



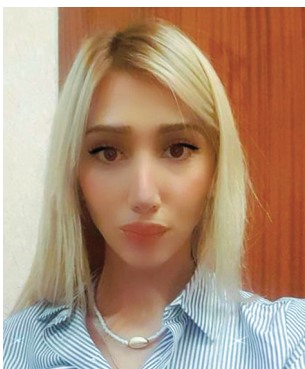
## ტურიზმი როგორც ერთ-ერთი პრიორიტეტული მიმართულება საქართველოში



### ლოიდ ქარჩავა

ბიზნესის ადმინისტრირების დოქტორი,  
პროფესორი.

ელ.ფოსტა: loidk@yahoo.com



### ელენე კუტალაძე

კავკასიის საერთაშორისო უნივერსიტეტის მაგისტრანტი  
ელ.ფოსტა: elene.napo@gmail.com

### ანოტაცია

სტატიაში განხილულია ტურიზმის განვითარების ისტორია და ის ეტაპები, რაც სხვადასხვა ქვეყნებმა დღემდე განვლეს, უფრო დანვრილებით კი საქართველოში ტურიზმის განვითარების საფეხურებზე და სახელმწიფოს მიერ შეტანილ წვლილზე, გრძელვადიან პერსპექტივებიდან საუკეთესო შედეგის მიღებაზე, ქვეყნის პოლულარიზაციის გაზრდაზე, მთავრობის შემუშავებულ ტურისტულ პროგრამებზე, დასახული მიზნებისა და ამოცანების დეტალურ განხილვაზე. საქართველოს გააჩნია საკმაოდ დიდი პოტენციალი ტურიზმის სფეროში, რადგან ის გამოირჩევა უძველესი კულტურით, ლამაზი ბუნებით, ისტორიული შენობა-ნაგებობებით, მრავალმხრივი ლანდშაფტითა და სტუმართმოყვარე ხალხით.

სტატიის ბოლოს გაკეთებულია დასკვნა, რომ ტურიზმს გადამწყვეტი მნიშვნელობა აქვს ბევრი ქვეყნისთვის, ვინაიდან მას დასაქმების მზარდი შესაძლებლობები და ადგილობრივი ბიზნესისთვის დიდი ფულადი შემოსავლები მოაქვს. პირველ რიგში, საჭიროა ტურიზმის განვითარების გრძელვადიანი სტრატეგიული გეგმების შემუშავება, როგორც ეროვნულ, ისე რეგიონალურ დონეებზე და მათი მიღება ყველა დაინტერესებულ მხარესთან მჭიდრო კონსულტაციის გზით. გრძელვადიანი სტრატეგიული გეგმების შემუშავებისას მნიშვნელოვანია, რომ მათ პირველ რიგში სამთავრობო სტრუქტურებმა გამოიჩინონ ინიციატივა, კერძო სტრუქტურებს მისცენ სტიმული ერთობლივად და განახორციელონ სწორად დაგეგმილი სტრატეგიის შესაბამისი პროექტები.

**საკვანძო სიტყვები:** ტურიზმი, ტურიზმის ბიზნესი, საერთაშორისო ტურიზმი, საოჯახო ტურიზმი, სახელმწიფო ხელშეწყობა.

**შსსაპალი**

ტურიზმის ნიშნები და განვითარება ანტიკური ხანიდან იწყება, თუმცა მაშინ მას ბევრად პრიმიტიული ხასიათი ჰქონდა ვიდრე დღეს. საქართველოში ტურიზმის განვითარება XIX-XX საუკუნეების მიჯნაზე იწყება. XIX საუკუნეში მთელს ამიერკავკასიაში სავაჭრო ცენტრი იყო თბილისი. ამ დროს თბილისში ორი მთავარი ბაზარი ფუნქციონირებდა, აქ წარმოდგენილი იყო 704 დუქანი, რომლებიც უმთავრესად სომეხ, თათარ და ქართველ ვაჭრებს ეკუთვნოდათ. რუს ვაჭართაგან აქ ძალიან ცოტას ჰქონდა საკუთარი სანყოფი ბაზარშივე. ადგილობრივი გაზეთი წერდა: „უცხოელთათვის ეს ისეთი საინტერესო სანახაობაა, რომ ბაზარში გასეირნება ყველაზე სასიამოვნო გასართობია თბილისში“ [1, გვ.9]

ტურიზმი მასშტაბურ ხასიათს XX საუკუნის მეორე ნახევრიდან იღებს, განსაკუთრებით კი მეორე მსოფლიო ომის შემდგომი წლებიდან. ამ პერიოდში ექსპლუატაციაში შევიდა კეთილმოწყობილი ტურისტული ბაზები და სასტუმროები თბილისში, სოხუმში, ბათუმში, ქუთაისსა და ვარძიაში. დაიწყო ტურიზმის აღმშენებლობის პროცესი გაგრამში, ქობულეთში, აბასთუმანსა და წყალტუბოში.

საქართველო ოდითგანვე ცნობილია თავისი ბუნებრივი წიაღისეულითა და სამკურნალო თვისებების მქონე ფაქტორებით. ჩვენს ქვეყანაში 12 000 ისტორიული ძეგლი, 150 მუზეუმი, 102 კურორტი, 182 საკურორტო ადგილი და მრავალი საგანძურია, რომლის რაოდენობაც დღითიდღე, თანდათანობით იზრდება. კურორტების ძირითადი ნაწილი ზღვის პირას და მთიან რეგიონებშია. [5, გვ.15]

დღესდღეობით, მოგზაურობა და ტურიზმი მსოფლიოს ერთ-ერთ ყველაზე მსხვილეს ინდუსტრიად მიიჩნევა. საერთაშორისო ტურისტთა რაოდენობა რეგულარულად იზრდება:

- 1950 წელი 25 მილიონი,
- 1970 წელი 270 მილიონი,
- 1990 წელი 400 მილიონი.

XX საუკუნის ბოლოს მთელს მსოფლიოში 4,5 მილიარდი ტურისტი მოგზაურობდა, მათ შორის 10% საერთაშორისო ტურისტები იყვნენ და ყოველწლიურად ხარჯავდნენ 100-150 მილიარდ აშშ დოლარს. ამჟამად ადამიანთა უმეტესობა მეტნაკლებად ჩაბმულია ტურისტულ საქმიანობაში. ვისაც შესაძლებლობა აქვს, ყველა ცდილობს, თუნდაც ერთი კვირით, რამდენიმე დღითაც კი მოინახულოს მისთვის საინტერესო ადგილები მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყანაში.

სუფთა ეკონომიკური სარგებელი, რომელიც ამ

ინდუსტრიას მოაქვს, ცალსახაა (მაგ: 2019 წელს საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის კვლევაში საშინაო ტურიზმის მთლიანი ჯამური დანახარჯი 1,551,352,517 ლარი იყო.) ყოველწლიურად ტურისტების და მოგზაურთა რაოდენობა იზრდება და რომ არა კორონავირუსის მიერ შემაფერხებელი გარემოება, მსოფლიო სავაჭრო ორგანიზაციის პროგნოზებით, 2020 წლისთვის საერთაშორისო ტურისტების რიცხვი 1.6 მილიარდამდე გაიზრდებოდა (WTO)[2]. ადგილობრივი ეკონომიკის განვითარებაში დიდი წვლილი უჭირავს ტურიზმს. შიდა მოგზაურობის დროს რეზიდენტები ხარჯავენ თანხას აქტივობებზე, განთავსების საშუალებებზე, სატრანსპორტო გადაადგილებაზე, კვებაზე, შოპინგზე, ხშირად ინვესტიციებსაც დებენ ბიზნესში.

**ტურიზმის ბიზნესი - ქვეყნის ეკონომიკის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი მიმართულება**

მოგზაურობისა და ტურიზმის მსოფლიო საბჭოს მონაცემებით, ტურიზმის სექტორი ყოველწლიურად 200 მილიონ სამუშაო ადგილს ქმნის მსოფლიოს მასშტაბით, [წყარო- რაც იმას ნიშნავს, რომ ყოველი ათი დასაქმებული ადამიანიდან ერთი ტურიზმის სფეროში მუშაობს.

ნამატის (მულტიპლიკატორის) ეფექტი - ტურისტი, პირველადი ხარჯების გარდა, დამატებითი ხარჯებით მეორად შემოსავალს ქმნის მგზავრობისას, რესტორნებში სადილობისას, სასტუმროში ღამის თევისას და თუნდაც სუვენირების შეძენისას. გარდა ამისა, ტურიზმში დასაქმებული ადამიანებიც ადგილზევე, ბიზნესის სხვა სფეროებში ხარჯავენ ტურიზმიდან მიღებულ შემოსავალს და ფულის ბრუნვის ჯაჭვური რეაქცია ასე დაუსრულებლად გრძელდება ფულის ტურისტული დანიშნულების ადგილის მიღმა გაჟონვამდე. [32, თემა III]

**ტოპ 10 ქვეყანა ტურიზმიდან მიღებული შემოსავლების მიხედვით, 2018 წ. [28]**

10. ჩინეთი	- 40 მილიარდი აშშ დოლარი
9. იაპონია	- 41 მილიარდი აშშ დოლარი
8. გერმანია	- 43 მილიარდი აშშ დოლარი
7. ავსტრალია	- 45 მილიარდი აშშ დოლარი
6. იტალია	- 49 მილიარდი აშშ დოლარი
5. გაერთიანებული სამეფო	- 52 მილიარდი აშშ დოლარი
4. ტაილანდი	- 63 მილიარდი აშშ დოლარი
3. საფრანგეთი	- 67 მილიარდი აშშ დოლარი
2. ესპანეთი	- 74 მილიარდი აშშ დოლარი
1. აშშ	- 214 მილიარდი აშშ დოლარი



მსოფლიოს მასშტაბით ტურიზმიდან მიღებული შემოსავლების დაახლოებით ნახევარი აღნიშნულ 10 ქვეყანაზე მოდის. ამასთან, როგორც ვხედავთ, იმ 10 ქვეყნიდან, სადაც ყველაზე მეტი იყო ვიზიტორი, ტურიზმიდან მიღებული შემოსავლების რეიტინგში 8 ქვეყანა მოხვდა. **ავსტრალიამ და ლუქსემბურგმა ერთ ტურისტზე საშუალოდ 4 900 აშშ დოლარი გამოიმუშავეს, რაც მსოფლიოში ყველაზე მაღალი მაჩვენებელია.** საერთაშორისო მოგზაურთა 51% ევროპის კონტინენტზე მოდის, აზიასა და ოკეანეთის ქვეყნებზე - 25%, ამერიკის კონტინენტზე - 15%, აფრიკაზე - 5%, შუა აღმოსავლეთის ქვეყნებში - 4%. ცხადია ტურიზმიდან მიღებული შემოსავლებიც ევროპაში ყველაზე მაღალია (39% მთლიანი ტურიზმის შემოსავლებიდან), ხოლო ყველაზე მცირე აფრიკაში - 3% მთლიანი ტურიზმის შემოსავლებიდან.

საქართველოში 2019 წელს საერთაშორისო ვიზიტორების მიერ განხორციელებული ვიზიტების რაოდენობამ 7,725,774 შეადგინა. მათი უმრავლესობა (საქართველოს არარეზიდენტი მოქალაქეების გათვალისწინების გარეშე) 71.4% მეზობელი ქვეყნების რეზიდენტების ვიზიტები იყო. საერთაშორისო ვიზიტების რაოდენობით ლიდერობს აზერბაიჯანი 1,526,619 ვიზიტით, მას მოსდევს რუსეთი - 1,471,558, სომხეთი - 1,365,048 და თურქეთი - 1,156,513 ვიზიტით. საერთაშორისო ვიზიტების უმრავლესობა (43.5%) დასვენება, გართობა, რეკრეაციის მიზნით განხორციელდა.

### ტურიზმის მხარდამჭერი პროგრამები საქართველოში

სააგენტოს „ანარმოე საქართველოში“ - მცირე და საშუალო ბიზნესის ხელშეწყობა ხორციელდება სხვადასხვა სახის მხარდამჭერი მექანიზმებით, მ. შ. ტურიზმის მიმართულებით. კერძოდ, **სასტუმრო ინდუსტრიის განვითარების კომპონენტი**, რომელიც რეგიონებში სასტუმრო ინდუსტრიის განვითარების ხელშეწყობის ინიციატივას წარმოადგენს.[30]

ტურიზმის განვითარება საქართველოს მთავრობის ერთ-ერთი პრიორიტეტია, რადგან ყოველწლიურად მზარდია ვიზიტორების ნაკადი და ტურიზმის სფეროდან მიღებული შემოსავლები. ტურიზმი ქვეყნის ეკონომიკური ზრდის მნიშვნელოვანი მამოძრავებელი ძალაა და მისი, როგორც პრიორიტეტული დარგის, შემდგომი განვითარებისათვის საქართველოს მთავრობა ახორციელებს შემდეგ ღონისძიებებს:

- მონესრიგდება და განვითარდება მცირე ტუ-

რისტული ინფრასტრუქტურა და საგზაო ინფრასტრუქტურა, რაც ხელს შეუწყობს ტურისტულად მიმზიდველი ადგილის მისაწვდომობის გაუმჯობესებას;

- გააქტიურდება მარკეტინგული აქტივობები მიზნობრივ და პოტენციურ (მათ შორის მაღალმხარჯველ ევროპულ) ბაზრებზე, რაც ხელს შეუწყობს მეტი უცხოელი ტურისტისა და, შესაბამისად, მეტი შემოსავლის მოზიდვას ქვეყანაში;

- გააქტიურდება მარკეტინგული აქტივობები შიდა ბაზარზე, რაც ხელს შეუწყობს შიდა ტურიზმის განვითარებას;

- გაფართოვდება დაცული ტერიტორიები და ხელი შეეწყობა ეკოტურიზმს;

- საქმიანი ტურიზმის განვითარების მიზნით, საკონვენციო ბიუროს საშუალებით მოხდება მეტი მაღალმხარჯველი ტურისტის მოზიდვა საქართველოში, ასევე ამ მიმართულებით ინვესტიციების წახალისება და ხელშეწყობა. ხელი შეეწყობა მულტიფუნქციური, თანამედროვე საერთაშორისო სტანდარტების საკონგრესო და საგამოფენო ცენტრის შექმნას;

- განსაკუთრებული აქცენტი გაკეთდება მომსახურების ხარისხის გაუმჯობესებაზე: მოხდება სფეროში მომუშავე პერსონალის გადამზადება მომსახურების ხარისხის საერთაშორისო სტანდარტებამდე გაზრდის მიზნით; ხელი შეეწყობა ტურიზმის დარგში უმაღლესი და პროფესიული საგანმანათლებლო პროგრამებისა და დაწესებულებების განვითარებას; მომსახურების ხარისხის გაუმჯობესების მიზნით განხორციელდება სხვადასხვა აქტივობები (სახანძრო უსაფრთხოების გამკაცრება, საავტომობილო სამგზავრო გადაყვანის მონესრიგება და სხვ.);

- ტურიზმის პოლიტიკაში ერთ-ერთი სტრატეგიული მიმართულება იქნება საქართველოს გადაქცევა ოთხი სეზონის ტურისტულ ქვეყნად, რაც უზრუნველყოფს ტურიზმიდან ახალი შემოსავლების მიღებას და წლის განმავლობაში მათ სტაბილურ განაწილებას;

- ზამთრის კურორტების შემდგომი განვითარება მოხდება გააზრებული განვითარებისა და განაშენიანების გეგმების მიხედვით, მათ შორის, გათვალისწინებული იქნება კურორტების ზაფხულის განმავლობაში დატვირთვის შესაძლებლობები;

- ხელი შეეწყობა სახელმწიფო და კერძო სექტორებს შორის თანამშრომლობის გაღრმავებას ტურისტული პროდუქტის შექმნისა და პოპულარიზაციის მიზნით. [25]



**სამთავრობო პროგრამა 2018 – 2020**

2018-2020 წლებში საქართველოს მთავრობის მიერ გადადგმულმა ნაბიჯებმა უნდა შექმნას გრძელვადიან პერიოდში ქვეყნის სოციალური და ეკონომიკური განვითარების მყარი საფუძვლები. 2018 წლიდან ტარდება ახალი რეფორმები, მუშავდება ინოვაციური პროექტები, იმისთვის, რომ ქართველმა ერმა დაძლიოს სიღარიბე, ქვეყნა ინსტიტუციურად განვითარდეს და ვიცხოვროთ სრულფასოვანად. მინდა გამოვყო კონკრეტულად ტურიზმთან დაკავშირებული პროცესები.

**სტრატეგია მომზადებულია სსიპ - საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის, მსოფლიო ბანკისა და სხვა წყაროებიდან მიღებული კვლევებისა და მონაცემების ანალიზის საფუძველზე. [24]**

**ტურიზმის განვითარების პარსპექტივები საქართველოში**

საქართველო მიკროკლიმატების ქვეყანა და მისი ყოველი კუთხე მკვეთრად განსხვავებულია. ამასთან, თითოეული მათგანი ადამიანში აღფრთოვნებას იწვევს და მეორედ ნახვის სურვილს აღუძრავს. ყოველი მხარე თავისი ისტორიით, კულტურით, ღირსშესანიშნაობებით, იდივიდუალობით, დამახასიათებელი ნიშან-თვისებებით და სილამაზით გამოირჩევა. ამიტომაც წლიდან წლამდე საგრძობლად იზრდება ვიზიტორთა რაოდენობა და მათ მიერ დახარჯული თანხაც, რომელიც ქვეყნის ეკონომიკას აძლიერებს.

საერთაშორისო ექსპერტები საქართველოში ტურიზმის განვითარების პერსპექტივას დიდ მომავალს უწინასწარმეტყველებენ. სხვა უპირატესობებთან ერთად ისინი ხაზგასმით აღნიშნავენ ქვეყნის გეოგრაფიულ სიახლოვეზე მსოფლიოს მთავარ ტურისტულ ბაზართან - ევროპასთან. გერმანელი ტურისტები ყოველწლიურად ქვეყნის გარეთ 45 მილიარდ აშშ დოლარზე მეტს ხარჯავენ, დიდი ბრიტანელები - 36 მილიარდს, ხოლო ისეთი პატარა ქვეყნის ტურისტები, როგორცაა ჰოლანდია, - 12 მილიარდ აშშ დოლარს. საქართველოს უდავოდ შეუძლია ტურიზმის განვითარების შემთხვევაში საფუძვლიანი პრეტენზია განაცხადოს ევროპელი ტურისტების დანახარჯების გარკვეულ ნაწილზე. 2001 წელს ავსტრიამ, რომელიც თითქმის საქართველოს მასშტაბის ქვეყანაა, მხოლოდ ტურიზმიდან ერთი წლის განმავლობაში 10 მილიარდ დოლარზე მეტი შემოსავალი მიიღო. [30]

ადგილობრივი ტურიზმი თავისი ფორმითა და

შინაარსით შეიცვალა, იგი საბაზრო პრინციპებით ფუნქციონირებს. ადგილობრივ ტურიზმში ჯერ კიდევ დომინირებს ორი ტიპის ტურისტული პროდუქტი: პირველი: ზაფხულის დასვენება-შავი ზღვის სანაპიროზე ან მთის ზონაში განლაგებულ კურორტებზე (მაგალითად ბორჯომ-ბაკურიანში); მეორე: ზამთრის დასვენება ბაკურიანსა და გუდაურში. მესამე ტიპის პროდუქტმა – სამკურნალო ტურიზმმა, თავისი ფუნქცია მნიშვნელოვნად დაკარგა, თუმცა ზოგიერთი სანატორიუმები და კურორტები იშვიათად გამოიყენება. სამკურნალო ტურიზმის შეზღუდვის მთავარი მიზეზებია მომხმარებელთა გადახდისუნარიანობის დაბალი დონე, სოციალური დაზღვევის სახელმწიფო პროგრამების მიმართ მოსახლეობის უნდობლობა და სხვ. რაც შეეხება უცხოურ ტურისტულ ბაზრებზე გასვლას და დამკვიდრებას, გამოყენებაშია ძირითადად ერთი - ე.წ. «სათავგადასავლო» (ალმოჩენითი) ტურიზმი.

**დასკვნა**

კვლევამ დაგვანახა, რომ მოსახლეობის გარკვეულმა ნაწილმა არ იცის, თუ რას გეგმავს სახელმწიფო ტურიზმის მიმართულებით, შესაბამისად, ვერც მონაწილეობას იღებს სახელმწიფო პროგრამებით გათვალისწინებული პროექტების შემუშავებასა და განხორციელებაში. ამ საკითხის გადასაჭრელად საჭიროა ტელევიზიით, ჟურნალ-გაზეთებით და მასმედიის სხვადასხვა საშუალებებით მოსახლეობის ინტენსიური ინფორმირება და სპეციალური სემინარების ჩატარებით გადმოიცეს უფრო მეტი ინფორმაცია დამხმარე პროგრამების შესახებ.

საქართველოს ყველა კუთხე მთლიანად ტურისტულად მიმზიდველი მხარეა, მაგრამ საჭიროა ინფრასტრუქტურული მოწყობა, განთავსების ადგილების შექმნა, გზების მოწესრიგება, წყალგაყვანილობა, რაც ბევრ სოფელში პრობლემაა. კეთილმოწყობილი გარემო ზოგიერთ მთიან რეგიონში საერთოდ არ არსებობს. ბუნება ულამაზესია, ჰაერი სუფთა, მაგრამ პირობები ისეთია, რომ ამოსვლა და შემდგომ ღამისთევა ტურისტს გაუჭირდება.

ჩვენი ქვეყნის ერთ-ერთი მთავარი ღირსება არის **უძველესი კულტურა**, ღირსშესანიშნაობებთან ერთად, რაც ტურისტებს ძალიან ხიბლავთ, ეს არის განუმეორებელი კერძები და მათი გემოვნური თვისებები, სწორედ აქ არის საჭირო სოფლის მეურნეობის სიძლიერე. ჩვენ უნდა შევძლოთ თითოეულ ტურისტამდე ზუსტად იმ ჯანსაღი პროდუქტის მიტანა, რაც ეროვნული სიამაყეა. არ უნდა გვინვედეს ადგილობრივის იმპორტირებულით ჩანაცვლება.



**მეორე**, რაც მთავარია ტურისტის მიერ დახარჯული ფული დარჩეს ადგილზე, რომელიც მოხმარდება ეროვნული ეკონომიკის განვითარებას და არა ისევ საზღვარგარეთ გაედინებოდეს.

ტურიზმის განვითარება დამოკიდებულია იმაზე, თუ რამდენად სწორად იქნება შემუშავებული დარგის განვითარების სტრატეგია საწყის ეტაპზე.

საქართველოს იმის პოტენციალი აქვს, რომ კარგად შეფუთოს საკუთარი ტურისტული გამოცდილება და აქცენტები ისეთ მიმზიდველ სფეროზე გააკეთოს, როგორცაა კულტურა, აქტიური დასვენება, კურორტები, სპა ტურიზმი, ღვინო და მდიდარი სამზარეულო.

ტურიზმის განვითარების ხელშეწყობა სისტემური ხასიათისაა და არსებითად დამოკიდებულია, როგორც ეკონომიკურ, ასევე პოლიტიკური ფაქტორების გამოყენების ფორმასა და ქვეყნის ეკონომიკის განვითარების თავისებურებებზე.

რაც შეეხება ტურიზმის მიმართულებებს, საჭიროა შესაბამისი გამოცდილების მქონე დარგის სპე-

ციალისტებმა მკაფიოდ ჩამოაყალიბონ თითოეული მიმართულების განვითარების სტრატეგია, რაც დღემდე ვერ ხერხდება. მაგალითად, ღვინის ტურიზმის მცდარი და ზოგჯერ გაურკვეველი კონცეფციაა გავრცელებული. მცდელობა შემდგარიყო ქართული ღვინის ტურიზმი, რამდენიმე წლის წინ დაიწყო. ამჟამად საქართველოში არსებობს რამდენიმე ადგილი, სადაც ქართული ტრადიციული ღვინით დაინტერესებული გარკვეული კატეგორიის მოგზაურთა ჯგუფების მიყვანაა შესაძლებელი, მაგრამ აქვე ვხვდებით რიგ პრობლემებს, რომლებსაც ყველა კომპეტენტური ადამიანი შეამჩნევს, რომლებიც ქართულ ღვინოს უფრო სახელს გაუტეხდა, ვიდრე გაუთქვამდა. ზოგ შემთხვევაში ჩამოსულ ტურისტებს უხარისხო, ან სულაც დაავადებული ღვინის დაჭაშნიკება უწევთ.

ასევე, ჩატარებული კვლევის შედეგად შეიძლება დავასკვნათ, რომ განსაკუთრებით მაღალმთიან რეგიონებს ესაჭიროებათ სახელმწიფოს მხრიდან ხელშეწყობა.

#### გამოყენებული ლიტერატურა:

1. ბეროვსი კ.ვ., პავერსი ტ., რეინოლდსი დ. შესავალი მასპინძლობის მენეჯმენტში, თბილისი, საქართველოს საპატრიარქოს გამომცემლობა 2012
2. დევიძე ე. კულტურული მემკვიდრეობა და იმერეთის ტურიზმის განვითარების პრობლემები, დისერტაცია, ივ. ჯავახიშვილის სახ. თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი. 2012 წელი.
3. კვარაცხელია ნ. საქართველოში კულტურული ტურიზმის განვითარების ტენდენციები და პერსპექტივები, ქართული ხელოვნება ევროპისა და აზიის კულტურათა კონტექსტში, თეზისები, ვ. ბერიძის სახელობის ქართული ხელოვნების საერთაშორისო სიმპოზიუმი. 2008 წელი.
4. კვარაცხელია ნ., საექსკურსიო საქმე, თბ., 2019
5. კვარაცხელია ნ., კულტურული ტურიზმი, თბ., 2004.
6. Karchava, L., 2012. Business-communications. *Tbilisi, Loi, 328*.
7. Karchava, L., 2018. ბიზნესკომუნიკაციების თეორიული საფუძვლები და მისი კავშირი სხვა მეცნიერებებთან. *The New Economist, 13(3, 2018), pp.1-1*.
8. Kikutadze, V. and Tabatadze, L., 2016. Diversification of funding models of higher education service market in Georgia. In 5th EURASIAN MULTIDISCIPLINARY FORUM, EMF 2016 27-28 October, Tbilisi, Georgia (p. 56).
9. Lomia, E., 2020. The Evaluation of Russia's foreign policy towards Georgia following the 'Rose Revolution'. *Journal of Liberty and International affairs, 6(1), pp.112-128*.
10. Lomia, E., 2017. The United States-Russia Relations Before and After Russia's Intervention in Georgia and Ukraine.
11. LOMIA, E., Key Features of the US-Georgia Relations: Mutual Alliance and Strategic Partnership. SECTION II: Literature, Women's Issues, Education, p.54.
12. Lomia, T. and Lomia, E., 2020. ECONOMIC AND POLITICAL SUPPORT OF THE EUROPEAN UNION TO GEORGIA: RETROSPECTIVE ANALYSIS OF THE EU-GEORGIA RELATIONS. *International Journal Vallis Aurea, 6(1), pp.35-43*.
13. Lomia, T., 2018. The issue of forming rational economic policy of environmental protection. *Globalization & Business*.
14. Lomia, T., 2015. The role of international environmental protection policy in Georgia. In Materials of reports made at the international scientific-practical conference held at Paata Gugushvili Institute of Economics



of Ivane Javakhishvili Tbilisi State University in 2015 (p. 513).

15. Lordkipanidze R. E-Commerce Management (Handbook: Principles, World Statistics, Specifics of Georgia's Economic Priorities). - Tbilisi, 2020: 205.

16. <http://dx.doi.org/10.13140/RG.2.2.26131.30244>

17. Lordkipanidze R. About Economic and Natural Sciences' Relationship ეკონომიკური და საბუნებისმეტყველო მეცნიერებების ურთიერთკავშირის შესახებ О взаимосвязи экономических и естественных наук. - DOI: 10.13140/RG.2.2.16952.08960, Tbilisi, The Public Academy named after Economist A. Gunia: 2020, Jan 7: 583.

18. <http://dx.doi.org/10.13140/RG.2.2.16952.08960>

19. Lordkipanidze R. Economic Outcomes of Smart Nutrition, Sports and Tourism E-Taxes

20. <http://dx.doi.org/10.13140/RG.2.2.17169.25447>

21. Pavliashvili, S., 2014. SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF AGRICULTURE AND FOOD SECURITY IN GEORGIA. *The Caucasus & Globalization*, 8(3-4), pp.55-61.

22. Pavliashvili, S., 2011. THE WORLD ECONOMIC CRISIS AND GEORGIA. *The Caucasus & Globalization*, 5(3-4), pp.54-62.

23. Pavliashvili, S. and Gubeladze, D., AGRARIAN RURAL AND REGIONAL POLITICAL STRATEGIES IN AGRICULTURE. In *Materials of reports made at the international scientific-practical conference held at Paata Gugushvili Institute of Economics of Ivane Javakhishvili Tbilisi State University in 2015* (p. 397).

24. Pavliashvili, S., PECULIARITIES OF STATE PROPERTY PRIVATIZATION AND ITS SOCIAL-ECONOMIC RESULTS IN GEORGIA. In *Materials of reports made at the international scientific-practical conference held at Paata Gugushvili Institute of Economics of Ivane Javakhishvili Tbilisi State University in 2013* (p. 53).

25. პავლიაშვილი ნ., მსოფლიო ტურიზმის გეოგრაფია, გამომცემლობა, ნელი

26. Tabatadze, L., 2015. Strategic directions of strengthening competition on higher education market of Georgia. *European Scientific Journal*.

27. Kikutadze, V. and Tabatadze, L., 2016. Diversification of funding models of higher education service market in Georgia. In 5th EURASIAN MULTIDISCIPLINARY FORUM, EMF 2016 27-28 October, Tbilisi, Georgia (p. 56).

28. Tabatadze, L., 2020. The New Vision of Modern Management Theory. *The New Economist*, 15(1, 2020), pp.1-1.

29. ყორღანაშვილი ლ., ტურიზმის ბიზნესი, თბ., 2010 წელი..

30. შუბლაძე გ. და სხვ., ტურიზმის მარკეტინგი, თბ., 2007.

31. Boniface B., Cooper Ch. Worldwide Destinations. *The Geography of Travel and Tourism*. IV Edition. 2005 წელი.

32. თავისუფლება, სწრაფი განვითარება, კეთილდღეობა

33. სამთავრობო პროგრამა 2018 – 2020

34. საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია-

35. ტურიზმის განვითარების პერსპექტივები საქართველოში. 2019 წელი. .

36. სახელმძღვანელო შემოქმედანი ტურიზმის ბიზნესის დასაგეგმად-საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო. 2016 წელი..

37. საქართველოს ტურიზმის სტრატეგია 2025 წელი.

38. ტუროპერეტიინგი - საქმიანობის ორგანიზაცია: (დამხმარე სასწავლო-მეთოდური მასალა ე.ილ-ინას წიგნის "ტუროპერეტიინგი" მიხედვით). ნაწილი I, ტუროპერეტიინგის საფუძვლები /შემდგენელი: კობა არაბული; ილია ჭავჭავაძის სახელმწიფო უნივერსიტეტი, ბიზნესისა და სამართლის ფაკულტეტი, ტურიზმის მენეჯმენტის ცენტრი. 2006 წელი.

39. საქართველოს საპატრიარქოს გამომცემლობა, 2012

40. ტურისტულ-რეკრეაციული რესურსების გეოგრაფია, (სალექციო კურსი ბაკალავრებისთვის, თარგმნილი ნინო პავლიაშვილის მიერ) - [https://www.tsu.ge/data/file\\_db/faculty\\_social\\_political/Turizmis%20geografia-nino%20pavliashvili.pdf](https://www.tsu.ge/data/file_db/faculty_social_political/Turizmis%20geografia-nino%20pavliashvili.pdf)

41. <http://www.economy.ge/> ტურიზმი

42. <https://reginfo.ge/economic/>

43. <https://matsne.gov.ge/>

44. <https://tsu-tdi.blogspot.com/>

45. <http://press.tsu.ge/>

**TOURISM AS ONE OF THE PRIORITY DIRECTIONS IN GEORGIA****Loid Karchava**Doctor of Business Administration,  
Professor.**Elene Kutaladze**

Master of Caucasus International University

**ABSTRACT**

The article discusses the history of the development and the stages that different countries have gone through so far, in details about the stages of the tourism development in Georgia. And about the contribution of the state, to the best results from the long term perspectives. It also focuses on the increase of the country's popularization, to the tourism programs developed by the government and for the detailed discussion of the set goals and objectives. Georgia has a great potential in the field of tourism, as it is distinguished by the ancient culture, beautiful nature, historic buildings, stunning landscapes and hospitable people.

The final part of the article concludes that tourism is crucial for many countries, as it brings growing employment opportunities and large monetary incomes for local businesses. First of all, it is necessary to develop long-term strategic plans for tourism development, both at the national and regional levels and adoption of them should be done through close consultation with interested sides. When developing long-term strategic plans, it is essential that the governmental structures take the initiative, give private incentives to private structures, and implement relevant projects of the well-planned strategies.

**Keywords:** tourism, tourism business, international tourism, family tourism, state support.