

ტურისტული დანიშნულების ადგილის განვითარების ციფრული პლატფორმები და სტრატეგიები

მერაბ ხოხობაია
ეკონომიკის დოქტორი
თსუ-ის ასოცირებული პროფესორი

ანოტაცია

ტურისტული დანიშნულების ადგილების განვითარება მნიშვნელოვანი საკითხია როგორც განვითარებული, ასევე, განვითარებადი ქვეყნებისათვის. ცხადია, რომ ეკონომიკური თვალსაზრისით საზოგადოების კეთილდღეობა გარკვეულწილად დამოკიდებულია ტურისტული დანიშნულების ადგილების სისტემურ განვითარებაზე. აღნიშნულის მიღწევა კი პრაქტიკულად შეუძლებელია სტრატეგიების, კონცეპტუალური ჩარჩოების, პოლიტიკის გარეშე. უნდა აღინიშნოს რომ ტურისტული დანიშნულების ადგილები მიუხედავად გეოგრაფიული არაერთგვაროვნებისა რთული და კომპლექსური სისტემებია. კომპლექსურობას განაპირობებს სისტემაში არსებული აქტორების მრავალფეროვნება. შესაბამისად, მისი ფრაგმენტული ლანდშაპტიდან გამომდინარე საჭიროა კონკრეტული ელემენტების იდენტიფიკაცია რომელიც გავლენას ახდენს სისტემის ფუნქციონირებაზე. თანამედროვე პირობებში ფუნდამენტური გამოწვევა ტურისტული დანიშნულების ადგილის ცვალებად გარემოსთან ეფექტიანი ადაპტაციაა. ამ თვალსაზრისით მნიშვნელოვანია აქცენტი გაკეთდეს ციფრული პლატფორმების და სტრატეგიული კომუნიკაციის გაძლიერებაზე. ინფორმაციული საზოგადოების პირობებში სამოგზაურო გადანაცვლებების მთავარი იმპერატივი ციფრული პლატფორმებია. აღნიშნულ პლატფორმებზე ტურისტული დანიშნულების ადგილის პოზიციონირება მნიშვნელოვანია მდგრადი განვითარების თვალსაზრისით. სტატიაში გაანალიზებულია ციფრული პლატფორმების და სტრატეგიების როლი ტურიზმის ინდუსტრიაში. ყურადღება გამახვილებულია ტურისტების კმაყოფილების, ინდუსტრიაში ჩართული აქტორების როლზე და სტრატეგიული განვითარების ასპექტებზე.

საკვანძო სიტყვები: ტურისტული დანიშნულების ადგილი, ციფრული პლატფორმა, მდგრადი განვითარება, სტრატეგია, ტურიზმის ინდუსტრია

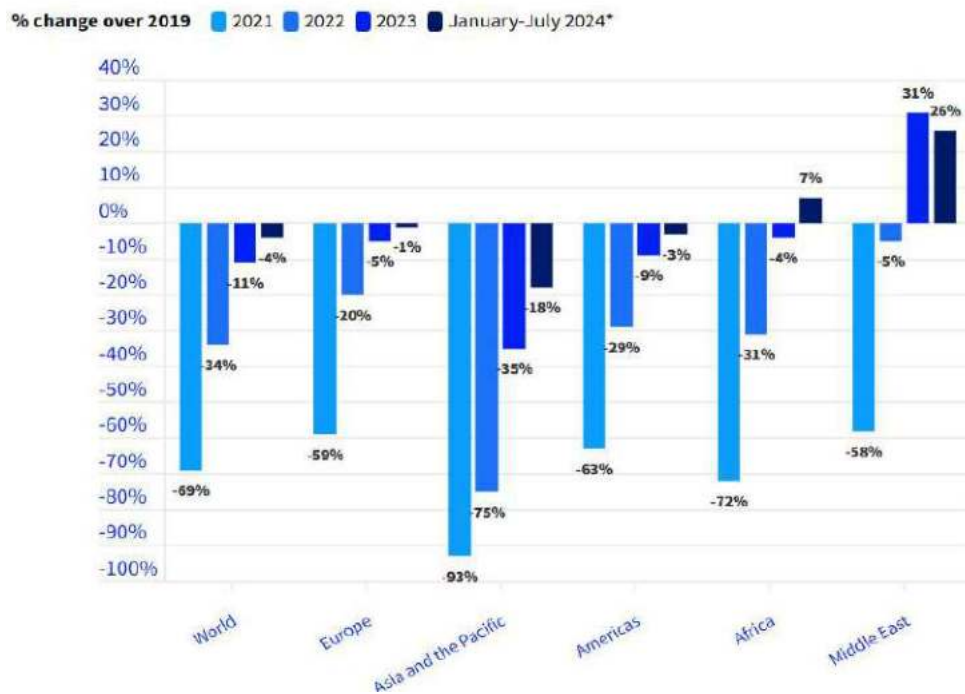
ტურიზმის ინდუსტრიის დინამიკა – მსოფლიო და საქართველო

ტურიზმისა და მასპინძლობის ინდუსტრია მნიშვნელოვანი კონტრიბუციით გამოირჩევა გლობალურ ეკონომიკაში. პოსტ პანდემიურ პერიოდში ინდუსტრიის განვითარების დინამიკა პოზიტიურია როგორც მსოფლიო ასევე, ცალკეული რეგიონების მასშტაბით. მოგზაურობისა და ტურიზმის მსოფლიო საბჭოს (WTTC) პროგნოზით, გლობალურ მშპ-ში ტურიზმის წილი წლიურად 12.1%-ით გაიზრდება და \$11.1 ტრილიონს მიაღწევს, რაც მშპ-ს 10%-ს შეადგენს (WTTC, 2024). საერთაშორისო ჩამოსვლებმა ფაქტიურად მიაღწია 2019 წლის მაჩვენებელს, რაც ცხადყოფს ინდუსტრიის სწრაფად გამოჯანსაღების პროცესს. მიღებული შედეგები ძირითადად განპირობებულია პოსტ-პანდემიური პერიოდის მოთხოვნის ზრდით მსოფლიო მასშტაბით. ასევე, საჭაერო მიმოსვლის კავშირების განვითარების და სავიზო პოლიტიკის ლიბერალიზაციით (UNWTO, 2024).

აღნიშნული ტენდენცია პოზიტიურია ცალკეული რეგიონების კონტექსტში და დინამიკაში მზარდია. მაგალითად, ახლო აღმოსავლეთი ინარჩუნებს ზრდის ტენდენციას საერთაშორისო ჩამოსვლების თვალსაზრისით სადაც 2019 წელთან შედარებით 2024 წელს ფიქსირდება ზრდა 29%. იგივე სურათია აფრიკის, ევროპის, ამერიკის და აზია წყნარი ოკეანის რეგიონებში. უნდა

აღინიშნოს, რომ შემოსავლების დინამიკა გარკვეულ რეგიონებში აღემატება პანდემიამდე პერიოდს, რაც მნიშვნელოვანია და შექმნის ინდუსტრიაში ჩართული აქტორებისთვის ახალ შესაძლებლობებს. ტურიზმის მსოფლიო ორგანიზაციის საპროგნოზო მონაცემების მიხედვით 2024 წელს 1.1 მილიარდი საერთაშორისო ჩამოსვლა დაფიქსირდება რაც წინა წლის ანალოგიურ მაჩვენებელს 11%-ით აღემატება.

საერთაშორისო ჩამოსვლების დინამიკა, მსოფლიო და რეგიონები



წყარო: UN Tourism | World Tourism Organization

რაც შეეხება საქართველოს, რეგიონში არსებული არასტაბილური მდგომარეობის მიუხედავად 2024 წელს 2019 წლის მონაცემებთან შედარებით ინდუსტრია 87%-ით აღდგა. რაც შეეხება ცალკეული ქვეყნების მიხედვით არსებულ სიტუაციას (რუსეთი, უკრაინა, სომხეთი, აზერბაიჯანი, თურქეთი) არაერთგვაროვანია და შეიძლება ითქვას რომ იგი კვლავ ჩამორჩება 2019 წელს არსებულ მდგომარეობას. უნდა აღინიშნოს, რომ 2024 წელს განსაკუთრებული ზრდის ტემპი ფიქსირდება ისრაელის მიმართულებით, ზრდა 87%-ია. ავიარესიების და პირდაპირი ფრენების დამატებამ გაზარდა ნაკადი ევროკავშირის ქვეყნებიდან, 2019 წელთან შედარებით ზრდა 44% -ია.

2024 წლის მონაცემებით მნიშვნელოვანი ფუნდამენტური ტენდენცია საქართველოში საერთაშორისო მოგზაურობიდან მიღებული შემოსავლების ზრდაა (40%). უცხოელი მოგზაურების მიერ განხორციელებული დანახარჯები მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს ქვეყნის საგადასახდელო ბალანსზე და მთლიანობაში უზრუნველყოფს ეკონომიკის ცალკეული მიმართულებით მდგრად განვითარებას.

ციფრული პლატფორმები ტურიზმის ინდუსტრიაში და ტურიზმის სექტორის ეკოსისტემა საქართველოში

უნდა აღინიშნოს, რომ ტურიზმისა და მასპინძლობის ინდუსტრია მსოფლიოში მოწინავეა ციფრული პლატფორმების გამოყენების თვალსაზრისით. ინდუსტრიის მასშტაბურობა და დაგენერირებული შემოსავლები მეტწილად დაკავშირებულია ციფრული პლატფორმების ეფექტიან გამოყენებასთან. როგორც ცაკლეული ბიზნეს სუბიექტების, ასევე, ტურისტული დანიშნულების ადგილების განვითარების თვალსაზრისით ტექნოლოგიების გამოყენება განაპირობებს კონკურენტუნარიანობის ამაღლებას, გლობალურ ტურისტულ ბაზრებზე წვდომას, მიზნობრივი საფასო პოლიტიკის განსაზღვრას და ა.შ. ბუნებრივია რომ ეს პროცესი ერთი მხრივ, მოიცავს ტექნოლოგიების დანერგვის კომპონენტს, ხოლო მეორე მხრივ, ელექტრონული კომერციის და ინოვაციური პროდუქტების განვითარების შესაძლებლობას (Buhalis, D. 2003).

ტურისტული დანიშნულების ადგილებს და ამ სისტემაში მონაწილე ბიზნეს სუბიექტებს უნდა გააჩნდეთ სტრატეგიები რომელიც ხელს შეუწყობს მათ ეფექტიან ინტეგრაციას საერთაშორისო ბაზრებთან. უნდა აღინიშნოს, რომ საერთაშორისო პლატფორმები, დაჯავშნის გლობალური სისტემები, მობილური აპლიკაციები, ხელს უწყობს მომხმარებლებისათვის საჭირო სერვისების მიწოდებას. ბუნებრივია აღნიშნული პლატფორმები ამარტივებს სამოგზაურო გადაწყვეტილების მიღების პროცესს და იგი ამასთანავე სასარგებლოა კონკრეტული ბიზნეს სუბიექტებისათვის. როგორც პრაქტიკა ცხადყოფს ციფრული ტექნოლოგიები ხელს უწყობს ორგანიზაციების, ტურისტული დანიშნულების ადგილების საქმიანობას, ქმნის ხარჯების ეფექტიანად მართვის შესაძლებლობას და ხელს უწყობს მოთხოვნის ზუსტ პროგნოზირებას. აღნიშნული ფაქტორების გათვალისწინებით მნიშვნელოვანია საქმიანობის სინქრონიზაცია ციფრულ პლატფორმებთან რომელიც პოზიტიურ გავლენას მოახდენს ინდუსტრიაში ჩართულ სუბიექტებზე (Buhalis, D., & Amaranggana, 2015).

ციფრული პლატფორმები მისი შინაარსიდან გამომდინარე სხვადასხვა პრიზმაში შესაძლებელია განვიხილოთ. ფუნქციური თვალსაზრისით შესაძლებელია მათი დიფერენცირება მოხდეს შემდეგი მიმართულებებით (Gretzel, U, 2011):

- **ტურისტული დანიშნულების ადგილის მართვის პლატფორმები** – მნიშვნელოვან როლს ასრულებს ტურისტული დანიშნულების ადგილის პოზიციონირებაში და ეხმარება გადაწყვეტილების მიმღებ პირებს მოახდინონ ბაზარზე არსებულ ტენდენციებზე სწრაფი რეაგირება. აღნიშნული პლატფორმა ხელს უწყობს სხვადასხვა სახის პროდუქტების, სერვისების დროულად მიწოდებას როგორც ადგილობრივი ასევე, საერთაშორისო ვიზიტორებისათვის. გარდა ამისა, მისი ფუნქციონალი საშუალებას იძლევა გაანალიზდეს ვიზიტორების კმაყოფილების და ქცევითი ასპექტები. პლატფორმა განსაკუთრებით ეფექტიანია მარკეტინგული აქტივობების დაგეგმვის თვალსაზრისით.
- **დაჯავშნის პლატფორმები** – დაჯავშნის ონლაინ სისტემები მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს სამოგზაურო გადაწყვეტილების მიღების პროცესზე. მოგზაურებს ამ სისტემების გამოყენებით შესაძლებლობა აქვთ რეალურ დროში ქონდეთ წვდომა სხვადასხვა სერვისებზე, როგორიცაა, ტრანსპორტირება, განთავსება, კვება, ბილეთები და ა.შ. მსოფლიოში აღიარებული პლატფორმები (Airbnb, Booking.com, TripAdvisor) მუშაობს დროში უწყვეტობის პრინციპით და იგი ხელს უწყობს მიმწოდებლების და მომხმარებლების დაკავშირებას. რაც მთავარია აღნიშნულ პლატფორმებში ჩაშენებულია სისტემები რომელიც უზრუნველყოფს განხორციელებული ტრანზაქციების უსაფრთხოებას და გავლენას ახდენს მომხმარებლების ინფორმირებულ გადაწყვეტილებაზე. რასაც განაპირობებს პლატფორმების დიზაინი და მათი გამოყენების სიმარტივე.

- **სოციალური მედია პლატფორმები** – სოციალური მედია საშუალებას იძლევა ფართო აუდიტორიამდე მივიტანოთ სხვადასხვა სერვისები. აღნიშნულმა პლატფორმებმა თვისებრივად შეცვალეს მომხმარებლებთან ურთიერთობების დინამიკა. ფაქტობრივად ბიზნეს სუბიექტებს შესაძლებლობას აძლევს ქონდეთ წვდომა მსოფლიოს სხვადასხვა ტიპის აუდიტორიასთან. რაც ტურიზმის ინდუსტრიაში ჩართული ბიზნეს სუბიექტებისათვის სასიცოცხლოდ მნიშვნელოვანია და ქმნის ახალ შესაძლებლობებს ბიზნესის ზრდის თვალსაზრისით. სოციალური მედია პლატფორმები (Instagram, Facebook, TikTok და სხვა) ხელს უწყობს მომხმარებლების უკუკავშირის მიღებას. რაც ცალსახად გავლენას ახდენს მიმწოდებლების ქცევაზე და მათ უბიძგებს განახორციელონ ცვლილებები სერვისების სრულყოფის მიმართულებით.
- **მობილური აპლიკაციები და პლატფორმები** – მომხმარებლების სამოგზაურო გამოცდილებების მრავალფეროვნების თვალსაზრისით მნიშვნელოვანია მობილური აპლიკაციები. რომელიც გვთავაზობს მოხერხებულ და პერსონალიზებულ მომსახურებებს. ფუნქციური თვალსაზრისით შესაძლებელია გამოვყოთ სხვადასხვა მიმართულებები: სანავიგაციო საშუალებები, ლოკალური ატრაქციების სერვისები, ვირტუალური რეალობის აპლიკაციები, თარგმანის სერვისები და ა.შ. მთლიანობაში აპლიკაციები უზრუნველყოფენ პოზიტიური შთაბეჭდილებების მიღებას რაც სტრატეგიულად მნიშვნელოვანია ტურისტული დანიშნულების ადგილებისათვის.

ციფრული პლატფორმების განვითარება მნიშვნელოვანია ტურისტული დანიშნულების ადგილებისათვის და მას შეუძლია განსაკუთრებული ფუნქცია შეასრულოს სოციალური და ეკონომიკური ტრანსფორმაციის თვალსაზრისით. თანამედროვე მსოფლიოში განხორციელებული კვლევები ცხადყოფს ციფრული პლატფორმების სისტემური განვითარების აუცილებლობას (Scott, N., & Ormerod, N. 2021). მოგზაურების პერსპექტივიდან ჩვენ შეგვიძლია ადვილად დავგეგმოთ და მივიღოთ სამოგზაურო გადაწყვეტილებები. გვაქვს შესაძლებლობა გავაანალიზოთ და შევაფასოთ მიმწოდებლების მიერ შემოთავაზებული ცალკეული პროდუქტები და სერვისები. გარდა ამისა დაგენერირებული გამოცდილებიდან გამომდინარე ცალკეულ ინდივიდებს შესაძლებლობა აქვთ გაუზიარონ რეალურ დროში ინფორმაცია სხვა პოტენციურ მოგზაურებს რომლებსაც ჯერ კიდევ არ მიუღიათ სამოგზაურო გადაწყვეტილებები. ბიზნეს სუბიექტებს სთავაზობს წვდომას და ოპერირების შესაძლებლობას გლობალურ ბაზრებზე. რაც ქმნის ახალ შესაძლებლობებს და ზრდის ბიზნეს სუბიექტების პოზიციონირების ალბათობას საერთაშორისო და ეროვნულ ბაზრებზე. ბიზნეს სუბიექტები პლატფორმების საშუალებით ახდენენ რეალურ დროში მომხმარებლების პრეფერენციების შეფასებას, ორგანიზაციული და ოპერაციული თვალსაზრისით უკუკავშირის შედეგად ახდენენ ცვლილებებს მომსახურებაში. ტურისტული დანიშნულების ადგილის მართვის მენეჯერებს და პოლიტიკის განხორციელებაში ჩართულ პირებს შესაძლებლობა აქვთ ეფექტიანად გააანალიზონ რესურსები. რაც მნიშვნელოვანია მდგრადი განვითარების თვალსაზრისით. გარდა ამისა, რეალურ დროში ტენდენციებზე მონიტორინგი და საჭიროებების კვლევა ქმნის სწრაფად რეაგირების შესაძლებლობას. ზემოთ აღნიშნულიდან გამომდინარე, ციფრულმა პლატფორმებმა განახორციელა რევოლუციური ცვლილებები რომელიც ეფექტიანად აკავშირებს პოტენციურ მოგზაურებს ტურისტულ დანიშნულების ადგილთან და ზრდის წვდომას ამ ადგილებზე არსებულ სერვისებზე (Xiang, Z., & Fesenmaier, 2017).

საქართველოს ეკონომიკაში ტურიზმის ინდუსტრიის გავლენა მზარდია და მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს როგორც ეროვნულ, ასევე, რეგიონულ აქტივობებზე. ქვეყნის მზარდი ტურისტული გავლენიდან გამომდინარე აუცილებელია ტურიზმის სექტორის ციფრული ტრანსფორმაციის მიმართულებით მდგომარეობის შეფასება და შესაბამისი პრიორიტეტების იდენტიფიკაცია.

პროგრამული განვითარების და პოლიტიკის დოკუმენტებში აღნიშნულია ციფრული ეკონომიკის ხელშეწყობის გაძლიერების პრიორიტეტულობა. მაგალითად, საქართველოს სამთავრობო პროგრამა 2021-2024 მოიცავს სატრანსპორტო, ლოჯისტიკური, კავშირგაბმულობის მიმართულებით ციფრული პლატფორმების განვითარების ხელშეწყობის საკითხებს. 2021-2025 წლების მცირე და საშუალო მენარმეობის განვითარების სტრატეგია ფოკუსირებულია ციფრული მიმართულებით გარდაქმნების აუცილებლობაზე. უნდა აღინიშნოს, რომ ეროვნულ დონეზე პლატფორმების განვითარების გათვალისწინება ხელს შეუწყობს ქვეყნის ეკონომიკის კონკურენტუნარიანობის ზრდას და გრძელვადიან დინამიკაში მდგრად განვითარებას.

ტურიზმის ინდუსტრიის მიმართულებით საკვანძო პროგრამული დოკუმენტი საქართველოს ტურიზმის სტრატეგია 2025-ია. სტრატეგიაში საკვანძო პრიორიტეტი კონკურენტუნარიანობის ზრდაა, რომელიც უნდა იქნას მიღწეული მსოფლიო დონის ტურისტული მომსახურების შეთავაზებით. სტრატეგიაში ყურადღება გამახვილებულია ტურიზმის სფეროში ციფრული დაჯგუფებისა და ანგარიშსწორების სისტემებზე გადასვლის ხელშეწყობის მნიშვნელობაზე. მიუხედავად იმისა რომ პოლიტიკის დოკუმენტებში გარკვეულწილად ასახულია ციფრული პლატფორმების პრიორიტეტულობა, მისი განვითარება კომპლექსურ გამოწვევებთანაა დაკავშირებული. როგორცაა, ინტერნეტ რესურსებზე წვდომა, ცოდნის და გამოცდილების ნაკლებობა, ციფრული უნარების განვითარების საჭიროება, ფინანსურ რესურსებზე წვდომა და ა.შ. გარდა ამისა ცალკეულ ბიზნეს სუბიექტებს არ აქვთ შესაძლებლობები განავითარონ და გააციფრულონ ბიზნეს ოპერაციები. რაც თავის მხრივ შესაძლოა ერთგვარი დაბრკოლება იყოს გლობალურ ბაზრებზე ინტეგრაციის თვალსაზრისით. ამ მიმართულებით უნდა გამოვეყოთ მცირე და საშუალო მენარმეები რომლებიც განსაკუთრებული სიმრავლით გამოირჩევა ტურიზმისა და მასპინძლობის ინდუსტრიაში.

ტურიზმის ინდუსტრიაში ჩართული სუბიექტების მსგავსად არანაკლებ მნიშვნელოვანია ტურისტული დანიშნულების ადგილების გაციფრულების საკითხი. აუცილებელია ადგილობრივ და საერთაშორისო ვიზიტორებს ქონდეთ წვდომა პროფესიონალურად მომზადებულ კონტენტზე, რაც გავლენას მოახდენს მომხმარებლების ქცევაზე. ამ მიმართულებით საქართველოში მნიშვნელოვანი აქტივობებია განსახორციელებელი, ვინაიდან ხშირ შემთხვევაში არ იძებნება ან მწირი ინფორმაციაა განთავსებული ტურისტული დანიშნულების ადგილების შესახებ. ამ მიმართულებით მსოფლიოში არსებობს მრავალი წარმატებული საერთაშორისო პრაქტიკა, რომლის გაზიარებით შესაძლებელია შეიქმნას საერთაშორისო სტანდარტებით სახელმძღვანელო რომელიც ხელს შეუწყობს ტურისტული დანიშნულების ადგილების ეტაპობრივ გაციფრულებას. ამ კუთხით სისტემური გამოწვევები იკვეთება საქართველოს რეგიონებში, რომელთაც განსაკუთრებული პოტენციალი გააჩნიათ ვიზიტორების მოზიდვის თვალსაზრისით. რაც შესაბამისად მიწოდებული ინფორმაციის და აქტივობების გარეშე ვერ გახდება ტურისტული თვალსაზრისით მიმზიდველი. აქედან, გამომდინარე მიზანშეწონილია ციფრული მიმართულებით როგორც ეროვნული, ასევე, რეგიონული სტრატეგიული განვითარების გეგმების მომზადება და მისი პრაქტიკაში იმპლემენტაცია (Werthner, H. 2003).

მიუხედავად იმისა, რომ ცალკეულ სახელმწიფო პოლიტიკის დოკუმენტებში აღნიშნულია ციფრული მიმართულებების შესახებ ამოცანები, ტურიზმის სექტორზე ნაკლებად არის ყურადღება გამახვილებული. შესაბამისად, აუცილებელია დარგობრივ ჭრილში მსოფლიოს საუკეთესო პრაქტიკების გათვალისწინებით შემუშავდეს დროში განერილი კონკრეტული ამოცანები რაც ქვეყნისათვის შექმნის ახალ დამატებით შესაძლებლობებს. კვლევები ცხადყოფს რომ ტურისტულ საქმიანობაში გაციფრულების მასშტაბი არ არის მაღალი და საჭიროა ამ მიმართულებით უფრო მეტი ინტენსივობა. განსაკუთრებით პრობლემურია მცირე და საშუალო ზომის საწარმოები რომლებიც ოპერირებენ რეგიონებში. ეს გარკვეულწილად განპირობებულია რიგი ფუნდამენტური გამოწვევებით, როგორცაა, ციფრული მიმართულებით უნარების გაუმჯობესება, ფინანსურ რესურსებზე წვდომა და ა.შ. მთლიანობაში დარგში არსებული გამოწვე-

ვების მასშტაბის გათვალისწინებით მათი დაძლევა შესაძლებელია დარგობრივი პროგრამული დოკუმენტის ფორმირებით. რომელიც საშუალებას მოგვცემს დროში განერილი სტრატეგიებით და შესაბამისი გაზომვადი ინდიკატორებით მოვახდინოთ პროცესების ობიექტური შეფასება, როგორც მიმდინარე ასევე, მომავალში განსახორციელებელი აქტივობების შესახებ.

ციფრული ტექნოლოგიების განვითარების მნიშვნელოვანი წინაპირობა კვალიფიციური სამუშაო ძალაა. ციფრული ტექნოლოგიების ეფექტიანი გამოყენება შესაბამისი კვალიფიკაციის კადრების გარეშე ნაკლებად შესაძლებელია. რეკომენდებულია ტურიზმის ინდუსტრიაში ჩართული მიზნობრივი ჯგუფებისთვის შეიქმნას თემატური მოსამზადებელი პროგრამები რომელიც გაზრდის სამუშაო ძალის კვალიფიციურობას და პროდუქტიულობას. ამ მიმართულებით სისტემური გარდაქმნები შეუძლებელია უმაღლესი საგანმანათლებლო დაწესებულებების, პროფესიული სასწავლებლების და ინდუსტრიის წარმომადგენლების აქტიური კოლაბორაციის გარეშე. ამ პროცესში მნიშვნელოვანი ფუნქცია აკისრია დარგის განვითარებაზე პასუხისმგებელ საჯარო ინსტიტუტებს, რომლებმაც უნდა განახორციელონ პროცესების ეფექტიანი ორკესტრირება. აღნიშნული მიდგომები ქვეყანას საშუალებას მისცემს საშუალო და გრძელვადიან პერსპექტივაში მოამზადოს ციფრული პლატფორმები რომელიც დააკავშირებს ფართო აუდიტორიასთან.

მნიშვნელოვანია, რომ ინდუსტრიის წარმომადგენლებმა აქტიური მონაწილეობა მიიღონ საერთაშორისო ღონისძიებებში, რაც ცოდნის ტრანსფერის თვალსაზრისით აუცილებელია. უცხოური გამოცდილების გათვალისწინებით ქვეყანას შეუძლია გაზარდოს დარგის გაციფრულების მასშტაბი რაც ხელს შეუწყობს ვიზიტორების ცნობიერების ამაღლებას და სხვადასხვა მიზნობრივ ჯგუფებთან სტრატეგიულ კომუნიკაციას. მთლიანობაში ეს პროცესი პოზიტიურ გავლენას მოახდენს როგორც ინდუსტრიაში ჩართულ აქტორებზე, ასევე, ქვეყნის ტურიზმის ინდუსტრიის კონკურენტუნარიანობაზე. ამ პროცესის ორგანიზება შეუძლებელია ინდუსტრიაში ჩართული დაინტერესებული მხარეების მუდმივი თანამშრომლობის და დარგის განვითარებაზე პასუხისმგებელი ინსტიტუტების აქტიური მონაწილეობის გარეშე.

ლიტერატურა

1. საქართველოს სამთავრობო პროგრამა 2021-2024.
2. საქართველოს ტურიზმის სტრატეგია 2025.
3. Buhalis, D. (2003). eTourism: Information technology for strategic tourism management. Pearson Education.
4. Buhalis, D., & Amaranggana, A. (2015). Smart tourism destinations enhancing tourism experiences through personalisation of services. *Information and Communication Technologies in Tourism 2015*, 377–389. https://doi.org/10.1007/978-3-319-14343-9_28
5. Gretzel, U. (2011). Intelligent systems in tourism: A social science perspective. *Annals of Tourism Research*, 38(3), 757–779. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.04.014>
6. Khokhobaia Merab, Tourism Policy Challenges in Post-Soviet Georgia, *International Journal of Social, Behavioral, Educational, Economic, Business and Industrial Engineering* Vol:9, No. 3, 2015, pp.986-989.
7. Khokhobaia Merab, Transdisciplinary Research for Sustainable Tourism Development, *Journal of International Management Studies, JIMS*, Volume 18, Number 2, 2018, pp.21-26.
8. Law, R., Fong, D. K. C., Fong, L. H. N., & Law, A. (2018). Systematic review of tourism big data research. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 35(1), 32–49. <https://doi.org/10.1080/10548408.2017.1350249>
9. Merab Khokhobaia, Transdisciplinary Research Methodology for the Tourist Destination Development, *International Scientific Conference, Globalization Challenges in Economics and Business*, 2018.

10. Scott, N., & Ormerod, N. (2021). Tourism in the age of digital transformation. In Buhalis, D. (Ed.), Smart tourism ecosystems (pp. 23–42). Springer.
11. UN Tourism World Tourism Barometer, 2024.
12. Werthner, H. (2003). Intelligent systems in travel and tourism. IEEE Intelligent Systems, 17(6), 53–66. <https://doi.org/10.1109/MIS.2002.1134360>
13. World Travel & Tourism Council (WTTC), Economic Impact Report, 2024.
14. Xiang, Z., & Fesenmaier, D. R. (2017). Big data analytics, tourism design, and smart tourism. Journal of Destination Marketing & Management, 6(2), 110–115. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2017.02.002>

DIGITAL PLATFORMS AND STRATEGIES FOR TOURIST DESTINATION DEVELOPMENT

Merab Khokhobaia

Doctor of Economics

Associate Professor, Tbilisi State University

Abstract

The development of tourist destinations is a critical issue for both developed and developing nations. It is evident that the economic well-being of society is, to some extent, reliant on the systematic advancement of tourist destinations. Achieving this objective is exceedingly challenging without the implementation of strategies, conceptual frameworks, and policies. It is essential to recognize that tourist destinations, despite their geographical diversity, function as complex and intricate systems. This complexity is largely influenced by the variety of stakeholders involved in the system. Given the fragmented nature of the landscape, it is imperative to identify the specific elements that impact the functionality of the system. In contemporary circumstances, a primary challenge is the effective adaptation of a tourist destination to its evolving environment. Consequently, it is crucial to concentrate on enhancing digital platforms and improving strategic communication. In the contemporary information society, digital platforms are imperative in influencing travel decisions. The prominence of a tourist destination on these platforms is essential for promoting sustainable development. The article examines the significance of digital platforms and strategies in the tourism industry. It emphasizes tourist satisfaction, the roles of industry stakeholders, and elements of strategic development.

Keywords: *Tourist destination, Digital platform, Sustainable development, Strategy, Tourism industry*