. <https://www.altexsoft.com/blog/hotel-property-management-systems-products-and-features/>
- AltexSoft. 2025f. “Hotel Revenue Management Solutions, Best Practices, and Revenue Manager’s Role.” AltexSoft Blog. <https://www.altexsoft.com/blog/hotel-revenue-management-solutions-best-practices-revenue-managers-role/>
- AltexSoft. 2025g. “Machine Learning Redefines Revenue Management and Dynamic Pricing in Hotel Industry.” AltexSoft Blog. <https://www.altexsoft.com/blog/machine-learning-redefines-revenue-management-and-dynamic-pricing-in-hotel-industry/>
- AltexSoft. 2025h. “Revenue Management.” Glossary. <https://www.altexsoft.com/glossary/revenue-management/>
- AltexSoft. 2025i. “Hotel Search Engines: How Metasearch Engines Work in Travel Industry.” AltexSoft Blog. <https://www.altexsoft.com/blog/hotel-search-engines/>
- AltexSoft. 2025j. “OTA Inventory System: How Travel Inventories Work.” AltexSoft Blog. <https://www.altexsoft.com/blog/ota-inventory-system/>
- ALTOUR. 2025. “NDC Is Here and It Is Reshaping Corporate Travel.” ALTOUR Insights. <https://altour.com/ndc-is-here-and-it-is-reshaping-corporate-travel/>
- Alvargonzález, David. 2011. “Multidisciplinarity, Interdisciplinarity, Transdisciplinarity, and the Sciences.” *International Studies in the Philosophy of Science* 25 (4): 387–403. <https://doi.org/10.1080/02698595.2011.623366>
- Amadeus. 2025. “Innovations.” Amadeus Blog. <https://amadeus.com/en/blog/topic/innovation>
- Anderson, Adriana, Hilary Ackah-Arthur, and Joseph Ackon. 2025. “Impacts of Biometric Technology in the Tourism and Hospitality Industry.” *International Journal for Multidisciplinary Research* 7 (4): 49806. <https://doi.org/10.36948/ijfmr.2025.v07i04.49806>

- Anderton, Chris, and Sergio Pisfil. 2021. *Researching Live Music: Gigs, Tours, Concerts and Festivals*. London: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780367405038>
- Apple Hospitality REIT. 2026. "Official Corporate Website." Apple Hospitality REIT. <https://applehospitalityreit.com/>
- Apple. 2025. "Siri." <https://www.apple.com/siri/>
- Archer, Brian H., and Christine B. Owen. 1971. "Towards a Tourism Regional Multiplier." *Journal of Travel Research* 10 (2): 9–13. <https://doi.org/10.1177/004728757101000202>
- Areppim. "International Tourist Arrivals." https://stats.areppim.com/stats/stats_ita.htm
- Arzoumanidis, I., et al. 2022. "Online Booking Platforms: Towards Making More Sustainable Choices." *Cleaner Production Letters* 3: 100009. <https://doi.org/10.1016/j.clpl.2022.100009>
- Asri, Dian Aszyanti Atirah Mohd, Edwan Khairunnajwa Edleena Khairol, and Zulkifli Muhammad Mustafa Mirza. 2024. "The Influence of Self-Service Kiosk Technology on Customer Satisfaction at Subang International Airport: A Proposed Conceptual Framework." *Borneo Akademika* 8 (2): 45–58. <https://doi.org/10.24191/BA/v8i2/108279>
- Băbăiță, Carmen Maria, Diana Galați, and Andrea Nagy. 2018. "Discovering the Roots – Ancestral Tourism in Romania: A Pilot Study." *Studia Universitatis Babeș-Bolyai Negotia* 63, no. 3: 27–42. <https://doi.org/10.24193/subbnegotia.2018.3.02>
- Balaji, M. S., Yangyang Jiang, Yogesh Dwivedi, Abhishek Behl, and Kokil Jain. 2025. "Virtual Reality vs Traditional Previews: The Role of Self-Constructual in Customer Decision-Making." *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 37 (4): 1175–98. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-10-2023-1578>
- Ballou, Ronald H. 2007. "The Evolution and Future of Logistics and Supply Chain Management." *European Business Review* 19 (4): 332–348. <https://doi.org/10.1108/09555340710760152>
- Banu, Sufia, Rashmirani Samantaray, Ayesha Noor, Fathima Anees, and Zahira Tabassum. 2024. "Robotics and Automation in Hospitality Ser-

- vices.” In *Cutting-Edge Technologies for Business Sectors*, 210–25. Hershey, PA: IGI Global. <https://doi.org/10.4018/979-8-3693-9586-8.ch013>
- Bellato, Lucelia, Niki Frantzeskaki, and Brenda A. Nygaard. 2024. “Regenerative Tourism: A Conceptual Framework Leveraging Theory and Practice.” *Tourism Geographies* 25 (4): 1026–46. <https://doi.org/10.1080/14616688.2022.2044376>
- Beni, Mário Carlos. 2001. *Análise estrutural do turismo*. 4th ed. São Paulo: Senac São Paulo
- Beninger, Stefanie, and Karen Robson. 2025. “Social, Economic, and Environmental Implications of Drones in Marketing: A Framework of Safeguards for Sustainable Technology Implementation.” *Journal of Business Research* 191: 115251. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2025.115251>
- Berbeka, Jadwiga. 2022. “The Role of Drones in Communication and Promotion of Tourism Experiences: A Case of Poland.” *Menadžment u Hotelijerstvu i Turizmu* 10 (2): 39–51. <https://doi.org/10.5937/men-hottur2202039B>
- Bertella, Giovanna. 2017. “Wedding Tourism.” In *The SAGE International Encyclopedia of Travel and Tourism*, edited by Linda L. Lowry, 4:1432–1434. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications
- Bi, Lingyan, Zewei Feng, Min Liu, and Weining Wang. 2008. “Design and Implementation of the Airline Luggage Inspection System Based on the Link Structure of QR Code.” In *2008 International Symposium on Electronic Commerce and Security*, 527–30. IEEE. <https://doi.org/10.1109/ISECS.2008.200>
- Binance Academy. 2024. “Tokenization.” <https://academy.binance.com/ka-GE/glossary/tokenization>
- Binance. 2026. “Binance Coin (BNB) Price History (2017–2026).” *Binance Square*. <https://www.binance.com/en/square/post/9773848540970>
- BlackRock. 2020. *Sustainability Goes Mainstream: 2020 Global Sustainable Investing Survey*. BlackRock. <https://img.lalr.co/cms/2021/05/28202727/blackrock-sustainability-survey.pdf>

- BlockchainX. 2025. "Real Estate Investment Trusts (REITs) and Blockchain: Reshaping the Future of Real Estate Investment." LinkedIn, August 2025. <https://www.linkedin.com/pulse/real-estate-investment-trusts-reits-blockchain-reshaping-x0ztc/>
- Bonaiuto, Marino, Susana Alves, Stefano De Dominicis, and Irene Petrucci. 2016. "Place Attachment and Natural Hazard Risk: Research Review and Agenda." *Journal of Environmental Psychology* 48 (December): 33–53. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2016.07.007>
- Borchersen-Keto, Sara, Chris Darling, Patrick Scholes, and Chris Woronka. 2025. "Lodging REITs Face Subdued Growth as Group, Luxury Remain Resilient." Nareit, September 2025. <https://www.reit.com/news/articles/lodging-reits-face-subdued-growth-as-group-luxury-remain-resilient>
- Bregadze, Giorgi. 2021a. "Toward the Introduction of Tourism Satellite Account – Case Study Georgia." *Globalization and Business*, no. 11: 138–144. <https://doi.org/10.35945/gb.2021.11.018>
- Bregadze, Giorgi. 2021b. "Measuring the Secondary Economic Impact of COVID-19 on the Tourism Industry of Georgia." *Globalization and Business*, no. 12: 104–110. <https://doi.org/10.35945/gb.2021.12.014>
- Brent, Robert J. 2009. "Overview of the Field and the Contributions in the Handbook." In *Handbook of Research on Cost-Benefit Analysis*, edited by Robert J. Brent, 1–22. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781847200693.00006>
- Brown, Lorraine. 2009. "The Transformative Power of the International Sojourn: An Ethnographic Study of the International Student Experience." *Annals of Tourism Research* 36, no. 3: 502–521. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2009.03.002>
- Brymer, Eric. 2013. "Extreme Sports as Transformational Tourism." In *Transformational Tourism: Tourist Perspectives*, edited by Yvette Reisinger, 111–123. Oxfordshire: CABI. <https://doi.org/10.1079/9781780642093.0111>
- Buckton, Sam J., Ioan Fazey, Bill Sharpe, Suzanne Eugyen Om, Bob Doherty, Peter Ball, Katherine Denby, et al. 2023. "The Regenerative Lens:

- A Conceptual Framework for Regenerative Social-Ecological Systems.” *One Earth* 6 (7): 824–42. <https://doi.org/10.1016/j.oneear.2023.06.006>
- Buhalis, Dimitrios. 2003. *eTourism: Information Technology for Strategic Tourism Management*. London: Pearson Education. <https://doi.org/10.13140/2.1.2274.0804>
- Buhalis, Dimitrios. 2004. “eTourism Developments in Greece: Information Communication Technologies Adoption for the Strategic Management of the Greek Tourism Industry.” *Tourism and Hospitality Research* 5 (2): 103–30. <https://doi.org/10.1057/palgrave.thr.6040011>
- Buhalis, Dimitrios. 2020. “Technology in Tourism—from Information Communication Technologies to eTourism and Smart Tourism Towards Ambient Intelligence Tourism: A Perspective Article.” *Tourism Review* 75 (1): 267–72. <https://doi.org/10.1108/TR-06-2019-0258>
- Buosi, Chiara. 2021. “Sharing Economy and Sustainable Development in Tourism: The Case of the Ecobnb Platform.” Bachelor’s thesis, University of Trento. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.13258.08649>
- Butler, R. W. 1980. “The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources.” *The Canadian Geographer / Le Géographe canadien* 24, no. 1: 5–12. <https://doi.org/10.1111/j.1541-0064.1980.tb00970.x>
- Butler, Richard, and Adi Weidenfeld. 2012. “Cooperation and Competition During the Resort Lifecycle.” *Tourism Recreation Research* 37, no. 1: 15–26. <https://doi.org/10.1080/02508281.2012.11081684>
- Butler, Richard. 2025. “Tourism Destination Development: The Tourism Area Life Cycle Model.” *Tourism Geographies* 27, no. 3–4: 412–428. <https://doi.org/10.1080/14616688.2024.2325932>
- Callin.io. 2025. “AI for Hotel Booking in 2025.” <https://callin.io/ai-for-hotel-booking/>
- Camprubí, Raquel, Lluís Coromina, and Jaume Guà. 2023. “Night and Light Nocturnal Tourism.” In *Tourism: A Temporal Analysis*, edited by Chris Cooper and C. Michael Hall, 142–155. Oxford: Goodfellow Publishers. <https://doi.org/10.23912/9781911635840-5448>

- Cantoni, Lorenzo. 2020. "Digital Transformation, Tourism and Cultural Heritage." In *A Research Agenda for Heritage Tourism*, edited by Maria Gravari-Barbas, 185–96. Cheltenham: Edward Elgar Publishing
- CAPA (Center for Aviation). 2016. "Title of the Report/Article." <https://shorturl.at/whEHG>
- Capterra. 2024. "Channel Manager Software." <https://www.capterra.com/p/130322/Channel-Manager/>
- Castro Ijiri, G. L., E. V. R. Farroñan, L. M. Ganoza-Ubillús, L. I. Gutierrez Albán, J. E. Sandoval Rios, and C. E. Juarez Merino. 2025. "Business Competitiveness in the 21st Century: Trends, Challenges, and Opportunities." *Journal of Educational and Social Research* 15 (2): 124–35. <https://doi.org/10.36941/jesr-2025-0047>
- Čavlin, Miroslav, Veljko Dmitrović, and Aleksandar Majstorović. 2024. "Cost-Benefit Analysis in the Function of Controlling Sustainable Investments." *Journal of Agronomy, Technology and Engineering Management* 7 (4): 1120–1129. <https://doi.org/10.55817/AFQF5722>
- Centre for the Promotion of Imports (CBI). 2026. "Regenerative Tourism: Building Regeneration into Your Tourism Business." Government of the Netherlands. <https://www.cbi.eu/market-information/tourism/regenerative-tourism>
- Chan, C. Y. T., and D. Petrikat. 2022. "Self-Service Technology: Benefits and Challenges." *Journal of Computer Science and Technology Studies* 4 (2): 118–27. <https://doi.org/10.32996/jcsts.2022.4.2.14>
- Charalambides, Antonis. 2024. "The Workation Megatrend: A Promising Opportunity for the Hospitality Sector." *Tourism Today*, no. 23: 12–25
- Chen, Yu-Shan, and Ching-Hsun Chang. 2013. "The Determinants of Green Product Development Performance: Green Dynamic Capabilities, Green Transformational Leadership, and Green Creativity." *Journal of Business Ethics* 116 (1): 107–119. <https://doi.org/10.1007/s10551-012-1452-x>
- Cherukuri, Banga Raju. 2024. "AI-Powered Personalization: How Machine Learning Is Shaping the Future of User Experience." *International*

- Journal of Science and Research Archive 12 (1): 3111–26. <https://doi.org/10.30574/ijrsra.2024.12.1.0961>
- Chikvu, V. E. 2020. “Potentials, Drivers and Barriers to Green Economy Transition: Implications for Africa.” *African Journal of Plant Science* 14 (4): 150–58. <https://doi.org/10.31248/AJPB2020.006>
- Cho, Dong-Sung, Hwy-Chang Moon, and Min-Young Kim. 2009. “Does One Size Fit All? A Dual Double Diamond Approach to Country-Specific Advantages.” *Asian Business & Management* 8 (1): 83–102. <https://doi.org/10.1057/abm.2008.27>
- Choe, Jaeyeon. 2025. “Religious Tourism.” *Tourism Geographies* 27, no. 1: 102–115. <https://doi.org/10.1080/14616688.2024.2423168>
- Chung, Jun-Chou, Yu-Chen Hu, and Hsen-Ju Ko. 2010. “A Novel Secret Sharing Technique Using QR Code.” *ResearchGate*, December
- Cinnioğlu, Hasan. 2019. “Determining the Use of QR (Quick Response) Codes in Hotels.” *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 7 (3): 1820–35
- Claessens, Stijn, and M. Ayhan Kose. 2009. “Recession: When Bad Times Prevail.” *Finance & Development* 46 (1). <https://www.imf.org/external/pubs/ft/fandd/basics/recess.htm>
- Climate Change Institute. 2015. “Human Activities Are Intensifying the Earth’s Natural Greenhouse Effect.” University of Maine. March 6, 2015. <https://climatechange.umaine.edu/2015/03/06/human-activities-are-intensifying-the-earths-natural-greenhouse-effect-maasch-yales-climate-connection/>
- Cohen, Scott. 2011. “Lifestyle Travellers: Backpacking as a Way of Life.” *Annals of Tourism Research* 38, no. 4: 1535–1555. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.02.002>
- CoinMarketCap. 2022. “Cryptocurrency Market Capitalizations and Pricing.” CoinMarketCap. <https://coinmarketcap.com/>
- Cornwell, Derekh, and Bryan Roberts. 2010. *The 9/11 Terrorist Attacks and Overseas Travel to the United States: Initial Impacts and Longer-Run Recovery*. U.S. Department of Homeland Security. <https://>

- ohss.dhs.gov/sites/default/files/2023-12/9_11%2520and%2520Travel%2520to%2520US%25202010.pdf
- Council of Europe. 2012. Convention on the Conservation of European Wildlife and Natural Habitats: Standing Committee 32nd Meeting Reports and Decisions. T-PVS (2012) 20. Strasbourg: Council of Europe. <https://www.coe.int/en/web/bern-convention>
- Council of the European Union. 2021. EU Approach to Cultural Heritage in Conflicts and Crises. Council Conclusions 9962/21. Brussels: General Secretariat of the Council. <https://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-9962-2021-INIT/en/pdf>
- Council of the European Union. 2024. “The Budapest Declaration.” Press release, November 8, 2024. <https://www.consilium.europa.eu/en/press/press-releases/2024/11/08/the-budapest-declaration/>
- Crouch, Geoffrey I., and J. R. Brent Ritchie. 1999. “Tourism, Competitiveness, and Societal Prosperity.” *Journal of Business Research* 44 (3): 137–52. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(97\)00196-3](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(97)00196-3)
- Cvelbar, Ljubica Knežević, Larry Dwyer, Matjaž Koman, and Tanja Mihalič. 2016. “Drivers of Destination Competitiveness in Tourism: A Global Investigation.” *Journal of Travel Research* 55 (8): 1041–50. <https://doi.org/10.1177/0047287515617299>
- Cvijanović, Drago, Aleksandra Vujko, and Dejan Sekulić. 2025. “The Impact of Smart Hotel Rooms on the Future Quality of the Tourist Supply.” *Economic Insights – Trends and Challenges* 14 (2): 25–37. <https://doi.org/10.51865/EITC.2025.02.03>
- Czech Statistical Office. “Tourism Satellite Account (TSA) – Methodology.” Statistics. <https://csu.gov.cz/tsa-amet>
- D’Souza, Valentine E., and K. D’Souza. 2023. LELY Valentine M1 THFS. IS-THIA. https://www.isthia.fr/wp-content/uploads/2025/08/LELY_VALENTINE_M1_THFS.pdf
- Dalimunthe, Gallang. 2021. “Experiential Tourism: A Conceptual Framework.” *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT)* 12, no. 8: 2927–2932. <https://doi.org/10.17762/turcomat.v12i8.2927>

- Dälken, Fabian. 2014. “Are Porter’s Five Competitive Forces Still Applicable? A Critical Examination Concerning the Relevance for Today’s Business.” Bachelor’s thesis, University of Twente
- D’Amato, Dalia, Nicolas Droste, Ben Allen, Marianne Kettunen, Katja Lähtinen, Jouni Korhonen, Pekka Leskinen, Brian D. Matthies, and Anne Toppinen. 2017. “Green, Circular, Bio Economy: A Comparative Analysis of Sustainability Avenues.” *Journal of Cleaner Production* 168: 716–34. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.09.053>
- Day, Jonathon. 2025. “Regenerative Tourism.” In *Encyclopedia of Tourism*, edited by Jafar Jafari and Honggen Xiao. Cham: Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-030-74923-1_907
- De Ascaniis, Silvia, and Lorenzo Cantoni. 2022. “Introduction to the Handbook on Heritage, Sustainable Tourism and Digital Media.” In *Handbook on Heritage, Sustainable Tourism and Digital Media*, edited by Silvia De Ascaniis and Lorenzo Cantoni, 1–12. Cheltenham: Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781789903515.00005>
- De Keyser, Ronny, and Norbert Vanhove. 1994. “The Competitive Situation of Tourism in the Caribbean Area—Methodological Approach.” *The Tourist Review* 49 (3): 19–22. <https://doi.org/10.1108/eb058160>
- Delaney, Jillian, and Steve MacFeely. 2014. “Extending Supply Side Statistics for the Tourism Sector: A New Approach Based on Linked-Administrative Data.” *Journal of the Statistical and Social Inquiry Society of Ireland* 43: 136–153. <http://hdl.handle.net/2262/75184>
- DifferenceBetween.net. 2025. “Difference Between Recession and Financial Crisis.” <http://www.differencebetween.net/business/economics-business/difference-between-recession-and-financial-crisis/>
- Dileep, M. R. 2024. *Tourism: Concept, Theory and Practice*. New Delhi: Techstar Publications
- Dillette, Alana, Alecia Douglas, and Carey E. Andrzejewski. 2019. “Yoga Tourism – A Catalyst for Transformation?” *Annals of Leisure Research* 22, no. 1: 22–41. <https://doi.org/10.1080/11745398.2018.1459195>
- Dogru, Tarik, Marketa Mody, and Courtney Leonardi. 2018. *Blockchain Technology & Its Implications for the Hospitality Industry*. Boston: Boston

- University. <https://www.bu.edu/bhr/files/2018/02/Blockchain-Technology-and-its-Implications-for-the-Hospitality-Industry.pdf>
- Domarński, Bolesław, and Krzysztof Gwosdz. 2010. "Multiplier Effects in Local and Regional Development." *Quaestiones Geographicae* 29 (2): 27–37. <https://doi.org/10.2478/v10117-010-0012-7>
- Dos Santos, Elieber Mateus, Quésia Kamimura, Ademir Pereira dos Santos, and Wagner José Corradi Barbosa. 2025. "Astrotourism as Social Innovation for Peripheral Territories: Pathways for Sustainable Development Under Dark Skies." *Sustainability* 17, no. 21: 9853. <https://doi.org/10.3390/su17219853>
- Dredge, Dianne. 2022. "Regenerative Tourism: Transforming Mindsets, Systems and Practices." *Journal of Tourism Futures* 8 (4): 269–81. <https://doi.org/10.1108/JTF-01-2022-0015>
- Dubey, Shantanu Kumar, Rajeev Singh, Swatantra P. Singh, Abhishek Mishra, and Nikhil Vikram Singh. 2020. A Brief Study of Value Chain and Supply Chain. Monograph. https://www.researchgate.net/publication/344374264_A_BRIEF_STUDY_OF_VALUE_CHAIN_AND_SUPPLY_CHAIN
- Dupeyras, Alain, and Neil MacCallum. 2013. "Indicators for Measuring Competitiveness in Tourism: A Guidance Document." OECD Tourism Papers, No. 2013/02. Paris: OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/5k47t9q2t923-en>
- Dwyer, Larry, and Chulwon Kim. 2003. "Destination Competitiveness: Determinants and Indicators." *Current Issues in Tourism* 6 (5): 369–413. <https://doi.org/10.1080/13683500308667962>
- Dwyer, Larry, Zelko Livaic, and Robert Mellor. 2003. "Competitiveness of Australia as a Tourist Destination." *Journal of Hospitality and Tourism Management* 10 (1): 60–78
- Dwyer, Larry. 2015. "Computable General Equilibrium Modelling for Tourism Policy Inputs and Outputs." Working Paper. School of Aviation, University of New South Wales. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.17481.34404>

- Dwyer, Larry. 2020. "Economic Assessment of Special Events: A Perspective Article." *Tourism Review* 75 (1): 191–193. <https://doi.org/10.1108/TR-02-2019-0071>
- Educative. 2025. "What Are the Basic Components of Virtual Reality?" <https://how.dev/answers/what-are-the-basic-components-of-virtual-reality>
- El-Rewini, Zeinab, Karthikeyan Sadatsharan, Dharma P. C. Selvaraj, Sunny J. Plathottam, and Prakash Ranganathan. 2020. "Cybersecurity Challenges in Vehicular Communications." *Vehicular Communications* 23: 100214. <https://doi.org/10.1016/j.vehcom.2019.100214>
- Emek, Mehmet. 2012. "Usage of QR Code in Tourism Industry." *Acta Medica Anatolia*, April
- Enright, Michael J., and James Newton. 2004. "Tourism Destination Competitiveness: A Quantitative Approach." *Tourism Management* 25 (6): 777–88. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.06.008>
- ETF Database. 2026. "Travel ETFs List." *ETF Db*. <https://etfdb.com/themes/travel-etfs/>
- European Commission. 2022. *European Regional Competitiveness Index 2022*. Brussels: European Commission. https://ec.europa.eu/regional_policy/assets/regional-competitiveness/index.html
- European Commission. 2024. *Disaster Risk Management and Knowledge Network Report*. Page 118. <https://civil-protection-knowledge-network.europa.eu/system/files/2024-12/4a7dc51cf573a4abd9f-575b618a84909.pdf>
- European Commission. 2025. "New Plan to Unlock the Bioeconomy's Potential." November 27, 2025. https://commission.europa.eu/news-and-media/news/new-plan-unlock-bioeconomys-potential-2025-11-27_en
- European Commission. 2026. "Circular Economy." *Energy, Climate Change, Environment*. https://ec.europa.eu/environment/green-growth/index_en.htm

- European Environment Agency (EEA). 2012. "Projected Changes in the Tourism Climatic Index for All Seasons." <https://www.eea.europa.eu/en/analysis/maps-and-charts/projected-changes-in-tourism-climatic>
- European Future Citizens. 2024. "Building Sustainable Cities of the Future through Technology: Case Study of Harnessing Blockchain toward Smart Tourism." March 2024. <https://www.europeanfuturecitizens.eu/building-sustainable-cities-future-through-technology/>
- European Parliament. 2023. "Circular Economy: Definition, Importance and Benefits." December 1, 2015 (updated 2023). <https://www.europarl.europa.eu/topics/en/article/20151201STO05603/circular-economy-definition-importance-and-benefits>
- Eurostat. "Category: Tourism Glossary." Statistics Explained. https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Category:Tourism_glossary
- Eurostat. 2014. Methodological Manual for Tourism Statistics. Luxembourg: Publications Office of the European Union. <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/3859598/6454997/KS-GQ-14-013-EN-N.pdf>
- Eurostat. 2023. Tourism Satellite Accounts in Europe: 2023 Edition. Statistical Reports. Luxembourg: Publications Office of the European Union. <https://doi.org/10.2785/7794>
- Eurostat. 2025. Data Collection on Tourism Satellite Accounts (TSA). Methodological Reports. Luxembourg: Publications Office of the European Union
- Eye for Travel. 2025. "Travel Intelligence and Digital Transformation Resources." <https://www.eyefortravel.com>
- FATF (Financial Action Task Force). 2025. Targeted Update on Implementation of the FATF Standards on Virtual Assets and Virtual Asset Service Providers. Paris: FATF
- Faur, Monica, and Olimpia Ban. 2020. "Theoretical Framework About Tourism Destination Competitiveness." *The Annals of the University of Oradea: Economic Sciences* 29 (1): 25–34. <https://anale.steconomi-ceuoradea.ro/volume/2020/n1/003.pdf>

- Fernandes, Ryan, Andrew Fernandes, and Himani Jawale. 2020. "Blockchain Based Real Estate Using Smart Contracts." *International Journal of Engineering and Management Research* 10 (6): 33–37. <https://doi.org/10.31033/ijemr.10.6.6>
- Figini, Paolo, and Roberto Patuelli. 2022. "Estimating the Economic Impact of Tourism." In *Handbook of Tourism Economics: Analysis, New Applications and Case Studies*, edited by Tisdell Clement A., 165–188. Singapore: World Scientific. https://doi.org/10.1142/9789811239823_0008
- Fischer, Joern, Steffen Farny, David J. Abson, Vana Zuin Zeigler, Maria von Salisch, Stefan Schaltegger, Vicky M. Temperton, and Klaus Kümmeler. 2024. "Mainstreaming Regenerative Dynamics for Sustainability." *Nature Sustainability* 7 (6): 690–98. <https://doi.org/10.1038/s41893-024-01368-w>
- Folgieri, Raffaella, Sergej Gričar, and Tea Baldigara. 2025. "Blockchain and NFTs in Tourism: Trending Paradigm for Sustainable Growth and Digital Transformation." *Sustainability* 17 (7): 2976. <https://doi.org/10.3390/su17072976>
- Foxman, Ellen R., and Paula Kilcoyne. 1993. "Information Technology, Marketing Practice, and Consumer Privacy: Ethical Issues." *Journal of Public Policy & Marketing* 12 (1): 106–19. <https://doi.org/10.1177/0743915695012001>
- Franco, Nancy Testón, Jair Emmanuel Onofre Sánchez, and Ernesto R. Ahumada López. 2022. "Educational Tourism." *Journal of Administrative Science* 4, no. 7: 12–19. <https://doi.org/10.29057/jas.v4i7.8926>
- Frechtling, Douglas C., and Endre Horváth. 1999. "Estimating the Multiplier Effects of Tourism Expenditures on a Local Economy Through a Regional Input-Output Model." *Journal of Travel Research* 37 (4): 324–332. <https://doi.org/10.1177/004728759903700402>
- Frenzel, Fabian, Ko Koens, Malte Steinbrink, and Christian Rogerson. 2015. "Slum Tourism: State of the Art." *Tourism Review International* 18, no. 4: 237–252. <https://doi.org/10.3727/154427215X14230549904017>

- FSB (Financial Stability Board). 2025. Implementation and Effects of the G20 Roadmap for Crypto-asset Regulation. Basel: Financial Stability Board.
- Future of Tourism Coalition. 2025. "Guiding Principles." The Destination Stewardship Center. <https://www.futureoftourism.org/guiding-principles>
- Gajić, Tamara, Ivana Blešić, and Marko D. Petrović. 2024. "Digitization in the Hotel Industry: Sustainability of Contactless Communication." In Digital Sustainability: Inclusion and Transformation, 317–32. Cham: Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-031-57650-8_2
- Galan, S. 2025. "Projected Global Median Age from 1950 to 2100." Statista. November 2025. <https://www.statista.com/statistics/672669/projected-global-median-age/>
- Gao, Junli, Chaofeng Shao, Sihan Chen, and Zizhang Wei. 2021. "Evaluation of Sustainable Development of Tourism Cities Based on SDGs and Tourism Competitiveness Index: Analysis of 221 Prefecture-Level Cities in China." Sustainability 13 (22): Article 12338. <https://doi.org/10.3390/su132212338>
- García, Miguel Ángel, and Ana Julia Grilló. 2023. "Battlefield Tourism: Exploring the Successful Marriage of History and Unforgettable Experiences: A Systematic Review." Tourism and Hospitality 4, no. 2: 247–266. <https://doi.org/10.3390/tourhosp4020019>
- Gibbons, Leah. 2020. "Regenerative—The New Sustainable?" Sustainability 12 (13): 5483. <https://doi.org/10.3390/su12135483>
- Gillis, Alexander S., and Kinza Yasar. 2026. "Ultimate IoT Implementation Guide for Businesses." TechTarget. <https://www.techtarget.com/iotagenda/definition/Internet-of-Things-IoT>
- Ginsa, Roslet George, and M. J. James. 2023. "A Review of Sustainable Commercialization of Farm Tourism and the Farmer's Community Development." International Journal of Management, Technology, and Social Sciences 8, no. 3: 185–198. <https://doi.org/10.47992/IJMTS.2581.6012.0295>

- Global Sustainable Tourism Council (GSTC). 2026. “The Difference Between Regenerative Tourism and Sustainable Tourism.” <https://www.gstc.org/regenerative-tourism/>
- GMI (Global Market Insights). 2025. Online Travel Agency (OTA) Market Size & Forecast, 2025–2032. Global Market Insights. <https://www.gminsights.com/industry-analysis/online-travel-agency-market>
- Goffi, Gianluca, Marco Cucculelli, and Lorenzo Masiero. 2019. “Fostering Tourism Destination Competitiveness in Developing Countries: The Role of Sustainability.” *Journal of Cleaner Production* 209: 101–15. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.10.208>
- Gold, Lorna. 2004. *The Sharing Economy: Solidarity Networks Transforming Globalisation*. Aldershot: Ashgate
- Gomezelj Omerzel, Doris, and Tanja Mihalič. 2008. “Destination Competitiveness—Applying Different Models, the Case of Slovenia.” *Tourism Management* 29 (6): 294–307. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.03.009>
- Gonçalves, Ivan Oliveira, Lara Santos, Bruno Barbosa Sousa, Bruno Barbosa Santos, and Duarte José Santos. 2026. “Mixed Reality and Its Content Developed to Enhance the Tourist Experience.” *Tourism and Hospitality* 7, no. 1: 16. <https://doi.org/10.3390/tourhosp7010016>
- Google. 2025. “Google Assistant.” <https://assistant.google.com/>
- Gooroochurn, Nashaal, and Guntur Sugiyarto. 2005. “Competitiveness Indicators in the Travel and Tourism Industry.” *Tourism Economics* 11 (1): 25–43. <https://doi.org/10.5367/0000000053297130>
- Gore, Surabhi, Nilesh Borde, Purva Hegde Desai, and Babu George. 2022. “A Structured Literature Review of the Tourism Area Life Cycle Concept.” *Journal of Tourism, Sustainability and Well-Being* 10, no. 1: 1–20. <https://www.jsod-cieo.net/journal-tsw/index.php/jtsw/article/view/281>
- Görög, Georgina. 2018. “The Definitions of Sharing Economy: A Systematic Literature Review.” *Management* 13 (2): 175–189. <https://doi.org/10.26493/1854-4231.13.175-189>

- Gouveia, Pedro M. D. C. B., and Pedro M. M. Rodrigues. 2005. "Dating and Synchronizing Tourism Cycles." *Tourism Economics* 11 (4): 501–515. <https://doi.org/10.5367/000000005775108310>
- Govers, Robert, and Frank M. Go. 1999. "Achieving Service Quality Through the Application of Importance-Performance Analysis." In *Service Quality and Management*, edited by B. Edvardsson et al., 161–85. IBS
- Govindasamy, R., S. Pooja Vardhini, and Dhanya Sai Das. 2022. "Introduction to Cryptocurrency: An Overview." *Shanlax International Journal of Economics* 10 (3): 1–5. <https://doi.org/10.34293/economics.v10i3.4799>.
- Granger, Ken. 2000. "An Information Infrastructure for Disaster Management in Pacific Island Countries." *Australian Journal of Emergency Management* 15 (1): 20–32
- Green Travel Blog. 2022. "Mindful Travel Planning: Start Planning Your Trips Now." Green Travel Blog. Published July 14, 2022. <https://green-travel-blog.com/mindful-travel-planning-start-planning-your-2025-trips-now/>
- Gregorić, Marina, Ivan Hegeduš, Martina Bažulić, and Anton Romanyuk. 2017. "The Most Extreme Sports as a Tourist Attraction: Research on Motivation of Students About Most Extreme Sports." *Journal of Economy and Business* 2017: 45–58
- Gretzel, Ulrike, Marianna Sigala, Zheng Xiang, and Chulmo Koo. 2015. "Smart Tourism: Foundations and Developments." *Electronic Markets* 25 (3): 179–88. <https://doi.org/10.1007/s12525-015-0196-8>
- Grewal, Rajdeep, and Shrihari Sridhar. 2021. "Commentary: Toward Formalizing Social Influence Structures in Business-to-Business Customer Journeys." *Journal of Marketing* 85 (1): 124–28. <https://doi.org/10.1177/0022242920974669>
- Griffith, Mary. 2023. "Transdisciplinary Engaged Learning: Upskilling with Communication Strategies in Bioinformatics." *Human Review: International Humanities Review* 12 (1): 1–15. <https://doi.org/10.37467/revhuman.v12.4662>

- Gugushvili, Temur, Giorgi Salukvadze, Ingrid-Ute Leonhäuser, Nino Durglishvili, Nino Pavliashvili, Joseph Khelashvili, Joseph Salukvadze, and Lela Khartishvili. 2020. "Participatory Policy Review: 'Supportive Tourism' Concept for Hand-in-Hand Rural and Mountain Development." *Annals of Agrarian Science* 18 (2): 269–281
- Guttentag, Daniel. 2010. "Virtual Reality: Applications and Implications for Tourism." *Tourism Management* 31 (5): 637–51. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.07.003>
- Habbab, Fatim Z., Michael Kampouridis, and Tasos Papastyliaou. 2025. "Improving Real Estate Investment Trusts (REITs) Time-Series Prediction Accuracy Using Machine Learning and Technical Analysis Indicators." *Artificial Intelligence Review* 58 (1): Article 35. <https://doi.org/10.1007/s10462-024-11037-1>
- Halim, Mutia Sobihah Abd, Ekrem Tatoglu, and Shamsiah Banu Mohamad Hanefar. 2021. "A Review of Spiritual Tourism: A Conceptual Model for Future Research." *Tourism and Hospitality Management* 27, no. 1: 119–141. <https://doi.org/10.20867/thm.27.1.8>
- Hammi, Badis, Sherali Zeadally, and Alfredo Perez. 2023. "Non-Fungible Tokens: A Review." *IEEE Internet of Things Magazine* 6 (1): 1–8. <https://doi.org/10.1109/IOTM.001.2200244>
- Hampton, Mark. 1995. "The World Conference on Sustainable Tourism." *Development in Practice* 5, no. 4: 365–367
- Hampu, Denisa-Natalia, and Monica Maria Coros. 2022. "Cultural, Religious and Spiritual Tourism Attractiveness Among Youngsters." *CACTUS Tourism Journal for Research, Education, Culture and Soul* 4, no. 2: 45–56. <https://doi.org/10.24818/CTS/4/2022/2.06>
- Han, Seokho, Hossein Olya, Ja Myung Kim, and Taelyn Kim. 2024. "Generative-Based Community Sustainable Tourism Development: From Conceptualization to Practical Framework." *Journal of Hospitality and Tourism Management* 61 (December): 112–125. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2024.09.009>
- Hardin, William G., III, Gow-Cheng Huang, Kartono Liani, and Ming-Shing Pan. 2019. "Firm and Industry Informational Content from REIT FFO

- Announcements.” *Journal of Property Research* 36 (2): 137–58. <https://doi.org/10.1080/09599916.2019.1589554>
- Harris, Alana, and Effie Steriopoulou. 2015. “Forging Friendships on a Study Tour Abroad.” Paper presented at the CAUTHE 2015 Conference: Rising Tides and Sea Changes: Adaptation and Innovation in Tourism and Hospitality, Gold Coast, Queensland, Australia, February 2–5. <https://www.researchgate.net/publication/323166511>
- Harrison, C., B. Eckman, R. Hamilton, P. Hartswick, J. Kalagnanam, J. Paraszczak, and P. Williams. 2010. “Foundations for Smarter Cities.” *IBM Journal of Research and Development* 54 (4): 1–16. <https://doi.org/10.1147/JRD.2010.2048257>
- Hassan, Salah S. 2000. “Determinants of Market Competitiveness in an Environmentally Sustainable Tourism Industry.” *Journal of Travel Research* 38 (3): 239–45. <https://doi.org/10.1177/004728750003800305>
- Heath, Ernie. 2002. “Towards a Model to Enhance Destination Competitiveness: A Southern African Perspective.” *Journal of Hospitality and Tourism Management* 10 (2): 124–41
- Hirsh, Amanda. 2020. “Transdisciplinary and Interdisciplinary Approaches.” Center for Innovative Teaching and Learning (blog). Northern Illinois University. November 17, 2020. <https://citl.news.niu.edu/2020/11/17/transdisciplinary-interdisciplinary/>
- Hospitality Net. 2025. “All Latest News.” <https://www.hospitalitynet.org/list/1-10/all-latest-news.html>
- Hospitality ON. 2025. “Hospitality Asset Forum 2025: REITs Are Evolving.” Hospitality ON. October 2025. <https://hospitality-on.com/en/hospitality-asset-forum/hospitality-asset-forum-2025-reits-are-evolving>
- Host Hotels & Resorts. 2026. “Official Corporate Website.” Host Hotels & Resorts. <https://www.hosthotels.com/>
- Hotel Investment Today. 2026. “REITs Issue Updates on Sales and Conservative Guidance.” Hotel Investment Today. Northstar Travel Group. <https://www.hotelinvestmenttoday.com/Financials/REITS/REITs-issue-updates-on-sales-and-conservative-guidance>

- Hotel Tech Insight. 2025. “Which Booking Engine Platform Is Best for Small Hotels?” <https://hoteltechinsight.com/answers/which-booking-engine-platform-is-best-for-small-hotels/>
- HotelTechReport. 2025. “Best Hotel Channel Managers.” <http://hoteltechreport.com/revenue-management/channel-managers>
- HotStats. 2025. “Hotel Profit Intelligence.” <https://www.hotstats.com/>
- Huseynli, Elmira. 2022. “Sustainable Tourism and Its Environmental, Economic, Social Benefits to the Host Destinations.” Research paper, IMC University of Applied Sciences Krems. [https://doi.org/10.13140/](https://doi.org/10.13140/RG.2.2.31912.03845)
- ICCROM (International Centre for the Study of the Preservation and Restoration of Cultural Property). 2022. “Regenerative Tourism: Moving Beyond Sustainable and Responsible Tourism.” Last updated May 2, 2022. <https://ocm.iccrom.org/documents/regenerative-tourism-moving-beyond-sustainable-and-responsible-tourism>
- IDeaS. 2025. “Hospitality Revenue Management.” <https://ideas.com/revenue-management-for-hospitality/>
- IGI Global. 2025. “Discover InfoScripédia: IGI Global’s Free Academic Resource.” <https://www.igi-global.com/newsroom/archive/discover-infoscipedia-igi-global-free/5668/>
- Iliev, Dejan. 2019. “Evolution and Changes of Tourism in Macedonia in the Post-Socialist Period (1991–2018).” *Geographica Pannonica* 23 (4): 332–343. <https://doi.org/10.5937/gp23-22878>
- Ilkhanizadeh, Shiva, Mahmoud Golabi, Siamand Hesami, and Husam Rjoub. 2020. “The Potential Use of Drones for Tourism in Crises: A Facility Location Analysis Perspective.” *Journal of Risk and Financial Management* 13 (10): 246. <https://doi.org/10.3390/jrfm13100246>
- IMD (International Institute for Management Development). 1989. *World Competitiveness Yearbook*. Lausanne: IMD World Competitiveness Center. <https://www.imd.org/centers/wcc/world-competitiveness-center/>

- IMF. 2025. World Economic Outlook: October 2025. <https://www.imf.org/en/publications/weo/issues/2025/10/14/world-economic-outlook-october-2025#statistical>
- Inalhan, Goksenin, Eunhwa Yang, and Clara Weber. 2021. "Place Attachment Theory." In *A Handbook of Theories on Designing Alignment Between People and the Office Environment*, edited by Rianne Appel-Meulenbroek and Vitalija Danivska, 186–203. London: Routledge. <https://doi.org/10.1201/9781003128830-16>
- International Air Transport Association (IATA). 2008. The Impact of Recession on Air Traffic Volumes. IATA Economic Briefing, December 2008. <https://www.iata.org/en/iata-repository/publications/economic-reports/impact-of-recession/>
- International Energy Agency (IEA). 2026. Global Energy Review 2026: Electricity Supply. <https://www.iea.org/reports/global-energy-review-2026/electricity-supply>
- International Institute for Management Development (IMD). 2025. "Seven Steps to Conduct a Cost-Benefit Analysis." IMD Strategy Insights. November 12, 2025. <https://www.imd.org/blog/strategy/cost-benefit-analysis/>
- International Labour Organization (ILO). 2013. Economic Crisis, International Tourism Decline and Its Impact on the Poor. Geneva: ILO. https://www.ilo.org/sites/default/files/wcmsp5/groups/public/@ed_dialogue/@sector/documents/publication/wcms_214576.pdf
- International Monetary Fund (IMF). 1991. IMF Annual Report 1991. Washington, DC: IMF. <https://www.imf.org/external/pubs/ft/ar/archive/pdf/ar1991.pdf>
- Irannezhad, Elnaz, and Renuka Mahadevan. 2020. "Is Blockchain Tourism's New Hope?" *Journal of Hospitality and Tourism Technology* 12 (1): 85–96. <https://doi.org/10.1108/JHTT-02-2020-0039>
- Ivanova, Liliya, and Olha Vovchanska. 2023. "Marketing Technologies of Personalization in Tourism Based on Artificial Intelligence." *Eastern Europe: Economy, Business and Management* 39: 25–31. <https://doi.org/10.32782/easterneurope.39-4>

- Jackson, A. Leonard. 2025. "Community-Based Tourism: A Catalyst for Achieving the United Nations Sustainable Development Goals One and Eight." *Tourism and Hospitality* 6, no. 1: 29. <https://doi.org/10.3390/tourhosp6010029>
- Jafari, Jafar. 2005. "Tourism Research: Revamping Old Challenges for Integrative Paradigms." Paper presented at the VII Congreso Nacional y I Internacional de Investigación Turística, Guadalajara, Mexico
- Jahan, Sarwat, Ahmed Mahmud, and Chris Papageorgiou. 2014. "What Is Keynesian Economics?" *Finance & Development* 51 (3): 53–54. <https://www.imf.org/external/pubs/ft/fandd/2014/09/basics.htm>
- Jakšić-Stojanović, Anđela. 2022. "Genealogy Tourism: Trends and Perspectives." In *Encyclopedia of Tourism Management and Marketing*, edited by Dimitrios Buhalis, 381–384. Cheltenham: Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781800377486.genealogy.tourism:.trends>
- Jalilvand, Mohammad Reza, and Hamed Ghasemi. 2024. "Augmented Reality Technology in Tourism and Hospitality Research: A Review from 2010 to 2024." *Journal of Science and Technology Policy Management* 17, no. 5. <https://doi.org/10.1108/JSTPM-04-2024-0136>
- Janardhan, Divya, and Yingchong Wang. 2025. "Exploring Set-Jetting: A State-of-the-Art Review of the Research Domain." *The Journal of Arts Management, Law, and Society* 55, no. 1: 1–18. <https://doi.org/10.1080/10632921.2025.2545270>
- Jones, Peter. 2024. "Wellness in the Global Hospitality and Tourism Industry." *Athens Journal of Tourism* 11 (3): 225–38. <https://doi.org/10.30958/ajt.11-3-3>
- Junaedi, Akhmad Rusli, Mushtofa Kamal, Firda Diartika, and Tri Rafika Diyah Indartin. 2025. "Sleep Tourism as a Strategic Marketing Communication Tool for Attracting Wellness-Oriented Travelers in Indonesia." *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi dan Informasi* 10, no. 4: 746–761. <https://doi.org/10.52423/jik-uhov10i4.1619>

- Kabia, Sunil Kumar, and G. Srinivaasan. 2020. "Role of Smartphones in Destination Promotion and Its Impact on Travel Experience." *International Journal of Hospitality and Tourism Systems* 13 (1): 45–56
- Kankhva, Vadim. 2018. "Using the Entropy of Cover Method in the Analysis of Investment Risks." *MATEC Web of Conferences* 212: 08003. <https://doi.org/10.1051/mateconf/201821208003>
- Katlav, Eda. 2020. "QR Code Applications in Tourism." In *Smart Technology Application in Tourism Industry*, edited by IGI Global, 88–105. Hershey, PA: IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-1989-9.ch005>
- Kershaw, Eleanor H., Sarah Hartley, Christopher McLeod, and Philippa Polson. 2021. "The Sustainable Path to a Circular Bioeconomy." *Trends in Biotechnology* 39 (6): 542–45. <https://doi.org/10.1016/j.tibtech.2020.10.015>
- Keynes, John Maynard. 1936. *The General Theory of Employment, Interest, and Money*. London: Macmillan
- Khalid, Usman, Luke Emeka Okafor, and Muhammad Shafiullah. 2019. "The Effects of Economic and Financial Crises on International Tourist Flows: A Cross-Country Analysis." *Journal of Travel Research* 59 (8): 1489–1505. <https://doi.org/10.1177/0047287519834360>
- Khalil, Hussam Mohamed, and Mishall Al-Zubaidie. 2025. "Smart Contract in E-Real Estate." Conference presentation, University of Thi-Qar, October 2025. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.28633.17763>
- Khartishvili, Lela, Andreas Muhar, Thomas Dax, and Joseph Khelashvili. 2019. "Rural Tourism in Georgia in Transition: Challenges for Regional Sustainable Development." *Sustainability* 11 (2): 410. <https://doi.org/10.3390/su11020410>
- Khartishvili, Lela, Tamara Mitrofanenko, Andreas Muhar, and Marianne Penker. 2020. "Issues with Applying the Concept of Community-Based Tourism in the Caucasus." *Mountain Research and Development* 40, no. 1: R1–R10. <https://doi.org/10.1659/MRD-JOURNAL-D-19-00071.1>

- Khazzoum, Elie, Alexander Shaindlin, and Ulaş Tanlak. 2023. “ESG Integration in REITs: Exploring Financial Performance and WACC Implications.” Research paper, ResearchGate. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.13011.96807>
- Khelashvili, Ioseb, Khartishvili, Lela, and Khokhobaia, Merab. 2019. “Clustering the Problems of Sustainable Tourism Development in a Destination: Tsaghveri Resort as a Case.” *Ankara Üniversitesi Çevre Bilimleri Dergisi* 7 (2): 83–97
- Khelashvili, Ioseb. 2023. “Segment-Centric Geo-Competitive Environment of a Tourism Destination (A Case of Georgia).” *Journal of Tourism and Hospitality Management* 11 (1): 45–60. <https://doi.org/10.17265/2328-2169/2023.01.002>
- Kim, Hyunjoon. 2001. “Hotel Real Estate Investment Trusts (REITs): An Investigation of Market Performance Risk Features, and Risk Determinants.” *The Journal of Hospitality Financial Management* 9 (1): 31–47. <https://doi.org/10.1080/10913211.2001.10653754>
- Kitzes, Justin. 2013. “An Introduction to Environmentally Extended Input-Output Analysis.” *Resources* 2 (4): 489–503. <https://doi.org/10.3390/resources2040489>
- Kline, Carol, David Alejandro Cardenas, Yu-Fai Leung, and S. Sanders. 2007. “Sustainable Farm Tourism: Understanding and Managing Environmental Impacts of Visitor Activities.” *Journal of Extension* 45, no. 2: 2RIB2
- Ko, Chien-Heng, Yao-Hsu Tsai, Shu-Li Chen, and Li-Hsin Wang. 2014. “Exploring Biometric Technology Adopted in the Hotel Processes.” *Biotechnology* 13 (4): 165–70. <https://doi.org/10.3923/biotech.2014.165.170>
- Kotchen, Matthew J. 2010. “Cost-Benefit Analysis.” In *Detailed Glossary of Environmental Terms*, edited by Robert Costanza and Ida Kubiszewski. Encyclopedia of Earth. Environmental Information Coalition, National Council for Science and the Environment
- Kotler, Philip T., and Gary Armstrong. 2017. *Principles of Marketing*. 17th ed. Boston: Pearson

- Krittayaruangroj, Krittawit, Suparak Suriyankietkaew, and Philip Hallinger. 2023. "Research on Sustainability in Community-Based Tourism: A Bibliometric Review and Future Directions." *Asia Pacific Journal of Tourism Research* 28 (9): 1031–51. <https://doi.org/10.1080/10941665.2023.2276477>
- Kruczek, Zygmunt, Michał Kruczek, and Adam Szromek. 2018. "Possibilities of Using the Tourism Area Life Cycle Model to Understand and Provide Sustainable Solution for Tourism Development in the Antarctic Region." *Sustainability* 10, no. 1: 89. <https://doi.org/10.3390/su10010089>
- Kubickova, Marketa, and Drew Martin. 2020. "Exploring the Relationship Between Government and Destination Competitiveness: The TALC Model Perspective." *Tourism Management* 78: 104040. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.104040>
- Kumar, Sandeep, Ankur Sabharwal, and Sakshi Sakshi. 2024. "An Evaluation of Large Cap, Mid Cap, and Small Cap Mutual Funds: Return, Risk, and Investor Considerations." *International Journal of Banking Risk and Insurance* 12 (Special): 1–10. <https://doi.org/10.21863/ijbri/2024.12.sp.iss.001>
- Kunwar, Ramesh Raj. 2021. "Extreme Sport: Understanding the Concept, Recognizing the Value." *Journal of Tourism & Adventure* 4, no. 1: 89–123. <https://doi.org/10.3126/jota.v4i1.40681>
- Kuo, Chun-Min, Li-Cheng Chen, and Chin-Yao Tseng. 2017. "Investigating an Innovative Service with Hospitality Robots." *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 29 (5): 1305–21
- Kuparadze, Gigi, Niko Kvaratskhelia, Erekle Ugrelidze, and Sophio Lazishvili. 2025. "Study of the Element of Cultural Tourism in the Programs of the Incoming Tour Operators of Georgia." *Academic Digest* 2024: 27–36. <https://doi.org/10.55896/2298-0202/2024/27-36>
- Kutlu, Didem. 2024. "A Conceptual Overview of Regenerative Tourism." In *Contemporary Studies and Theories in Tourism*, 69–81. Berlin: Peter Lang.

- Kvitkova, Zuzana, Martin Vaško, and Zdenka Petru. 2025. "Electromobility and Customer Behavior in Tourism – Case of the Czech Republic." In *Tourism in Southern and Eastern Europe 2025: Tourism and Creative Industries: Trends and Challenges*, 87–101. Opatija: University of Rijeka, Faculty of Tourism and Hospitality Management. <https://doi.org/10.20867/tosee.08.7>
- Kwok, A. O. J., and S. G. M. Koh. 2019. "Is Blockchain Technology a Watershed for Tourism Development?" *Current Issues in Tourism* 22 (20): 2447–52. <https://doi.org/10.1080/13683500.2018.1513460>
- Lartey, Solomon. 2024. "Risk Management Strategies in the Tourism Industry: Reassuring Patrons and Mitigating Associated Risks." ResearchGate, August 2024. https://www.researchgate.net/publication/383206167_Risk_Management_Strategies_in_the_Tourism_Industry_Reassuring_Patrons_and_Mitigating_Associated_Risks
- Lee, Kyoung. 2022. "Effects of Service Robots in the Hospitality and Tourism Sectors: A Critical Review and Future Research Directions." *International Journal of Tourism and Hospitality Research* 36 (4): 21–33. <https://doi.org/10.21298/IJTHR.2022.4.36.4.21>
- Lee, Tsung Hung. 2013. "Environmentally Responsible Behavior of Nature-Based Tourists: Related Concepts, Measurement, and Research." *Journal of Tourism & Hospitality* 2 (1): e126. <https://doi.org/10.4172/2167-0269.1000e126>
- Lee, Tzuhsiang, Fu-Hsing Jan, and Ching-Chuan Yang. 2013. "Conceptualizing and Measuring Environmentally Responsible Behaviors from the Perspective of Community-Based Tourists." *Tourism Management* 36 (June): 454–468. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.09.012>
- Leiper, Neil. 1979. "The Framework of Tourism: Towards a Definition of Tourism, Tourist, and the Tourist Industry." *Annals of Tourism Research* 6, no. 4: 390–407. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(79\)90003-3](https://doi.org/10.1016/0160-7383(79)90003-3)
- Leiper, Neil. 1990. *Tourism Systems: An Interdisciplinary Perspective*. Palmerston North: Massey University, Department of Management Systems

- Lemelin, Raynald Harvey, Jackie Dawson, Emma J. Stewart, and Michael Lück. 2010. "Last-Chance Tourism: The Boom, Doom, and Gloom of Visiting Vanishing Destinations." *Current Issues in Tourism* 13, no. 5: 477–493. <https://doi.org/10.1080/13683500903406367>
- Lemons. 2022. "როგორ არის დაკავშირებული NFT და მარკეტინგი?" [How are NFT and marketing connected?]. *Lemons Blog*, June 17, 2022. <https://lemons.ge/ka/blog/52-marketing/469-rogor-aris-da-kavshirebuli-nft-da-marketingi>
- Leonidou, E., M. Christofi, D. Vrontis, and A. Thrassou. 2018. "An Integrative Framework of Stakeholder Engagement for Innovation Management and Entrepreneurship Development." *Journal of Business Research* 119: 245–58. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.11.054>
- Leung, Jason. 2022. "What Is the Internet of Things or IoT?" *Fiberroad*. <https://fiber-road.com/ka/resources/resources/what-is-the-internet-of-things-iot/>
- Li, Shaowen, and Shuyun Du. 2021. "An Empirical Study on the Coupling Coordination Relationship Between Cultural Tourism Industry Competitiveness and Tourism Flow." *Sustainability* 13 (10): Article 5525. <https://doi.org/10.3390/su13105525>
- Liao, Wang. 2023. "Introduction to CAPM: Advantages, Disadvantages and Alternatives." *Advances in Economics, Management and Political Sciences* 23 (1): 331–35. <https://doi.org/10.54254/2754-1169/23/20230397>
- Life Group Holding. "Life Group Holding Homepage." <https://lifegroupholding.com/>
- Lighthouse. 2025. "5 Key Steps to Optimize Your Hotel Website for AI Search." *Lighthouse Resources*, August. <https://www.mylighthouse.com/resources/blog/guide-optimize-hotel-website-for-ai-search>
- Lodging Interactive. 2025. "Innovative Marketing Execution." <https://www.lodginginteractive.com/>
- Lohmann, Gui, and Alexandre Panosso Netto. 2017. *Tourism Theory: Concepts, Models and Systems*. Oxfordshire: CABI

- Lozano, Javier, Javier Rey-Maqueira, and Carlos Mario Gómez. 2008. "The TALC Hypothesis and Economic Growth Theory." *Tourism Economics* 14, no. 4: 727–749. <https://doi.org/10.5367/000000008786440166>
- Lu, Marcus, Bruni Venditti, and Amy Kuo. 2025. "The World's Biggest Cryptocurrencies in 2025." *Visual Capitalist*, November 2025. <https://www.visualcapitalist.com/the-worlds-biggest-cryptocurrencies-in-2025/>
- Luo, Haiyang. 2023. "The Rise of the Sharing Economy." *BCP Business & Management* 44: 94–98. <https://doi.org/10.54691/bcpbm.v44i.4798>
- Luo, L., and J. Zhou. 2021. "BlockTour: A Blockchain-Based Smart Tourism Platform." *Computer Communications* 175: 186–92. <https://doi.org/10.1016/j.comcom.2021.05.011>
- Malathy, Keertana, and C. Vijayvishnu Kumar. 2025. "Hyperlocal Digital Marketing for Tourism Development: Unlocking Hidden Gems in the Digital Era." In *The Innovation Blueprint: Creating Business Ideas That Transform Markets*. <https://doi.org/10.34293/blp.9789395659819.ch008>
- Marchesi, Lodovica, Michele Marchesi, and Roberto Tonelli. 2020. "ABCDE – Agile Blockchain DApp Engineering." *Blockchain: Research and Applications* 1 (1–2): 100002. <https://doi.org/10.1016/j.b cra.2020.100002>
- Marriott. 2024. *Marriott International Enterprise Tech Analysis*. Global Data, May 2024. <https://www.globaldata.com/store/report/marriott-international-enterprise-tech-analysis/>
- Marsiglio, Simone. 2018. "On the Implications of Tourism Specialization and Structural Change in Tourism Destinations." *Tourism Economics* 24, no. 8: 945–962. <https://doi.org/10.1177/1354816618792701>
- Martens, Hans. 2016. "Crisis Management in Tourism – A Literature Based Approach on the Proactive Prediction of a Crisis and the Implementation of Prevention Measures." *Athens Journal of Tourism* 3 (2): 89–101. <https://doi.org/10.30519/ajt.3-2-1>
- Mawby, Rob I., Alina S. Tecau, Cristinel P. Constantin, Ioana B. Chitu, and Bianca Tescasiu. 2016. "Addressing the Security Concerns of Locals and Visitors for the Sustainable Development of Tourist Destinations." *Sustainability* 8 (6): 524. <https://doi.org/10.3390/su8060524>

- Mensah, Ishmael. 2022. "Roots Tourism." In *Encyclopedia of Tourism Management and Marketing*, edited by Dimitrios Buhalis, 782–785. Cheltenham: Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781800377486.roots.tourism>
- Mews. 2025. "10 Serviced Apartment Marketing Strategies to Drive Bookings." Mews Blog. <https://www.mews.com/en/blog/serviced-apartment-marketing-strategies>
- Mieczkowski, Z. 1985. "The Tourism Climatic Index: A Method of Evaluating World Climates for Tourism." *The Canadian Geographer / Le Géographe canadien* 29 (3): 220–33. <https://doi.org/10.1111/j.1541-0064.1985.tb00365.x>
- Milojković, Danka, Milena Nikolić, Ana Anđelković Milenković, and Marija Blagojević Marković. 2024. "Sustainable Tourism: The Role of Green Finance in Enhancing Energy Efficiency in the Hospitality Industry." In *Proceedings of the Singidunum University International Scientific Conference SITCON 2024: Tourism Transformed: Rethinking Strategies for Modern Tourism*, 21–27. Belgrade: Singidunum University. <https://doi.org/10.15308/Sitcon-2024-21-27>
- Minic, Natalija. 2012. "Development of 'Dark' Tourism in the Contemporary Society." *Journal of the Geographical Institute "Jovan Cvijic" SASA* 62, no. 3: 81–103. <https://doi.org/10.2298/IJGI1203081M>
- Mofokeng, N. E. M., and T. K. Matima. 2018. "Future Tourism Trends: Virtual Reality Based Tourism Utilizing Distributed Ledger Technologies." *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure* 7 (3): 1–14
- Mohanta, Soumyashree S., Debasish Panda, and Debasish Jena. 2018. "An Overview of Smart Contract and Use Cases in Blockchain Technology." In *2018 9th International Conference on Computing, Communication and Networking Technologies (ICCCNT)*, 1–4. IEEE. <https://doi.org/10.1109/ICCCNT.2018.8494045>
- Molina, Sergio E., and Sergio A. Rodríguez. 2005. *Planificación integral del turismo: Un enfoque para Latinoamérica*. Mexico City: Editorial Mil-las

- Molina, Sergio. 1991. *Conceptualización del turismo*. Mexico City: Editorial Limusa
- Moll, Stephan. 2012. *Environmental Accounting: Leontief and Environmentally Extended Input-Output (EEIO) Frameworks*. Working Paper. Luxembourg: Eurostat
- Moll, Stephan. 2023. “Variants of Environmentally Extended Leontief-Type Models.” Presentation at the 29th Meeting of the London Group on Environmental Accounting, Session 5: Input-Output Models. UN SEEA. https://seea.un.org/sites/seea.un.org/files/presentation_moll.pdf
- 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 thesis, University of Cape Coast, Ghana
- Morantes, Juan Orlando Berdugo, Marleny Torres Zamudio, Fabio Alonso Gómez Bonilla, and Michael Nealy. 2023. “Economic Effects & Multipliers.” IMPLAN Support. Last modified September 2023. <https://support.implan.com/hc/en-us/articles/18944332362523-Economic-Effects-Multipliers>
- Moreno-Brid, Juan, and Joaquin Sánchez Gómez. 2023. “The Lost Decade and the 1982 Debt Crisis in Mexico.” In *Elgar Encyclopedia of Financial Crises*, edited by Sara Hsu. Cheltenham: Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781800377363.ch101>
- Muhamad, and Dicky Sopjan. 2022. “Religious, Cultural, and Artistic Tourism in Sustainable Tourism.” *Formosa Journal of Multidisciplinary Research* 1 (1): 31–44. <https://doi.org/10.55927/fjmr.v1i1.411>
- Muhar, Andreas, and Lela Khartishvili. 2019. “Community-Based Tourism: Sustainable Development in Mountain Regions in the Caucasus.” Research project description, Doctoral School Transitions to Sustainability (T2S), University of Natural Resources and Life Sciences (BOKU), Vienna. <https://boku.ac.at/en/docservice/doctoral-studies/doktoratsschulen/transitions-to-sustainability-t2s/research/projects/community-based-tourism-sustainable-development-in-mountain-regions-in-the-caucasus>

- Murunantham, Alagiah, and Joseph Bino. 2020. "Smart Airline Baggage Tracking and Theft Prevention with Blockchain Technology." *Test Engineering and Management* 83: 3436–40
- Myrovali, Glykeria, George Tzanis, and Maria Morfoulaki. 2025. "Sustainable Tourism Through Digitalization and Smart Solutions." *Sustainability* 17 (12): 5383. <https://doi.org/10.3390/su17125383>
- Nandasena, Roshini, Alastair M. Morrison, and J. Andres Coca-Stefaniak. 2022. "Transformational Tourism – A Systematic Literature Review and Research Agenda." *Journal of Tourism Futures*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1108/JTF-02-2022-0038>
- National Bank of Georgia. 2024. *Fintech Development Strategy of Georgia – 2024*. Tbilisi: National Bank of Georgia. https://nbg.gov.ge/fm/%E1%83%96%E1%83%94%E1%83%93%E1%83%90%E1%83%9B%E1%83%AE%E1%83%94%E1%83%93%E1%83%95%E1%83%94%E1%83%9A%E1%83%9D%E1%83%91%E1%83%90/%E1%83%A4%E1%83%98%E1%83%9C%E1%83%A2%E1%83%94%E1%83%A5_%E1%83%93%E1%83%94%E1%83%9E%E1%83%A0%E1%83%A2%E1%83%90%E1%83%9B%E1%83%A0%E1%83%9C%E1%83%A2%E1%83%98/strategia/fintech-development-strategy-of-georgia.pdf
- Nawari, O. O., and Shriram Ravindran. 2019. "Blockchain and the Built Environment: Potentials and Limitations." *Journal of Building Engineering* 25: 100832. <https://doi.org/10.1016/j.job.2019.100832>
- Nikolaidis, Athanasios. 2022. "What Is Significant in Modern Augmented Reality: A Systematic Analysis of Existing Reviews." *Applied Sciences* 12 (10): 5047. <https://doi.org/10.3390/app12105047>
- Norman, Alex. 2012. "The Varieties of the Spiritual Tourist Experience." *Literature & Aesthetics* 22, no. 1: 20–37
- Northrop, Andy. *The Tourism Area Life Cycle Model: Where Is Your Community At? Presentation*, Michigan State University Extension / Networks Northwest. <https://www.networksnorthwest.org/userfiles/filemanager/uxdadh4fhhwjaedlrn9w/>
- Nowak, Maia. 2023. "Different Types of Online Marketplaces." *Nomtek Blog*, December. <https://www.nomtek.com/blog/mobile-commerce>

- Nyukorong, Remy. 2020. "Exchange-Traded Funds: What You Need to Know?" *European Scientific Journal* 16 (19): 1–15
- OECD, and World Trade Organization. 2013. *Aid for Trade at a Glance 2013: Connecting to Value Chains*. Paris: OECD Publishing / Geneva: WTO Publications. https://doi.org/10.1787/aid_glance-2013-en
- OECD. 2017. "OECD Tourism Committee." OECD. <https://web.archive.oecd.org/temp/2017-07-31/446807-oecd-tourism-committee.htm>
- Ojeyemi, Oluwaseun. 2024. "The Role of ICT in Tourism and Hospitality Business." SlideShare, March 2024. <https://www.slideshare.net/slideshow/role-of-ict-in-tourism-and-hospitality-industry/75384185>
- Oliveira, Caryle Tadey Falcão, Deborah Moraes Zouain, Luiz Alexandre Valadão Souza, and André Luís Faria Duarte. 2019. "Competitiveness of Tourist Destinations: Demand and Performance Factors." *Tourism & Management Studies* 15 (4): 17–26. <https://doi.org/10.18089/tms.2019.150402>
- Oliver, R. Keith, and Michael D. Webber. 1982. "Supply-Chain Management: Logistics Catches Up with Strategy." In *Outlook*, edited by Martin Christopher, 42–47. London: Booz, Allen and Hamilton
- Onete, Cristian Bogdan, Doru Pleșea, and Teodora Silvia Budz. 2018. "Sharing Economy: Challenges and Opportunities in Tourism." *Amfiteatru Economic* 20 (S12): 998–1015. <https://doi.org/10.24818/EA/2018/S12/998>
- Orts-Cardador, José Joaquín, Jesús Claudio Pérez-Gálvez, María Genoveva D. C. Fuentes, and César A. J. Alba. 2024. "Heritage Tourism: A Bibliometric Analysis over Three Decades (1994–2023)." *GeoJournal of Tourism and Geosites* 55, no. 3: 1164–1173. <https://doi.org/10.30892/gtg.55317-1289>
- Our World in Data. 2026a. "CO2 and Greenhouse Gas Emissions." <https://ourworldindata.org/greenhouse-gas-emissions>
- Our World in Data. 2026b. "The Global Population Pyramid." <https://ourworldindata.org/age-structure>
- Özder, Ceren Gül Artuner. 2024. *Astrotourism: A Growing Niche of Sustainable Tourism*. Ankara: Detay Academic Publishing

- Pacheco, Myriam Elizabeth Torres, Laura Valentina López Mayorga, Brayan A. Parra-Orobio, Cristian Mejía-Parada, Jesus Alvarez, Carolina Saavedra-Pasaje, and Jonathan Soto-Paz. 2026. "Circular Economy in Tourism: Challenges and Opportunities for a Sustainable Future." *PASOS: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* 24 (2): 391–411. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2026.24.026>
- Paek, Soyoun, Jin-Young Kim, Syung Jun Mun, and Chulhee Gyun. 2021. "In Hotel REITs, Are Institutional Investors Beneficial for Firm Value?" *Tourism Economics* 27 (3): 441–58. <https://doi.org/10.1177/1354816620908702>
- Panoiu, T. M., and D. Foris. 2024. "The Influence of Online Booking Platforms on Travel Decision-Making." *Bulletin of the Transilvania University of Braşov, Series V: Economic Sciences* 17 (66): 45–54. <https://doi.org/10.31926/but.es.2024.17.66.2.5>
- Park Hotels & Resorts. 2026. "Official Corporate Website." Park Hotels & Resorts. <https://www.pkhotelsandresorts.com/>
- Patil, Aparna Shankar, Ruchita Audumbar Gavali, and Shabdali Suresh Shetty. 2021. "Voice Assistant – A Review." *International Journal of Engineering Applied Sciences and Technology* 5 (11): 112–16. <https://doi.org/10.33564/IJEAST.2021.v05i11.023>
- Pebblebrook Hotel Trust. 2026. "Official Corporate Website." Pebblebrook Hotel Trust. <https://pebblebrookhotels.com/>
- Perkumienė, Dalia, Milita Vienažindienė, and Biruta Švagždienė. 2021. "The Sharing Economy towards Sustainable Tourism: An Example of an Online Transport-Sharing Platform." *Sustainability* 13 (19): 10955. <https://doi.org/10.3390/su131910955>
- Phocuswright. 2025. "Phocuswright Powers the Travel Industry's Smartest Decisions." <https://www.phocuswright.com/>
- Pilis, Wiesław, Dominik Kabus, and Ireneusz Miciuła. 2022. "Food Services in the Tourism Industry in Terms of Customer Service Management: The Case of Poland." *Sustainability* 14, no. 11: 6510. <https://doi.org/10.3390/su14116510>

- Pohl, Christian, and Gertrude Hirsch Hadorn. 2007. Principles for Designing Transdisciplinary Research. Proposed by the Swiss Academies of Arts and Sciences. Munich: oekom verlag. <https://doi.org/10.14512/9783962388638>
- Pohl, Christian, and Urs Wiesmann. 2008. "The Emergence of Transdisciplinarity as a Form of Research." In Handbook of Transdisciplinary Research, edited by Gertrude Hirsch Hadorn, Susette Biber-Klemm, Walter Grossenbacher-Mansuy, Holger Hoffmann-Riem, Dominique Joye, Christian Pohl, Urs Wiesmann, and Elisabeth Zemp, 19–39. Dordrecht: Springer. https://doi.org/10.1007/978-1-4020-6699-3_2
- Poliakova, Mirela. 2024. "Machine Translation: The Future of Language." POEditor Blog, September. <https://poeditor.com/blog/machine-translation/>
- Ponder, Lauren M., and Patrick Holladay. 2016. "Yoga Tourism." In Encyclopedia of Tourism, edited by Jafar Jafari and Honggen Xiao, 1032–1034. Cham: Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-01669-6_636-1
- Poon, Auliana. 1993. Tourism, Technology and Competitive Strategies. Wallingford: CAB International
- Popesku, Jovan, and Danijel Pavlović. 2012. "Tourist Destination Competitiveness: Case Study of Serbia." Paper presented at the 4th Asia-Euro Conference 2012 in Tourism, Hospitality & Gastronomy, Subang Jaya, Malaysia, November 28–30. https://www.researchgate.net/publication/259781395_Tourist_Destination_Competitiveness_Case_Study_of_Serbia
- Porter, Michael E. 1979. "How Competitive Forces Shape Strategy." Harvard Business Review 57 (2): 137–45
- Porter, Michael E. 1985. Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. New York: Free Press
- Porter, Michael E. 1990. "The Competitive Advantage of Nations." Harvard Business Review 68 (2): 73–93
- Porter, Michael E. 1998. Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. New York: Free Press

- Potočnik Slavič, Irma, and Serge Schmitz. 2013. "Farm Tourism Across Europe." *European Countryside* 5, no. 4: 265–277. <https://doi.org/10.2478/euco-2013-0017>
- Poulaki, Ioulia, and Spyros Avdimiotis. 2019. "Airbnb Impact and Regulation Issues Through Destination Life Cycle Concept." *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research* 13, no. 4: 485–496. <https://doi.org/10.1108/IJCTHR-03-2019-0044>
- Preobrazhenski, V. S., Y. A. Vedeni, I. V. Zorin, and L. I. Mukhina. 1974. "Territorial Recreation System as Subject of Geographical Science." *Academy of Sciences USSR: Geography Series*, no. 2: 34–42. (In Russian)
- Publifi. 2025. "Online Partner List." <https://www.publift.com/publift-online-partner-list>
- Pulido-Fernández, Juan Ignacio, Lidia Andrades-Caldito, and Marcelino Sánchez-Rivero. 2015. "Is Sustainable Tourism an Obstacle to the Economic Performance of the Tourism Industry? Evidence from an International Empirical Study." *Journal of Sustainable Tourism* 23 (1): 47–64. <https://doi.org/10.1080/09669582.2014.909447>
- Putra, Fajar Kusnadi Kusumah. 2019. "Emerging Travel Trends: Joy of Missing Out (JOMO) Vs Iconic Landmarks." *Jurnal Pariwisata Terapan* 3, no. 1: 25–36. <https://doi.org/10.22146/jpt.49273>
- Qian, Ling, Zhiguo Luo, Yujian Du, and Leitao Guo. 2009. "Cloud Computing: An Overview." In *Cloud Computing: First International Conference, CloudCom 2009, Beijing, China, December 1–4, 2009, Proceedings*, edited by Martin Mg. Beijing: Springer, 626–31. https://doi.org/10.1007/978-3-642-10665-1_63
- QloApps. 2025a. "Hospitality 2025: 10 Trends Redefining Guest Experiences." Updated March 25, 2025. <https://qloapps.com/hospitality-trends-redefining-guest-experienc/>
- QloApps. 2025b. "The Role of AI Agents in Smarter Hotel Bookings." April 2025. <https://qloapps.com/ai-agents-smarter-hotel-bookings/>
- QUARTA Technologies. 2025. "Что такое Интернет вещей (IoT)?" <https://www.quarta-embedded.ru/company/articles/chto-takoe-internet-veshchey/>

- Quazi, Nazeem. 2025. Tourism Business Management: Cost Benefit and Impact Analysis. Dhaka: Academic Publications. https://www.academia.edu/26504294/TOURISM_BUSINESS_MANAGEMENT_COST_BENEFIT_AND_IMPACT_ANALYSIS
- Raghavender, K. V., Mohammed Abdul Aslam Nawaz, and Malla Reddy. 2019. "Understanding Bitcoin as Crypto Currency and Concept of Application Development with Ethereum." *International Journal of Advanced Science and Technology* 128 (1): 1–10
- Raj, Razaq, and Kevin Griffin. 2017. "Introduction to Conflicts, Religion and Culture in Tourism." In *Conflicts, Religion and Culture in Tourism*, edited by Razaq Raj and Kevin Griffin, 1–12. Wallingford: CABI. <https://doi.org/10.1079/9781786390646.0001>
- Rana, Roberto Leonardo, Nino Adamashvili, and Caterina Tricase. 2022. "The Impact of Blockchain Technology Adoption on Tourism Industry: A Systematic Literature Review." *Sustainability* 14 (12): 7383. <https://doi.org/10.3390/su14127383>
- Rasool, Shahid, Habib Tariq, Muslim Amin, and Cihan Cobanoglu. 2024. "Dark Tourism, Thana Tourism, and Ghost Tourism: A Bibliometric Visualization Review for the Last 23 Years (2000–2023)." *Journal of Hospitality and Tourism Insights*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1108/JHTI-04-2024-0300>
- RateGain. 2023. "Role of Channel Managers in Revenue Management." RateGain Blog, October 12, 2023. <https://rategain.com/blog/role-of-channel-managers-in-revenue-management/>
- Reed, Bill. 2007. "Shifting from 'Sustainability' to Regeneration." *Building Research & Information* 35 (6): 674–80. <https://doi.org/10.1080/09613210701475753>
- Reinsch, Sabine, David A. Robinson, Maud A. J. van Soest, Aidan M. Keith, Simon Parry, and Andrew M. Tye. 2024. "Temperate Soils Exposed to Drought—Key Processes, Impacts, Indicators, and Unknowns." *Land* 12 (11): 1359. <https://doi.org/10.3390/land13111759>

- Revfine. 2025. "Accommodation in Tourism: All Types of Accommodation Explained." Revfine. <https://www.revfine.com/accommodation-in-tourism/>
- Richards, Greg. 2018. "Cultural Tourism: A Review of Recent Research and Trends." *Journal of Hospitality and Tourism Management* 36: 12–21. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.03.005>
- Richards, Greg, and Crispin Raymond. 2000. "Creative Tourism." *ATLAS News* 23: 16–20. <https://doi.org/10.17605/OSF.IO/YWEG7>
- Rinn, Radek, Markéta Kalábová, and Vilém Jarský. 2023. "Bioeconomy-Based Tourism: A New Concept Responding to the Support of Bioeconomy." *Frontiers in Environmental Science* 11: 1145260. <https://doi.org/10.3389/fenvs.2023.1145260>
- Ririmasse, Olyvia, Hatane Samuel, Serli Wijaya, and Sienny Thio. 2026. "From Sustainable to Regenerative Tourism Mediated by Empowering Community and Competitive Productivity." *Discover Sustainability* 7 (1): 3145. <https://doi.org/10.1007/s43621-026-03145-5>
- Risteski, Michael, Jordan Kocevski, and Kliment Arnaudov. 2012. "Spatial Planning and Sustainable Tourism as Basis for Developing Competitive Tourist Destinations." *Procedia – Social and Behavioral Sciences* 44: 375–86. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.05.042>
- Ritchie, J. R. Brent, and Geoffrey I. Crouch. 2000. "The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective." *Tourism Management* 21 (1): 1–7
- Ritchie, J. R. Brent, and Geoffrey I. Crouch. 2003. *The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective*. Wallingford: CABI Publishing. <https://doi.org/10.1079/9780851996646.0000>
- Rivera-García, Jorge, Asuncion Fernandez, and Ricardo Pastor. 2026. "Rising Global Temperatures and Tourism: Decoding the 'Coolcation' Trend in Nordic Destinations." *PASOS: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* 24, no. 1: 105–118. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2026.24.008>
- Roblek, Vasja, Zlatka Meško Štok, and Maja Meško. 2016. "Complexity of a Sharing Economy for Tourism and Hospitality." In *Tourism and Hospitality Industry 2016: Trends and Challenges*, edited by Sandra Jan-

- ković and Zoran Cvijanović, 23:300–312. Opatija: University of Rijeka.
<https://doi.org/10.13140/RG.2.1.3000.2165>
- Roelen-Blasberg, Tobias. 2025. “Best Hotel Channel Managers for Modern Hoteliers.” MARA Solutions Blog. <https://www.mara-solutions.com/post/best-hotel-channel-managers>
- Romão, João. 2018. *Tourism, Territory and Sustainable Development: Theoretical Foundations and Empirical Applications in Japan and Europe*. New Frontiers in Regional Science: Asian Perspectives, vol. 28. Singapore: Springer. <https://doi.org/10.1007/978-981-13-0426-2>
- Romão, João. 2025. “Tourism Area Life Cycle, Evolutionary Tourism Development and Path Dependence.” In *Economic Geography of Tourism*, edited by João Romão, 25–42. Cham: Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-031-88626-3_2
- Roncaglia, Alessandro. 2023. “Theories of Economic Crises.” Institute for New Economic Thinking. October 2023. <https://www.ineteconomics.org/perspectives/blog/theories-of-economic-crises>
- Ronzon, Tévécia, Susanne Iost, and George Philippidis. 2022. “An Output-Based Measurement of EU Bioeconomy Services: Marrying Statistics with Policy Insight.” *Structural Change and Economic Dynamics* 60: 290–301. <https://doi.org/10.1016/j.strueco.2021.10.005>
- Rouby, I. 2019. “The Adoption of ‘QR Codes’ in the Tourism Sector: The Case of Egyptian Tourism Students.” *Review of Tourism Sciences* 23: 1–18
- Roy, Hirak, and Souvik Saha. 2024. “Augmented Reality & Virtual Reality in New Age Tourism.” Paper presented at the International Marketing Conference-I on Innovations in Contemporary Marketing: Theory and Practice, Indian Institute of Management Shillong, April. <https://www.researchgate.net/publication/377150064>
- Ruiz-Lacaci, Nuria. 2024. “Understanding Tourism Consumer Behavior Using Biometric Technologies: Bibliographic Review and Research Agenda.” *Tourism & Management Studies* 20 (SI): 15–28. <https://doi.org/10.18089/tms.2024SI02>
- Rusu, Sergiu. 2011. “Tourism Multiplier Effect.” *Journal of Economics and Business Research* 17 (1): 70–76

- Ryman Hospitality Properties. 2026. "Investor Relations." Ryman Hospitality Properties. <https://ir.rymanhp.com/>
- Saarinén, Jarkko. 2003. "The Regional Economics of Tourism in Northern Finland: The Socio-Economic Implications of Recent Tourism Development and Future Possibilities for Regional Development." *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism* 3 (2): 91–113. <https://doi.org/10.1080/15022250310001927>
- Sachani, Dipakkumar Kanubhai. 2023. "The Role of Kiosks in Omni-Channel Retail Strategies: A Market Perspective." ResearchGate, August
- Saint Louis City Recycles. 2019. "Beyond the 3 R's: Reduce, Reuse, Recycle (Part 1)." <https://stlcityrecycles.com/beyond-the-3-rs-part-1/>
- Samala, Agariadne Dwinggo, Soha Rawas, Sandi Rahmadika, Randi Proska Sandra, Santiago Criollo-C, and Ryan Fikri. 2025. "Virtual Reality in Education: Global Trends, Challenges, and Impacts—Game Changer or Passing Trend?" *Discover Education* 4 (1): 650. <https://doi.org/10.1007/s44217-025-00650-z>
- Sandbrook, C. 2015. "The Social Implications of Using Drones for Biodiversity Conservation." *Ambio* 44 (Suppl 4): 636–47. <https://doi.org/10.1007/s13280-015-0714-0>
- Santhanam, Sivasurya, Tobias Hecking, Andreas Schreiber, and Stefan Wagner. 2022. "Bots in Software Engineering: A Systematic Mapping Study." *PeerJ Computer Science* 8: e866. <https://doi.org/10.7717/peerj-cs.866>
- Santos, Vasco, Bruno Barbosa Sousa, Rita Peres, Lara Mendes, Isabel Pinto dos Reis, Marta Sofia Correia Sampaio, Filipa Martinho, and Ricardo Marcão. 2025. "Performing Skills in the Tourism Industry: A State-of-the-Art Analysis." In *Evolving Strategies for Organizational Management and Performance Evaluation*, edited by Carlos Duarte and Maria José Sousa, 412–435. Hershey, PA: IGI Global. <https://doi.org/10.4018/979-8-3373-0149-5.ch023>
- Sava, Diana Cristina. 2021. "The Creative Tourism – An Interactive Type of Cultural Tourism." *Ovidius University Annals, Economic Sciences Series* 21, no. 2: 432–437. <https://doi.org/10.61801/OUAESS.2021.2.67>

- Shin, Hakseung, Jinhee Lee, and Namjo Kim. 2023. "Workcation (Workation) Travel Experiences, Satisfaction and Revisit Intentions: Focusing on Conceptualization, Scale Development, and Nomological Network." *Journal of Travel Research* 63, no. 5: 1215–1235. <https://doi.org/10.1177/00472875231188717>
- Shinde, Sakshat. 2020. "Piecing Together a Basic Operating System." *ResearchGate*, April 2020. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.18061.36326>
- Shokati, Mohammad, Mohammad Shokati Amghani, and Enayat Abbasi. 2025. "Nomadic Tourism." Unpublished manuscript"
- Shukla, Prateek. 2025. "Understanding Real Estate Investment Trusts (REITs)." *The Alt Investor*, January 15, 2025. <https://blog.thealtinvestor.in/understanding-real-estate-investment-trusts-reits>
- Simakin, I. I. 2025. "Personalization of Service as the Main Trend of International Tourism Development." *Institutions and Economy* 1, no. 2503: 4. <https://doi.org/10.33920/igt-1-2503-04>
- Sirše, Janez, and Tanja Mihalič. 1999. "Slovenian Tourism and Tourism Policy: A Case Study." *Tourism Review* 54 (3): 34–47. <https://doi.org/10.1108/eb058313>
- SiteMinder. 2025. "Hotel Star Rating Systems." *SiteMinder Resources*, October. <https://www.siteminder.com/r/hotel-star-rating-systems/>
- Skubis, Ida, Agata Mesjasz-Lech, and Joanna Nowakowska-Grunt. 2024. "Humanoid Robots in Tourism and Hospitality—Exploring Managerial, Ethical, and Societal Challenges." *Applied Sciences* 14 (24): 11823. <https://doi.org/10.3390/app142411823>
- Smith, Melanie Kay. 2022. "Spiritual Tourism." In *Encyclopedia of Tourism Management and Marketing*, edited by Dimitrios Buhalis, 891–894. Cheltenham: Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781800377486.spiritual.tourism>
- SolAbility. 2012. *Global Competitiveness Report 2012*. SolAbility Sustainable Intelligence. https://solability.com/pdfs/Global%20Competitiveness%20Report_2012.pdf

- Soltani-Nejad, Nima, Hamid Reza Irani, Morteza Soltani, and Hamid Reza Yazdani. 2022. "Knowledge Development in Tourism Distribution Channels: From Single Channel to Omnichannel." *Advances in Hospitality and Tourism Research (AHTR)* 10 (3): 387–403. <https://doi.org/10.3390/ahtr.958114>
- Song, Yang, and Yingwei He. 2023. "Toward an Intelligent Tourism Recommendation System Based on Artificial Intelligence and IoT Using Apriori Algorithm." *Soft Computing* 27 (20): 14920–35. <https://doi.org/10.1007/s00500-023-09330-2>
- Songklin, Prayote. 2025. "Community-Based Tourism: Introduction." In *Community-Based Tourism*. Seattle: Amazon
- Sousa, Ana Elisa, Paula Cardoso, and Francisco Dias. 2024. "The Use of Artificial Intelligence Systems in Tourism and Hospitality: The Tourists' Perspective." *Administrative Sciences* 14 (8): 165. <https://doi.org/10.3390/admsci14080165>
- Spacey, John. 2024. "40 Types of IT Industry." *Simplicable*. May 20, 2024. <https://simplicable.com/new/it-industry>
- Stanisavljević, Dragana, Goran Perić, and Predrag Ilić. 2025. "Gastronomic Products as a Driver for Tourism Development." Paper presented at the International Scientific Conference CASB25, Belgrade, Serbia, October. <https://doi.org/10.46793/CASB25.030S>
- Stankova, Mariya, and Ivanka Vasenska. 2017. "Tourism Destination Competitiveness Models." *Tourism and Travelling* 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)
- Starnberger, G., L. Frohofer, and K. M. Goeschka. 2009. "QR-TAN: Secure Mobile Transaction Authentication." In *Proceedings of the Fourth International Conference on Availability, Reliability and Security (ARES 2009)*, 878–83. IEEE. <https://doi.org/10.1109/ARES.2009.96>
- Statista. 2026a. "Global Airline Industry Passenger Traffic from 2004 to 2025." <https://www.statista.com/statistics/564717/A10:B10>
- Statista. 2026b. "Number of Flights Performed by the Global Airline Industry from 2004 to 2024, with a Forecast for 2025." <https://www.statista.com/statistics/564769/airline-industry-number-of-flights/>

- Step in Academy. 2026. "Voice Assistants and Smart Technologies: The Digital Revolution in Our Everyday Life." STEP Computer Academy Blog. <https://telavi.itstep.org/blog/voice-assistants-and-smart-technologies-the-digital-revolution-in-our-everyday-life>
- StudySmarter. 2024. "Effective Online Booking Strategies." <https://www.studysmarter.co.uk/explanations/hospitality-and-tourism/technology-in-tourism/online-booking/>
- Suanpang, Pannee, and Pattanaphong Pothipassa. 2024. "Integrating Generative AI and IoT for Sustainable Smart Tourism Destinations." *Sustainability* 16 (17): 7435. <https://doi.org/10.3390/su16177435>
- Suchitra, V. G., V. Lohit, and B. Subramanyan. 2025. "A Study on Perception of Investors in Digital Gold Market." *European Journal of Management, Economics and Business* 2 (2): 67–71. [https://doi.org/10.59324/ejmeb.2025.2\(2\).08](https://doi.org/10.59324/ejmeb.2025.2(2).08)
- Summit Hotel Properties. 2026. "Official Corporate Website." Summit Hotel Properties. <https://www.shpreit.com/>
- Sustainable Travel International. 2022. "Carbon Footprint of Tourism." <https://sustainabletravel.org/issues/carbon-footprint-tourism/>
- Sustainable Travel International. Official Website. <https://sustainabletravel.org/>
- Swan, Melanie. 2015. *Blockchain: Blueprint for a New Economy*. Sebastopol, CA: O'Reilly Media
- Taiwo, Adewale M., Awonusi A. Awomeso, Gbadebo A. M., and Arimoro A. O. 2010. "Waste Disposal and Pollution Management in Urban Areas: A Workable Remedy for the Environment in Developing Countries." *American Journal of Environmental Sciences* 6 (1): 26–32
- Tala, Mădălina Lavinia, Andreea Schiopu, and Cătălina Nicoleta Müller. 2011. "Bleisure – A New Trend in Tourism Industry." *Theoretical and Applied Economics* 18, no. 2: 121–134
- Taslim, Nasywa Fathia, Syaima, Fairuz Mutiah, Alifia Zahra Salsabila, and Faris Alkhudri. 2024. "The Impact of Online Travel Agents and Offline Travel Agents on Hotel Industry Revenue." In 2024 9th International

- Conference on Business and Industrial Research (ICBIR), 1121–25. IEEE. <https://doi.org/10.1109/ICBIR61386.2024.10875952>
- Terzinski, Kati. 2022. “Metasearch Marketing Trends for Digital Brands.” Pyxl Blog
- Thaker, Ruchik Kashyapkumar. 2021. “Service Robots in Hospitality and Tourism: Adoption, Challenges, and Long-Term Interaction.” *International Journal of Innovative Research in Engineering & Multidisciplinary Physical Sciences* 9 (1): 12–22. <https://doi.org/10.5281/zenodo.14001439>
- Tham, Aaron, Noela Michael, and Ian Michael. 2024. “Generative Artificial Intelligence and Responsible Tourism.” *Journal of Responsible Tourism Management* 4 (2): 83–89. <https://doi.org/10.47263/JRTM.04-02-06>
- The University of Queensland. 2023. “Virtual Reality (VR) and Augmented Reality (AR).” UQ Library Guides. <https://guides.library.uq.edu.au/tools-and-techniques/virtual-and-augmented-reality>
- Thees, Hannes, Greta Erschbamer, and Harald Pechlaner. 2020. “The Application of Blockchain in Tourism: Use Cases in the Tourism Value System.” *European Journal of Tourism Research* 26: 2602. <https://doi.org/10.54055/ejtr.v26i.1933>
- Tokenization.ge. “რა არის ტოკენომიკა და როგორ მუშაობს ის?” [What is tokenomics and how does it work?]. <https://tokenization.ge/რა-არის-ტოკენომიკა-და-როგორ/>
- Tokens Georgia. 2024. “Transform Real-World Assets into Digital Tokens.” <https://tokens.ge/>
- Tomljenović, Renata, and Irena Ateljevic. 2015. “Trans-Tourism: Operational Definition and Typology of Transformative Travel Experiences.” In *An Integrated Approach to Studying the Transformative Role of Tourism in the 21st Century*, 6–7. Zagreb: Institute for Tourism
- Toubes, Diego R., and Noelia Araujo Vila. 2022. “A Review Research on Tourism in the Green Economy.” *Economies* 10 (6): 137. <https://doi.org/10.3390/economies10060137>

- Tourism Beast. 2025. "Functions of Travel Agency." <https://www.tourism-beast.com/functions-of-travel-agency/>
- TRAVA. "TRAVA Travel." <https://www.travatravel.com/>
- Travelport. 2025. "Reports." <https://www.travelport.com/reports>
- Trihas, Nikolaos, Konstantinos Tsilimpokos, and Nikoletta Gkouri. 2024. "Exploring Yoga Tourists' Profile, Motivations and Behaviour: Evidence from Greece." *Journal on Tourism & Sustainability* 7, no. 1–2: 12–28
- Tripadvisor. 2025. "Tripadvisor Official Site." <https://www.tripadvisor.com>
- Truyols, Marc. 2026. "The 6 Phases of a Tourist Destination's Life Cycle." *Mize Blog*, January 15, 2026. <https://mize.tech/blog/the-6-phases-of-a-tourist-destinations-life-cycle/>
- Tsatava, Dalila. 2021. "The Study About Gastronomic Tourism and Gastronomic Tourists Issues." Paper presented at the XXIX International Scientific and Practical Conference, RS Global, May 25. https://doi.org/10.31435/rsglobal_conf/25052021/7564
- Türkay, Oğuz, and Atasoy Burak. 2022. "Global Crises and Their Effects on Tourism Economy." In *COVID-19 and the Hospitality and Tourism Industry*, 11–28. <https://scispace.com/pdf/global-crises-and-their-effects-on-tourism-economy-2ijce9aebi.pdf>
- Tyagi, Honey, and Amol Patvekar. 2019. "The Concept of Smart Room in Hotels." *International Journal of Trend in Scientific Research and Development* 3 (3): 112–16
- UN Tourism and UNCTAD. 2025. *Guiding Principles for Sustainable Investment in Tourism*. Madrid/Geneva: World Tourism Organization and United Nations Conference on Trade and Development. <https://unctad.org/publication/guiding-principles-sustainable-investment-tourism>
- UN Tourism. 2008. "Glossary of Tourism Terms." World Tourism Organization. <https://www.untourism.int/glossary-tourism-terms>
- UN Tourism. 2024. "Digital Transformation." UN Tourism, Madrid, Spain. <https://www.untourism.int/digital-transformation>

- UN Tourism. 2025a. 50 Years of Tourism: 1975–2025. Madrid: World Tourism Organization. <https://www.untourism.int/50-years-of-tourism-1975-2025>
- UN Tourism. 2025b. “International Tourist Arrivals – Annual.” UN Tourism Dashboard. <https://www.untourism.int/tourism-data/un-tourism-tourism-dashboard>
- UNDP Georgia. 2026. “Learning Green Transition.” <https://www.undp.org/georgia/publications/cenn-green-transition-brochures>
- UNICEF Georgia. Infographic on Children’s Well-Being in Georgia. Tbilisi: UNICEF Georgia. https://www.unicef.org/georgia/sites/unicef.org.georgia/files/geo_1.png
- United Nations Environment Programme (UNEP). 2018. “Green Economy.” <https://www.unep.org/regions/asia-and-pacific/regional-initiatives/supporting-resource-efficiency/green-economy>
- United Nations Georgia. 2016. “Sustainable Development Goals.” Tbilisi: UN Georgia. http://www.ungeorgia.ge/geo/sustainable_development_goals#.XHfd18AzaUk
- United Nations Statistics Division (UNSTAT). 2025. “Tourism Statistics Methodology.” Department of Economic and Social Affairs Statistics. <https://unstats.un.org/unsd/tourism/>
- United Nations, and UN Tourism. 2010. International Recommendations for Tourism Statistics 2008. Statistical Papers, Series F, No. 80/Rev.1. New York: United Nations. https://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesf/SeriesF_80rev1e.pdf
- United Nations, UN Tourism, OECD, and Eurostat. 2010. Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework 2008. Studies in Methods, Series F, No. 80/Rev.1. New York: United Nations. <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789211615203>
- United Nations. 1973. Report of the United Nations Conference on the Human Environment: Stockholm, 5–16 June 1972. New York: United Nations. <https://www.un.org/en/conferences/environment/stockholm1972>

- United Nations. 1987. Our Common Future: Report of the World Commission on Environment and Development. Oxford: Oxford University Press.
- United Nations. 1992. Report of the United Nations Conference on Environment and Development: Rio de Janeiro, 3–14 June 1992. New York: United Nations. <https://www.un.org/en/conferences/environment/rio1992>
- United Nations. 2000. United Nations Millennium Declaration. General Assembly Resolution A/RES/55/2. New York: United Nations. <https://www.un.org/en/conferences/environment/newyork2000>
- United Nations. 2012. Report of the United Nations Conference on Sustainable Development: Rio de Janeiro, Brazil 20–22 June 2012. New York: United Nations. <https://www.un.org/en/conferences/environment/rio2012>
- United Nations. 2015. “Sustainable Development Goals Offer Inspiration to Turn Risks into Possibilities, Profits, Secretary-General Tells Global Compact Private Sector Meeting.” Press Release SG/SM/17185-ENV/DEV/1545. September 24, 2015. <https://press.un.org/en/2015/sgsm17185.doc.htm>
- United Nations. 2016. Global Sustainable Development Report 2016. New York: United Nations Department of Economic and Social Affairs (DESA)
- United Nations. 2025a. “Goal 8: Promote Sustained, Inclusive and Sustainable Economic Growth, Full and Productive Employment and Decent Work for All.” Department of Economic and Social Affairs, Sustainable Development. <https://sdgs.un.org/goals/goal8>
- United Nations. 2025b. World Statistics Pocketbook. World Statistics Series, Series V. New York: Department of Economic and Social Affairs, Statistics Division. <https://unstats.un.org/UNSDWebsite/Publications/StatisticalPocketbook/>
- United States Environmental Protection Agency (EPA). 2023. “Overview of Greenhouse Gases.” <https://www.epa.gov/ghgemissions/overview-greenhouse-gases>

- United States Environmental Protection Agency (EPA). 2025. "Basics of Climate Change." <https://www.epa.gov/climatechange-science/basics-climate-change#greenhouse>
- University of Cambridge. 2014. Climate Change: Implications for Tourism. The Physical Science of Climate Change. Key Findings from the Intergovernmental Panel on Climate Change Fifth Assessment Report. <https://www.cisl.cam.ac.uk/system/files/documents/ipcc-ar5-implications-for-tourism-briefing-prin.pdf>
- UNWTO (World Tourism Organization). 2023. Tourism and SDG 8: Decent Work and Economic Growth. Fact Sheet. Madrid: UNWTO. <https://tourism4sdgs.org/wp-content/uploads/2023/10/SDG-8-Single-Fact-sheet-.pdf>
- Ural, Mert. 2015. "Risk Management for Sustainable Tourism." *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation* 6 (1): 27–42. <https://doi.org/10.1515/ejthr-2016-0007>
- Ushakov, Denis, and Ekaterina Andreeva. 2021. "Multiplier and Accumulating Uselessness." *GeoJournal of Tourism and Geosites* 39 (4spl): 1363–1370. <https://doi.org/10.30892/gtg.394spl06-779>
- Vakhitova, Zarina, Rob Mawby, and Mine Ozasclar. 2024. "Tourism and Crime." In *International Encyclopedia of Business Management*. Oxford: Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-0-443-13701-3.00134-1>
- Valeri, Marco, and Rodolfo Baggio. 2021. "A Critical Reflection on the Adoption of Blockchain in Tourism." *Information Technology & Tourism* 23 (2): 121–32. <https://doi.org/10.1007/s40558-020-00183-1>
- Valverde, Edgar. 2025. "VERNE Project: Transition to Accessible Circular Solutions for Sustainable Tourism." <https://verneproject.eu/#>
- van der Waal, V., and V. Versluis. 2017. *Introduction to Risk Management: Main Principles of the Risk Management Process*. PERM
- Vrontis, Demetris, and Michael Christofi. 2019. "R&D Internationalization and Innovation: A Systematic Review, Integrative Framework and Future Research Directions." *Journal of Business Research* 128: 812–23. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.03.002>

- Walsh, Neil. 2009. "Tourism 'Things': The Travelling Performance of the Backpack." *Tourist Studies* 9, no. 3: 223–239. <https://doi.org/10.1177/1468797610382706>
- Wang, S., and N. P. Archer. 2007. "Electronic Marketplace Definition and Classification: Literature Review and Clarifications." *Enterprise Information Systems* 1 (1): 89–112. <https://doi.org/10.1080/17517570601088380>
- WebJet. "WebJet Homepage." <https://www.webjet.com.au/>
- Wechsler, Steve, and John Worth. 2025. *Global Real Estate Investment*. Washington, DC: Nareit. https://www.reit.com/sites/default/files/2025-05/2025_Global_REIT_Brochure.pdf
- Wei, C., Q. Wang, and C. Liu. 2020. "Research on Construction of a Cloud Platform for Tourism Information Intelligent Service Based on Blockchain Technology." *Wireless Communications and Mobile Computing* 2020: 8877625. <https://doi.org/10.1155/2020/8877625>
- Wierzbik-Strońska, Magdalena, and Tetyana Nestorenko. 2024. *Innovations and Transformations in Education, Society, and Economic Management*. Katowice: Katowice Technology University Press. <http://www.wydawnictwo.wst.pl/uploads/files/1bdbc57c8180523fd7c1c47af-0609b9a.pdf>
- Wiltshier, Peter. 2011. "Religious Tourism." In *Research Themes for Tourism*, edited by Peter Robinson, Sine Heitmann, and Peter Dieke, 249–262. Oxfordshire: CABI. <https://doi.org/10.1079/9781845936846.0249>
- Winkler, Adalbert. 1994. "The EMS Crisis and the Prospects for European Monetary Union." *Intereconomics* 29 (2): 68–74. <https://doi.org/10.1007/BF02926340>
- Wolff, Rachel. 2025. "What Is Machine Translation? Definition, Process & Technology." *Lokalise Blog*, April. <https://lokalise.com/blog/machine-translation/>
- Wong, Jiawei. 2024. "Economic Impacts of SARS and Avian Influenza on Asian Tourism." *Tropical Medicine & Surgery* 12 (3): 1000366. DOI: 10.35248/2329-9088.24.12.366

- World Bank. 2025a. "Air Transport, Passengers Carried." <https://data.worldbank.org/indicator/IS.AIR.PSGR>
- World Bank. 2025b. "GDP per Capita (Current International \$)." <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.PP.CD>
- World Bank. 2025c. "Population, Total." <https://data.worldbank.org/indicator/SP.POP.TOTL>.
- World Bank. 2025d. "World Development Indicators." <https://data.worldbank.org/indicator>
- World Economic Forum (WEF). 2024. Travel & Tourism Development Index 2024. Geneva: World Economic Forum. <https://www.weforum.org/publications/travel-tourism-development-index-2024/>
- World Economic Forum. 2006. The Global Competitiveness Report 2006–2007. Geneva: World Economic Forum. https://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalCompetitivenessReport_2006-07.pdf
- World Economic Forum. 2007a. Global Risks 2007: A Global Risk Network Report. Geneva: World Economic Forum. https://www3.weforum.org/docs/WEF_Global_Risks_Report_2007.pdf
- World Economic Forum. 2007b. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2007: Furthering the Process of Development. Geneva: World Economic Forum. https://sete.gr/_fileuploads/entries/Online%20library/EN/WEF_Part1.pdf
- World Economic Forum. 2019. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019: Travel and Tourism at a Tipping Point. Geneva: World Economic Forum. https://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf
- World Economic Forum. 2021. Travel & Tourism Development Index 2021: Rebuilding for a Sustainable and Resilient Future. Insight Report. Geneva: World Economic Forum. https://www3.weforum.org/docs/WEF_Travel_Tourism_Development_2021.pdf
- World Tourism Organization (UN Tourism). 1998. Tourism Economic Report. Madrid: World Tourism Organization
- World Tourism Organization (UNWTO). 2020. Tourism and COVID-19: Priorities for Tourism Recovery Global Guidelines. Madrid: UNWTO

- World Tourism Organization (WTO). 2000. WTO Tourism Highlights 2000. 2nd ed. Madrid: World Tourism Organization. <https://doi.org/10.18111/9789284403745>
- World Travel & Tourism Council (WTTC). 2024. Travel & Tourism Economic Impact Research (EIR). London: WTTC. <https://wttc.org/research/economic-impact>
- World2Meet. 2026. “W2M: Incoming Service.” <http://w2m.travel/en-en>
- Wright, Richard Keith, Geoff Dickson, and Richard Opara Ajiee. 2021. “Active Tourism in the Active Economy.” In *Understanding the Active Economy and Emerging Research on the Value of Sports, Recreation, and Wellness*, edited by Rob Wilson and Annamarie Phelps, 132–154. Hershey, PA: IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-7939-8.ch007>
- Wyss-Gallifent, Justin. 2023. Input-Output Analysis and Leontief Models. Lecture Notes. College Park: University of Maryland. <https://www.me.umd.edu/~immortal/CMSC351/>
- Yamamoto, Daisaku, and Katrina A. Engelsted. 2014. “World Wide Opportunities on Organic Farms (WWOOF) in the United States: Locations and Motivations of Volunteer Tourism Host Farms.” *Journal of Sustainable Tourism* 22, no. 6: 964–982. <https://doi.org/10.1080/09669582.2014.894519>
- Ye, Huiyue, Sunny Sun, and Rob Law. 2022. “A Review of Robotic Applications in Hospitality and Tourism Research.” *Sustainability* 14 (17): 10827. <https://doi.org/10.3390/su141710827>
- Yunibandhu, Rosalind, and Philip Hallinger. 2025. “From Sustainability to Regeneration: Mapping the Conceptual Foundations and Future Directions of Regenerative Tourism.” *Sustainable Development* 33 (1): 101–15. <https://doi.org/10.1002/sd.70112>
- Zekan, Bozana, Christian Weismayer, Ulrich Gunter, Bernd Schuh, and Sabine Sedlacek. 2022. “Regional Sustainability and Tourism Carrying Capacities.” *Journal of Cleaner Production* 339: Article 130624. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.130624>

- Zhu, Zhengan, Colin Michael Hall, Yue Li, and Xinyi Zhang. 2025. "Exploring the Impact of Virtual Reality on Tourists' Pro-Sustainable Behaviors in Heritage Tourism." *Sustainability* 17 (14): 6278. <https://doi.org/10.3390/su17146278>
- Zou, Fuxia, Atefeh Ahmadi Dehrashid, and Mehmet Akif Cifci. 2025. "Exploring the Dynamics of Creative Tourism: A Tourist-Centric Perspective to Achieve Economic Sustainable Development." *Journal of Mountain Science* 22, no. 1: 278–295. <https://doi.org/10.1007/s11629-024-9069-y>
- Zsarnoczky, Martin, Lóránt Dénes Dávid, Z. Mukayev, and R. Baiburiev. 2016. "Silver Tourism in the European Union." *GeoJournal of Tourism and Geosites* 18, no. 2: 224–232

დანართი

დანართი 1. ტერმინების განმარტებითი გლოსარიუმი

1. **ABCDE ჩარჩო (ABCDE framework)** – ანალიტიკური ჩარჩო, რომლის საშუალებითაც შესაძლებელია IoT-ისა და ტექნოლოგიური გადანაცვლებების კომპონენტების გააზრება: ანალიტიკა, დიდი მონაცემები, კავშირი, მონყობილობები და გამოცდილება, ან სხვა წყაროში მოცემული შესაბამისი კომპონენტები.
2. **API (Application Programming Interface)** – პროგრამული ინტერფეისი, რომლის საშუალებითაც სხვადასხვა სისტემა, პლატფორმა ან მონაცემთა ბაზა ერთმანეთთან ცვლის მონაცემებს და ახორციელებს ინტეგრაციას.
3. **ARI (Available Rates and Inventory)** – სასტუმროს ხელმისაწვდომი ნომრებისა და ფასების შესახებ მონაცემთა ერთობლიობა, რომელიც ინახება, ახლდება და გადაეცემა დაჯავშნისა და დისტრიბუციის არხებს.
4. **B2B კავშირი (Business-to-Business)** – ბიზნესებს შორის ურთიერთობა, მაგალითად, ტუროპერატორსა და სასტუმროს, ან bedbank-სა და ტურისტულ კომპანიას შორის.
5. **B2C კავშირი (Business-to-Consumer)** – ბიზნესსა და საბოლოო მომხმარებელს შორის ურთიერთობა, მაგალითად ტურისტული სააგენტოს, სასტუმროს ან პლატფორმის პირდაპირი მომსახურება მოგზაურისთვის.
6. **Bedbank / სასტუმრო ნომრების საბითუმო დისტრიბუტორი (Bedbank / Wholesaler)** – საბითუმო სადისტრიბუციო კომპანია ან ქსელი, რომელიც სასტუმროს ნომრებს ან სხვა ტურისტულ რესურსებს ბლოკებად ყიდულობს და შემდგომ OTA-სა და სხვა სამოგზაურო კომპანიებზე ყიდის.
7. **Big Data (Big Data)** – დიდი მოცულობისა და მრავალფეროვანი მონაცემები, რომელთა დამუშავება და ანალიზი გამოიყენება

ნება კანონზომიერებების, ტენდენციების, მოთხოვნისა და მომხმარებელთა ქცევის გამოსავლენად.

- 8. Channel Manager (Channel Manager)** – სპეციალიზებული პროგრამული ინსტრუმენტი, რომელიც სასტუმროს ნომრების ხელმისაწვდომობას, ტარიფებსა და ჯავშნებს სხვადასხვა დისტრიბუციის არხზე სინქრონულად მართავს.
- 9. CPA (Cost per Acquisition)** – ღირებულების მოდელი, რომელიც ასახავს რეკლამის ან არხის ხარჯს ერთ შეძენაზე ან მომხმარებლის მოპოვებაზე.
- 10. CPC (Cost per Click)** – რეკლამის ღირებულების მოდელი, რომელიც ერთ დაწკაპუნებაზე განეულ ხარჯს ასახავს.
- 11. CPI (Cost per Impression)** – რეკლამის ღირებულების მოდელი, რომელიც ერთ ჩვენებაზე ან შეთანხმებული რაოდენობის ჩვენებაზე განეულ ხარჯს ასახავს.
- 12. CRM (Customer Relationship Management)** – მომხმარებელთან ურთიერთობის მართვის სისტემა, რომელიც აგროვებს, ინახავს და აანალიზებს მომხმარებელთა მონაცემებს, პრეფერენციებს, კომუნიკაციის ისტორიას და მარკეტინგულ აქტივობებს.
- 13. CRS (Central Reservation System)** – ცენტრალური დაჯავშნის სისტემა, რომელიც სასტუმროს ნომრების ონლაინ და ოფლაინ დაჯავშნას, ჯავშნების მართვას, გადახდებსა და მონაცემების განახლებას უზრუნველყოფს.
- 14. Direct Booking (Direct Booking)** – პირდაპირი დაჯავშნის არხი, რომლის მეშვეობითაც მომხმარებელი მომსახურებას პირდაპირ სასტუმროს ან მიმწოდებლის ვებგვერდზე/აპლიკაციაში ჯავშნის, შუამავალი პლატფორმის გარეშე.
- 15. Dynamic Packaging (Dynamic Packaging)** – მოგზაურობის სხვადასხვა კომპონენტის – ფრენის, სასტუმროს, ტრანსპორტის, აქტივობის – მოქნილი კომბინირება ერთ პაკეტად მომხმარებლის მოთხოვნის მიხედვით.
- 16. EHR (Electronic Health Records)** – ჯანმრთელობის ელექტრონული ჩანაწერები – პაციენტის ჯანმრთელობის ისტორიისა

და სამედიცინო მონაცემების ციფრული ჩანაწერების სისტემა.

- 17. FinTech (Financial Technology)** – ფინანსური სერვისებისა და გადახდების ციფრული მიწოდებისა და მართვის ტექნოლოგიები.
- 18. Front Desk (Front Desk Program)** – სასტუმროს ადმინისტრაციის/მიღების პროგრამული ფუნქციონალი, რომელიც სტუმრის რეგისტრაციას, გასვლას, ჯავშნის სტატუსს, გადახდებსა და ნომრების მართვას უკავშირდება.
- 19. GDS (Global Distribution System)** – გლობალური დისტრიბუციის სისტემა, რომელიც მომსახურების მიმწოდებლებს, ტურისტულ აგენტებსა და საბოლოო მომხმარებლებს რეალურ დროში დაჯავშნისა და ტრანზაქციების განხორციელების შესაძლებლობას აძლევს.
- 20. GIS (Geographic Information System)** – გეოგრაფიული საინფორმაციო სისტემა, რომელიც სივრცითი მონაცემების შეგროვებას, ანალიზს, რუკაზე ვიზუალიზაციასა და მარშრუტების დაგეგმვას უზრუნველყოფს.
- 21. GPS (Global Positioning System)** – ადგილმდებარეობის განსაზღვრის გლობალური სისტემა, რომელიც გამოიყენება ნავიგაციის, მარშრუტების დაგეგმვისა და სივრცითი მონაცემების მისაღებად.
- 22. IaaS (Infrastructure as a Service)** – ღრუბლოვანი მომსახურების მოდელი, რომელიც მომხმარებელს სერვერულ, საცავე და ქსელურ ინფრასტრუქტურას სთავაზობს ინტერნეტით.
- 23. IAM (Identity and Access Management)** – იდენტობისა და წვდომის მართვა – ტექნოლოგიებისა და პოლიტიკების სისტემა, რომელიც მომხმარებლის იდენტიფიკაციას, ავთენტიფიკაციას, ავტორიზაციას და რესურსებზე დაშვების კონტროლს უზრუნველყოფს.
- 24. Inventory (Inventory)** – ტურისტული დისტრიბუციის კონტექსტში ნიშნავს დასაჯავშნად ხელმისაწვდომ რესურსს

ან რესურსების ფონდს, მაგალითად, სასტუმროს ნომრებს, ადგილებს, ტურებს ან სხვა მომსახურების ერთეულებს.

25. **IoT (Internet of Things)** – ნივთების ინტერნეტი – მოწყობილობების, სენსორებისა და ქსელური სისტემების ეკოსისტემა, რომელიც მონაცემებს აგროვებს, გადასცემს, ამუშავებს და რეალურ დროში ურთიერთკავშირს უზრუნველყოფს.
26. **KPI (Key Performance Indicators)** – ეფექტიანობის საკვანძო მაჩვენებლები, რომლებიც სასტუმროს, დისტრიბუციის ან შემოსავლების მართვის შედეგების შესაფასებლად გამოიყენება.
27. **MaxLOS (Maximum Length of Stay)** – გაჩერების მაქსიმალური ხანგრძლივობა – ტარიფის ან დაჯავშნის პირობა, რომელიც სტუმრის ყოფნის ზედა ზღვარს განსაზღვრავს.
28. **Metasearch (Metasearch Engine)** – მეტაძიების სისტემა, რომელიც საძიებო მოთხოვნებს მრავალ წყაროში აგზავნის, შედეგებს აჯამებს, ალაგებს და მომხმარებელს შედეგების საშუალებას აძლევს.
29. **MinLOS (Minimum Length of Stay)** – გაჩერების მინიმალური ხანგრძლივობა – ტარიფის ან დაჯავშნის პირობა, რომელიც სტუმრის ყოფნის მინიმალურ ვადას განსაზღვრავს.
30. **ML (Machine Learning)** – მანქანური სწავლება – ხელოვნური ინტელექტის მიმართულება, რომელიც მონაცემებში კანონზომიერებებს ამოიცნობს და პროგნოზირების ან გადანაცვლების მიღების პროცესს აუმჯობესებს.
31. **NDC (New Distribution Capability)** – ავიაბილეთებისა და დაკავშირებული მომსახურებების შეთავაზების, დაჯავშნისა და მართვის ახალი სადისტრიბუციო შესაძლებლობა, რომელიც IATA-სთან ასოცირდება.
32. **NFC (Near Field Communication)** – მოკლე დიაპაზონის უკაბელო კომუნიკაციის ტექნოლოგია, რომელიც გამოიყენება უკონტაქტო გადახდებსა და მონაცემთა გადაცემაში.
33. **NFT (Non-Fungible Token)** – არაჩანაცვლებადი ტოკენი – ბლოკჩეინზე დაფუძნებული უნიკალური ციფრული აქტივი, რო-

მელიც კონკრეტული ობიექტის, გამოცდილების, უფლებების ან ციფრული კონტენტის იდენტიფიცირებას/ფლობას უკავშირდება.

- 34. NLP (Natural Language Processing)** – ბუნებრივი ენის დამუშავება – ტექნოლოგია, რომელიც კომპიუტერულ სისტემებს ადამიანის ენის გაგების, ანალიზისა და გენერირების შესაძლებლობას აძლევს.
- 35. OTA (Online Travel Agencies)** – ონლაინ სამოგზაურო სააგენტოები – პლატფორმები, რომლებიც ტურისტული მომსახურების მიმწოდებლებს პოტენციურ მომხმარებლებთან აკავშირებს და დაჯავშნის/მარკეტინგულ ფუნქციებს ასრულებს.
- 36. PaaS (Platform as a Service)** – ღრუბლოვანი მომსახურების მოდელი, რომელიც აპლიკაციების შექმნის, განთავსებისა და მართვის პლატფორმას სთავაზობს მომხმარებელს.
- 37. PE (Perceived Enjoyment)** – მიღებული სიამოვნება – ცვლადი, რომელიც მომხმარებლის მიერ ტექნოლოგიის გამოყენებით მიღებულ დადებით გამოცდილებას ასახავს.
- 38. PEOU (Perceived Ease of Use)** – გამოყენების აღქმული სიმარტივე – მაჩვენებელი, რომელიც ასახავს, რამდენად მარტივად აღიქვამს მომხმარებელი ტექნოლოგიის გამოყენებას.
- 39. PMS (Property Management System)** – ქონების მართვის სისტემა – სასტუმროს მართვის პროგრამული სისტემა, რომელიც აერთიანებს ნომრების, ჯავშნების, სტუმრების, ფრონტ-დესკის, შემოსავლების, POS/CRM და სხვა მოდულების მართვას.
- 40. POS (Point of Sale)** – გაყიდვების პუნქტის სისტემა – პროგრამულ-ტექნიკური სისტემა, რომელიც მომხმარებლის გადახდებს, ქვითრებს, ტრანზაქციებსა და გაყიდვების მონაცემებს აღრიცხავს.
- 41. PPC (Pay per Click)** – ონლაინ რეკლამის გადახდის მოდელი, როცა რეკლამის მიმწოდებელი იხდის მომხმარებლის დაწყაუნების შემთხვევაში.

42. **PPS (Pay per Sale)** – გადახდის მოდელი, რომლის დროსაც საკომისიო იხდება მხოლოდ გაყიდვის ან ფაქტობრივი ვიზიტის შემთხვევაში.
43. **PU (Perceived Usefulness)** – აღქმული სარგებლიანობა – მაჩვენებელი, რომელიც ასახავს, რამდენად სასარგებლოდ მიიჩნევენ მომხმარებელი ტექნოლოგიას.
44. **QR კოდი (QR Code / Quick Response Code)** – ორ-განზომილებიანი მატრიცული შტრიხკოდი, რომელიც დიდი მოცულობის კოდირებულ ინფორმაციას ინახავს და სმარტფონით სწრაფად სკანირდება.
45. **Revenue Management (Revenue Management)** – შემოსავლების მენეჯმენტი – ფასების, მოთხოვნის, დატვირთულობის, სეგმენტაციისა და პროგნოზირების მართვის სისტემა შემოსავლისა და მოგების გასაზრდელად.
46. **SaaS (Software as a Service)** – პროგრამული უზრუნველყოფა როგორც სერვისი – პროგრამის მიწოდების მოდელი, რომლის გამოყენება ინტერნეტით, ლოკალური ინსტალაციის გარეშე შეიძლება.
47. **SEA (Search Engine Advertising)** – საძიებო სისტემებში ფასიანი რეკლამის განთავსების პრაქტიკა, რომლის მიზანია რეკლამის თვალსაჩინო პოზიციაზე წარმოჩენა.
48. **SEO (Search Engine Optimization)** – საძიებო სისტემების ოპტიმიზაცია – ვებსაიტის ან კონტენტის გაუმჯობესება საძიებო სისტემებში ხილვადობის გასაზრდელად.
49. **SOI (Sustainability-Oriented Innovation)** – მდგრადობაზე ორიენტირებული ინოვაცია – მიდგომა, რომელიც ტექნოლოგიური სიახლეების სოციალურ, ეკონომიკურ და გარემოსდაცვით გავლენებს მდგრადობის ჭრილში აფასებს.
50. **SQA (Software Quality Assurance)** – პროგრამული უზრუნველყოფის ხარისხის უზრუნველყოფა – პროგრამული სისტემების ფუნქციონირების, უსაფრთხოების, სანდოობისა და ხარისხის შემოწმების პროცესი.

51. **SST (Self-Service Technology)** – თვითმომსახურების ტექნოლოგიები – ავტომატიზებული სისტემები ან ტექნოლოგიური ინტერფეისები, რომლებიც მომხმარებელს მომსახურებასთან დაკავშირებული აქტივობების შესრულებას თანამშრომლის მინიმალური ჩართულობით ან მისი ჩართულობის გარეშე აძლევს.
52. **TAM (Technology Acceptance Model)** – ტექნოლოგიის მიღების მოდელი – ჩარჩო, რომელიც მომხმარებლის მიერ ტექნოლოგიის მიღებასა და გამოყენებას აღქმული სარგებლიანობისა და სიმარტივის მიხედვით ხსნის.
53. **UAV (Unmanned Aerial Vehicle)** – უპილოტო საფრენი აპარატი – დრონის ტექნიკური სახელწოდება, რომელიც ავტონომიურად ან დისტანციური მართვით გადაადგილდება.
54. **VPN (Virtual Private Network)** – კერძო ვირტუალური ქსელი – დაცული კავშირი, რომელიც საჯარო ინტერნეტით მონაცემთა უსაფრთხო გადაცემას უზრუნველყოფს.
55. **VR (Virtual Reality)** – ვირტუალური რეალობა – კომპიუტერულად შექმნილი იმერსიული გარემო, რომელიც მომხმარებელს რეალური გარემოსგან მონყვეტილ ვირტუალურ სივრცეში გადააქვს.
56. **White labeling (White Labeling)** – მოდელი, რომლის დროსაც მომსახურების მიმწოდებელი თავის შეთავაზებას სხვა ბრენდული პლატფორმის სახელით ან მის ფარგლებში განათავსებს.
57. **ალგორითმული მიკერძოება (Algorithmic Bias)** – რისკი, როცა ალგორითმი მონაცემების, დიზაინის ან გამოყენების გამო გარკვეულ ჯგუფებს ან შედეგებს უსამართლოდ ან არაზუსტად ანიჭებს უპირატესობას.
58. **ამონაგების მიღების ტაქტიკა (Yield / Revenue Tactics)** – შემოსავლების მენეჯმენტში გამოყენებული ტაქტიკური შეზღუდვები და გადანყვეტილებები, რომლებიც მოთხოვნის, ფასისა და ხელმისაწვდომობის მიხედვით შემოსავლების მაქსიმიზაციას ემსახურება.

59. **აპარატურული უზრუნველყოფა (Hardware)** – ფიზიკური კომპიუტერული და ქსელური მოწყობილობები, მათ შორის პროცესორები, სერვერები, სენსორები, ქსელური მოწყობილობები და მონაცემთა შენახვის საშუალებები.
60. **არხების მენეჯმენტი (Channel Management)** – სადისტრიბუციო არხების მართვის პროცესი, რომელიც უზრუნველყოფს შეთავაზებების, ფასების, ხელმისაწვდომობისა და ჯავშნების კოორდინაციას მრავალ არხზე.
61. **ბეკ-ოფისი (Back Office)** – სასტუმროს შიგა ადმინისტრაციული და საოპერაციო საქმიანობები, რომლებიც უშუალოდ სტუმართან ურთიერთობაზე კი არა, ორგანიზაციის ფუნქციონირების მხარდაჭერაზეა მიმართული.
62. **ბიზნესანალიტიკა / ბიზნეს ინტელექტი (Business Intelligence – BI)** – ბიზნესის მონაცემების შეგროვების, ინტეგრირების, ანალიზის, ვიზუალიზაციისა და ანგარიშების ტექნოლოგიური სისტემა, რომელიც გამოიყენება სტრატეგიული გადაწყვეტილებების მისაღებად.
63. **ბიზნესჟარგონი (Business Jargon)** – პროფესიულ ან ბიზნეს პრაქტიკაში გავრცელებული, მაგრამ ყოველთვის არასტანდარტული ან არასათანადოდ დაზუსტებული ტერმინი.
64. **ბიომეტრიული ტექნოლოგიები (Biometric Technology/ Biometric Data Recognition)** – პირის იდენტიფიკაციის ტექნოლოგიები თითის ანაბეჭდის, სახის, ხმის, ირისის, ხელმოწერის ან ქცევითი მახასიათებლების საფუძველზე.
65. **ბლოკჩეინი (Blockchain – BC)** – ციფრული, დეცენტრალიზებული და ხშირად განაწილებული რეესტრი, რომელიც ქსელის მონაწილეებს შორის მონაცემების, აქტივებისა და ტრანზაქციების ჩანაწერებს ინახავს და შუამავლების გარეშე ფუნქციონირებას უზრუნველყოფს.
66. **ბლოკჩეინის დეცენტრალიზებული ქსელი (Decentralized Blockchain Network)** – ქსელი, სადაც მონაცემები და ტრანზაქციები ერთ ცენტრალურ შუამავალზე არ არის დამო-

კიდებული და მონაწილე მხარეებს შორის განაწილებულად იმართება.

67. **ბოტი (Bot)** – პროგრამული აგენტი, რომელიც ავტომატიზებულად ასრულებს დავალებებს ან მომხმარებელთან ურთიერთქმედებას.
68. **გადახდის პლატფორმა (Payment Platform)** – სისტემა, რომელიც გადახდებს, ტრანზაქციებსა და ბარათის/ანგარიშის მონაცემების დამუშავებას უზრუნველყოფს.
69. **გეიმიფიკაცია (Gamification)** – თამაშის ელემენტების გამოყენება არათამაშობრივ გარემოში მომხმარებლის ჩართულობისა და გამოცდილების გასაუმჯობესებლად.
70. **დამატებული რეალობა (Augmented Reality – AR)** – ტექნოლოგია, რომელიც რეალურ გარემოს ციფრულ ობიექტებს, ვიზუალურ ან ტექსტურ ინფორმაციას, ხმას ან ანიმაციას ამატებს.
71. **დინამიკური ფასდადება (Dynamic Pricing)** – ფასების დინამიკური განსაზღვრის მეთოდი, რომლის დროსაც ტარიფები იცვლება მოთხოვნის, სეზონურობის, კონკურენციის, ხელმისაწვდომობისა და სხვა ფაქტორების მიხედვით.
72. **დისტრიბუციის არხები (Distribution Channels)** – არხები, სისტემები და პლატფორმები, რომელთა მეშვეობითაც ტურისტული მომსახურება მომხმარებელამდე ან შუამავალ სუბიექტებამდე მიეწოდება და იყიდება.
73. **დრონი (Drone)** – უპილოტო საფრენი აპარატი, რომელიც ტურიზმში გამოიყენება ვიზუალური კონტენტის შესაქმნელად, მონიტორინგისთვის, უსაფრთხოებისა და მარკეტინგისთვის.
74. **ელექტრონული ბაზრის ადგილი (Electronic Marketplace)** – ონლაინ პლატფორმა, სადაც სხვადასხვა მხარეები პროდუქტებსა და მომსახურებებს სთავაზობენ, იძენენ ან ჯავშნიან ციფრული ტრანზაქციების საშუალებით.
75. **ელექტრონული ტურიზმი (e-tourism)** – ტურიზმის სფეროში ინფორმაციული და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების გა-

მოყენება მომსახურების დაგეგმვის, დაჯავშნის, რეალიზაციის, კომუნიკაციისა და მართვის პროცესებში.

- 76. ვირტუალური რეალობა (Virtual Reality – VR)** – კომპიუტერულად შექმნილი გარემო, რომელიც მომხმარებელს სიმულირებულ სივრცეში ათავსებს და რეალური გარემოსგან ნაწილობრივ ან სრულად გამოჰყოფს.
- 77. თვითმომსახურების ტექნოლოგიები (Self-Service Technology – SST)** – ტექნოლოგიები, რომლებიც მომხმარებელს მომსახურების პროცესის გარკვეული ეტაპების დამოუკიდებლად შესრულების საშუალებას აძლევს.
- 78. იდენტობისა და წვდომის მართვა (Identity and Access Management – IAM)** – სისტემა, რომელიც მომხმარებლის ციფრულ იდენტობასა და რესურსებზე დაშვების უფლებებს მართავს.
- 79. ინვენტარი / დასაჯავშნი რესურსების ფონდი (Inventory)** – დაჯავშნად მომსახურებათა ერთეულების ფონდი, მაგალითად სასტუმროს ხელმისაწვდომი ნომრები, ფრენაში ადგილები, ტურები ან სხვა სერვისები.
- 80. კიბერუსაფრთხოება (Cybersecurity)** – ციფრული სისტემების, ქსელების, მონაცემებისა და მომხმარებელთა ინფორმაციის დაცვა კიბერუსაფრთხოებისგან.
- 81. კიოსკი (Kiosk / Self-Service Screen)** – თვითმომსახურების მოწყობილობა ან ეკრანი, რომელიც მომხმარებელს ინფორმაციის მიღებას, რეგისტრაციას, გადახდას ან სხვა მოქმედების დამოუკიდებლად შესრულებას აძლევს.
- 82. კოინი (Coin)** – კრიპტოაქტივი, რომელიც საკუთარი ბლოკჩეინის ქსელზე ფუნქციონირებს და ხშირად გადახდის ან ღირებულების შენახვის ფუნქციას ასრულებს.
- 83. კრიპტოვალუტა (Cryptocurrency)** – ციფრული/ვირტუალური ვალუტა, რომელიც კრიპტოგრაფიულ და ხშირად ბლოკჩეინ ტექნოლოგიებს ეფუძნება.

84. **მანქანური თარგმანი (Machine Translation – MT)** – ტექსტის ავტომატური თარგმნა ერთი ენიდან მეორეზე კომპიუტერული სისტემების გამოყენებით.
85. **მეტაძიების სისტემა (Metasearch Engine)** – პლატფორმა, რომელიც სხვადასხვა წყაროდან აგროვებს სასტუმროების, ფრენების ან სხვა მომსახურების შეთავაზებებს და მომხმარებელს შედარებისთვის უჩვენებს.
86. **მომხმარებელთან ურთიერთობის მართვა (Customer Relationship Management – CRM)** – პროცესი და პროგრამული სისტემა, რომელიც მომხმარებლის პროფილს, პრეფერენციებს, სეგმენტაციას, კომუნიკაციას და მარკეტინგულ ურთიერთქმედებებს მართავს.
87. **მონაცემთა ანალიტიკა (Data Analytics)** – მონაცემების დამუშავება და ანალიზი გადანყვეტილებების, პროგნოზირების, სეგმენტაციისა და მომსახურების ოპტიმიზაციისთვის.
88. **მონაცემთა ღრუბლოვანი საცავი (Cloud Storage)** – ღრუბლოვან სერვერებზე მონაცემების შენახვის, განახლებისა და გაზიარების გარემო.
89. **ნეირონული მანქანური თარგმანი (Neural Machine Translation – NMT)** – მანქანური თარგმნის თანამედროვე მიდგომა, რომელიც ნეირონულ ქსელებს იყენებს უფრო ბუნებრივი და კონტექსტზე მორგებული თარგმანის შესაქმნელად.
90. **ნივთების ინტერნეტი (Internet of Things – IoT)** – სენსორებისა და დაკავშირებული მოწყობილობების ქსელი, რომელიც მონაცემებს აგროვებს, გადასცემს და ამუშავებს.
91. **ონლაინ დაჯავშნა (Online Booking)** – ვებგვერდის ან მობილური აპლიკაციის მეშვეობით ფრენის, სასტუმროს, ტურის ან სხვა ტურისტული მომსახურების დაჯავშნა.
92. **ონლაინ სამოგზაურო სააგენტოები (Online Travel Agencies – OTA)** – ონლაინ პლატფორმები, რომლებიც ტურისტულ მომსახურებებს მომხმარებლებს სთავაზობს, აძლევს შედა-

რებისა და დაჯავშნის შესაძლებლობას და ხშირად შუამავლის როლს ასრულებს.

- 93. ოპერაციული სისტემა (Operating System – OS)** – სისტემური პროგრამული უზრუნველყოფა, რომელიც მართავს კომპიუტერულ რესურსებს და უზრუნველყოფს მომხმარებელსა და მოწყობილობას შორის ურთიერთქმედებას.
- 94. პირდაპირი დაჯავშნა (Direct Booking)** – დაჯავშნა უშუალოდ მომსახურების მიმწოდებლის არხით, მაგალითად სასტუმროს ოფიციალური ვებსაიტით.
- 95. პროგრამული უზრუნველყოფა (Software)** – პროგრამები, აპლიკაციები და სისტემური ინსტრუმენტები, რომლებიც უზრუნველყოფს აპარატურის მიერ კონკრეტული ამოცანების შესრულებას.
- 96. რობოტი / ჰუმანოიდური რობოტი (Robot / Humanoid Robot)** – ავტომატიზებული მოწყობილობა, რომელიც ტურიზმსა და მასპინძლობაში მომსახურების, დასუფთავების, ინფორმაციის მიწოდების, ბარგის გადატანის ან სხვა ფუნქციების შესრულებაში გამოიყენება.
- 97. ინფორმაციული და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიები (Information and Communication Technologies – ICT)** – ინფორმაციული და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიები – ტექნოლოგიების ერთობლიობა, რომელიც უზრუნველყოფს მონაცემთა შექმნას, დამუშავებას, შენახვას, გაცვლას, კომუნიკაციასა და ქსელურ დაკავშირებას.
- 98. საინფორმაციო ტექნოლოგიები (Information Technology – IT)** – საინფორმაციო ტექნოლოგიები – ტექნოლოგიური სფერო, რომელიც მოიცავს აპარატურას, პროგრამულ უზრუნველყოფას, მონაცემთა დამუშავებას, ქსელებსა და შესაბამის მომსახურებებს.
- 99. საკომუნიკაციო ტექნოლოგიები (Communications Technology)** – ტექნოლოგიები და სისტემები, რომლებიც მონაცემთა, ხმოვანი, ტექსტური ან სხვა ტიპის კომუნიკაციის გადაცემას უზრუნველყოფს.

100. **საძიებო სისტემების ოპტიმიზაცია (Search Engine Optimization – SEO)** – ვებკონტენტის ტექნიკური და შინაარსობრივი გაუმჯობესება საძიებო სისტემებში უკეთ წარმოსაჩენად.
101. **საძიებო სისტემების რეკლამირება (Search Engine Advertising – SEA)** – ფასიანი რეკლამირების ფორმა საძიებო სისტემებში.
102. **სმარტფონი (Smartphone)** – მობილური მონყობილობა, რომელიც ინტერნეტთან, აპლიკაციებთან, ნავიგაციასთან, QR სკანირებასთან და სხვა ციფრულ სერვისებთან წვდომას უზრუნველყოფს.
103. **სოციალური მედიის მენეჯმენტი (Social Media Management)** – სოციალური ქსელების გამოყენება ბრენდის წარმოჩენის, მომხმარებელთან კომუნიკაციის, უკუკავშირის ანალიზისა და მარკეტინგული კამპანიებისთვის.
104. **სტუმრის პროფილი (Guest Profile)** – სტუმარზე დაგროვებული მონაცემების ერთობლიობა, რომელიც მოიცავს საკონტაქტო ინფორმაციას, სტუმრობის ისტორიას, პრეფერენციებსა და კომუნიკაციის მონაცემებს.
105. **ტოკენი (Token)** – ბლოკჩეინზე დაფუძნებული ციფრული აქტივი ან ერთეული, რომელიც უფლებას, ღირებულებას, მომსახურებაზე წვდომას ან სხვა ციფრულ ფუნქციას ასახავს.
106. **ტოკენიზაცია (Tokenization)** – ფიზიკური ან ციფრული აქტივის, უფლების ან ღირებულების ციფრულ ტოკენად გარდაქმნის პროცესი.
107. **ტურისტული დესტინაცია (Tourism Destination)** – ტურისტული დანიშნულების ადგილი – ქვეყანა, რეგიონი, ქალაქი, კურორტი ან კონკრეტული სივრცე, სადაც ტურისტული გამოცდილება ყალიბდება.
108. **ტურისტული სააგენტო (Travel Agency)** – სუბიექტი, რომელიც ტურისტული მომსახურებების რეალიზაციას, დაჯავ-

შნას, ინფორმაციის მიწოდებასა და მომხმარებლის მხარდაჭერას ახორციელებს.

109. **ტუროპერატორი (Tour Operator)** – სუბიექტი, რომელიც ტურისტულ პაკეტებს ქმნის, აერთიანებს სხვადასხვა მომსახურებას და ხშირად საბითუმო ვაჭრობაზეა ორიენტირებული.
110. **უნიფიცირებული კომუნიკაციები (Unified Communications – UC)** – კომუნიკაციის სხვადასხვა არხის – ხმის, შეტყობინებების, ვიდეოს, ელფოსტისა და სხვა – ერთიან სისტემაში გაერთიანება.
111. **ფასწარმოქმნა ღირებულებაზე დაფუძნებით (Value-Based Pricing)** – ფასწარმოქმნის მიდგომა, როცა ფასი მომხმარებლის მიერ აღქმულ ღირებულებასა და მომსახურების გაუმჯობესებულ ხარისხს ეფუძნება.
112. **ფასწარმოქმნა ხარჯზე დაფუძნებით (Cost-Based Pricing)** – ფასწარმოქმნის მიდგომა, როცა ფასი განისაზღვრება ხარჯებისა და მიზნობრივი მოგების გათვალისწინებით.
113. **ქონების მართვის სისტემა (Property Management System – PMS)** – სასტუმროს მართვის ძირითადი პროგრამული სისტემა, რომელიც საოპერაციო, დაჯავშნის, სტუმრის, შემოსავლების და სხვა პროცესებს აერთიანებს.
114. **ქსელური ინფრასტრუქტურა (Network Infrastructure)** – ტექნიკური და პროგრამული საშუალებების ერთობლიობა, რომელიც მონაცემთა გადაცემას, კავშირსა და სისტემების დაკავშირებას უზრუნველყოფს.
115. **ღრუბლოვანი ტექნოლოგიები (Cloud Computing)** – ინტერნეტით გამოთვლითი რესურსების, პროგრამული სერვისებისა და მონაცემთა საცავების დისტანციურად მიწოდების მოდელი.
116. **ჭკვიანი დანიშნულების ადგილი (Smart Destination)** – ტურისტული დანიშნულების ადგილი, რომლის მართვაში გამოიყენება ინფორმაციული და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიები, მონაცემთა ანალიზი, ინტერაქტიული და მონაწილეობითი მიდგომები.

- 117. ჭკვიანი ტურიზმი (Smart Tourism)** – ტურიზმის განვითარების მიმართულება, რომელიც ჭკვიანი ქალაქის კონცეფციიდან მომდინარეობს და ისტ-ის, მონაცემების, პლატფორმებისა და ინტერაქტიული მართვის გამოყენებით ტურისტულ გამოცდილებასა და დანიშნულების ადგილის მართვას აუმჯობესებს.
- 118. ჭკვიანი ქალაქი (Smart City)** – ურბანული მართვის კონცეფცია, რომელიც მონაცემებს, IoT-ს, ხელოვნურ ინტელექტს, ბლოკჩეინს და სხვა ტექნოლოგიებს ქალაქის პროცესების ოპტიმიზაციისთვის იყენებს.
- 119. ხელოვნური ინტელექტი (Artificial Intelligence – AI)** – ტექნოლოგიების ერთობლიობა, რომელიც სისტემებს მონაცემების ანალიზის, სწავლების, პროგნოზირების, რეკომენდაციების შემუშავებისა და ავტომატიზებული კომუნიკაციის შესაძლებლობას აძლევს.
- 120. ხმოვანი ასისტენტი (Voice Assistant – VA)** – ხმოვან რეჟიმში მოქმედი ციფრული ასისტენტი, რომელიც მომხმარებლის ბრძანებებს, შეკითხვებსა და მოთხოვნებს ამუშავებს და პასუხობს.

დანართი შედგენილია ავტორების მიერ რუსუდან სეთურიძის ჩართულობით.

დანართი 2

მარკეტინგული აქტივობების ხელსაყრელი მიმართულებები მცირე სააგენტოებისთვის:

- დანიშნულების ადგილის ან/და მომსახურების იშვიათი ან/და უნიკალური შეთავაზებების მომზადებასა და წარდგენაზე ორიენტირება;
- ფასზე ორიენტირება. ფასი რჩება მომსახურებისა და პროდუქტების რეალიზაციის წამყვან მასტიმულირებელ

ფაქტორად. ფასების კონკურენტული განაკვეთის განსაზღვრის გარდა, პრინციპულად მნიშვნელოვანია ფასების განაკვეთების მორგება შერჩეულ ნიშურ სეგმენტებზე;

- მომხმარებელთა გამოცდილების მიმართ სპეციფიკური და უნიკალური მიდგომის გამოყენება. ეს შეიძლება გამოვლინდეს მომსახურების თავისებურებებში (მაგ., ეკონომიურ და ამასთან, ეგზოტიკურ განთავსების საშუალებებში დაბინავება), მოგზაურობის დაგეგმვაში (მაგ., იაფი ავიარეისები მრავალი შუალედური გაჩერებით ან, პირიქით, მხოლოდ ერთი მიმართულების ეკონომიური რეისის შერჩევა), პიკური სეზონის მიღმა პერიოდების გამოყენებასა და ნიშური სეგმენტის ისეთ სპეციფიკურ მოთხოვნებზე მორგებაში, რომლებიც აქტივობების პრიორიტეტით გამოირჩევიან და არა მოგზაურობის კომფორტზე მაღალი მოთხოვნებით (მაგალითად, ერთ, საექსპედიციო ხასიათის მოგზაურობაში კონტრასტული ბუნებრივი და კულტურული ადგილების გათვალისწინება, ე.წ. გამოცდილებითი ტურისტული მომსახურების შეთავაზებით და ა.შ.).

მიზნობრივი სეგმენტების გამოკვლევა და განსაზღვრა:

- ჩართულობა საიტებზე
- ინტერესები
- წარმომავლობის ქვეყნები
- წინა მოგზაურობების პრაქტიკა
- გადახდისუნარიანობა და მეთოდები
- დემოგრაფიული მონაცემები
- სეზონურობის არჩევითობა და მოგზაურობის სიხშირე
- მოგზაურობის პირობები (ეკონომიური, კომფორტული და სხვ.)
- რისკები

კულტურული ტრადიციები

კონკურენტების გაანალიზება:

- რა მომსახურებას სთავაზობენ
- რაში აქვთ წარმატებები და წარუმატებლობები
- მოქმედების არეალები
- SWOT- ანალიზი

სწორი პარტნიორებისა და სერვისების მიმწოდებლების მოძებნა:

- სოციალურ ქსელებში მოქმედი კომპანიებისა და საიტების შერჩევა და სავარაუდო პარტნიორების შედარება
- სერვისების ფასები
- სერვისების ხარისხი
- ბიზნესის წარმართვის გამოცდილება და ტრადიციული პარტნიორები
- სანდოობა
- თანამშრომლობის ხანგრძლივობის განსაზღვრა
- ტექნოლოგიური საშუალებების ფლობა და გამოყენების შესაძლებლობები
- უპირატესობები და სუსტი მხარეები

რეალიზაცია:

- სარეალიზაციო ფასების განსაზღვრა მინიმალური და მაქსიმალური ფასების სავარაუდო დიაპაზონის დადგენით

დისტრიბუციის არხების რაციონალური და სწორი შერჩევა

- მეტაძიების სისტემების (Metasearch Engines) პოტენციალის რაციონალური გამოყენება

სარჩევი

შესავალი	7
1. ტურიზმის განვითარების ეტაპები, პოპულარული და ინოვაციური ტენდენციები	9
1.1. ტურიზმის განვითარების ეტაპები	9
1.1.1. ტურიზმის განვითარების ადრეული ეტაპები	9
1.1.2. ტურიზმის განვითარების თანამედროვე და ინოვაციური ტენდენციები – ტურიზმი XXI საუკუნეში	12
1.1.3. ინოვაციური და პოპულარული ტენდენციები	18
1.2. მდგრადი განვითარების კონცეფციის ფორმირების ეტაპები და სტრატეგიული მიზნები	30
1.2.1. მდგრადი განვითარების ფორმირების ეტაპები	31
1.2.2. მდგრადი განვითარების სტრატეგიული მიზნები	34
1.3. ტურიზმის ჩარჩო მოდელები და საბაზო ცნებები	43
1.3.1. ტურიზმის ჩარჩო მოდელები	43
1.3.2. ტურიზმის მდგრად განვითარებასთან დაკავშირებული საბაზო ცნებები	54
2. ტურიზმის მდგრად განვითარებაში ინტეგრირებული კონცეფციები	64
2.1. ტურიზმის მდგრადი განვითარების ეკონომიკურ ასპექტებზე ორიენტირებული კონცეფციები და მეთოდები	64
2.1.1. ტურიზმის სატელიტური ანგარიში – TSA	65
2.1.2. მიწოდების ჯაჭვი და ღირებულებათა ჯაჭვი	69
2.1.3. დანახარჯები-გამოშვების მეთოდოლოგია	74
2.1.4. ტურიზმისა და მოგზაურობის ეკონომიკურ გარემოზე პირდაპირი, ირიბი და ინდუცირებული ზეგავლენის კონცეფცია	80
2.1.5. მულტიპლიკატორის ეფექტი	83
	441

2.2. ტურიზმის მდგრადი განვითარების სოციალურ ასპექტებზე ორიენტირებული კონცეფციები და მეთოდები	88
2.2.1. ტრანსდისციპლინური მიდგომის კონცეფცია	89
2.2.2. თემაზე დაფუძნებული მდგრადი განვითარების კონცეფციები	96
2.2.3. გაზიარების ეკონომიკის ინტეგრირება ტურიზმის მდგრადი განვითარების კონცეფციაში	101
2.3. ტურიზმის მდგრადი განვითარების ბუნებრივ ასპექტებზე ორი- ენტირებული კონცეფციები და მეთოდები	107
2.3.1. ტურიზმის ბუნებაზე ზეგავლენის შემცირების მიმართულებები	108
2.3.2. ბუნებრივი გარემოს ზეგავლენა ტურიზმზე	112
2.3.3. ტურიზმის ბუნებრივ გარემოსთან დაკავშირებული კონცეპ- ტუალური მიმართულებები	118
2.4. კრიზისების ტენდენციები და მართვის მიდგომები	128
2.4.1 კრიზისების ზეგავლენა გლობალურ ტურიზმზე (კრიზისები 1970 წლიდან)	128
2.4.2. ინოვაციური რეგენერაციის კონცეფცია	145
3. ინფორმაციული და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიები ტურიზმში	160
3.1. ინფორმაციული და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების მოდელები და საკვანძო ცნებები ტურიზმის სფეროში	160
3.1.1. ხელოვნური ინტელექტი და დაჯავშნის სისტემები (Artificial Intelligence and Booking Systems)	182
3.1.2. ბლოკჩეინი – დაინტერესებული მხარეების ურთიერთდაკა- ვშირების ქსელი და ტოკენები	194
3.1.3. „ჭკვიანი ტურიზმი“ და „ჭკვიანი დანიშნულების ადგილი“	212
3.2. დისტრიბუციის არხები და არხების მენეჯმენტი	217
3.2.1. დისტრიბუციის არხებში ჩართული სუბიექტები და ძირითადი კომპონენტები	217

3.2.2. ინფორმაციული და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების გამოყენება სასტუმრო ბიზნესში	226
3.2.3. ინფორმაციული და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების გამოყენება სამოგზაურო სააგენტოებში	244
3.2.4. „თვითმომსახურების ტექნოლოგიები“ (Self-Service Technology – SST)	265
4. ინვესტირების და კონკურენტული გარემოს ინოვაციური ტენდენციები ტურიზმში	289
4.1. ინვესტიციების ძირითადი ობიექტები და ინვესტირების სახეობები ტურიზმის სფეროში	289
4.1.1. ინვესტიციების ძირითადი ობიექტები და ინოვაციური ფუნქციები	289
4.1.2. ინვესტიციების ძირითადი სახეობები	295
4.2. ინვესტიციების ინოვაციური ტენდენციები	303
4.2.1. მდგრადი განვითარების ინვესტიციები ტურიზმში	303
4.2.2. განთავსების საშუალებები ფასიანი ქაღალდების ბაზრებზე	312
4.2.3. ინვესტიციების გაციფრულება სასტუმრო ინდუსტრიაში – REIT გაციფრულება	325
4.3. ტურიზმის მდგრადი განვითარება და კონკურენტული გარემო	331
4.3.1. კონკურენტუნარიანობის კლასიკური და თანამედროვე კონცეფციები	332
4.3.2. სეგმენტზე ორიენტირებული გეო-კონკურენტული გარემო	361
დასკვნა	367
გამოყენებული ლიტერატურა	369
დანართი	423
დანართი 1. ტერმინების განმარტებითი გლოსარიუმი	423
დანართი 2	437
	443

გამოცემაზე მუშაობდნენ
თამარ გულბანი და მარიამ ებრალიძე

ივანე ჯავახიშვილის სახელობის
თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის გამომცემლობა

თბილისი, 2026

0128 თბილისი, ილია ჭავჭავაძის გამზ. 1
1, Ilia Tchavtchavadze Ave., Tbilisi 0128
Tel 995(32) 225 04 84, 6284/6279
<https://www.tsu.ge/ka/publishing-house>

