

ტურისტული დანიშნულების ადგილის სტრატეგიული დაგეგმვის სისტემური ასპექტები

ხოხობაია მერაბ

ეკონომიკის დოქტორი,
თსუ-ის ასისტენტ პროფესორი

ტურისტული დანიშნულების ადგილის განვითარება დაკავშირებულია საკმაოდ რთულ ოპერაციულ ფაზებთან. რომელიც მოითხოვს, ერთი მხრივ, პოლიტიკის შემუშავებას და შესაბამისი დეტერმინანტების გაანალიზებას, ხოლო მეორე მხრივ, ლოგიკური კონცეპტუალური ჩარჩოს მომზადებას, რომელიც უზრუნველყოფს ტურისტული დანიშნულების ადგილის მდგრად განვითარებას. ცხადია, რომ ტურიზმის ინდუსტრიის ფრაგმენტული ბუნებიდან გამომდინარე საჭიროა ტურისტული დანიშნულების ადგილის სისტემური ანალიზი. ტურიზმის ინდუსტრიაში არსებული თანამედროვე ტენდენციები აქტუალურს ხდის გაანალიზდეს ტურისტული დანიშნულების ადგილის ადაპტაციის უნარი ცვალებად გარემოსთან. ცვლილებები, ფაქტორივად, გახდა ბუნებრივი ფენომენი რომელიც მჭიდროდ არის დაკავშირებული უწყვეტობასთან. შესაბამისად, ამ თვალსაზრისით ტურიზმის ინდუსტრიის და ტურისტული დანიშნულების ადგილის როგორც სისტემის შეფასებას აქვს განსაკუთრებული მნიშვნელობა. სტატიაში გაანალიზებულია ტურისტული დანიშნულების ადგილის განვითარების პოლიტიკის კონცეპტუალური და სისტემური ასპექტები. ყურადღება გამახვილებულია დინამიკური სისტემის შესწავლის მნიშვნელობაზე, რომელიც საშუალებას გვაძლევს სიღრმისეულად გავაანალიზოთ ტურისტული დანიშნულების ადგილის განვითარების დეტერმინანტები და მასზე მოქმედი ფაქტორები.

საკვანძო სიტყვები: ტურისტული დანიშნულების ადგილი, სტრატეგიული დაგეგმვა, სისტემის დინამიკურობა, ცვლილებების მართვა, კონკურენტუნარიანობა

სამეცნიერო ლიტერატურაში ტურისტული დანიშნულების ადგილის სხვადასხვა ტიპის განმარტება არსებობს. ტურიზმის მსოფლიო ორგანიზაციის მიხედვით ტურისტული დანიშნულების ადგილი ფიზიკური სივრცეა, რომელშიც ხდება ტურისტული სერვისების მიწოდება. მას გააჩნია ადმინისტრაციული საზღვრები და მოიცავს სხვადასხვა ტიპის ატრაქციებს. ამავე განმარტების მიხედვით ტურისტული დანიშნულების ადგილი წარმოადგენს სისტემას, რომელშიც ჩართულია სხვადასხვა დაინტერესებული ჯგუფი. მაგალითად, ადგილობრივი რეზიდენტები, არასამთავრობო ორგანიზაციები, კერძო და საჯარო სექტორის ორგანიზაციები და ა.შ.¹ რიჩი და კრაუჩი (Ritchie and Crouch) გამოყოფს ტურისტული დანიშნულების ადგილის სხვადასხვა ტიპებს: ქვეყანა, მაკრო რეგიონი, ადმინისტრაციული ერთეული (მუნიციპალიტეტი), ქალაქი, უნიკალური მახასიათებლების ან სტატუსის მქონე ადგილი (ეროვნული პარკი, დაცული ტერიტორია) [17, გვ. 108]. როგორც განმარტებიდან ჩანს, ტურისტული დანიშნულების ადგილი სივრცითი თვალსაზრისით, რთული სისტემაა, თუმცა, მხოლოდ გეოგრაფიული მახასიათებლების შესწავლა არ არის საკმარისი პოლიტიკის დაგეგმვისა და კონკურენტული უპირატესობის მოპოვებისათვის. მას გააჩნია საკმაოდ რთული რელიეფი სოციალური და კულტურული გარემოს თვალსაზრისითაც. გარდა ამისა, მისი დინამიკური ხასიათიდან გამომდინარე დაგეგმვის პროცესში უნდა გავითვალისწინოთ როგორც შიდა, ასევე გარე ფაქტორები.

ტურისტული დანიშნულების ადგილის ეფექტიანი მართვისათვის აუცილებელია გარკვეული გარემოებების არსებობა, რომელიც საშუალებას გვაძლევს მივიღოთ ეფექტიანი გადაწყვეტილებები. პირველი, მკაფიოდ უნდა იყოს გამოკვეთილი ტურისტული დანიშნულების ადგილის საზღვრები [2, გვ.370]. ეს საკითხი მნიშვნელოვანია, რადგან ნათელი უნდა იყოს რა სივრცეში გვინვს გადაწყვეტილებების მიღება. მეორე, მას უნდა ჰქონდეს გარკვეული უნიკალური მახასიათებლები, რომელიც იქნება ერთგვარი ვექტორი ტურისტებისათვის მოგზაურობის მოტივაციის თვალსაზრისით. აღნიშნული საკითხი მნიშვნელოვანია ტურისტული დანიშნულების ადგილის ცნობადობის კუთხითაც. მესამე, საჭიროა ეფექტიანი კომუნიკაცია სხვადასხვა სტეიქჰოლდერებს შორის, რომელიც წარმოადგენს წინაპირობას ტურისტული დანიშნულების ადგილის გრძელვადიან დინამიკაში განვითარების თვალსაზრისით [11, გვ.1].

თეორიული და პრაქტიკული კუთხით, ტურისტული დანიშნულების ადგილის პოლიტიკის ფორმულირების პროცესი მოიცავს ეტაპებს, როდესაც ხდება პოლიტიკის სტრუქტურის ფორმირება და კონკრეტული ნაბიჯების გადადგმა [5, გვ.987]. ფორმულირების პროცესი დინამიკურია, ამიტომ მაქსიმალური ეფექტის მისაღებად საჭიროა სხვადასხვა მიდგომების და მეთოდების გამოყენება. ასევე, აუცილებელია პოლიტიკა განვიხილოთ როგორც ერთიანი სისტემის შემადგენელი

1 unwto.org

ნაწილი [3, გვ.11]. პოლიტიკის ფარგლებში უნდა მოხდეს ფილოსოფიის, ტურიზმის განვითარების ხედვების ჩამოყალიბება, ვინაიდან თითოეულ დანიშნულების ადგილის გაანია უნიკალური გენეტიკური კოდი, შესაბამისად მისი განვითარების დეტერმინანტები არის კონკრეტული და განსხვავებული. ფილოსოფია წარმოადგენს, ქცევის, შეხედულებების, რწმენის ან ტრადიციების ერთობლიობას, რომელიც გააჩნია ტურისტულ დანიშნულების ადგილს [4, გვ.335].

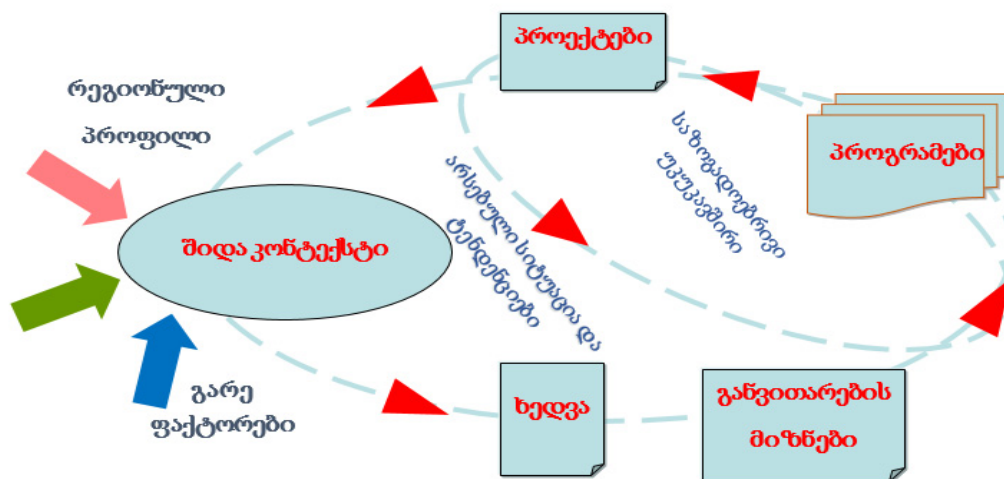
ფილოსოფიური მიდგომა საშუალებას გვაძლევს სიღრმისეულად შევხედოთ მიმდინარე პროცესებს, რაც მთავარია ის წარმოადგენს ერთგვარ იდეოლოგიურ და ფუნდამენტურ ბაზისს, რომლის საფუძველზე უნდა მოხდეს კონკრეტული ხედვების ჩამოყალიბება. სწორედ ამიტომ, მსოფლიოში არსებული წარმატებული მოდელების განხილვისას ან პრაქტიკაში იმპლემენტაციისას უნდა გავითვალისწინოთ ის გარემო პირობები, რომელიც არსებობს კონკრეტულ სოციალურ [7, გვ.645]. ეს აისახება სოციალურ, ეკონომიკურ, კულტურულ და სხვა ფაქტორებში. თითოეული მოდელის წარმატებით დანერგვისათვის აუცილებელია აღნიშნულ ფაქტორებთან მათი ადაპტაცია, მხოლოდ ამ შემთხვევაში შესაძლოა გახდეს მოდელი წარმატებული [15, გვ.153-156]. ფილოსოფიებს აქვთ პრაქტიკული თვალსაზრისითაც გარკვეული უპირატესობები, რადგან ისინი გვთავაზობენ როგორც მოვლენების აღწერილობას, ასევე საკითხების გადაჭრის კონკრეტულ გზებს.

გოლდენერი და ბრენტ რიტჩი, (Charles R. Goeldner, J. R. Brent Ritchie) ტურიზმის პოლიტიკის ფორმულირების პროცესში გამოყოფენ შემდეგ ფაზებს: 1. დეფინიციის; 2. ანალიტიკური; 3. საოპერაციო; 4. დანერგვის ფაზა. დეფინიციის ფაზა სანყისი ეტაპია, რომლის ფარგლებში ხდება ტურისტული დანიშნულების ადგილის სისტემის განსაზღვრა, ფილოსოფიის, ხედვების, მიზნების ჩამოყალიბება და შემზღუდავი ფაქტორების გაანალიზება. ანალიტიკური ფაზის მიზანია ხედვებიდან და მიზნებიდან გამომდინარე მიღებული გადაწყვეტილებების შესახებ ინფორმაციის შეგროვება და შეფასება. იგი შედგება მინოდებაზე ორიენტირებული მუხლებისაგან: შიდა ანალიზი, რომლის ფარგლებში მიმდინარეობს არსებული პოლიტიკის და პროგრამების მიმოხილვა, რესურსების შეფასება და აუდიტი, სტრატეგიული გავლენის ანალიზი და მოთხოვნაზე ორიენტირებული მუხლებისგან, სადაც გამოიყოფა მიმდინარე და საბოლოო მოთხოვნის ანალიზი, როგორც მაკრო, ასევე მიკრო დონეზე [4, გვ.339].

ანალიტიკური სამუშაოების შემდეგ, ოპერაციულ ფაზაში უნდა მოხდეს ანალიზის საფუძველზე უკვე მიღებული სტრატეგიული მიზნების იდენტიფიკაცია, მათი გამოყენება როგორც მოთხოვნის, ასევე მიწოდების კუთხით. ამავე ეტაპზე ხორციელდება პოლიტიკასთან, პროგრამებთან დაკავშირებით რეკომენდაციების შემუშავება. ასევე, საპასუხისმგებლო და გადამწყვეტი ეტაპია იმპლემენტაციის ფაზა, რომლის ფარგლებში ხდება, ტურისტული დანიშნულების ადგილის განვითარების და კონკურენტული უპირატესობის მოპოვებისათვის სტრატეგიების პრაქტიკაში დანერგვა. წარმატების მისაღწევად საჭიროა უფლებების და პასუხისმგებლობების დელეგირება, რაც გაამარტივებს მმართველობითი კუთხით პროცესებს [6, გვ.14]. იმავე ეტაპზე უნდა განხორციელდეს კონკრეტული პროგრამების მხარდასაჭერად ფინანსური რესურსების მოძიება. წარმატება, ასევე დამოკიდებულია ადაპტირებული კონტროლის მექანიზმების შემუშავებაზე, რაც გულისხმობს შესაბამისი ინსტრუმენტების და მეთოდების დანერგვის აუცილებლობას, რომელიც საშუალებას მოგვცემს დროის კონკრეტულ ეტაპზე მოვახდინოთ პროცესების მონიტორინგი და კონტროლი [4, გვ.340-342].

მთლიანობაში, სტრატეგიული დაგეგმვის და განვითარების პროცესის ამოცანა კონკურენტული ტურისტული დანიშნულების ადგილის ფორმირებაა, რომელ სივრცეშიც თითოეულმა მონაწილემ უნდა მიიღოს გარკვეული სარგებელი. სტრატეგიული განვითარების პროცესი თვისებრივად ორიენტირებულია ცვლილებების განხორციელებაზე, ტრანსფორმაციაზე. რაც მოიცავს ტურისტული დანიშნულების ადგილის არსებულიდან სასურველ მდგომარეობაში გადაყვანის პროცესს [12, გვ.519]. სტრატეგიული დაგეგმვის თვისებრივი და ორგანიზაციული ხასიათიდან გამომდინარე აუცილებელია კომბინირებული მიდგომების გამოყენება. რასაც განაპირობებს სისტემის დინამიკური ხასიათი. თუ ჩვენ განვიხილავთ სტატიკურ ტურისტულ დანიშნულების ადგილს, მაშინ არ არსებობს ობიექტური აუცილებლობა გავანალიზოთ გრძელვადიანი განვითარების შესაძლო სცენარები. რადგან სტატიკურ სისტემაში ადვილად პროგნოზირებადი გამოა, შესაბამისად ამ სისტემაში ცვლილებების განხორციელება ნაკლებად აქტუალურია. აღნიშნული მაგალითისგან განსხვავებით, ჩვენი კვლევის ობიექტი დინამიკური სისტემაა, რომელშიც ინსტიტუციებს, სუბიექტებს, ირიბად ჩართულ აქტორებს მოქმედებებისკენ სხვადასხვა ფაქტორები უბიძგებს. როგორცაა, ბაზარზე ახალი საქონელი და მომსახურება, მოთხოვნის ცვლილება, ტექნოლოგიური ცვლილებები, საკანონმდებლო რეგულაციები და ა.შ. [16, გვ.151-152]. ტურისტული დანიშნულების ადგილის წარმატებული პოზიციების დაკავება დაკავშირებულია მათ უნარზე, რამდენად შეუძლიათ ოპერირება სწრაფად ცვალებად გარემო პირობებში. ამისათვის საჭიროა სტრატეგიების შემუშავება, რომელთა საფუძველზეც უნდა მოხდეს მათი კონკურენტუნარიანობის ამაღლება.

სქემა. 1 ტურისტული დანიშნულების ადგილის სტრატეგიული დაგეგმვის პროცესი



წყარო: Cathy A. Enz, Hospitality Strategic Management, Concepts and Cases p. 15

ტურისტული დანიშნულების ადგილის სტრატეგიული დაგეგმვის პროცესი მოიცავს განსხვავებულ ოპერაციულ ფაზებს. თუმცა, საწყის ეტაპზე ტურისტული დანიშნულების ადგილის მახასიათებლების და ელემენტების მიხედვით საჭიროა გარკვეული ლოგიკური ჩარჩოს მომზადება, რომელიც დაგვეხმარება განვითარების სქემების და ოპერაციული საკითხების დაზუსტებაში (**იხ. სქემა 1**). საწყის ეტაპზე მნიშვნელოვანია ტურისტული დანიშნულების ადგილის სისტემური შეფასება, რომელშიც იგულისხმება როგორც შიდა, ასევე, გარე ფაქტორები. ამ ნაწილში უნდა გამოვლინდეს ყველა ის ელემენტი და დეტერმინანტი, რომელიც გავლენას ახდენს ტურისტულ დანიშნულების ადგილზე. რაც შეეხება ხედვას, იგი წარმოადგენს კონკრეტულ ბაზისს, რომელსაც ეყრდნობა სხვა ელემენტები. უნდა აღინიშნოს, რომ ხედვებთან დაკავშირებული ელემენტები ცალკე კომპონენტებია. ტურისტული დანიშნულების ადგილის სპეციფიკიდან გამომდინარე იგი შეიძლება იყოს სხვადასხვა. ხედვების საფუძველზე ხდება განვითარების მიზნების ჩამოყალიბება, რომელიც ფაქტობრივად წარმოადგენს საოპერაციო ფაზას. მიზნების ეფექტიანად მიღწევისათვის შეგვიძლია შევიმუშავოთ დროის გეგმა-გრაფიკები, ასევე ინსტრუმენტები და მეთოდები, რომელიც საშუალებას მოგვცემს გავაკონტროლოთ და შევაფასოთ ოპერაციული ფაზები [4, გვ.337]. უნდა აღინიშნოს, რომ მთელი ციკლის ყველა ეტაპზე აუცილებელია საზოგადოებრივი უკუკავშირების მიღება და სხვადასხვა სტეიქჰოლდერებთან ეფექტიანი კომუნიკაცია. რომელიც საშუალებას გვაძლევს სიღრმისეულად შევისწავლოთ ყველა პრობლემა და აქტიური ჩართულობით მოვახდინოთ მათი გადაჭრის გზების ძიება. რაც შეეხება პროექტებს და პროგრამებს, წინა ეტაპების გათვალისწინებით უნდა მოხდეს დაკონკრეტება თუ რა მიმართულებების განვითარება არის პერსპექტიული ტურისტული დანიშნულების ადგილის პოტენციალის გათვალისწინებით. ცხადია, რომ ამ გადაწყვეტილების მიღებისათვის საჭიროა კვლევითი სამუშაოების ჩატარება, რომელშიც უნდა ჩაერთოს სხვადასხვა მიმართულების სპეციალისტები [9, გვ.22]. ზემოთ მოცემული ჩარჩოს მიხედვით, ფინალურ ფაზაში უნდა მომზადდეს კონკრეტული პროექტები, რომელშიც დეტალურად უნდა გაიწეროს როგორც ფინანსური მაჩვენებლები, ასევე სავარაუდო შედეგები. უნდა აღინიშნოს, რომ მოცემული სტრატეგიული განვითარების ჩარჩო ვერ იქნება უნივერსალური ყველა ტიპის ტურისტული დანიშნულების ადგილისათვის.

იმისათვის, რომ მივიღოთ უფრო ვრცელი სურათი სტრატეგიული განვითარების თვალსაზრისით, მნიშვნელოვანია შემდეგი საკითხების გათვალისწინება: 1. ტურისტული დანიშნულების ადგილის ღირებულებების ჯაჭვის გაანალიზება (**Value Chain for a Destination**); 2. უშუალოდ ტურიზმის ინდუსტრიის სიღრმისეული შესწავლა და იმ საკითხების იდენტიფიკაცია რომელიც გავლენას ახდენს მის განვითარებაზე. ტურისტულმა დანიშნულების ადგილმა მისი მახასიათებლების გათვალისწინებით უნდა შექმნას გარკვეული ღირებულებები. აღნიშნული ღირებულებები იქმნება ერთი მხრივ, ტურისტული დანიშნულების ადგილის უნიკალური მახასიათებლების მიხედვით, ხოლო მეორე მხრივ, ტურისტების სამოგზაურო გამოცდილებით. ღირებულებათა ჯაჭვი მოიცავს: **1. მოგზაურობამდე აქტივობებს (ინფორმაცია, დაჯავშნა, გამგზავრება); 2. მოგზაურობის პროცესში აქტივობებს (კვება, განთავსება, ტრანსპორტირება, გართობა, სუვენირების შეძენა).** ამ პროცესის ფინალური ეტაპი გამგზავრებაა, რომელიც უკვე დაკავშირებულია გარკვეულ გამოც-

დილებებთან [8, გვ.185]. აქედან გამომდინარე, მოგზაურობის შემდეგ არსებული მდგომარეობის შეფასება არის ძალიან მნიშვნელოვანი. ღირებულებათა ჯაჭვის ჩამოყალიბებაში განსაკუთრებული როლი აკისრიათ როგორც კერძო, ასევე საჯარო სექტორის ორგანიზაციებს. ამიტომ, ანალიზის პროცესში უნდა გავითვალისწინოთ ტურისტულ დანიშნულების ადგილზე მოქმედი აქტორების ქცევა და უნდა მოვახდინოთ არსებული სერვისების, ინფრასტრუქტურის მდგომარეობის ობიექტურად შეფასება. რაც მნიშვნელოვანი დეტერმინანტია ტურისტული დანიშნულების ადგილის კონკურენტუნარიანობის შეფასების თვალსაზრისით [11, გვ. 18].

სისტემური ანალიზისათვის აუცილებელია უშუალოდ ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარების ტენდენციების გაგება. ბუნებრივია, ტურისტული დანიშნულების ადგილი ტურიზმის ინდუსტრიის გარეშე არ არსებობს. შესაბამისად, მნიშვნელოვანია მოვახდინოთ იმ ძალების იდენტიფიკაცია, რაც საბოლოო ანგარიშით, განაპირობებს ინდუსტრიის კონკურენტუნარიანობას. ტურიზმის ინდუსტრიის კონკურენტუნარიანობა გავლენას ახდენს ტურისტული დანიშნულების ადგილის განვითარების ინდიკატორებზე (შემოსავლები, გადასახადები, სამუშაო ადგილოები და ა.შ.) ამ თვალსაზრისით საინტერესოა მაიკლ პორტერის მიერ (Michael E. Porter) ჩამოყალიბებული შეხედულებები რომელიც დაკავშირებულია ინდუსტრიის სტრუქტურულ ანალიზთან, ინვესტიციების განხორციელების შესაძლებლობებთან და პროგნოზებთან კონკურენტული სტრატეგიების შემუშავების თვალსაზრისით. შეიძლება ითქვას, რომ სამეცნიერო ლიტერატურაში ტურიზმის ინდუსტრიის და ტურისტული დანიშნულების ადგილის განვითარების კონტექსტში წარმატებით არის ადაპტირებული პორტერისეული მოსაზრებები და მოდელები. პორტერი ხაზს უსვამს იმ ფაქტს, რომ ნებისმიერი ინდუსტრია ფუნქციონირებას იწყებს საწყისი სტრუქტურით (**Initial Structure**), იგი წარმოადგენს ინდუსტრიის ტექნიკური და ეკონომიკური მახასიათებლების შედეგს. ევოლუციის პროცესის მიზანია გამოკვეთოს ინდუსტრიის პოტენციური სტრუქტურა (**Potential Structure**). თანამედროვე ტექნოლოგიების, მომხმარებლების ქცევის, პროდუქტის მახასიათებლების, ინოვაციების, მარკეტინგული ღონისძიებების გავლენით ინდუსტრიამ შესაძლებელია მიიღოს სხვადასხვა სტრუქტურული სახე. ტურიზმის ინდუსტრიის სტრუქტურაზე რამოდენიმე ფაქტორი ახდენს გავლენას, რომელიც საინტერესოა ტურისტული დანიშნულების ადგილის კონტექსტში. ეს ფაქტორებია: გრძელვადიან დინამიკაში ზრდა, მომხმარებელთა სეგმენტის ცვლილება, მომხმარებლების ცოდნა, გამოცდილების დაგროვება, მასშტაბის ზრდა, ცვლილება ხარჯებში და ვალუტის კურსში, ინოვაციები პროდუქტსა და მარკეტინგში, ცვლილებები მომიჯნავე ინდუსტრიაში [14, გვ.164].

გრძელვადიან დინამიკაში ინდუსტრიის ზრდაზე გავლენას ახდენს **დემოგრაფიული ფაქტორები**. აღნიშნულ ფაქტორებში გამოიყოფა შემდეგი მახასიათებლები: ასაკი, სქესი, შემოსავლები, განათლება, ოჯახის სიდიდე, რელიგია და სხვა. ტურიზმისა და მასპინძლობის ინდუსტრია თითოეული ფაქტორისადმი მაღალი სენსიტიურობით გამოირჩევა. ინდუსტრიული პროდუქტების მოთხოვნაზე, ასევე გავლენას ახდენს ცხოვრების შეცვლილი სტილი, გემოვნება, ფასეულობები. ინფორმაციული საზოგადოების პირობებში აღნიშნული ტენდენცია ნამდვილად შეინიშნება, მათ შორის ტურიზმის ინდუსტრიაში. დღეს ტურისტს უფრო მეტად აინტერესებს ავთენტურის ძიება, ბუნებისადმი მეტი პასუხისმგებლობით მიდგომა, კულტურული ფასეულობები, რაც შექმნა კონკრეტულმა საზოგადოებამ არსებობის მანძილზე [13, გვ.80-88]. ჯანსაღი ცხოვრების სტილი, ასევე წარმოადგენს ერთ-ერთ მნიშვნელოვან ტენდენციას, რაც პირდაპირ ან ირიბად აისახება თავისუფალი დროის გატარების, არდადეგების სტილისტურ მახასიათებლებზე [17, გვ.58-69].

ასევე უნდა გამოიყოს **მომხმარებელთა სეგმენტის ცვლილება**. საზოგადოება ვითარდება, მომხმარებლებს ეცვლებათ მოთხოვნები, რაც შესაძლოა განპირობებული იყოს სხვადასხვა ფაქტორებით. ეს ცვლილება გრძელვადიან დინამიკაში აუცილებლად მოახდენს გავლენას ტურისტული დანიშნულების ადგილის სტრუქტურაზე. ვინაიდან, ინდუსტრია ორიენტირებულია მომხმარებელთა მოთხოვნილებების დაკმაყოფილებაზე. ცალკე უნდა გამოვყოთ, მომხმარებლების ცოდნის დონე კონკრეტულ პროდუქტებთან მიმართებით. მომხმარებელი, ინდუსტრიის განვითარებასთან ერთად, სწავლობს საქონლისა და მომსახურების მახასიათებლებს, რაც განაპირობებს გადამწყვეტილების მიღების პროცესში მათ მაღალ კვალიფიციურობას [10, გვ.221-230]. **გამოცდილების დაგროვება** – ინდუსტრიის წარმატებაზე, ასევე პოზიტიურად მოქმედებს გამოცდილების დაგროვება. ამ კუთხით უნდა გამოვყოთ, სადისტრიბუციო არხების გაფართოება, მარკეტინგული ღონისძიებები, საქონლისა და მომსახურების წარმოება, რომლის საშუალებითაც ხდება, როგორც ტრადიციული მოთამაშეების, ასევე ინდუსტრიის წარმოების მასშტაბების გაფართოება. რაც გარკვეულწილად უზიდავს მწარმოებლებს, ერთი მხრივ, აწარმოონ უფრო მეტი, ხოლო, მეორე მხრივ, მომხმარებლებს მოიხმარონ უფრო მეტი საქონელი და მომსახურება. **წარმოების მასშტაბის ზრდა ან შემცირება** – ზრდადი ინდუსტრიის პირობებში, დინამიკაში შესაძლებელია გაფართოვდეს მისი მთლიანი მასშტაბი. პორტერი აღნიშნავს, რომ აბსოლუტური ზრდა განპირობებულია წამყვანი ეკონომიკური სუბიექტების აქტივობით და ბაზრის წილის გაფართოებით. ინდუსტრიის და ფირმების მასშტაბის გაფართოება, ბუნებრივია, გავლენას ახდენს ინდუსტრიის მთლიან

სტრუქტურაზე. **ინოვაციები პროდუქტსა და მარკეტინგში** – ინოვაციები პროდუქტში ერთ-ერთი იმ ფაქტორთაგანია, რომელიც განაპირობებს ინდუსტრიის, ფირმის წარმატებას. განსაკუთრებით, უნდა გამოვყოთ, ტექნოლოგიური ინოვაციები, რომლებიც გავლენას ახდენენ, როგორც წარმოების მასშტაბზე, ასევე პროდუქციის ხარისხზე და გაყიდვებზე. პორტერის აზრით ინოვაციები შესაძლოა მოდიოდეს როგორც ინდუსტრიის შიგნიდან, ასევე გარედანაც.

რაც უფრო მჭიდროა ინდუსტრიებს შორის თანამშრომლობა, მით უფრო მეტად, მაღალი სენსიტიურობით მოახდენს ნებისმიერი სტრუქტურული ცვლილება მათზე გავლენას. აღსანიშნავია, რომ ტურიზმისა და მასპინძლობის ინდუსტრია დაკავშირებულია **მრავალ მომიჯნავე სექტორთან**, როგორცაა, სოფლის მეურნეობა, ტრანსპორტი, კავშირგაბმულობა, განათლება და სხვა. ინდუსტრიებში სტრუქტურულმა ცვლილებებმა შესაძლოა სტიმული მისცეს სხვა ეკონომიკურ აქტივობებს და სექტორებს [14, გვ.180].

ზემოთ აღნიშნულიდან გამომდინარე შეიძლება ითქვას, რომ ტურისტული დანიშნულების ადგილის სისტემური ანალიზი საშუალებას გვაძლევს ჩამოვაყალიბოთ სტრატეგიული განვითარების ხედვები და მიდგომები. სისტემის დინამიკურობა განაპირობებს ცვლილებების განხორციელების აუცილებლობას. შესაბამისად, სტრატეგიული დაგეგმვის პროცესში სასიცოცხლოდ მნიშვნელოვანია ყველა აქტორის ჩართულობა და უკუკავშირების მიღება. ეფექტიანი შედეგებისათვის საჭიროა პოლიტიკის შემუშავება, რომლის ფარგლებში უნდა მოხდეს კონცეპტუალური ჩარჩოს ჩამოყალიბება. რომელიც უნდა გახდეს ერთგვარი ვექტორი ცვლილებების განხორციელების თვალსაზრისით. ბუნებრივია, თანამდეროვე ტურისტული დანიშნულების ადგილები დინამიკური სისტემებია, მათი ტრანსფორმაცია გარკვეულწილად დაკავშირებულია უწყვეტობასთან. ამიტომ, როგორც ტურიზმის ინდუსტრიის, ასევე ტურისტული დანიშნულების ადგილის სტრატეგიული განვითარებისათვის აუცილებელია სისტემური, ტრანსფორმაციაზე ორიენტირებული მიდგომების გამოყენება.

ლიტერატურა:

1. Canthy A. Enz, Hospitality Strategic Management, Concepts and Cases, John Wiley&Sons, 2010, p.15
2. Dwyer Larry, Kim Chalwon, Destination Competitiveness: Determinants and Indicators, University of Western Sydney Australia 2010, pp.369-408
3. Edgell David, Swanson Jason R, Tourism Policy and Planning, Yesterday, Today and Tomorrow, 2nd edition, Routledge 2013, p.11
4. Goeldner Charles R, J.R Ritchie Brent, Tourism, Principles, Practices, Philosophies, John Wiley Inc, 2012, pp.335-350.
5. 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.
6. Khokhobaia Merab, From Rational Policy of Tourism Development to the Effective Policy (The Case of Georgia), California Business Review, Vol.4, 2016, pp.11-16.
7. Khokhobaia Merab, Regional Policy of Tourism Development in Georgia, International Scientific Conference, Globalization Challenges in Economics and Business, Proceedings, Tbilisi, Georgia, 2018, pp.644-649.
8. Khokhobaia Merab, The role of small and medium size enterprises in regional tourism development: the case of Georgia, Conference Proceedings, Austria, 2019, pp.178-188
9. Khokhobaia Merab, Transdisciplinary Research for Sustainable Tourism Development, Journal of International Management Studies, JIMS, Volume 18, Number 2, 2018, pp.21-26.
10. Kotler Philip, Armstrong Gary, Marketing an Introduction, Pearson Education LTD, 2005, p.221-230
11. Manual on Tourism and Poverty Alleviation – Practical Steps for Destinations, Published by the World Tourism Organization and the Netherlands Development Organization, 2010, pp.1-25
12. Merab Khokhobaia, Transdisciplinary Research Methodology for the Tourist Destination Development, International Scientific Conference, Globalization Challenges in Economics and Business, 2018, p.519
13. Midlton Victor, Ryall Alan, M. Morgan, Marketing in Travel and Tourism, Fourth Edition, Elsevier, 2009, pp.80-88.
14. Porter Michael E, Competitive Strategy, Techniques for Analyzing Industries and Competitors, New York 1980, pp.164-230
15. Ritchie Brent J.R, Crouch Geoffrey I, The Competitive Destination, A Sustainable Tourism Perspective, pp.153-156
16. Robbins Stephen and Coulter Mary, Management (11th Edition), Prentice Hall, Pearson, 2012, pp.151-152
17. Vanhove Norbert, The Economics of Tourism Destinations, Elsevier, 2005, p.108

SYSTEMATIC ASPECTS OF STRATEGIC PLANNING OF TOURIST DESTINATION

Khokhobaia Merab,

*Doctor of Economics, Assistant Professor,
Ivane Javakishvili Tbilisi State University*

Summary

Development of a tourist destination is directly linked to the exploration of theoretical and empirical findings. There is emerging literature on destination development which focus on the strategic planning, sustainable development, marketing, considering the wide range of spectrums which determines competitiveness of the tourist destinations. The complexity of the tourism system and conceptual understanding of policy planning and development processes will be discussed in this paper. Current trends in the tourism industry make it relevant to analyze in depth the ability of a tourist destination to adapt to changing conditions. In fact, changes have become a natural phenomenon, which is closely related to continuity. Correspondingly, in this respect assessment of the tourism industry and tourism destination as a system is particularly important. The article examines the conceptual aspects of tourism destination development and provides a systematic review of studding dynamic system, which allows us to analyze in depth the determinants responsible for the destination competitiveness.

Key words: *Tourism destination, strategic planning, system dynamics, change management, competitiveness*